

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

Черкаська обласна державна адміністрація

Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Центральноукраїнський національний технічний університет (м. Кропивницький)

Всеукраїнська громадська організація «Туристична палата України»

Туристична асоціація України

Українське географічне товариство

Газета «Краєзнавство. Географія. Туризм»

РЕКРЕАЦІЙНІ РЕСУРСИ ТА ПОСЛУГИ ГОСТИННОСТІ В РЕГІОНАХ УКРАЇНИ

Матеріали IV Всеукраїнської Інтернет-конференції

24 травня 2019 р., м. Черкаси

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького
Черкаська обласна державна адміністрація
Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Центральноукраїнський національний технічний університет (м. Кропивницький)
Всеукраїнська громадська організація «Туристична палата України»
Туристична асоціація України
Українське географічне товариство
Газета «Красзнавство. Географія. Туризм»

РЕКРЕАЦІЙНІ РЕСУРСИ ТА ПОСЛУГИ ГОСТИННОСТІ В РЕГІОНАХ УКРАЇНИ

Матеріали IV Всеукраїнської Інтернет-конференції

(24 травня 2019 р., м. Черкаси)

Черкаси
Ю.А. Чабаненко
2019

УДК 338.48:640.4(063)(477)
ББК 20.18+65.432(4Укр)
Р 36

Рецензент:

Петкова Л.О., завідувач кафедри міжнародної економіки Черкаського державного технологічного університету, доктор економічних наук, професор

*Рекомендовано до друку на засіданні Вченої ради
Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького
(протокол № 8 від 25.06.2019)*

Відповідальні за випуск
В.І. Новикова, С.Р. Пасєка

**Рекреаційні ресурси та послуги гостинності в регіонах
України** : матер. IV Всеукр. Інтернет-конф. (24 травня 2019 р.,
м. Черкаси). – Черкаси : Ю.А. Чабаненко, 2019. – 148 с.

У збірнику представлені статті науковців, молодих дослідників, присвячені характеристиці регіональних особливостей рекреаційних ресурсів, тематичним маршрутам туристських подорожей Україною, видам туристської діяльності в Україні, місцю та ролі туризму в регіональній господарській структурі, регіональній характеристиці та специфіці національних закладів ресторанного господарства.

ББК 20.18+65.432(4Укр)

© ЧНУ імені Богдана Хмельницького, 2019

ЗМІСТ

| | |
|--|-----------|
| 1. Характеристика регіональних особливостей рекреаційних ресурсів | 5 |
| <i>Гладкий О.В., Кононенко О.А.</i> Ресурси для просування туристичного продукту спортивного туризму Тернопільської області на міжнародний ринок | 5 |
| <i>Клименко В.Г., Микалюк Л.В., Пересадько В.А., Прасул Ю.І.</i> Можливості розвитку спортивного туризму на рівнинних територіях (на прикладі Запорізької області) | 12 |
| <i>Мезенцева І.В., Ольхова-Марчук Н.В.</i> Туристична привабливість Ківерцівського району | 19 |
| <i>Трохименко А.Ф.</i> Порівняння природно-рекреаційних ресурсів Катеринопільського та Уманського районів Черкаської області | 26 |
| <i>Щербакова К.В.</i> Фізико-географічні умови Тилігульського лиману та пересипу – основа туристичної діяльності і природокористування | 29 |
| 2. Тематичні маршрути туристських подорожей Україною | 34 |
| <i>Бейдик О.О.</i> Ресурсно-туристські домінанти як чинник формування турів у регіонах України | 34 |
| <i>Царукян С.А.</i> Розробка гірськокожного туру «Горами і долинами» в Україні | 43 |
| 3. Види туристської діяльності в Україні | 48 |
| <i>Божук Т.І., Дмитрик Л.З.</i> СПА-туризм як запорука успіху туристичного бізнесу | 48 |
| <i>Бондаренко А.Ю.</i> Водно-спортивний туризм: його особливості, рекреаційні ресурси, стан розвитку в Україні | 55 |
| <i>Горбуліна Ю.О.</i> Можливості використання зарубіжного досвіду організації гастрономічних турів в українській практиці | 62 |
| <i>Грицун Т.Ю.</i> Релігійний туризм: його особливості, стан розвитку в Україні | 70 |
| <i>Коваленко Д.О.</i> Цифровий маркетинг як ефективний інструмент для розвитку туризму | 77 |
| <i>Лазебник О.О.</i> Специфіка та поширення лікувально-оздоровчого туризму у світі | 81 |
| <i>Мурза А.В.</i> Суть культурно-пізнавального туризму та його рекреаційні ресурси | 86 |
| <i>Новикова В.І., Гладченко В.О.</i> Особливості природничої туристської діяльності | 93 |
| <i>Скічко В.С.</i> Тенденції розвитку фестивального туризму та його перспективи в Україні | 98 |

| | |
|--|------------|
| 4. Місце та роль туризму в регіональній господарській структурі | 105 |
| <i>Візерська М.С.</i> Застосування новітніх технологій в туризмі | 105 |
| <i>Сафронська І.М.</i> Регіональні особливості, проблеми та перспективи розвитку туризму | 111 |
| <i>Смирнов І.Г.</i> Проблема сталості урботуризму в умовах овертуризму: логістичний підхід | 115 |
| 5. Заклади ресторанного господарства в Україні: характеристика по регіонах, специфіка | 126 |
| <i>Босецька Н.Г., Красномовець В.А.</i> Традиції черкаського ресторанного бізнесу | 126 |
| <i>Новикова В.І.</i> Ресурсно-рекреаційна база для гастрономічних подорожей | 131 |
| Відомості про авторів | 144 |
| Відомості про наукових керівників | 147 |

1. Характеристика регіональних особливостей рекреаційних ресурсів

Гладкий О.В., Кононенко О.А.

РЕСУРСИ ДЛЯ ПРОСУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ СПОРТИВНОГО ТУРИЗМУ ТЕРНОПІЛЬСЬКОЇ ОБЛАСТІ НА МІЖНАРОДНИЙ РИНОК

Актуальність. Тернопільська область має велике значення для розвитку спортивного туризму в Україні та представлення власного туристичного продукту за її межами. Спортивний туризм є важливим засобом сприяння соціальній та виробничій діяльності людей, задоволення моральних, естетичних та творчих потреб, життєвої необхідності взаємного спілкування, розвитку дружніх відносин між народами та зміцнення миру. Просування туристичного продукту спортивного туризму Тернопільської області на міжнародний ринок туристичних послуг є важливим кроком для розвитку країни, її економіки та культури, за рахунок покращення інфраструктури, застосування міжнародного досвіду, відновлення спортивних туристичних ресурсів, збагачення соціального та культурного розвитку населення.

Вивченість у науковій літературі. Різні аспекти розвитку спортивного туризму в Тернопільській області були проаналізовані в працях О.О. Бейдика, О.В. Заставецької, Г.М. Кучеренка, О.О. Любіцевої та ін. Основна увага була приділена туристичним дестинаціям, що розташовані в Кременецьких горах й Товтрах, в Дністровському каньйоні, численних печерах тощо.

Метою статті є оцінка ресурсів для просування туристичних дестинацій Тернопільської області на міжнародний ринок, а також розвиток міжнародної співпраці краю в галузі спорту.

Виклад основного матеріалу. Тернопільська область є розвинутим сільськогосподарським і промисловим регіоном України. Значні природні і трудові ресурси, концентрація переробної промисловості, географічне розташування на перехресті важливих транспортних шляхів із Східної Європи в Центральну і Західну Європу виділяють область як регіон із сприятливими можливостями для ведення підприємницької діяльності. Вона розташована на заході України, в межах лісостепової зони. Майже вся територія області зайнята Подільською височиною, в межах якої виділяються Кременецькі гори й Товтри. Головна річка – Дністер; його затоки – Золота Липа, Коропець, Стрипа, Джурин, Серет, Нічлава, Збруч [1].

Сприятливі кліматичні умови, мальовничі ландшафти, ліси, річки, джерела мінеральної води та лікувальні грязі складають основу туристичної привабливості області. Особливістю Тернопільщини є наявність великої кількості печер, саме тому в цій місцевості є досить популярним є спелеотуризм. Придатними для спортивного спелеотуризму є такі печери:

- Нагірянська (інші назви – Джуринська, Поросячка) – карстова печера, геологічна пам'ятка природи місцевого значення; розташована за 2 км на схід від с. Нагоряни Заліщицького району Тернопільської обл., на лівому схилі р. Поросячка (притока р. Джурин).
- Печера відлюдника – келія монахів-пустельників біля с. Крутилів Гусятинського району Тернопільської обл.
- Печера в горах Медобори, що тягнеться від Підкаменя через Чорний ліс до околиць Збаража аж до Збруча, природною межею відділяє Галичину від Волині та Поділля. Медобори цікаві тим, що тут збереглися давні святилища, розташовані чи не по всій гряді, що дозволяє говорити про Медобірський комплекс святилищ.
- Тризуб – печера, геологічна пам'ятка природи, що розташована в Чортківському районі біля с. Ягільниця; відкрита 2015 р.; загальна довжина – 23 м; має один вхід.
- Ювілейна – карстова печера, геологічна пам'ятка природи загальнодержавного значення; розташована на лівому схилі долини р. Циганка, поблизу с. Сапогів Борщівського району Тернопільської обл.
- Печера «Музейна» біля с. Більче-Золоте Борщівського району має довжину 300 м, відкрита у 2007 р.

Говорячи про можливість просування туристичного продукту спортивного туризму Тернопільської області на міжнародний ринок необхідно враховувати наявність та стан ресурсів для розробки даного проекту. Звернувшись до географічних відомостей про Тернопільщину та природні ресурси даної області, можна сказати, що край володіє усією необхідною базою природних ресурсів, які використовуються для розвитку спортивного туризму.

До основних ресурсів просування спортивного туризму можна віднести Дністровський каньйон. Він є найбільшим каньйоном в Україні та одним із найбільших у Європі. Починається каньйон в районі села Нижнів Івано-Франківської області і тягнеться аж до Хотина Чернівецької області через чотири райони Тернопільської області – Монастириський, Бучацький, Заліщицький та Борщівський. По всій своїй довжині, а це близько 250 км,

Дністровський каньйон утворює десятки меандр – колоподібних вигинів річища Дністра. Тож ця місцевість є досить популярною для таких видів спорту, як: рафтинг, сплави на катамаранах, рафтах, байдарках і каяках [3].

На Тернопільщині проводять чемпіонати світу з водно-моторного спорту, що проходять на тернопільському ставі, а також змагання на човнах-драконах. Додатково на ставку займаються віндсерфінгісти, веслувальники тощо. Пляжний волейбол є невід’ємною частиною курортних зон на берегах Дністра, але для жителів Тернопільщини це не лише пляжний відпочинок. Волейбол в Тернополі такий же популярний як і водний спорт. Тут проводять всеукраїнські турніри з пляжного волейболу, як жіночі, так і чоловічі. Існують турніри для дітей з інвалідністю та турніри серед ветеранів.

Серед видів спортивного туризму, популярних на Тернопільщині, виокремлюють гандбол, баскетбол, футбол, теніс та ін. Місцева влада сприяє розвитку спорту у регіоні, саме тому обласний центр обладнаний сучасними спортивними майданчиками, баскетбольними та футбольними полями, полями для гри у теніс. Очікується відкриття спортивного центру в м. Тернопіль та ще 24 додаткові спортивні майданчики [11]. На Тернопільщині існують ресурси для розвитку зимових видів спорту, діє єдина в Україні санна траса, працюють комплекси трамплінів у Кременецьких горах. Всі вони дають базу для розвитку санного спорту, сноубордингу, біатлону, фігурного катання тощо. Скелелазіння в області представлено у всіх проявах:

- боулдерінг – лазіння по валунах висотою 2–4 м без мотузки;
- спортивне лазіння – лазіння підготовленими трасами на складність з мотузкою;
- традиційне лазіння – лазіння скельними трасами з мотузкою з облаштуванням власних точок проміжного страхування;
- скельні сходження – сходження на скельні стіни та гори.

Дякуючи скельному тренажеру, лазити можна цілий рік. Альпінізм та мандрівки горами реалізуються в окремих проектах з власних ініціатив області [9].

Аналізуючи інфраструктурне облаштування міста та області, треба відмітити, що Тернопільщина є важливим залізничним вузлом. З обласного центру курсують потяги в напрямку Львову, Хмельницького, Чорткова, Рогатина. Автовокзал міста забезпечує сполучення з Києвом, окремими обласними центрами України, райцентрами та іншими населеними пунктами області. У Тернополі є також автостанція, яка надає автобусне сполучення

приміським населеним пунктам. Сьогодні з Тернополя курсують автобуси до Варшави, Вроцлава, Жешува (Польща), Праги (Чехія), Мюнхена (Німеччина), Бреста (Білорусь), Кишинева (Молдова), Москви (Росія) та інших міст. В Тернополі працює аеропорт, що має статус «міжнародного», але за низки причин він приймає лише чартерні рейси [10].

Підводячи підсумки, необхідно сказати, що Тернопільщина – край з досить багатими природними ресурсами. Він володіє унікальними природними ресурсами, утримує досить велику кількість пам'яток культури та історії, має зручну інфраструктуру та розвинену мережу закладів ресторанно-готельного типу. Область налічує достатню кількість спортивних споруд для розвитку спортивного туризму та представлення досягнень на міжнародних змаганнях.

Говорячи про представлення туристичного продукту спортивного туризму Тернопільської області на міжнародному ринку необхідно визначити поточний стан цієї туристичної дестинації та продукт, який вона пропонує туристам міжнародного рівня [2]. При цьому доцільно використати SWOT-аналіз. Він є основою для оцінки конкурентної позиції області, визначаючи її сильні сторони, слабкі сторони, можливості та загрози.

Серед сильних сторін Тернопільської області необхідно згадати унікальні природні ресурси світового рівня. До них можна сміливо віднести такі унікальні природні об'єкти як печера Оптимістична, Вертеба, Озерна, Нагірнянська, які роблять Тернопільську область привабливим місцем для спелеотуризму. Річка Дністер та її затоки – Золота Липа, Коропець, Стрипа, Джурин, Серет, Нічлава, Збруч дають можливість розвитку водного туризму на території області [6].

До унікальних природних ресурсів, що сприяють розвитку спортивного туризму, також, слід віднести Дністровський каньйон, Товтри та Кременецькі гори. Окрім природних ресурсів до сильних сторін області потрібно віднести налагоджену транспортну систему. Тернопільська область знаходиться на перетині транспортних магістралей, вона займає важливе місце у транспортній системі України. Також, до особливостей території слід віднести систематичне проведення спортивних змагань, олімпіад, конкурсів, матчів з футболу, баскетболу та волейболу. Однією з сильних сторін туристичної дестинації області є відсутність надмірної завантаженості території туристичними потоками, що підсилює ефект унікальності даної території та робить її ще більш привабливою для туристів [8].

Слабкі сторони розвитку спортивної туристичної дестинації Тернопільщини полягають у недостатньому розвитку ресторанно-готельної індустрії. Слід відмітити незадовільний стан устаткування готельної індустрії, відсутність на території дестинації п'ятизіркових готелів та готелів класу «люкс», а також закладів харчування, які б пропонували різні види сучасної кухні, що відповідає світовим стандартам [8]. До слабких сторін слід віднести і відсутність кваліфікованого персоналу у сфері гостинності та туризму, менеджерів з туризму, гідів, екскурсководів та відсутність достатнього досвіду для обслуговування туристів міжнародного рівня, наявність мовного бар'єру у спілкуванні та ін.

Незадовільна робота системи туристичної безпеки є ще однією із слабких сторін розвитку спортивної туристичної дестинації Тернопільщини. В області не приділяється належна увага та не приймаються міри для забезпечення функціональності безпеки засобів розміщення і транспорту, безпеки харчування, безпеки дозвілля, безпеки в рекреаційних комплексах та туристських центрах. Слабкий рівень інформаційного забезпечення, що гальмує процес просування туристичного продукту спортивного туризму на міжнародний ринок та не дає можливості іноземному туристу дізнатися про туристичний продукт також є доволі слабкою стороною розвитку області. До слабких сторін відноситься незадовільний стан спортивного обладнання та оснащення, туристичних маршрутів, спортивних закладів тощо.

Щодо можливостей просування туристичного продукту спортивного туризму важливо сказати, що Тернопільська область має об'єкти для розвитку та просування одразу декількох видів спортивного туризму, а зацікавленість місцевої влади у його розвитку відкриває широкі можливості розвитку туристичної дестинації. До них слід віднести можливість проведення на території області масштабних спортивних подій міжнародного значення. Поточний стан туристичної дестинації Тернопільщини надає можливості для впровадження інноваційних технологій як у сфері гостинності, так і в індустрії спортивного туризму, можливості застосування новітнього обладнання для спортсменів, встановлення інноваційних медійних пристроїв для транслявання матчів та інших заходів, що значно підвищить туристичний інтерес до дестинації [7].

До можливостей регіону слід також віднести розвиток малого та середнього бізнесу в галузі просування туристичного продукту спортивного туризму, відкриття нових закладів розміщення та харчування, туристичних бюро, магазинів спортивного обладнання, прокату спортивної техніки тощо, що в свою чергу може вирішити проблему безробіття в регіоні.

Проаналізувавши стан ринку спортивного туризму Тернопільської області необхідно відмітити цілий ряд загроз і проблемних моментів його розвитку. Серед них: недостатня конкурентоспроможність цілого ряду продуктів; неутримання ринку; низький платоспроможний попит на продукт спортивного туризму; збитковість деяких проектів; зростання незацікавленості у продукті серед широких верств населення; неготовність дестинації приймати гостей міжнародного класу.

Діяльність направлена на просування туристичного продукту спортивного туризму Тернопільської області має передбачати ліквідацію певних негативних наслідків на території проведення спортивно-туристичних заходів. Масовий туризм, у зв'язку з просуванням нового туристичного продукту на ринок, може часто завдавати шкоди навколишньому середовищу, посилюючи її забруднення, підвищуючи ризики лісових пожеж тощо. Навіть якщо туристи поведуться відповідально, зростання їх кількості може призвести до перевантаження екосистеми та загострення екологічної ситуації.

Зважаючи на досвід інших країн у багатьох дестинаціях спортивного туризму відходи, залишені туристами, впливають на санітарний стан природних водних об'єктів та джерел підземних вод, а також на стан ґрунту, рослинності та якості повітря. Такий вплив на територію може стати серйозною проблемою. Можливі наслідки впливу на природне середовище вказані в таблиці 1.

Таблиця 1

Наслідки розвитку туристичної діяльності (за матеріалами [2])

| Складові природного середовища | Наслідки впливу на складові природного середовища |
|---------------------------------------|---|
| елементи живої природи | скорочення ареалів проживання диких тварин, зменшення видового різноманіття рослин і тварин, погіршення екологічних умов їх перебування |
| водні ресурси | зміни характеристик берегової лінії, зміни властивостей поверхні покриття, підвищений ступінь седиментації та мутності, зміни органічного складу |
| рослинність | зниження щільності рослинного покриву, зміна видового складу, зміна вертикальної структури, зміна просторового розподілу, зміна характеристик окремих рослин |
| ґрунти | втрати поверхні гумусових горизонтів, зниження кількості пор, модифікація ґрунтової хімії, порушення вологості та температури ґрунту, модифікація складу мікроорганізму |

Деякі види спортивного туризму є потенційно небезпечними для природних водних об'єктів. Серед них найбільшої школи може заподіяти використання моторних човнів, що може призвести до ерозії пляжів і берегових ліній, поширення водоростей, хімічного забруднення, мутності мілководних територій.

Діяльність спортивного туризму на території Тернопільської області може справляти негативний вплив на видовий склад рослин. Особливо страждає рослинність нижчих рівнів, що майже завжди призводить до зменшення видового різноманіття. Втрата деяких видів можлива після цільового збирання та копання рослин, після розташування наметових таборів, прокладання туристичних стежок тощо. Перевищення гранично допустимих навантажень на зони активного спортивного туризму в кінцевому підсумку призводить до відмирання частини природних комплексів, втрати їх здатності до самовідновлення. На жаль, ця проблема стосується унікальних природних об'єктів, що цікавлять багато туристів. Як результат, ці місця швидко втрачають естетичну привабливість, жага до здійснення активної спортивної діяльності природним чином зменшується [4].

Проведення спортивних туристичних подій також має свої наслідки для стану навколишнього середовища. За рахунок очікування масових з'їздів туристів для участі в спортивних подіях, виникає необхідність відбудови та удосконалення спортивних споруд, арен, стадіонів, що вимагає значних інвестицій, які можна з більшою ефективністю витратити на інші більш значущі галузі, такі як охорона здоров'я та освіта, розвиток транспортної системи.

Відсутність узгодженої, висококваліфікованої та компетентної системи заходів для реалізації українського туристичного продукту спортивного туризму на світовому ринку, також дає відчутні негативні результати на Тернопільщині. Проблеми виникають в основному з рекламою туристичного продукту, оскільки за кордоном дуже важко отримувати інформацію як щодо України, так і її туристичних послуг [5].

Висновки. Наслідки просування туристичного продукту спортивного туризму Тернопільської охоплюють собою ряд чинників, які впливають на стан території, природних ресурсів, економіки регіону та інфраструктури за умов різкого збільшення чисельності туристів та зосередженості уваги на продукті.

1. Заставецька О.В. Географія Тернопільської області : навч. посіб. / О.В. Заставецька, Б.Г. Затавецький, Д.В. Ткач. – Тернопіль : Підручники і посібники, 2001. – 304 с.
2. Заставецька О.В. Комплексний економічний і соціальний розвиток території : теоретичні і методичні основи дослідження : монографія / О.В. Заставецька. – Тернопіль, 1997. – 233 с.
3. Заячківська Г.А. Маркетинг міжнародних туристичних послуг : монографія / Г.А. Заячківська. – Тернопіль : Економічна думка ТНЕУ, 2011. – 394 с.
4. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні / В.Ф. Кифяк. – Чернівці : Книги–ХХІ, 2003. – 300 с.
5. Кузнецова Н.М. Регіональний вимір розвитку туристичного та готельного бізнесу : монографія / Н.М. Кузнецова, С.Г. Нездоймінов. – Одеса : Астропринт, 2010. – 256 с.
6. Любіцева О.О. Етнокультурні традиції природокористування як ресурс рекреаційно-туристичної діяльності / О.О. Любіцева // Вісн. Київського нац. ун-ту ім. Т. Шевченка. Сер. Географія / відп. ред. Я.Б. Олійник. – 2007. – С. 11–12.
7. Миронов Ю.Б. Використання маркетингу у сфері туризму / Ю.Б. Миронов // Молодь і ринок. – 2002. – № 1. – С. 57–60.
8. Програма розвитку туризму в Тернопільській області на 2009–2012 роки. – Тернопіль, 2008. – 67 с.
9. Спортивний туризм : інформ.-метод. зб. // Федерація спортивного туризму України. – 2008. – № 25. – С. 8.
10. Тернопільська область. Атлас туриста : туристичний атлас / ред.-упоряд. Г.М. Кучеренко. – К. : Бліц-Принт, 2010. – 48 с.
11. Федерація спортивного туризму України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.fstu.org.ua.

Клименко В.Г., Микалюк Л.В., Пересадько В.А., Прасул Ю.І.

МОЖЛИВОСТІ РОЗВИТКУ СПОРТИВНОГО ТУРИЗМУ НА РІВНИННИХ ТЕРИТОРІЯХ (НА ПРИКЛАДІ ЗАПОРІЗЬКОЇ ОБЛАСТІ)

Актуальність. Невід’ємною частиною людського життя є відпочинок. У будь-які часи та на будь-якій території найкращим способом відпочинку є туризм, а саме активні подорожі. Із сучасною геополітичною ситуацією дуже скоротилась кількість проведення походів на території півострова Крим, що призвело до зменшення туристичних регіонів, де можна проводити спортивні походи. При цьому і надалі найбільш популярним спортивно-туристичним регіоном країни залишаються Українські Карпати. Вважають, що спортивні походи можуть проводитись на території з чітко вираженим рельєфом (горами). Результати даної роботи спростовують цей факт, що є вирішенням проблеми розвитку спортивного туризму в сучасних геополітичних та економічних умовах.

Вивченість у науковій літературі. Питанню розвитку спортивного туризму приділялася у науковій літературі досить значна увага. Є навчальна література [1, 6, 7, 8], наукові монографії [2, 4], дисертаційні роботи [3, 5]. Але питання можливостей і перспектив розвитку спортивного туризму на рівнинних територіях і досі залишається дискусійним.

Мета роботи – дослідити та проаналізувати природні ресурси та умови Запорізької області, що є основою для розвитку спортивного туризму.

Виклад основного матеріалу. Спортивний туризм – різновид туризму, метою якого є подолання певного відрізка земної поверхні, який називають маршрутом. Він представляє собою неолімпійський вид спорту, що має свою систему правил, які у нашій країні укладаються Федерацією спортивного туризму України. У цих правилах повністю прописаний теоретичний апарат спортивного туризму. Шандор Ф.Ф. [8] навів основну класифікацію спортивного туризму (за способом пересування), що є загальноприйнятою. Другим основним показником класифікації спортивного туризму виступає віково-соціальна ознака. Разом вони відіграють головну роль при виборі маршруту подорожі та рівня його складності.

Спортивні туристичні походи перш за все спираються на природні ресурси району прокладання нитки маршруту, бо спортивна складова визначається складністю подолання різних локальних або протяжних перешкод. Інші туристичні ресурси (історико-культурні, інфраструктурні) мають невагомий вплив на побудову та складність маршрутів, тому увагу ми звернули на аналіз та оцінку саме природних ресурсів Запорізької області.

Природні ресурси та умови є базою для визначення перешкод на туристичній нитці маршруту, що підтверджує його категорійність. Для більшості видів походів (пішохідний, гірський, велосипедний, спелеотуризм та ін.) орографічні ресурси території є технічною складовою. Для водного та вітрильного маршруту походів значну роль відіграють гідрологічні ресурси. На технічну складову лижних походів впливають найбільше кліматичні умови території.

Природні ресурси та умови не тільки впливають на складність маршруту, але безпосередньо впливають на туристичну діяльність. Перш за все, вони мають важливий вплив на життєдіяльність туристів у поході та їх морально-психологічний стан. Велике значення під час походу має спостереження за навколишнім середовищем, гармонійне поєднання людини з природою.

Серед природних умов та ресурсів, що виступають основою для спортивно-туристичних походів, головними є: орографічні, кліматичні, гідрологічні, лісові.

Орографічні ресурси мають безпосередній вплив на складність маршруту, яка збільшується зі збільшенням перепаду висоти на місцевості по нитці туристичного походу. Дослідивши рельєф території Запорізької області, можна сказати, що найбільш сприятливою є східна частина області, яка відноситься до Приазовської височини. Необхідно також зауважити, що північна частина Запорізької області є сильно розчленована і має дуже розгалужену яружно-балкову систему. Цей регіон теж є сприятливою територією для проведення спортивно-туристичних походів. Відповідно, за орографічними характеристиками серед районів області можна позитивно виділити Розівський, Більмацький, Бердянський, Вільнянський, Запорізький, Чернігівський та Василівський. Найбільш вирівняними районами в орографічному аспекті є західні райони області, а саме: Білозерський, Веселівський, Михайлівський, Якимівський. Навіть невеликий перепад висот, що зустрічається на території області, позитивно відображається на характеристиках тренувальних (ступеневих) походів для підготовки туристичної групи.

Кліматичні умови території походу безпосередньо впливають на здоров'я та психологічний стан туристичної групи, а також на складність маршруту. Клімат Запорізької області можна віднести до помірно-континентального з вираженими посушливо-суховійними явищами. Однак серед степових регіонів України область відрізняється найбільшою м'якістю клімату, що пов'язано з близькістю її до Азовського моря. Кліматичні умови визначають сезонність проведення походів. Найкращим для проведення туристичних походів на досліджуваній території є період з середини квітня до початку листопада. Саме в цей період встановлюється оптимальна температура для того, щоб нормально було ночувати у наметах. Але необхідно зазначити, що в літні місяці вдень встановлюється дуже висока температура та посушлива погода через сильні східні вітри. Тому в літні місяці, особливо в липні та серпні, слід зменшити кількість походів або дуже ретельно підготувати туристичну групу, як в технічному відношенні, так і в моральному.

На території Запорізької області можна проводити більшість ступеневих походів, що є тренувальними. Діти, що входять до туристичної групи, лише пристосовуються у таких подорожах до ночівлі в наметі, тому краще, щоб була температура не нижче +10°C. Також клімат району подорожі впливає на безпосередню підготовку туристичної групи, бо в залежності від пори року змінюється перелік технічного групового і особистого спорядження. На досліджуваній території основна кількість опадів випадає в теплий період, особливо спостерігаються зливові дощі на початку та в середині червня. Тому, залежно від погодних умов (випадання дощів) туристична група повинна мати допоміжне спорядження у вигляді запасних дощовиків, загальних тентів від дощу, подвійних наметів, що більш важкі, другої ходової пари взуття тощо. Усе це збільшує вагу рюкзака на 5–7 кг. Необхідно зазначити, що вітровий режим так само впливає на спорядження туристичної групи (вітровий костюм, додаткові розтяжки на намет, теплі речі на ніч та інше додаткове групове спорядження), але при цьому вага збільшується всього на 3–4 кг.

Гідрологічні ресурси є основним джерелом життєдіяльності учасників кожного походу, а для певних видів походів виступають основою пересування туристичної групи. Особливе значення серед поверхневих вод у регіоні мають річки басейнів Дніпра й Азовського моря. Найбільш бідна річками південно-західна частина приазовських степів. Озера, ставки, невеликі водосховища під час походу використовуються у гігієнічних цілях. Із великих водосховищ Запорізької області для побудови маршрутів водних походів використовується лише Каховське водосховище. Зазвичай, водні походи проходять по акваторії Каховського водосховища та річки Дніпро разом, бо ці водні об'єкти дають можливість проводити водні походи навіть І категорії складності. Водосховища, що знаходяться на інших річках, наприклад, Берда, Кінська, також нерозривно використовуються з річками, на яких вони побудовані, під час здійснення ступеневих водних походів.

Загальна характеристика гідрографічної мережі Запорізької області показала, що водні ресурси є обмеженими для розвитку водного спортивного туризму. Використання їх для організації дозвілля під час пішохідних, велосипедних та інших видів є більш широким. У такому аспекті вони придатні для організації купання, рибальства. На території дослідження можна проводити водні походи до першої категорії. Найбільше у водних

походах використовується річка Дніпро та Каховське водосховище. Саме їх характеристики роблять можливим прокладання маршруту першої категорії складності в межах області. Середні річки (Молочна, Гайчур і Конка), а також річки Берда та Обитічна можна використовувати у ступеневих водних краєзнавчо-спортивних походах. Необхідно зауважити, що водні походи на території Запорізької області проводяться лише на певних ділянках цих річок, де вони мають найбільшу ширину.

За нормативами нитка маршруту водних походів може проходити на морі. На сьогодні в акваторії Азовського моря в межах Запорізької області не проходять спортивно-туристичні походи, що можна розглядати як перспективні напрями спортивного туризму. На Азовському морі можна розвивати водний спортивний та вітрильний види туризму, що вимагають особливих характеристик, а саме великого відкритого водного простору.

Особливе значення під час підготовки маршрутів відводиться інформації про питну воду та наявність населених пунктів по маршруту. У степовій місцевості дуже рідко зустрічаються питні джерела води. Переважна більшість маршрутів походів різних видів спортивного туризму, що здійснюються на території Запорізької області, побудована саме за принципом її наявності на маршруті. Більшість ночівель встановлюються біля населених пунктів. Також існують обладнані колодязі з питною водою поза населеними пунктами, що приурочені до сільськогосподарських ферм чи польових станів.

Найбільш сприятливі гідрологічні умови для організації водного спортивного туризму мають такі райони, як Бердянський, Приморський, Приазовський, Якимівський, Кам'яно-Дніпровський, Василівський, Запорізький, Вільнянський. До категорії районів з середньою забезпеченістю відносимо Мелітопольський, Токмацький, Чернігівський, Пологівський, Більмацький, Гуляйпільський, Оріхівський райони Запорізької області. Низькою сприятливістю характеризуються Михайлівський, Веселівський, Білозерський, Новомиколаївський, Розівський райони Запорізької області.

Лісові ресурси впливають на життєдіяльність туристів у поході, складність маршруту, швидкість пересування групи на маршруті. Остання характеристика не є суттєвою при проходженні маршрутів у межах Запорізької області в силу обмеженості лісових площ.

Ще однією складовою при виборі нитки маршруту, а також проходженні походу, є природно-заповідний фонд області, який здебільшого представлений саме природними об'єктами, що на своїй території мають представників рідкісної рослинності. Більшість об'єктів мають місцеве значення, тому можуть залучатися до складання нитки маршруту. Найбільш цінними є НПП «Великий Луг», НПП «Приазовський», ПЗ «Кам'яні могили». Таким чином, до районів, найбільш забезпечених об'єктами природно-заповідного фонду, віднесемо Бердянський, Якимівський, Приморський, Приазовський райони Запорізької області. Найменш забезпеченими районами є центральні райони області, а саме Токмацький, Чернігівський, Пологівський, Михайлівський, Веселівський райони Запорізької області.

Усі вище названі природні ресурси та умови безпосередньо впливають на спортивну складову походів. Виходячи із загальної сприятливості кожної з них, визначено комплексну сприятливість природних умов і ресурсів Запорізької області, що визначають розвиток спортивного туризму – орографічних, водних та лісових ресурсів. У межах Запорізької області, відповідно до оцінених природних ресурсів та умов, може розвиватися спортивний туризм. Територія області може використовуватись під час проведення пішохідних, водних, вітрильних та велосипедних спортивних походів. Щодо складності, то орографічні та водні ресурси Запорізької області дозволяють проводити ступеневі походи та походи першої категорії складності.

Висновки. Найголовніше значення серед природних ресурсів мають орографічні, водні, кліматичні природні умови, що безпосередньо впливають на спортивну складову походів. Серед природних умов та ресурсів Запорізької області, найкращім є забезпечення водними та орографічними ресурсами. Гірше – кліматичними (обмежують видове різноманіття) та лісовими ресурсами. За загальною сприятливістю природних умов для розвитку спортивного туризму позитивно виділяються Більмацький, Вільнянський, Запорізький, Василівський та Мелітопольський райони області. Найменш придатними для розвитку спортивного туризму за природними умовами є Михайлівський та Веселівський райони Запорізької області (рис. 1).

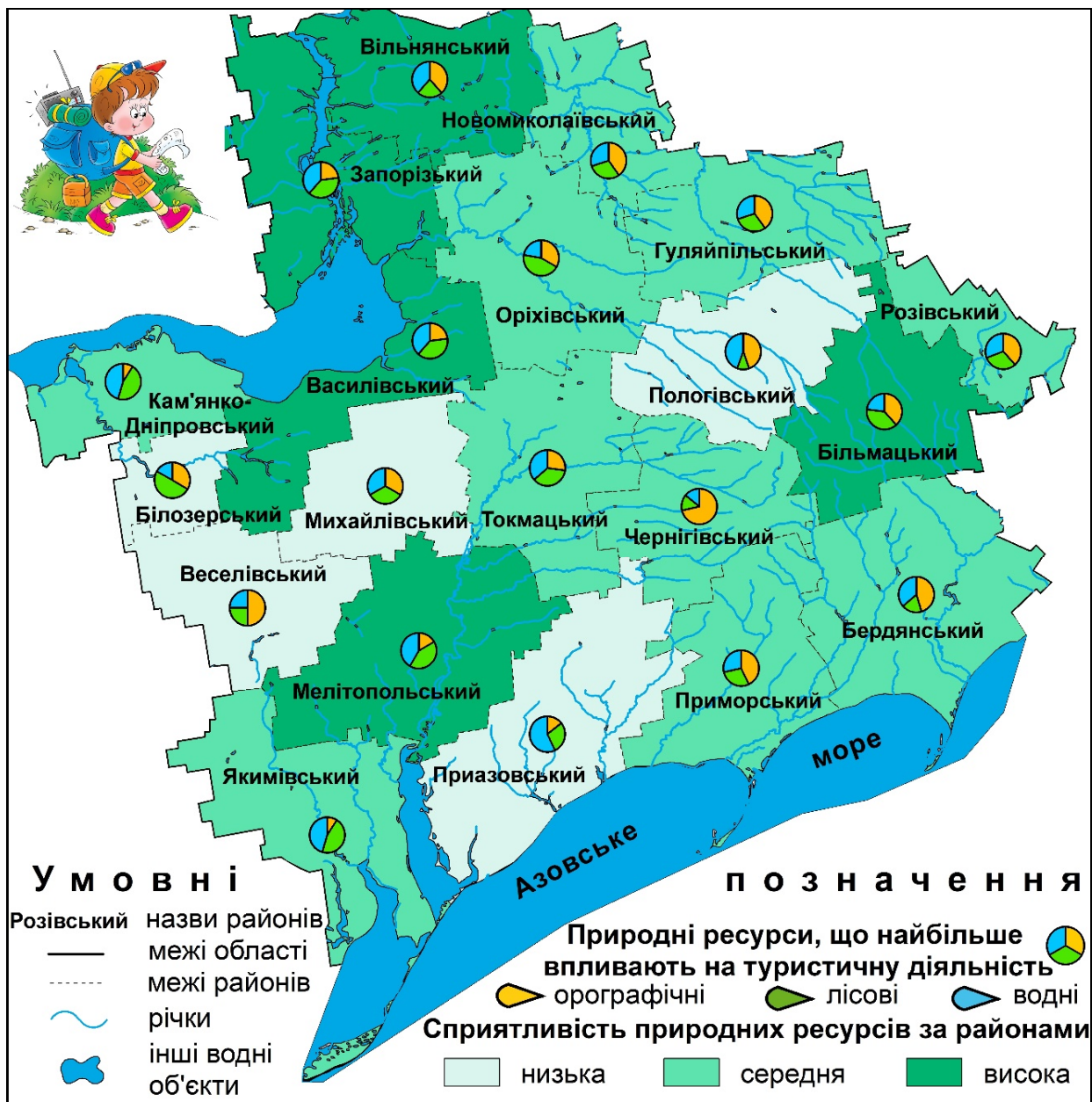


Рис. 1. Загальна сприятливість природних ресурсів Запорізької області для розвитку спортивного туризму

Для розвитку спортивного туризму, необхідна територія, що має природні умови та ресурси, які не обов'язково мають значну складність природних перешкод. Тому можна сказати, що спортивний туризм можна розвивати на рівнинних територіях, проводячи ступеневі походи та походи І категорії складності.

1. Грабовський Ю.А. Спортивний туризм : навч. посіб. / Ю.А. Грабовський, О.В. Скалій, Т.В. Скалій. – Тернопіль : Навчальна книга-Богдан, 2009. – 304 с.
2. Колотуха О.В. Геопросторова організація спортивного туризму : монографія / О.В. Колотуха. – Кіровоград : Александрова М.В., 2015. – 448 с.

3. Колотуха О.В. Геопросторова організація спортивного туризму: теорія і практика суспільно-географічного дослідження : автореф. дис. ... д-ра географ. наук : 11.00.12 – економічна та соціальна географія / Олександр Васильович Колотуха. – Одеса, 2016. – 40 с.
4. Колотуха О. Спортивні рекреаційно-туристські ресурси України / Олександр Колотуха. – К., 2006. – 207 с.
5. Ларионов А.М. Практическая подготовка студентов по спортивному туризму в вузе : автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.08 / Антон Михайлович Ларионов. – Москва, 2006. – 26 с.
6. Тимошенко Л.О. Спортивний туризм : навч. посіб. [для студ. вищ. навч. закл. фіз. виховання і спорту] : у 2 ч. / Л.О. Тимошенко, К.В. Лабарткава ; за наук. ред. І. Волошина. – Львів : ЛДУФК, 2012. – Ч. 1. – 150 с.
7. Федотов Ю.Н. Спортивно-оздоровительный туризм / Ю.Н. Федотов, И.Е. Востоков. – М., 2004. – 330 с.
8. Шандор Ф.Ф. Сучасні різновиди туризму : підручн. / Ф.Ф. Шандор, М.П. Кляп. – К. : Знання, 2013. – 334 с.

Мезенцева І.В., Ольхова-Марчук Н.В.

ТУРИСТИЧНА ПРИВАБЛИВІСТЬ КІВЕРЦІВСЬКОГО РАЙОНУ

Актуальність. Туристична привабливість території входить до структурних елементів рекреаційно-туристичної дестинації. Під туристичною привабливістю території розуміють всі туристичні ресурси, які приваблюють своїми якостями й властивостями туристів, захоплюють їх і спонукають до відвідування заданої території. Необхідність вивчення туристичної привабливості території щодо здійснення рекреаційно-туристичної діяльності є надзвичайно актуальним. Ківерцівський район Волинської області характеризується вдалим поєднанням природних рекреаційних ресурсів та унікальною історико-культурною спадщиною.

Вивченість у науковій літературі. Туристично-рекреаційний потенціал Волинської області та її районів досліджено в працях Л.М. Черчик, О.В. Міщенко, І.В. Єрко, Н.В. Чир, З.К. Карпюк, О.В. Антипюк, О.Л. Димшиць, Л.К. Колошко, Р.Є. Качаровський та ін.

Мета статті – полягає у вивченні туристичної привабливості Ківерцівського району Волинської області шляхом аналізу природних рекреаційних ресурсів та історико-культурних об'єктів.

Виклад основного матеріалу. Ківерцівський район утворений 27 січня 1940 р., однак у сучасних межах існує з 8 грудня 1966 р. Район розташований на південному сході Волинської області і межує на півночі з Маневицьким,

на заході – з Рожищенським, на південному заході – з Луцьким районами та на півдні і сході – з Рівненською областю. Територія району становить 1414 тис. км² (7% території області). Загальна кількість жителів (станом на 01.01.2018) сягає 63,9 тис. осіб, з яких більшість – сільське населення (62,7%). Густота населення – 45,2 осіб/км². В адміністративному відношенні район охоплює 75 населених пунктів, зокрема: одне місто – Ківерці – адміністративний центр, два селища міського типу – Цумань та Олика і 73 села [1].

Ківерцівський район володіє значним туристично-рекреаційним потенціалом для організації відпочинку та оздоровлення, в'їзного та внутрішнього туризму, екскурсійної діяльності [6].

Клімат району помірно-континентальний: зима м'яка з нестійкими морозами, літо тепле, нежарке. Середньорічні температури липня +18°C, січня -8°C. Кількість опадів: 540–560 мм. Погода на початку весни і пізньої осені не сприятлива для рекреаційної діяльності і не забезпечує можливості тривалого відпочинку на повітрі. Сприятливий період для організації всіх видів відпочинку в теплу пору року триває 150–155 днів. Утворення стійкого снігового покриву відмічається в другій-третьій декаді грудня. Середня висота снігового покриву коливається від 10 до 15 см. Сприятливий період для організації зимових видів туризму і відпочинку в холодний період триває в середньому 50 днів. Кліматичні умови і ресурси досить сприятливі для здійснення рекреації і туризму упродовж року [6].

Рельєф району переважно рівнинний. Понад 70% території знаходиться в межах Поліської низовини, лише південна та південно-західна його частина лежить на хвилястому Волинському плато. Такі орографічні туристичні ресурси придатні для велотуризму, пішохідного туризму тощо.

Рекреаційне значення мають водні ресурси району. На території району знаходиться 9 озер (43 га), 73 ставки, також протікає 13 річок, найбільші з них: Путилівка (47,4 км), Кормин (39 км), Конопелька (37,8 км). Температура води в переважній більшості озер стає придатною для відкриття купального сезону з другої декади червня. Триває купальний сезон в середньому 80 днів. Водні ресурси району можуть служити основою для створення рекреаційних зон короткочасного відпочинку, розвитку водного туризму [2].

Лісові ресурси займають провідне місце в структурі природно-рекреаційного потенціалу району і можуть задовольняти різноманітні потреби рекреантів у короткотривалому, довготривалому відпочинку,

лікуванні та оздоровленні. Загальна площа лісового фонду Ківерцівського району складає 62,6 тис. га (44,3%). Ліси представлені переважно хвойними породами з домішкою дуба. Велике рекреаційне значення має здатність такого лісу виділяти кисень і фітонциди та поглинати вуглекислий газ. Фітонцидні якості насаджень забезпечують зниження кількості бактерій і мікробів в лісовому повітрі, покращують санітарно-гігієнічні умови відпочинку. Ліси району багаті на гриби, ягоди та лікарські рослини, їх збирання, особливо міськими жителями, розцінюється як один з найпривабливіших і корисних видів відпочинку [6].

В межах Ківерцівського району знаходиться 54 природоохоронних об'єкти загальною площею 55397,8 га (39,2%). Серед них виділяють 4 об'єкти загальнодержавного значення: НПП «Цуманська Пуща» (33475,3 га), заказник «Кормин» (549 га), ботанічний заказник «Воротнів» (600 га), пам'ятка природи «Горинські крутосхили» (30 га) та 50 об'єктів місцевого значення (20743,5 га). У межах НПП «Цуманська Пуща» зосереджено значну рекреаційну діяльність, розроблено шість веломаршрутів протяжністю 25–60 км, два водних маршрути: «По річці Путилівці» та «До Горинських крутосхилів», пішохідний маршрут «До Городищенських дубів», дводенний пішохідний маршрут від смт Цумань по старій вузькоколії на Чортове болото далі через річку Кормин на с. Берестяне протяжністю 40 км, кінний екотуристичний маршрут від с. Котів на урочище Чисте болото протяжністю близько 15 км, автомаршрут «Довкола Цуманської пущі». Маршрути пролягають цікавими місцями природи, поблизу історико-культурних пам'яток та об'єктів природо-заповідного фонду [5].

Ківерцівський район є перспективним і для розвитку санаторно-курортного лікування, оскільки в с. Журавичі, с. Сильне та с. Грем'яче виявлені лікувально-торфові грязі та мінеральні води [2]. Так, поблизу с. Грем'яче, у сосновому бору НПП «Цуманська Пуща», на березі великого водного плеса, в екологічно чистій зоні функціонує санаторій матері і дитини «Пролісок». Санаторій має власне джерело хлоридно-натрієво-бромної мінеральної води «Проліскова». Сучасне медико-діагностичне обладнання створює всі умови для надання лікувально-оздоровчих послуг, лікування та профілактики хвороб опорно-рухового апарату, ендокринної та нервової системи, захворювань органів травлення та дихання [5].

Поблизу с. Журавичі вже понад 15 років як занедбаний санаторій «Журавка» на території якого знаходиться унікальне родовище торфової грязі та мінеральних вод, збагачених радоном. Радонова вода – аналог води, що є в бальнеологічному курорті Хмільнику, що на Вінниччині, і, яка лікує хвороби опорно-рухового апарату (ревматизм, поліартрит, захворювання хребта тощо). На території занедбаного закладу є декілька свердловин, вода з яких може використовуватися як мінеральна для внутрішнього вживання, при гастроентерологічній патології, гастритах, а також при захворюваннях шкіри та органів дихання [2].

В с. Жабка в зоні соснового лісу знаходиться санаторій для дітей з батьками «Дачний», який спеціалізується на дитячих хворобах нервової системи. Основними напрямками роботи закладу є: медико-соціальна реабілітація дітей з порушенням фізичного та психічного розвитку, психологічна і логопедична допомога дітям і сім'ям, корекція порушень моторики і опорно-рухового апарату. Крім того, в Ківерцівському районі розташовані бази відпочинку для дітей: в с. Дачне – дитячий оздоровчий табір «Світанок» та база-табір «Авангард», в с. Озеро – бази-табори «Берізка» та «Радість» [4].

У селах району Грем'яче, Жидичин, Кульчин, Залісоче, Дідовичі, Озеро, Холоневичі, Хорлупи, Берестяне розвивається сільський зелений туризм. Тут функціонує понад 20 агросадиб [2].

Візитною карткою району залишаються народні промисли – писанкарство (с. Тростянець), столярство (с.мт Цумань), бондарство (сіл Городище, Хопнів), ткацтво, ковальство (с. Хопнів), гончарство (с. Кульчин) та різьба по дереву (м. Ківерці), осередки вишивання в селах Холоневичі, Журавичі, Скреготівка, Ромашківка та м. Ківерці [4].

За даними Управління культури Волинської ОДА історико-культурні туристичні ресурси Ківерцівського району нараховують 47 пам'яток історії і культури, 33 пам'ятки архітектури та містобудування, з яких 20 – національного значення, 14 пам'яток археології та 4 пам'ятки монументального мистецтва [1].

Особливої уваги заслуговує древнє смт Олика, яке називають волинським Версалем. Історія Олики тісно пов'язана з литовським магнатським родом Радзивіллів. Століття тому це місто було одним з найбагатших на Волині: тут проходив транскордонний шлях з Азії в Європу.

На території селища знаходиться найдавніша споруда католицизму Волині – храм Петра і Павла 1450 р., могутній оборонний замок 1564 р. і величний Свято-Троїцький костел 1640 р. [3].

Костел св. Петра і Павла було побудовано найімовірніше у 1450 р. або 1460 р. Петром Яновичем Білим з роду Монтигердовичів. У 1920 р. костел був пошкоджений під час боїв польської армії з більшовиками, проте невдовзі відновлений. У 1944 р. храм був зачинений через відсутність прихожан. Тривалий час приміщення знаходилося в занедбаному стані. У 1963 р. постановою ради Міністрів споруда була визнана пам'ятником архітектури. В 1973 р. приміщення було передано в користування обласній психлікарні, 1991 р. – повернуто громаді [3].

Олицький замок Радзивілів – це замок у Волинській області з більш ніж 500-річною історією. Засновником замку вважається князь Микола Радзивілл Чорний. Прямокутний замок із прибудовами навколо кутів – бастіонами, дозволяв успішно обстрілювати місцевість перед укріпленням. Будівництво замку було закінчено 1564 р. Після завершення будівництва, незважаючи на високу оборонну міць замка, роботи по його зміцненню тривали ще довгі роки. УВ 1630–1640 рр. Альбрехт Станіслав Радзивілл доповнив замок системою укріплень, що включала в себе мури та в'їзні вежі. Останніх існувало три: Метеленська, Заворотська (Дубенська), Залісоцька (Луцька). Мури повинні були захистити міське населення перед зовнішніми загрозами, зокрема татарською, а також допомогти контролювати доступ на територію міста у мирний час.

У 1640 р. було завершене вікове будівництво замку. Він став зразком для будівництва замків подібного типу. За всю історію замок витримав не одну ворожу облогу, але, незважаючи на важкі ушкодження, взятий не був.

У середині XVIII ст. основна частина замку була перероблена на новітній палацовий комплекс, а фортифікаційні споруди навколо замка, зокрема мури з баштами та брамами, втратили своє первісне значення. У XIX ст. вали були остаточно зриті, залишилися тільки в одному місці. Зараз мури оточують територію костелу св. Трійці. До нашого часу збереглася тільки Луцька вежа та частина прилеглої до неї стіни [3].

Ще за радянських часів у чотирьохсотлітню будівлю замку заселили пацієнтів психіатричної лікарні, яка діє й донині.

Поряд із замком Радзивіллів розташований Свято-Троїцький костел, збудований у 1635–1640 рр. за рахунок коштів Альбрехта Станіслава Радзивілла у стилі раннього бароко. Фасад прикрашають фігури Петра і Павла, а згори на вірян дивиться сам Господь. Поряд із костелом в цей же час було зведено дзвіницю висотою 15,8 м [3].

У с. Жидичин знаходиться пам'ятка ранньослов'янської культури – Свято-Миколаївський монастир, побудований у 1227 р. Сюди, згідно з Іпатіївським літописом, у 1277 р. приїжджав молитись галицько-волинський князь Данило. У 1662 р. у монастирі під ім'ям ченця Гедеона жив син Богдана Хмельницького. Оберегом монастиря є унікальна ікона Ісуса Христа з дітьми. Поруч з монастирем стоїть церква Святого Миколая, збудована 1723 р. [2].

Ківерцівський район також багатий на такі сакральні пам'ятки, як: Свято-Михайлівська церква (1768) у с. Липне, Свято-Михайлівська церква (1776) у с. Омельне, Свято-Стрітенська церква (1784) у с. Залісоче, Свято-Покровська церква (1800) у с. Метельне [2].

На берегах Стиру, Путилівки, Конопельки, їх численних приток, озер, в лісових урочищах і по крутих пагорбах знайдені археологічні пам'ятки доісторичних поселень і городищ XII–XIII ст., залишки староруських городів. Пам'ятки палеоліту і неоліту збереглися біля Липна, Носович, Кульчина, Цумані. Давньоруськими містами були Олика, Чемерчин, Жидичин, Городище і Хорлупи.

Центром партизанського руху у роки війни стало урочище Лопатень, в якому сьогодні знаходиться Лопатенський історико-природничий музейний комплекс, відкритий у 1967 р. [2]

Для того, щоб Ківерцівський район перспективно розвивався в туристично-рекреаційному напрямі необхідно: 1) проводити реконструкцію автошляхів; 2) здійснювати реконструкцію існуючих і розбудову мережі відпочинкових зон, створювати належні умови, зокрема для осіб з обмеженими можливостями; 3) облаштовувати рекреаційні зони, місця санаторного лікування; 4) розширити спектр рекреаційного використання природно-заповідних об'єктів та регулювати туристичні потоки на їхніх територіях; 5) реставрувати об'єкти історико-культурної спадщини; 6) організовувати щороку прес-тури для засобів масової інформації, туристичних компаній; 7) залучати значні обсяги інвестицій у розвиток інфраструктури галузі, пошук альтернативних, зокрема іноземних джерел

фінансування; 8) створювати туристські інформаційні центри на базі музейних закладів та на територіях об'єктів природно-заповідного фонду; 9) забезпечити маршрути картографічним супроводом, GPS-навігацією; 10) облаштувати мережу екологічних туристських маршрутів у межах об'єктів ПЗФ шляхом їх візуалізації та маркування; 11) посилити роль велосипедного та кінного туризму, забезпечити його велосипедними доріжками та маршрутами для верхової їзди, зокрема в межах лісових зон, з побудовою місць зупинок та прокату велосипедів та коней [4, 7].

Висновки. Ківерцівський район має потужний туристично-рекреаційний потенціал, що може стати ведучим чинником туристичної привабливості дестинації. Вигідне географічне розташування району сприяє розбудові та модернізації туристичної інфраструктури, що відповідно підвищує частку туризму як галузі в економіку району і тим самим забезпечить фінансову стабільність краю.

1. Головне управління статистики у Волинській області [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.lutsk.ukrstat.gov.ua>.
2. Екологічний паспорт Ківерцівського району [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://voladm.gov.ua/article/ekologichniy-pasport-kivercivskogo-rayonu/>.
3. Звід пам'яток історії та культури України: Волинська область: Пам'ятки архітектури і містобудування / М. Півницький, Г. Бондаренко, В. Денисюк та ін. ; Інститут історії НАН України. – К. : Центр досліджень істор.-культ. спадщ. Укр., 2018. – 495 с.
4. Зузук Ф. Оцінка сучасного стану та перспектив розвитку туристської інфраструктури Ківерцівського району Волинської області / Ф. Зузук, Р. Качаровський, О. Антипюк // Минуле і сучасне Волині та Полісся. Ківерцівщина та Олика в історії України та Волині : наук. зб. – Луцьк, 2017. – Вип. 62. – С. 463–466.
5. Ківерцівський національний природний парк «Цуманська пуша» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://knpp.com.ua>
6. Мельничук М.М. Сучасний стан і перспективи розвитку туристичної та рекреаційної діяльності Волинської області / М.М. Мельничук, С.Д. Уєвич, В.С. Чернець та ін. // Наук. записки Тернопільського нац. пед. ун-ту ім. В. Гнатюка. Сер. : Географія. – 2013. – № 2. – С. 101–115.
7. Черчик Л.М. Туристично-рекреаційний комплекс Волинської області: передумови розвитку: монографія / Л.М. Черчик, О.В. Міщенко, І.В. Єрко ; у 2 ч. – Луцьк : Східноєвроп. нац. ун-т ім. Л. Українки, 2014. – Ч. 1.– 128 с.

ПОРІВНЯННЯ ПРИРОДНО-РЕКРЕАЦІЙНИХ РЕСУРСІВ КАТЕРИНОПІЛЬСЬКОГО ТА УМАНСЬКОГО РАЙОНІВ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Актуальність. Туризм – одна з найперспективніших галузей економіки для країн світу. Для розвитку туризму в різних регіонах України необхідне дослідження різних видів рекреаційних ресурсів. Природно-рекреаційні ресурси відіграють важливу роль серед інших ресурсів Катеринопільського та Уманського районів для розвитку туризму, тому на це спрямовано дослідження.

Вивченість у науковій літературі. Вивченням природно-рекреаційних ресурсів Уманського району займалися такі дослідники: Бойко М.В., Захаров С.В. Вивченням природно-рекреаційних ресурсів Катеринопільського району займалися такі вчені: Болгов В.В., Болгов І.В.

Мета статті – порівняти природно-рекреаційні ресурси Катеринопільського та Уманського районів Черкаської області.

Виклад основного матеріалу. Катеринопільський район наділений щедрою і неповторною природою. Природна складова ресурсно-рекреаційного потенціалу Катеринопільщини представлена річками Велика Вись, Гнилий Тікич і Шполка, 35 ставками загальною площею водного дзеркала 200 га, лісами (дуб, сосна, липа, граб, ясен, клен) площею 5,6 тис. га. Унікальні її пам'ятки зберігаються в чотирьох заказниках: Кайтанівському, Великовиськівському комплексному, Тікицькому ентомологічному та Гуляйпільському [1].

Тікицький ентомологічний заказник розмістився в заплавах річки Гнилий Тікич та її притоки Шполки. Гуляйпільський заказник (неподалік с. Гуляйполе) відзначається своєрідним ландшафтом та рослинністю.

Кайтанівський заказник, де ростуть рідкісні лікарські рослини, створено на базі Кайтанівського лісництва. Великовиськівський заказник «Надвисся» простягнувся уздовж річки Велика Вись на межі Степу і Лісостепу [2].

Унікальними є також три підземні джерела в Гринівському урочищі поблизу села Гуляйполе, які живлять Гнилий Тікич.

До пам'яток садово-паркового мистецтва місцевого значення віднесено парк у селі Мокрій Калигірці, заснований у 1972 р. До цього часу в центрі парку ще шумлять могутньою кроною вікові дуби, що є свідками багатолітньої історії села. Парк завжди був зоною відпочинку не лише панів, а й усього населення села впродовж його існування до сьогодні [1].

Водна складова природно-рекреаційного потенціалу Уманського району представлена річками Уманка, Ятрань, Ревуха, Паланка, Колодична та ін.

Загальна площа лісового фонду складає 30332,6 га, з них під лісами 28142,6 га. Молодняк охоплює територію 15,4% території, середньовікові ліси – 51,2%, пристигаючі – 17%, стиглі та перестійні – 16,4%. Дуб звичайний займає 65,9% території, ясен – 16,2%, граб – 2,6%, хвойні – 2,2%, м'яколистяні – 4,1% [3].

На території району розташовано 4 ботанічні заказники: Журбинка, Собківський, Степківський, Юрківський. Ботанічний заказник Журбинка (козлятник лікарський). Об'єкт місцевого значення. Площа – 5 га, статус отриманий у 2008 р. [4]. Собківський ботанічний заказник. Об'єкт місцевого значення в Україні. Площа – 1,8 га, статус отриманий 12 січня 1982 р. [5]

Степківський ботанічний заказник (барвінок трав'янистий, шавлія лучна, жовтець іллірійський). Об'єкт місцевого значення в Україні. Розташований на території Уманського району Черкаської області, правий схил річки Ятрань, між селами Ятранівка і Степківка. Площа 4,5 га. Статус отриманий у 1993 р. [6]. Юрківський ботанічний заказник. Об'єкт місцевого значення в Україні. Розташований на території Уманського району Черкаської області виділ 7 Юрківського лісництва. Площа – 3,5 га, статус отриманий 12 січня 1982 р. [7].

Особливої уваги заслуговують лісові природні пам'ятки, із яких в Уманському лісництві є [8]:

1. Дендропарк «Дружба» – (9 га) Синицького лісництва. Велика колекція деревних і чагарникових порід, софора японська, керія, 20 видів липи, більше 10 видів горіха, клена, сосна Веймутова, Кримська, Банкаса, береза, аралія манжурська, барбариси.
2. Віковий дуб Собківського лісництва. Вік його більше 500 років, висота 22 м, діаметр 170 см, запас деревини 22 м³.
3. Синицький парк – (44,6 га). Закладений у 1780-х роках, ландшафтного типу. Ялиновий бір віком до 90 років.

4. Дендропарк «Софіївка» м. Умань. Пам'ятка садово-паркового мистецтва XVIII ст. Оригінальні архітектурні форми. Колекція дерев і кущів – 550 видів.
5. Пам'ятка садово-паркового мистецтва Потапівського лісництва. Лісопарковий масив з 40 видами деревних порід, закладений в першій половині XIX ст.
6. Ялиново-дубові насадження Потапівського лісництва. Найбільш сучасне штучне насадження.
7. Юрківський заказник Юрківського лісництва. Плантація кизилу.
8. Міський парк у м. Монастирище. Насадження різних порід дерев віком 30–60 років. Окремі дерева віком до ста років. Місце відпочинку.
9. Старовинний парк Родоського (4,2 га) у м. Монастирище з різними породами дерев. Зелена зона, місце відпочинку.

Долина Миколи Чудотворця – комплексна пам'ятка природи місцевого значення в Україні. Об'єкт розташований на території Уманського району Черкаської області, в адміністративних межах Коржовокутської сільської ради. Площа – 10,9 га, статус отриманий у 2009 р. [9].

Висновки. Уманський район, порівняно з Катеринопільським районом має більшу кількість природно-рекреаційних ресурсів, таких як заказники та дендрологічні й інші парки. Туризм в Уманському районі розвивається великою часткою завдяки природним ресурсам, отже природа району достатньо розвинена для туристичних подорожей. Туристична діяльність в Катеринопільському районі знаходиться на низькому рівні. Задля розвитку туризму в цьому районі потрібно дослідити і облаштувати природу Катеринопільщини, тоді край зможе конкурувати з іншими районами Черкаської області і України. Природно-рекреаційні ресурси Катеринопільського району за розвинутістю поступаються таким ресурсам Уманського району.

1. Болгов В.В. Катеринопільщина: край хліба, квітів і добра / В.В. Болгов, І.В. Болгов., 2013. – 88 с.
2. Яковенко В.М. Катеринопільщина: минуле й сьогодення / В.М. Яковенко, В.А. Ходзіцький, В.А. Хоменко. – Черкаси : Ю.А. Чабаненко, 2011. – 42 с.
3. Уманське лісове господарство // Вікіпедія [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://uk.wikipedia.org/wiki/Уманське_лісове_господарство.
4. Журбинка (заказник) // Вікіпедія [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [https://uk.wikipedia.org/wiki/Журбинка_\(заказник\)](https://uk.wikipedia.org/wiki/Журбинка_(заказник)).
5. Собківський заказник // Вікіпедія [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://uk.wikipedia.org/wiki/Собківський_заказник.

6. Степківський заказник // Вікіпедія [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/Степківський_заказник.
7. Юрківський заказник // Вікіпедія [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/Юрківський_заказник.
8. Заповідні об'єкти Уманщини – майбутнє екомережі України // Промислова екологія [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://eco.com.ua/content/zapovidni-obekti-umanshchini---maibutne-ekomerezhi-ukraini>.
9. Долина Миколи Чудотворця // Вікіпедія [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/Долина_Миколи_Чудотворця.

Щербакова К.В.
Науковий керівник: О.О. Стоян

ФІЗИКО-ГЕОГРАФІЧНІ УМОВИ ТИЛІГУЛЬСЬКОГО ЛИМАНУ ТА ПЕРЕСИПУ – ОСНОВА ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ

Актуальність. На заході Миколаївщини розташована одна з найбільших водойм північного Причорномор'я – Тилігульський лиман. Його довжина сягає 60, а ширина 4,5 км [1]. Це ще й найглибша закрита водойма регіону – понад 20 м. Тут неймовірно чиста вода, прозорість якої досягає семи метрів. Але найбільша унікальність Тилігулу в тому, що його вода має океанічну солоність – 30–32%, тоді як у Чорному морі цей показник досягає тільки 17–18. Сьогодні туризм є другою індустрією у світі за прибутковістю та кількістю робочих місць після енергетики, тому переоцінити перспективи Тилігулу для Миколаївщини, Одещини і всієї України, вкрай важко. Все вище зазначене актуалізує дослідження природних ресурсів території з метою їх раціонального використання та цілей охорони природи.

Вивченість у науковій літературі. У 1949–1952 рр. М.С. Синіцин провів перші розвідки навколо лиману і склав першу карту археологічних пам'яток цього регіону. У 1952 р. ним же був розкопаний курган в с. Кошари. Приблизно в цей же час дані по регіону були узагальнені в роботі І.В. Фабрициус [3]. У 1950–1960 рр. у цій місцевості проводив пошуки і склав карту стоянок кам'яного віку В.І. Красковський. Розвідки Е.Ф. Патокової дали уявлення про пам'ятки різних епох, починаючи з енеоліту, розташованих на північ від Тилігульського лиману. В 1962 р. Е.А. Симонович проводив розвідки на берегах лиману, розкопав курган епохи бронзи у с. Ранжеве, знайшов і дослідив великі могильники черняхівської культури біля сіл Коблеве і Ранжеве, які були частково досліджені в 1963–1964 рр.

У 1974 р. експедиція Одеського державного університету провела під керівництвом А.Г. Загинайло суцільні археологічні розвідки в Комінтернівському (нині Лиманському) районі, під час яких було знайдено 30 нових поселень і багато курганів. Частина з них розташована поблизу Тилігульського лиману.

У 1977 р. уздовж узбережжя Тилігулу провів розвідки Периферійний загін Ольвійської експедиції Інституту археології АН УРСР, який приділив особливу увагу античним пам'яткам, особливо Кошарському городищу [2]. В результаті цих робіт було підтверджено існування 28 стародавніх поселень і могильників, були відкриті сім раніше незафіксованих поселень.

У 1986–1987 рр. у районі під керівництвом А.В. Гудкової працювала експедиція Відділу археології Північно-Західного Причорномор'я ІА АН УРСР, завданням якої було уточнення місця розташування деяких пам'яток, попередні фіксації яких були незадовільними [2]. І, нарешті, в 1993 р. та ж експедиція під керівництвом О.С. Островерхова повторила суцільні археологічні розвідки в регіоні, приділивши особливу увагу узбережжю Тилігульського лиману (рис. 1).



Рис. 1. Схема географічного розташування Тилігульського лиману на північному побережжі Чорного моря [3]

Мета статті. Різноманіття природних умов досліджуваної території забезпечує прекрасні можливості для розвитку екологічного туризму, різних видів рекреаційної діяльності та природокористування. На Тилігульському лимані та його пересипу вже міцно укоренилися і стали традиційними

пляжний відпочинок, риболовля, полювання, прогулянки на човнах, пішохідні пізнавальні екскурсії, і звичайно ж, спостереження за птахами. Тут є також однойменний регіональний ландшафтний парк.

Тому головна мета статті – розкрити взаємозалежність між різноманіттям природних умов Тилігульського лиману та пересипу і напрямками туристичної, рекреаційної і природоохоронної діяльності в їх межах.

Виклад основного матеріалу. Пляжний відпочинок на узбережжі, особливо у поєднанні з іншими видами рекреації – рибалкою, прогулянками на човнах, пішими екскурсіями, є найбільш привабливим для відвідувачів Тилігульського лиману. Однак, використання потенціалу берегової зони в оздоровчих цілях обмежується лише природоохоронними функціями парку, зокрема, необхідністю підтримання сприятливих умов для гніздування та перебування птахів під час сезонних міграцій.

РЛП «Тилігульський» підтримує функціонування п'яти рекреаційних пунктів, які є на косах: Атаманська, Анатолівська та Червоноукраїнські коси, рекреаційна ємність яких разом з іншими ділянками узбережжя складає близько однієї тисячі чоловік на добу. Потік відвідувачів поки що стримується відсутністю достатньої кількості побутових умов [4].

Серед природних ресурсів, які мають загально національне значення, Тилігул відзначається великими запасами лікувальних грязей. Поєднання цих двох факторів можна з успіхом використовувати у лікувально-оздоровчих цілях. За деякими оцінками, її запаси тут досягають 14 мільйонів тонн, а балансова вартість – \$ 5 млрд. Місцеві грязі можуть широко використовуватись для лікування захворювань опорно-рухового апарату, нервової системи, шкіри тощо. Варто наголосити, що доки тут немає офіційної здравниці, знавці тутешньої грязі приїздять сюди і лікуються нею на власний розсуд. Лікувальні грязі зараз потребують медико-біологічних висновків [6].

Привабливим з туристичної точки зору є розвиток на території специфічних видів спорту, для яких місцеві умови сприятливі – кайтинг та віндсерфінг. Саме піщані коси біля села Червоноукраїнка є визнаним в Україні центром їх розвитку. Тут регулярно проводять один з етапів чемпіонату України з кайтбордингу («TEZ TOUR KITE CHAMP»), а з 2013 р. працює школа віндсерфінгу.

Враховуючи високу естетичну та пізнавальну цінність природних ландшафтів Тилігульського лиману і наявність багатьох археологічних пам'яток, у межах заповідного об'єкта прокладено низку туристичних маршрутів і екологічних стежок. Найцікавішими для туристів виявились екскурсії на Тилігульський пересип, Анатоліївську та Атаманську коси, гирло річки Царега і Ташинську затоку [3].

Для подальшого розвитку екологічного туризму на Чорноморському узбережжі, зокрема і в курортній зоні Коблеве, яка є неподалік, надзвичайно важливе значення має розвиток Центру відвідування РЛП «Тилігульський». Такі заклади, як показує світовий досвід, відвідують тисячі туристів. Вони мають величезний просвітницький і краєзнавчий потенціал, особливо для школярів і студентів, сприяють залученню місцевих жителів до створення нових суб'єктів господарювання у рекреаційній сфері [5].

Важливим ресурсом для розвитку пізнавального та наукового туризму на цій території є видове різноманіття птахів. Тут прекрасні умови для їх гніздування, харчування і відпочинку. Завдяки цьому Тилігульський лиман отримав статус водно-болотистих угідь міжнародного значення. У різні сезони тут реєструють до 275 видів птахів, що становить близько 70% орнітофауни всієї України. З них під охороною держави перебуває 49 видів.

Деякі види птахів, що проживають на території парку, є рідкісними і внесені в Національну та Міжнародну Червоні книги. Це, насамперед, рожевий пелікан, малий баклан, каравайка, сірий журавель, орлан-білохвіст і багато інших.

Лиман також має велике значення для сучасної екологічної освіти та наукових досліджень. Щороку у весняно-літній період на базі РЛП «Тилігульський» проходять навчальні та виробничі практики студенти-біологи Дніпропетровського національного університету імені Олеся Гончара та студенти-екологи Чорноморського державного університету імені Петра Могили. Тилігульський лиман є об'єктом наукових досліджень фахівців Одеського філіалу Інституту біології південних морів імені Ковалевського, Інституту зоології імені Шмальгаузена НАН України, ДУ «Український НДІ медичної реабілітації та курортології МОЗ України», Одеського національного університету імені Мечникова, Одеського екологічного університету та інших [7].

Висновки. Різноманіття природних умов визначає різноманіття господарської діяльності в межах досліджуваної території: рекреаційної, туристичної, природоохоронної, рибогосподарської, спорту та ін. Природні умови та ресурси території мають загально національне значення, особливо це стосується бальнеології та охорони здоров'я. Дослідження природних умов Тилігульського лиману та пересипу підкреслило унікальність природного об'єкту, можливості залучення яких до природокористування наразі ще нереалізовано до кінця.

1. Актуальные проблемы лиманов северо-западного Причерноморья. Монография / под ред. Ю.С. Тучковенко, Г.Д. Гопченко ; Одесский гос. эколог. уни-т. – Одесса: ТЭС, 2011. – 224 с.
2. Смольянінова С.П. Археологічна мапа Тилігуло-Куяльницького міжлимання / С.П. Смольянінова, А.С. Островерхов, В.Г. Кушнір. – Одеса : Гермес, 1996. – 124 с.
3. Карты 1:100000. Генеральный штаб. СССР. УССР. Одесская область. – М. : ГУГК при СМ СССР, 1987. – Листы: L-36-38 (Петровка), L-36-39 (Березанка), L-36-51 (Сычавка).
4. Водні ресурси та гідроекологічний стан Тилігульського лиману : монографія / за ред. Ю.С. Тучковенка, Н.С. Лободи ; Одеський держ. еколог. ун-т. – Одеса : ТЕС, 2014. – 278 с.
5. Выхованец Г.В. Естественные и искусственные ландшафты Тилигульской пересыпи и природопользование в их пределах / Г.В. Выхованец // Причерноморский эколог. бюлетень. – Одеса : ОЦНТЕІ, 2004.– № 2 (12). – С. 32–39.
6. Комплексне управління водними ресурсами Тилігульського лиману та його гідроекологічним станом в умовах антропогенного впливу і кліматичних змін : звіт про НДР (проміжний) (ДР № 0113U000696)/ Одеський держ. екол. ун-т ; керів. роб. Ю.С. Тучковенко. – Одеса, 2013. – 279 с.
7. Стоян А.А. Физическая география Черного моря : метод. пособ. / А.А. Стоян. – Одесса : Фенікс, 2012. – 61 с.

2. Тематичні маршрути туристських подорожей Україною

Бейдик О.О.

РЕСУРСНО-ТУРИСТСЬКІ ДОМІНАНТИ ЯК ЧИННИК ФОРМУВАННЯ ТУРІВ У РЕГІОНАХ УКРАЇНИ

Актуальність. На ринку туристських послуг в Україні давно виникла нагальна необхідність у створенні таких турпродуктів, які відповідали б зростаючим вимогам і потребам вітчизняних туристів у задоволенні їх пізнавально-рекреаційної мети. На регіональному рівні процес розробки нових туристських маршрутів, а тим більше турів, дещо призупинився. В основному експлуатуються традиційні рекреаційні ресурси, що є «візитівкою» регіону. При цьому значна кількість цікавих у рекреаційно-пізнавальному відношенні об'єктів залишається «в тіні», не задіюється у туристсько-екскурсійній діяльності.

Вивченість у науковій літературі. Чимало вітчизняних науковців переймається питаннями створення нових тематичних маршрутів, але переважна більшість таких публікацій присвячена окремим досліджуваним регіонам України.

Мета статті полягає у пропозиції таких турів, маршрути яких об'єднанні певною тематичною спрямованістю та пролягають територією кількох регіонів України.

Виклад основного матеріалу. Проблема створення нових тематичних турів полягає в тому, що об'єкти, через які вони пролягатимуть, знаходяться на всій території України, а це потребує злагоджених дій регіональних туроператорів [1].

Ресурсно-туристська домінанта – стабільний у просторі і часі вид туризму, чинником розвитку якого є відповідна суспільно-економічна база та попит. До ресурсно-рекреаційних домінант відносяться: лікувально-оздоровчо-туристська, культурно-історично-сакральна, культурно-історична, оздоровчо-туристська, лікувально-оздоровча, сакральна, біосоціальна, екологічна (наявність національних природних парків, біосферних заповідників, інших цінних у природно-географічному та етноісторичному відношенні територій та їх взаємодія із туризмом), оздоровча, індустріальна [4]. Співставлення забезпеченості рекреаційно-туристськими ресурсами та ресурсно-рекреаційних домінант (всього виділено 10 домінант) регіонів України наведено у таблиці 1.

**Забезпеченість рекреаційно-туристськими ресурсами
та ресурсно-рекреаційні домінанти регіонів України [4]**

| Адміністративні одиниці | Індекс забезпеченості регіонів РТР | Ресурсно-рекреаційні домінанти |
|----------------------------|---------------------------------------|-----------------------------------|
| АР Крим | РНк (РНп) | ЛОТ, КІС, Б, Е |
| Вінницька | РНк (РНп) | КІ, ЛОТ, Б |
| Волинська | РЗк (РЗп) | КІ, ОТ, Е |
| Дніпропетровська | РДк (РДп) | Ін |
| Донецька | РДк (РДп) | С, Е, Ін |
| Житомирська | РДк (РДп) | КІ, Б |
| Закарпатська | РЗк (РНп) | ЛОТ, КІ, Е |
| Запорізька | РДк (РДп) | О, Ін |
| Івано-Франківська | РЗк (РНп) | ЛОТ, Е |
| Київська | РНк (РДп) | КІС, Б, Ін |
| Кіровоградська | РДк (РДп) | КІ, Ін |
| Луганська | РДк (РДп) | Ін |
| Львівська | РНк (РНп) | ЛОТ, КІС, Е |
| Миколаївська | РЗк (РДп) | ЛО, Е, Ін |
| Одеська | РНк (РДп) | ЛО, Е |
| Полтавська | РЗк (РДп) | КІ, Б |
| Рівненська | РДк (РДп) | КІ |
| Сумська | РДк (РДп) | Е, Ін |
| Тернопільська | РЗк (РЗп) | КІС, ОТ |
| Харківська | РДк (РДп) | Ін |
| Херсонська | РЗк (РДп) | ЛО, Е |
| Хмельницька | РЗк (РЗп) | КІС, Е |
| Черкаська | РЗк (РЗп) | КІС |
| Чернівецька | РЗк (РНп) | КІ, ОТ, Е |
| Чернігівська | РЗк (РДп) | КІ, ОТ, Б |

Індекси забезпеченості рекреаційно-туристськими ресурсами регіонів України:

- РНк – ресурснадлишковий регіон (комплексна оцінка)
 РЗк – ресурсозбалансований регіон (комплексна оцінка)
 РДк – ресурсодефіцитний регіон (комплексна оцінка)
 РНп – природно-ресурснадлишковий регіон
 РЗп – природно-ресурсозбалансований регіон
 РДп – природно-ресурсодефіцитний регіон

Ресурсно-рекреаційні домінанти:

- | | |
|---------------------------------------|--------------------|
| ЛОТ – лікувально-оздоровчо-туристська | С – сакральна |
| КІС – культурно-історично-сакральна | Б – біосоціальна |
| КІ – культурно-історична | Е – екологічна |
| ОТ – оздоровчо-туристська | О – оздоровча |
| ЛО – лікувально-оздоровча | Ін – індустріальна |

Ряд регіонів, умовно позначених індексом «Ін» (Дніпропетровська, Луганська, Харківська області) мають потужні парарекреаційні ресурси і привабливі сценарії розвитку туризму і рекреації. Наявність однієї домінанти може свідчити як про спеціалізацію, що історично склалась у межах цієї території, так і виступати чинником пошуку та залучення інших складових ресурсно-рекреаційного поля (інших домінант) [4].

Розроблені обласними адміністраціями середньострокові програми розвитку туризму і рекреації є своєрідним індикатором ефективності використання та значення РТР в економіці регіону. Регіональні пріоритети освоєння рекреаційних ресурсів у межах національного простору свідчать про строкатість його ресурсно-рекреаційної бази: рекреаційно-ресурснадлишкові регіони мають обґрунтовані комплексні програми подальшого залучення природних і суспільно-економічних ресурсів в їх економіку, рекреаційно-ресурсозбалансовані території представляють більш стримані пропозиції, а дефіцитні щодо наявності актуальних та потенційних ресурсів туризму, оздоровчої рекреації, курортного лікування області на внутрішній (регіональний) та зовнішній (національний) туристські ринки здебільшого пропонують незначні за масштабами перспективні програми. З іншого боку, таку ситуацію слід трактувати як наслідок недостатньо ретельної розробки альтернативних сценаріїв рекреаційного освоєння території, відсутності аналітичної експертизи ресурсно-рекреаційної складової регіону, що, в свою чергу, може виступати важелем подальшого пошуку латентних територіальних можливостей і реалій, здатних пожвавити регіональне рекреаційне господарство, інтегрувати його в рекреаційно-туристську галузь держави [4].

Залежно від мети туристської подорожі в Україні виділяємо курортно-лікувальний, культурно-розважальний, діловий, пізнавальний, релігійний, навчально-освітній, спортивний види туризму (табл. 2); залежно від способу та середовища пересування – пішохідний, водний, лижний, спелеологічний, повітроплавальний, гірський (табл. 3).

Переважачі види туризму за метою туристської подорожі по регіонах України (за матеріалами [4])

| Адміністративні одиниці | Види туризму за метою туристської подорожі | | | | | | | |
|-------------------------|--|------------------------|---------|-------------|------------|----------|---------------|----------------------|
| | курортно-лікувальний | культурно-розважальний | діловий | екологічний | релігійний | круїзний | екстремальний | спортивно-оздоровчий |
| АР Крим | | | | | | | | |
| Вінницька | | | | | | | | |
| Волинська | | | | | | | | |
| Дніпропетровська | | | | | | | | |
| Донецька | | | | | | | | |
| Житомирська | | | | | | | | |
| Закарпатська | | | | | | | | |
| Запорізька | | | | | | | | |
| Івано-Франківська | | | | | | | | |
| Київська | | | | | | | | |
| Кіровоградська | | | | | | | | |
| Луганська | | | | | | | | |
| Львівська | | | | | | | | |
| Миколаївська | | | | | | | | |
| Одеська | | | | | | | | |
| Полтавська | | | | | | | | |
| Рівненська | | | | | | | | |
| Сумська | | | | | | | | |
| Тернопільська | | | | | | | | |
| Харківська | | | | | | | | |
| Херсонська | | | | | | | | |
| Хмельницька | | | | | | | | |
| Черкаська | | | | | | | | |
| Чернівецька | | | | | | | | |
| Чернігівська | | | | | | | | |

**Переважаючі види туризму за способом та середовищем
пересування по регіонах України (за матеріалами [4])**

| Адміністративні одиниці | Види туризму за способом та середовищем пересування | | | | | | |
|----------------------------|---|--------|-------------|---------------------|------------------------|----------|--------|
| | велоси- педний | водний | лиж- ний | спелео- логічний | повітропла- вальний | гірський | кінний |
| АР Крим | | | | | | | |
| Вінницька | | | | | | | |
| Волинська | | | | | | | |
| Дніпропетровська | | | | | | | |
| Донецька | | | | | | | |
| Житомирська | | | | | | | |
| Закарпатська | | | | | | | |
| Запорізька | | | | | | | |
| Івано-Франківська | | | | | | | |
| Київська | | | | | | | |
| Кіровоградська | | | | | | | |
| Луганська | | | | | | | |
| Львівська | | | | | | | |
| Миколаївська | | | | | | | |
| Одеська | | | | | | | |
| Полтавська | | | | | | | |
| Рівненська | | | | | | | |
| Сумська | | | | | | | |
| Тернопільська | | | | | | | |
| Харківська | | | | | | | |
| Херсонська | | | | | | | |
| Хмельницька | | | | | | | |
| Черкаська | | | | | | | |
| Чернівецька | | | | | | | |
| Чернігівська | | | | | | | |

Перспективними на території України вважаємо такі тури у регіональному розрізі: «Гетьманські столиці», «Кандидати до Всесвітнього надбання», «Місцями славнозвісних Січей та похованнями гетьманів України», «Найвизначніші фортеці», «Пам'ятками промислової архітектури», «Релігійні святині Європи», «Славетні мандрівники та першопрохідці», «Славетні острови», «Унікальні замки», «Унікальні каньйони», «Унікальні пам'ятки II світової війни», «Унікальні спелеосистеми», «Шляхами великих емігрантів», «Шляхами гетьманів України», «Шляхами видатних вчених і винахідників», «Шляхами лідерів Духу і Волі», «Шляхами українських меценатів і промисловців» та ін. (табл. 4).

Перспективні тури на території регіонів України (за матеріалами [4])

| Адміністративні одиниці | Назви турів | | | | | | | | | | |
|----------------------------|-------------|--------------|--|--------------|--------------------|-------------|-----------|-----------------------|---|--|-------------------------|
| | виробничі | дегустаційні | екологічні (у тому числі сільський (зелений) туризм) | етнографічні | наукові геологічні | педагогічні | ярмаркові | «Гетьманські столиці» | «Кандидати до Всесвітнього надбання» | «Міцями славновісних Січей та похованнями гетьманів України» | «Найвизначніші фортеці» |
| АР Крим | | + | + | | + | | | | | | + |
| Вінницька | | | | | + | | | | | | |
| Волинська | | | + | | | | | | | | |
| Дніпропетровська | + | | | | | | | | | + | |
| Донецька | + | | | | | + | | + | | | |
| Житомирська | + | | | | + | | | | | | |
| Закарпатська | | + | + | + | + | | | | | | |
| Запорізька | + | | | | | | | | | + | |
| Івано-Франківська | | | + | + | + | | | | | | |
| Київська | + | | | + | | + | | | | | |
| Кіровоградська | | | | | | + | | | | | |
| Луганська | | | | | | | | | | | |
| Львівська | | | + | + | + | | | | | | |
| Миколаївська | + | | | | | | | | | | |
| Одеська | | + | | | | + | | | | | + |
| Полтавська | | | | | | + | + | | | | |
| Рівненська | | | | + | | | | | | | |
| Сумська | | | | | | + | | + | | | |
| Тернопільська | | | | | | | | | | | |
| Харківська | + | | | | | + | | | | | |
| Херсонська | | | + | | | | | | | | |
| Хмельницька | | | | | + | | | + | + | + | + |
| Черкаська | | | + | | | | | + | + | + | |
| Чернівецька | | | | + | + | | | | | | + |
| Чернігівська | | | | | | + | | + | | | |

| Адміністративні одиниці | Назви турів | | | | | | | | | | |
|----------------------------|--------------------------------------|----------------------------|---------------------------|---|--------------------|-------------------|----------------------|--|---------------------------|------------------------------|-----------------------------|
| | «Пам'ятками промислової архітектури» | «Релігійні святині Європи» | «Сакральна підкова Криму» | «Славетні мандрівники та першопрохідці» | «Славетні острови» | «Унікальні замки» | «Унікальні каньйони» | «Унікальні пам'ятки II світової війни» | «Унікальні спелеосистеми» | «Шляхами великих емігрантів» | «Шляхами гетьманів України» |
| АР Крим | | + | + | + | | | + | | | + | |
| Вінницька | | | | + | | | | + | | | + |
| Волинська | | | | + | | + | | | | + | + |
| Дніпропетровська | | | | | | | | | | + | + |
| Донецька | | | | + | | | + | | | | |
| Житомирська | | | | + | | | | | | + | + |
| Закарпатська | | | | | | + | | | | | |
| Запорізька | | | | + | + | | | | | | + |
| Івано-Франківська | + | | | | | | | | | | |
| Київська | | + | | + | + | | | | | + | + |
| Кіровоградська | | | | | | | | | | | |
| Луганська | | | | | | | | | | | |
| Львівська | | + | | + | | | | | | | + |
| Миколаївська | | | | + | + | | | | | | |
| Одеська | | | | + | + | | | | | + | |
| Полтавська | | | | | | | | | | | + |
| Рівненська | | | | | | + | | | | | + |
| Сумська | | | | + | | | | | | | + |
| Тернопільська | | + | | | | | | | + | | + |
| Харківська | | | | + | | | | | | + | |
| Херсонська | | | | | + | | | | | | |
| Хмельницька | | + | | | | | + | | | | + |
| Черкаська | | + | | | | | | | | + | + |
| Чернівецька | | | | | | | | | | | + |
| Чернігівська | | | | + | | | | | | | + |

| Адміністративні одиниці | Назви турів | | | | | | | | | | |
|----------------------------|---|----------------------------------|---|--------------------------|-----------------|----------------------|-----------------------|---|--|-----------------------------------|----------------------------|
| | «Шляхами видатних вчених і винахідників» | «Шляхами лідерів Духу і Волі» | «Шляхами українських меценатів і промисловців» | Золота підкова Черкашини | Намисто Дністра | Музична велич Європи | Чернігівські перлинки | 7 чудес України (Україна: 7 чудових миттєвостей) | 7 природних чудес України (Україна: 7 чудових миттєвостей) | Греко-католицьке гроно України | Каньйонами Дністра і Криму |
| АР Крим | + | + | | | | | | + | + | | + |
| Вінницька | + | | | | + | | | | | | + |
| Волинська | + | | | | | + | | | + | | |
| Дніпропетровська | + | | | | | | | | | | |
| Донецька | | | | | | + | | | | | |
| Житомирська | + | + | | | | + | | | | | |
| Закарпатська | | | | | | | | | + | | |
| Запорізька | + | + | | | | | | + | | | |
| Івано-Франківська | | | | | + | | | | + | + | + |
| Київська | + | + | + | | | + | | + | | | |
| Кіровоградська | + | | | | | + | | | | | |
| Луганська | + | + | | | | | | | | | |
| Львівська | + | + | | | + | | | | | + | |
| Миколаївська | + | | | | | | | | + | | |
| Одеська | + | | | | | | | | | | |
| Полтавська | + | + | | | | | | | | | |
| Рівненська | | + | | | | | | | | | |
| Сумська | + | + | + | | | | | | | | |
| Тернопільська | | | | | + | | | | | + | + |
| Харківська | + | + | | | | | | | | | |
| Херсонська | + | + | | | | | | | + | | |
| Хмельницька | | + | | | + | | | + | + | | + |
| Черкаська | + | | + | + | | + | | + | | | |
| Чернівецька | | | | | + | | | + | + | | + |
| Чернігівська | + | + | + | | | | + | | | | |

| Адміністративні одиниці | Назви турів | | | | | | | | | |
|----------------------------|--------------------------|----------------------------|---|-------------------------------------|--------------------------|-----------------------------------|----------------------------|------------------------|--|--|
| | П'ять столиць України | Стежками і схронами УПА | Сонячне гроно України (дегустаційні тури) | Душа України – краса регіонів | Підземне диво України | Індустріальна велич України | Подільський калейдоскоп | Карпатський фесверк | Україна – краса у спадок (замки і пам'ятки садово-паркового мистецтва) | Невідома Україна (забуті, знищені, перепрофілювані об'єкти) |
| АР Крим | | | + | + | + | | | | + | + |
| Вінницька | + | | | + | | | + | | + | + |
| Волинська | | + | | + | | | | | + | + |
| Дніпропетровська | | | | + | | + | | | | + |
| Донецька | | | + | + | + | + | | | | + |
| Житомирська | | | | + | | | | | | + |
| Закарпатська | | | + | + | | | | + | + | + |
| Запорізька | | | | + | | + | | | | + |
| Івано-Франківська | | + | | + | | | | + | | + |
| Київська | + | | | + | + | + | | | + | + |
| Кіровоградська | | | | + | | + | | | | + |
| Луганська | | | | + | | + | | | | + |
| Львівська | | + | | + | | | | + | + | + |
| Миколаївська | | | + | + | | + | | | | + |
| Одеська | | | + | + | | | | | | + |
| Полтавська | | | | + | | | | | | + |
| Рівненська | + | + | | + | | | | | | + |
| Сумська | | | | + | | + | | | | + |
| Тернопільська | | + | | + | + | | + | | + | + |
| Харківська | + | | | + | | + | | | | + |
| Херсонська | | | + | + | | | | | | + |
| Хмельницька | + | | | + | + | | + | | + | + |
| Черкаська | | | | + | | | | | + | + |
| Чернівецька | | | | + | + | | | + | + | + |
| Чернігівська | | | | | | | | | | + |

Висновки. Щоб залучити до рекреаційної діяльності ширші кола споживачів турпродукту, потрібно створювати нові тематичні тури, які будуть спиратись на нетрадиційні рекреаційно-туристські ресурси та охоплювати кілька регіонів України.

1. Бейдик О.О. Біосоціальні ресурси як підґрунтя розробки тематичних туристсько-екскурсійних маршрутів / О.О. Бейдик // Рекреаційні ресурси та послуги гостинності в регіонах України : зб. матер. І Всеукр. Інтернет-конф. (17 травня 2016 р., м. Черкаси). – Черкаси : Ю.А. Чабаненко, 2016. – С. 55–59.
2. Бейдик О.О. Рекреаційні ресурси України : навч. посіб. / О.О. Бейдик. – К. : Альтерпрес, 2009. – 400 с.
3. Бейдик О.О. Словник-довідник з географії туризму, рекреалогії та рекреаційної географії / О.О. Бейдик. – К. : Палитра, 1998. – 130 с.
4. Бейдик О.О. Україна: стратегія розвитку національного туризму : навч.-метод. посіб. / О.О. Бейдик. – [2-е вид.]. – К. : Обрії, 2010. – 236 с.
5. Бейдик О.О. Унікальна Україна: географія та ресурси туризму : навч. посіб. / О.О. Бейдик, Н.О. Новосад. – К. : Альтерпрес, 2013. – 572 с.

Царукян С.А.
Науковий керівник: В.І. Новикова

РОЗРОБКА ГІРСЬКОЛИЖНОГО ТУРУ «ГОРАМИ І ДОЛИНАМИ» В УКРАЇНІ

Актуальність. Формування нових турпродуктів, які задовольняли б сучасні вимоги потенційних туристів, – основне завдання туристських підприємств. Гірськолижний туризм у цьому сенсі не є виключенням.

Вивченість у науковій літературі. Питання розвитку й організації гірськолижного туризму розглядає чимало науковців, але щодо його практичної складової, зокрема розробки туру, недостатньо наукових публікацій.

Мета статті – розробити тур гірськолижного спрямування та розрахувати ціну його туристської путівки (ваучера) для реалізації туроператором і турагентом.

Виклад основного матеріалу. Любителям насолоджуватися зимовим відпочинком пропонуємо відвідати гірськолижні курорти України у турі. Для цінителів внутрішнього туризму пропонуємо гірськолижний тур «Горами і долинами» в Українські Карпати. Тривалість туру: 5 днів / 4 ночі.

Тур розрахований на 10 туристів та одного супроводжуючого.

Клас обслуговування: туристичний.

За видом обслуговуючого на маршруті транспорту: автомобільний. Транспортним перевізником у роботі туроператора було обрано підприємство «АУТОсервіс». Партнери надають послуги з оренди та перевезення комфортабельними автобусами єврокласу «Mercedes».

За побудовою траси маршрут, хоча і виглядає лінійним, є кільцевим, адже його початок і кінець знаходиться у м. Черкаси: м. Черкаси – м. Яремче (Івано-Франківська обл.) – смт Ясиня (Закарпатська обл.) – м. Черкаси (рис. 1).

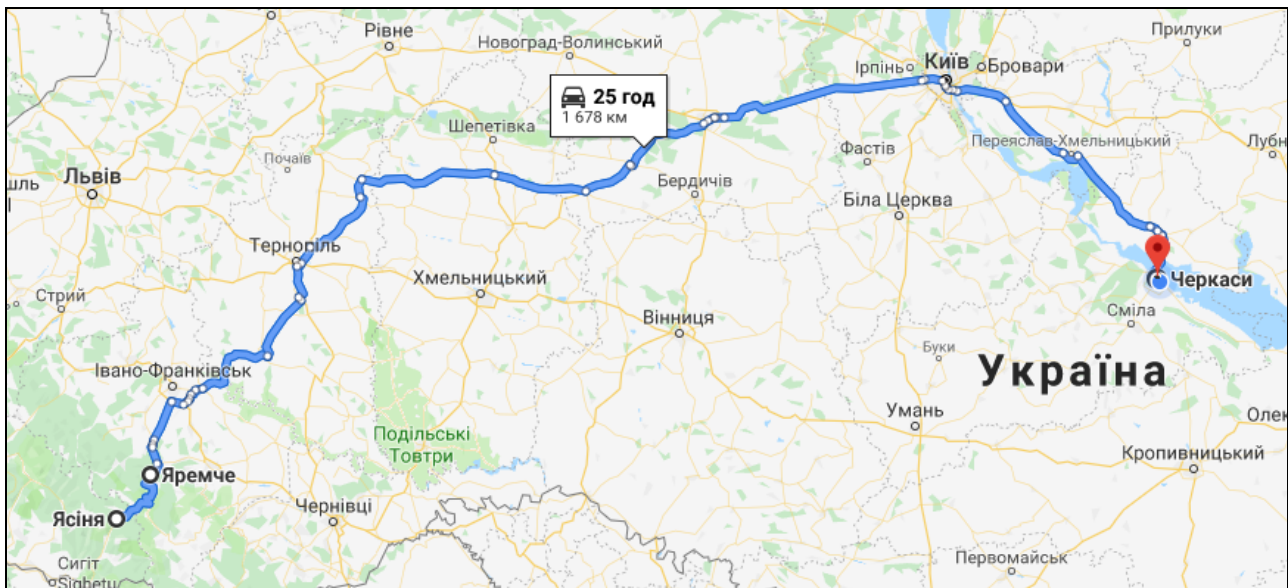


Рис. 1. Маршрут пропонованого туру «Горами і долинами»

День перший. Туристи відправляються із м. Черкаси (о 20:00) та приїжджають до м. Яремче (840 км, прибуття о 09:00), заселяються у котедж «Вершина». Після відпочинку (о 14:00) туристи відправляються на пішохідну екскурсію «Стежками Довбуша», під час якої зможуть оглянути природний комплекс кам'яних печер (тривалість 3 год., протяжність маршруту 4 км). Вільний час по завершенню екскурсії. Вечеря в котеджі. Ночівля.

Другий день. Після сніданку (о 09:00) перед відправленням на гірські схили інструктор із туристами проводить інструктаж: знайомить із гірськолижним спорядженням, розповідає техніку безпеки. Вечеря в ресторані «Красна садиба». Повернення до готелю (котеджу «Вершина»). Ночівля.

Третій день. Після сніданку (о 09:00) туристи відправляються до смт Ясиня (51 км, прибуття о 10:20), назва якого пов'язана з ясеневим лісом. Однією з визначних пам'яток селища є краєзнавчий музей, присвячений побуту жителів Карпат. За кілометр від центру розташована знаменита Церква Вознесіння Господнього (Струківська церква), XVIII ст., повністю дерев'яна, діюча. Є цілий ряд інших церков: Угорський католицький костел Петра і Павла, Церква Покровська, Церква Різдва Богородиці. На околиці

знаходиться знаменитий високогірний водоспад Труфянець. У туристів буде час оглянути всі визначні пам'ятки селища під час вільного часу. На туристів також чекає катання на санях, а у вечірній час – купання в чанах. Вечеря в колибі «Затишок». Повернення до м. Яремче. Ночівля.

Четвертий день. Вільний день. Туристи можуть відправитись на прогулянку лісом, покататись на лижах, санях чи ковзанах.

П'ятий день. Повернення до м. Черкаси.

Основні послуги: проживання у котеджі «Вершина» із наданням сніданків, вечері в місцевих колибах, проїзд по маршруту мікроавтобусом, послуги інструктора із гірських лиж, оренда спеціального спорядження, катання на санях та купання в чанах, страхівка (табл. 1).

Таблиця 1

Собівартість туру «Горами і долинами»

| Послуги | Вартість послуги, грн | |
|--|-----------------------|--------------|
| | для 1 особи | для 10 осіб |
| проїзд орендованим мікроавтобусом | 650 | 6500 |
| розміщення в котеджі «Вершина» за 4 ночі | 670 | 6700 |
| вечеря в колибах «Красна садиба» та «Затишок» | 435 | 4350 |
| сніданки у готелях | 170 | 1700 |
| послуги інструктора із гірських лиж | 300 | 3000 |
| оренда спеціального спорядження й інструктаж | 300 | 3000 |
| катання на санях та купання в чанах | 250 | 2500 |
| страхування медичне та від нещасних випадків (набір послуг страхування: медичні витрати € 3 тис., нещасний випадок € 3 тис.) | 100 | 1000 |
| Разом | 2875 | 28750 |

Додаткові послуги: додаткові (факультативні) екскурсії, зокрема екскурсія «Стежками Довбуша», екскурсія в смт Ясиня; катання на санях, ковзанах і купання в чанах.

Із таблиці 1 видно, що собівартість туру «Горами і долинами» у розрахунку на 1 особу становить 2875 грн, у розрахунку на 10 осіб – 28750 грн.

Вартість туристської путівки (ваучера) обраховується за формулою:

$$W = \frac{C + Д + П + Н - З}{Ч + Р} (+/-) K \quad (1)$$

де W – вартість туристської путівки (ваучера) для одного туриста, грн;
 C – вартість основних послуг за умовами туру (собівартість туру), грн;
 D – вартість додаткових послуг, включених до ваучера;
 P – податки та інші види обов’язкових сплат, грн;
 H – прибуток туроператора, грн;
 Z – знижки, що надаються туроператором туристу з окремих видів послуг, грн;
 $Ч$ – чисельність туристів у групі, осіб;
 P – кількість осіб, що супроводжують групу за цим маршрутом, осіб;
 $(+/-)K$ – комісійна винагорода турагенту, де (+) є націнкою до ціни туроператора, визначеною туроператором, а (–) означає знижку, що надається туроператором турагенту, грн.

При формуванні ціни туру «Горами і долинами» враховувалося таке:

- вартість основних послуг за умовами туру (собівартість туру) (C) для групи із 10 осіб – 28750 грн;
- послуги супроводжувача як вартість додаткових послуг, включених до ваучера, (D) – 2000 грн;
- податок на прибуток підприємства (18%) як податки та інші види обов’язкових сплат (P) – 5175 грн;
- прибуток туроператора (H) (20%) – 5750 грн;
- знижки з окремих видів послуг (Z) у цьому випадку туристу з боку туроператора не надаються – 0 грн;
- чисельність туристів у групі ($Ч$) – 10 осіб;
- кількість супроводжувачів осіб (P) – 1 особа;
- комісійна винагорода турагенту (K) представлена визначеною туроператором націнкою у 10% до ціни туроператора.

Підставивши ці дані у формулу 1, отримуємо ціну туру «Горами і долинами» у розрахунку на 1 туриста при реалізації його туроператором (W_{on}):

$$W_{on} = \frac{28750 + 2000 + 5175 + 5750 - 0}{10 + 1} = \frac{28750}{11} = 3788,63 \approx 3789 \text{ грн (2)}$$

Враховуючи те, що комісійна винагорода турагенту (K) представлена визначеною туроператором націнкою у 10% до ціни туроператора, тобто у цьому разі $K = (+)379$ грн, при реалізації туру «Горами і долинами» турагентом його ціна у розрахунку на 1 туриста (W_{az}) становитиме:

$$W_{az} = \frac{28750 + 2000 + 5175 + 5750 - 0}{10 + 1} + 379 = 3788,63 + 379 \approx 4168 \text{ грн} \quad (3)$$

Проведені у формулах 2 і 3 розрахунки показали, що ціна туристської путівки (ваучера) туру «Горами і долинами» при реалізації її туроператором становить 3789 грн, а при реалізації турагентом – 4168 грн.

Висновки. Запропонований тур «Горами і долинами» тривалістю 5 днів і 4 ночі, розрахований на цінителів внутрішнього туризму та відбуватиметься в Українських Карпатах. Круговий маршрут починається і закінчується в м. Черкаси із DESTИНАЦІЯМИ м. Яремче (Івано-Франківська обл.), де відбувається розміщення на ночівлю у котеджі «Вершина», і смт Ясиня (Закарпатська обл.). Туристи додатково до запропонованих послуг можуть відвідати екскурсії «Стежками Довбуша» та в смт Ясиня, прогулятися зимовим гірським лісом, показатись на санях, ковзанах і покупатись в чанах. Встановлено ціну туристської путівки (ваучера) туру «Горами і долинами»: для реалізації туроператором – 3789 грн, для реалізації турагентом – 4168 грн.

1. Гірськолижні курорти Івано-Франківська область [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://ua.igotoworld.com/ua/poi_catalog/1041-89-skiingtourism-ivano-frankivsk-oblast.htm.
2. Гірськолижні курорти України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.doroga.ua/SkiingResorts/Region/1066>.
3. Матвієнко Ю.Ю. Підприємницька діяльність у гірськолижному туризмі / Ю.Ю. Матвієнко, В.І. Новикова, С.А. Царукян // Підприємництво у сфері послуг: реалії сьогодення і перспективи : матер. I Всеукр. Інтернет-конф. (15 листопада 2017 р., м. Черкаси). – Черкаси : Ю.А. Чабаненко, 2017. – С. 18–22.
4. Матвієнко Ю.Ю. Порівняльна характеристика гірськолижних курортів Івано-Франківської області / Ю.Ю. Матвієнко // Рекреаційні ресурси та послуги гостинності в регіонах України : матер. II Всеукр. Інтернет-конф. (17 травня 2017 р., м. Черкаси). – Черкаси : Видавець О.Ю. Вовчок, 2017. – С. 85–89.
5. Новикова В.І. Особливості гірськолижного туризму та його специфічна інфраструктура / В.І. Новикова, С.А. Царукян // Рекреаційні ресурси та послуги гостинності в регіонах України : матер. III Всеукр. Інтернет-конф. (17 травня 2018 р., м. Черкаси). – Черкаси : Ю.А. Чабаненко, 2018. – С. 111–118.
6. Оцінка сприятливості кліматичних умов для рекреаційно-туристичної діяльності в Карпатському регіоні в зимовий період (гірськолижний туризм) / О.Ю. Гринюк, І.В. Третяк, А.О. Старожук, Д.О. Денисова // Географія та туризм. – 2013. – Вип. 25. – С. 320–326.
7. Царукян С.А. Сучасний стан туристської діяльності гірськолижного спрямування в Україні / С.А. Царукян // Рекреаційні ресурси та послуги гостинності в регіонах України : матер. IV Всеукр. Інтернет-конф. (24 травня 2019 р., м. Черкаси). – Черкаси : Ю.А. Чабаненко, 2019. – С. 62–67.

3. Види туристської діяльності в Україні

Божук Т.І., Дмитрик Л.З.

СПА-ТУРИЗМ ЯК ЗАПОРУКА УСПІХУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

Актуальність. СПА-туризм – поняття не нове у світі сучасної людини, для якої подорожі відіграють значну роль, адже допомагають тій відновлювати свої життєві сили. Варто відзначити те, що даний вид туризму появився ще задовго до появи усім відомих і популярних видів турів сьогодення. На даний час, він представляє собою один з найбільш розвинених видів подорожей у світі, що пояснюється його затребуваністю цивілізованими націями. Відповідно до цього, доходи від нього перевищують мільярди доларів і щороку зростають. Оскільки різні регіони світу представляють різну економічну і соціальну картину, то і можливості витратити гроші на СПА-туризм всюди різні, що буде показано через подальший аналіз.

Вивченість у науковій літературі. Різного роду вивченням та аналізом розвитку СПА-туризму у світі та Україні займалися такі вчені як О.А. Богачьова, В.Ф. Казаков, А.С. Кусков, С.П. Кучмій, С.А. Кучмистий, М.В. Кучуркіна, О.В. Лисикова, О.Т. Лойко, М.П. Мальська, П.О. Масляк, М.В. Одрехівський, І.Г. Пандяк, М.В. Рутинський, В.Ф. Стафійчук, Р.І. Сухов та ін.

Мета статті – дослідження СПА-туризму по регіонах світу, шляхом аналізу економічних показників, отриманих від СПА-турів, та їх характерний вплив на успіх міжнародного туристичного бізнесу.

Виклад основного матеріалу. СПА, слово, яке бере початок від латинського «Sanus Per Aquam», що у перекладі означає «оздоровлення через воду». На сьогоднішньому етапі розвитку туризму світу, під СПА-турами розуміється не лише комплекс лікувальних процедур, основним елементом яких є вода, але й ряд інших – косметологічних, реабілітаційних, гармонійно-психологічних тощо. СПА при цьому перетворюється на таку собі філософію, засновану на припущеннях, що ґрунтовно підібрані процедури можуть не лише відновити здоров'я, але й установити рівнозначність між фізіологічним тілесним та духовним ментальним. А опісля – пробудить організм до прогресивної активності. Такий стан, сьогодні, ще називають гармонією душі

та тіла. Віра у цілющі властивості мінеральних вод сягає доісторичних часів. Така практика користуються популярністю по цілому світі, але особливо яскраво представлена у Європі та Японії [1].

Для того, щоб більш точно пояснити поняття спа-туризму варто поглинути в хронологію зародження СПА. Термін походить від назви міста Спа у Бельгії, відомого ще з часів Римської імперії. Це місце у той час називалося «Aquaе Spadanae».

У Середньовіччі усі захворювання, спричинені дефіцитом заліза в крові, лікувалися шляхом пиття «залізовмісної» джерельної води. Так, у 1326 р. кувальник Колін ле Луп заявив про лікування через джерело Еспа, слово, яке валлонці (франкомовний народ Бельгії) тлумачили як «фонтан» [7].

У 16 столітті в Англії відродились давні римські методи лікування через лікарські купання. Найперше мова іде про такі міста як: Бат, місто, що стало СПА-центром з латинською назвою Aquaе Sulis («води Суліса»), коли римляни будували ванни і храм в долині річки Ейвон, хоча гарячі джерела були відомі ще до цього. Будували СПА-комплекс римляни у першому столітті нашої ери і ще три століття парилися у батських лазнях, допоки не покинули Британію. А у 1596 р. Вільям Слінгсбі, який був у бельгійському місті Спа, виявив залізовмісну воду в Йоркширі. Саме він побудував замкнений колодязь, перший курорт в Англії для лікування через пиття природньої води. Пізніше, у тому ж році, доктором Тімоті Брайтомом був відкритий другий колодязь, який і почав використовувати слово «спа» описуючи оздоровлення за допомогою води різним чином [4].

Багато людей у всьому світі вважали і продовжують вважати, що купання у певному джерелі, сприяє фізичному і духовному очищенню. Форми ритуального очищення існували серед корінних індіанців, вавилонян, єгиптян, греків і римлян. Сьогодні ритуальне очищення водою відбувається в релігійних обрядах євреїв, мусульман, християн, буддистів і індусів. Комплексні ритуали купання практикувалися в Давньому Єгипті, в доісторичних містах долини Інду і в егейських цивілізаціях. До наших часів досі збереглися ванни в палацовому комплексі в Кноссі, Криті і розкішні алебастрові ванни, розкопані в Акротірі та Санторіні, датовані серединою 2 тисячоліття до нашої ери, що, ймовірно були наповнені водою, яка за грецькою міфологією, була благословенна богами для зцілення від хвороб [7].

Отож, із вище сказаного визначимо поняття СПА-туризм як: подорожі з метою лікування, оздоровлення та релаксу у місцевості, які володіють природними та іншими можливостями для організації такого роду турів.

Щоправда, в умовах сучасності, СПА є набагато ширшим поняттям. Це не тільки бальнеотерапія (як правило, асоціюється із нею), а також процедури із застосуванням лікувальних грязей, солей і глини, цілющих рослин, морських водоростей і іншого. Дані компоненти впливають на організм через шкірний покрив, активуючи обмінні процеси, нормалізують кровообіг і тиск, виводячи шлаки і токсини. В результаті людина отримує розслаблення, відновлення і життєву енергію.

Сучасні СПА тури можна поділити на два основних види: оздоровчі – спрямовані на загальне зміцнення і оздоровлення організму, поліпшення загального самопочуття. Це тури з дестинацією на кліматичних і бальнеологічних курортах, грязелікарнях і СПА-готелях; медичні – спрямовані на обстеження і лікування, яке проводиться в спеціалізованих медичних центрах і клініках [8].

Згідно із статистичними даними Всесвітнього Інституту Велнесу за 2018 р., сумарний показник віддачі від СПА та Велнес-індустрії становить близько \$ 4,2 трлн. Ця галузь зросла на 12,8% за 2015–2017 рр. У 2015 р. цей показник становив \$ 3,7 трлн, а це означає, що рівень розвитку оздоровчої індустрії майже вдвічі опереджає глобальне економічне зростання (3,6%).

Спа та Велнес-індустрія представляє 5,3% світової економічної продукції.

Серед 10 проаналізованих оздоровчих ринків, лідерами зростання доходів у 2015–2017 рр. стали: курортна промисловість (9,8%), оздоровчий туризм (6,5%) та оздоровча нерухомість (6,4%).

Якщо говорити детальніше про ринок оздоровчо-релаксійного туризму, то варто відзначити, що на сьогодні, грошова значимість від нього є чи не найбільш високою у світі і становить \$ 639 млрд. Передбачається, що популярність цього виду туризму набуде рекордних значень і уже до 2022 р. дохід від подорожей із метою оздоровлення та відновлення життєвих сил досягне \$ 919 млрд. Щорічно приріст СПА-туризму становить 6,5%, у той час як загальний приріст туристичної сфери сягає 3,2%.

У 2017 р. туристи із всього світу здійснили 830 млн оздоровчих поїздок, що становить 17% усіх доходів від туризму [6].

СПА-туристами в середньому було витрачено \$ 1528 за поїздку, що на 53% більше, аніж витрати типового подорожуючого. Внутрішні оздоровчі туристи витрачали \$ 609 за поїздку, що на 178% більше, аніж середній показник по внутрішньому населенню.

На основні туристичні оздоровчі заходи припадає 89% оздоровчих поїздок і 86% витрат на них у світовому відношенні.

Оскільки СПА та Велнес-туризм розвивається не лише через природно-рекреаційні можливості територій, але завдяки відповідно облаштованій туристичній СПА-інфраструктурі, тому при аналізі потенціалу СПА-бізнесу світу потрібно виокремити регіони, забезпечення яких, в оздоровчо-релаксійній галузі, є найбільш суттєве, що прямо впливає на отримання доходів. Таким чином, найбільш потужною базою закладів оздоровчого характеру у світі володіє Азіатсько-Тихоокеанський регіон у загальній чисельності 48 679 тис. закладів, доходи від яких, у 2017 р. перевищили \$ 26,5 млрд. Зовсім у незначній кількості закладів відстає Європа – 46 282 тис., доходи від яких займають лідируючу позицію уже не перший рік і будуть зростати. Так, за останній рік європейський континент отримав рекордні \$ 33,3 млрд. Помітно вирости доходи і північноамериканського континенту – \$ 22,9 млрд при кількості закладів, яка збільшилась на 1,5%, і уже на 2017 р. становила 30 394 тис. Дещо менше, при потужній базі ресурсного потенціалу, але невисокому рівні туристичної інфраструктуризації, розвивається СПА-бізнес Латинської Америки, а це всього 13 856 тис. закладів оздоровчого виду, грошовий потік від яких становить \$ 6,6 млрд і, безперечно, буде зростати на майбутнє. Найнижчі показники щодо забезпечення СПА&Велнес індустрії показує Африканський континент, по-перше, через низький рівень забезпечення природними рекреаційними ресурсами, що використовуються у СПА та Велнес-індустрії, по-друге, через низький рівень соціального життя населення, яке цікавить, найперше, збереження власного життя, у зв'язку із триваючими війнами, а також його покращення, а вже потім – подорожі задля відновлення життєвих сил. Таким чином, Східно-Північна частина Африки (13 країн) заробляє від СПА-туризму близько \$ 2,8 млрд (за даними 2017 р.) із кількістю закладів понад 6 тис. У той же час, Центральна Африка показує результати ще нижчі: 3984 тис. закладів, сумарний дохід від яких, становив \$ 1,6 млрд.

Витрати на СПА-туризм, на одного туриста у світі, більш як у половину перевищують витрати середнього міжнародного, а витрати внутрішнього туриста взагалі показують рекордний показник у 178% в порівнянні із витратами середнього внутрішнього туриста, що означає, що СПА та Велнесс-туризм досягає свого роду туристичного апогею, і в майбутньому може стати ключовим та найбільш прибутковим видом туризму, а туристичний ринок може стати перезаповнений СПА-туристами.

Згідно даних Всесвітнього Інституту Велнессу, найбільші витрати на оздоровчо-релаксійні послуги та програми, несе роботодавець на робочому місці у Північній Америці, на території якої, той, витрачає близько \$ 17,6 млрд, трохи менше витрачається в Європі – \$ 17 млрд, у той час як в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні, що володіє найбільшою мережею закладів оздоровчого характеру у світі, а також є другим регіоном після Європи, за кількістю подорожей і витрат на них (після Європи та Північної Америки), роботодавці на СПА-програми витрачають, у порівнянні із попередніми регіонами, достатньо менше – \$ 9,3 млрд. Порівно розділили витрати на оздоровчі послуги для працівників Латинська Америка та Східно-північна Африка – \$ 1,3 млрд, коли Центральна Африка виділяє лише \$ 0,3 млрд.

В умовах сучасного світу 3,2 млрд працівників постійно втрачають свої життєві сили та енергію, що призводить до зниження працездатності в середньому по цілому світу. Так, Всесвітнім Інститутом Велнессу було визначено основні фактори втрати життєвих сил, серед яких: економічна нестабільність, старіння і погіршення здоров'я, стреси та небезпеки на роботі. У зв'язку із цим, СПА-туризм стає найбільш затребуваним видом туризму у світі [6].

Україна – це країна Європи, що має значний СПА-потенціал. А місцеві СПА та Велнесс курорти неодмінно можуть створити конкуренцію світовим, зокрема найближчим країнам: Росії, Білорусії, Молдові, Польщі, Чехії, Словаччині, Угорщині [2]. Основна проблема українського СПА-ринку – недостатній рівень фінансування у державні структури оздоровчого типу, адже, на даний момент, український СПА-туризм розвивається лише за рахунок приватних курортних установ, більшість з яких фешенебельні готельно-розважальні комплекси, що належать великим компаніям, які працюють на умовах франшиз.

СПА-сервіс в Україні доступний лише заможним громадянам та багатим іноземцям, а це означає, що українські працівники, котрі стикаються з усіма вище переліченими факторами втрати життєвих сил, не мають змоги їх повернути, через що держава не може стабільно розвиватись, адже населення продовжуватиме втрачати енергію. Ефективним методом, у даному випадку, може бути видача путівок по місцях праці, із періодичністю у два рази на рік, в межах одного-двох тижня, проплачених коштами із спеціально розробленого фонду, за прикладом американської чи європейської систем організації праці. В Україні це б спричинило великий поштовх у розвиток СПА-індустрії, яка у першу чергу, повинна служити для населення країни, незалежно від соціальних можливостей.

За даними Адміністрації Держприкордонслужби, за I півріччя 2017 р. до України в'їхало 6,3 млн туристів, що на 8,7% більше, ніж в аналогічному періоді 2016 р. На жаль, серед виділених статистичних даних щодо мотивації туристичних поїздок, немає окремо визначених даних щодо кількості туристів, які подорожують із СПА&Велнес метою, ані закордонних, ані внутрішніх. Можна припустити, що в частці від іншої мети з якою подорожують туристи, що складає 3,8% від усіх проаналізованих, припадає близько 1% на СПА. Серед цих подорожей, СПА-тури на Закарпаття, Прикарпаття, Одещину, які позиціонують себе як курортні центри із можливістю розвивати даний вид туризму [3].

Найбільш популярними в Україні є СПА-курорти Моршин і Трускавець. Моршин – це регіональний оздоровчий СПА-центр. Об'єкти якого досі немодернізовані. Трускавець, на відміну від попереднього, більший та має більш міжнародний колорит, що і впливає на остаточні ціни на оздоровчо-релаксійні послуги і програми. Але, незважаючи на це, обидва українські курорти пропонують цілий спектр послуг, котрі популяризуються в Україні та добре відомі у СПА-бізнесі світу: грязьові ванни, природні джерела, спеціалізовані дієти, фізичні вправи, масажі, джакузі тощо [5].

Основні проблеми українського СПА-туризму та бізнесу зокрема, пов'язані із недостатністю фінансування оздоровчих структур, повільною приватизацією, а також мінімальними інвестиціями у бізнес [5]. На жаль, в сьогоденних умовах, запорукою успіху туристичного бізнесу України не є СПА&Велнес-туризм, а СПА-тури не настільки актуальні, щоб туристичні фірми могли орієнтуватись суто на СПА-профіль. Але у подальшому

майбутньому, при величезних природних СПА-ресурсах, інвестиціях, переформатуванні економіки та туристичного бізнесу зокрема, Україна зможе отримати стрімкий успіх.

Висновки. Оздоровчо-релаксійний туризм відрізняється від медичного туризму. СПА є основним бізнесом в оздоровчому туризмі, що формує значну частину економіки. Вважається, що курортний і оздоровчий туризм розташовані на перетині зростання оздоровчої галузі та масової економіки у світі. За кількістю поїздок з метою оздоровлення щорічно лідирує Європейський континент. Санаторно-курортні та оздоровчі послуги мають важливе значення з огляду на ускладнення туристичного продукту, адже, у першу чергу, вони пов'язані з боротьбою за збереження здорового способу життя через використання туристичних послуг. На сучасних динамічних та конкурентних ринках СПА та Велнес-туризм пропонують компаніям туристичного сектору складні можливості для розширення бізнесу. Їх пропозиція диверсифікована за рахунок асортименту продуктів і напрямків, що спеціалізуються на цьому виді туризму. Розробляються альтернативні пропозиції та програми відпочинку, які орієнтуються на туристів з профілем, відмінним від традиційних споживачів стандартних туристичних послуг. СПА та Велнес-подорожі постійно зростатимуть. На даний момент – це багатомільярдна промисловість, що побачить значний приплив у найближчі роки з наступних причин: старіння «бейбі-бумерів», які прагнуть продовжити свої роки через відновлення здоров'я; більше людей усвідомлюють, що ключ до хорошого здоров'я і довголіття у їхніх руках; наявність велнес-продукту у різних цінових категоріях; відкриття дверей для філософії здорового способу життя через глобалізацію. Через стабільно поширювану кількість людей, які прагнуть змінити свій спосіб життя, туроператори та туристичні агенти можуть розраховувати на велику кількість клієнтів, які будуть мати бажання включити СПА & Велнес-послуги у свою поїздку [9].

1. Зима А.Г. SPA туризм: история возникновения и современное состояние [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://tourlib.net/statti_tourism/zima5.htm.
2. Рутинський М. SPA-курорт як інноваційний тип рекреаційних закладів і суспільно-географічні тенденції розбудови мережі SPA-курортів у західному регіоні України / Михайло Рутинський // Вісн. Львівського ун-ту. Серія: Міжнародні відносини. – 2008. – Вип. 24. – С. 298–306.
3. Мотивація туристичних поїздок громадян світу до України за I півріччя 2016–2017 років [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.researchgate.net/publication/263808671>.

4. Bath Somerset [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://en.wikipedia.org/wiki/Bath,_Somerset.
5. Health Spas – offering relaxation and rejuvenation [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.ukraine.com/attractions/health-spas>.
6. Key Wellness Industry Stats&Facts [Електронний ресурс].– Режим доступу : <https://globalwellnessinstitute.org/press-room/statistics-and-facts>.
7. SPA [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://en.wikipedia.org/wiki/Spa>.
8. SPA тури – відпочинок з лікуванням, оздоровленням і релаксом [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://aventur.in.ua/spa>.
9. Velina Kazandzhieva. Trends in the development of SPA and Wellness Tourism. Conference: International Tourism Forum «Spa and Wine» 16–20.10.2014 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.researchgate.net/publication/263808671>.

Бондаренко А.Ю.
Науковий керівник: В.І. Новикова

ВОДНО-СПОРТИВНИЙ ТУРИЗМ: ЙОГО ОСОБЛИВОСТІ, РЕКРЕАЦІЙНІ РЕСУРСИ, СТАН РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ

Актуальність. Активні види рекреації, до яких відноситься і водно-спортивний туризм, дозволяє отримати кардинально нові враження, позбутися нервового перенавантаження, підвищити стійкість організму до нестандартних ситуацій, вдосконалити фізичний стан.

Вивченість у науковій літературі. Дослідженням спортивного туризму, зокрема його водної складової, займалися та займаються чимало вітчизняних науковців, серед яких О. Горбонос-Андропова, Ю.А. Грабовський, В.Ю. Донець, О.В. Євтушенко, О. Клапчук, К.В. Лабарткава, В. Лашко, О. Микитчик, А.В. Молодецький, О.В. Скалій., Т.В. Скалій, Л.М. Сакун, Л.О. Тимошенко та ін.

Мета статті – виявити особливості та рекреаційні ресурси водно-спортивного туризму, вивчити стан його розвитку в Україні.

Виклад основного матеріалу. Водно-спортивний туризм має за мету спортивне удосконалення в подоланні природних перешкод. Це означає удосконалення всього комплексу знань, умінь і навичок, фізичної підготовленості, необхідних для безпечного пересування людини по водній місцевості. Для реалізації спортивної мети здійснюють подорожі, насичені природними перешкодами, що дає змогу класифікувати їх як водно-спортивні походи [7]. За участь у спортивних походах можуть присуджуватися спортивні розряди і звання.

До водно-спортивного туризму відносяться подорожі по річках або озерах на таких туристських суднах, як байдарки, надувні човни і катамарани, плоты,

які не обладнанні двигунами. Специфічність водного туризму від інших видів спорту полягає у подоланні штучних та природних перешкод під час походу чи змагань, взаємодії з водним середовищем, можливості сплаву на надувних чи каркасних судах, сольо чи колективно (від 2 до 6 осіб екіпаж). У водному туризмі ця специфічність проявляється в більшій мірі, бо постає необхідність тренуватися і змагатися на бурхливій воді [4].

На сьогодні водно-спортивний туризм посідає чільне місце серед інших видів діяльності. Він має ряд особливостей, що притаманні для цього виду туризму і відрізняють його від інших видів. Спортивний водний туризм відноситься до складних технічних видів спорту (складно-координаційний) [9], підготовка в якому залежить від багатьох умов: якості спортивного інвентарю; можливості постійних тренувань у природних умовах, в яких змагальна діяльність проходить у мінливих умовах; індивідуальних особливостей спортсмена; кваліфікації кадрів тощо.

Особливостями водно-спортивного туризму є: вибір цільових рекреаційних і пізнавальних об'єктів; визначення маршруту, його протяжності і тривалості; визначення місць організації привалів; розробка графіка походу; вибір оптимального варіанту матеріально-технічного забезпечення і комплектування груп; вибір засобів пересування (човни, байдарки, каное тощо); вибір режиму харчування і оптимального раціону харчування; розподіл обов'язків кожного члена групи.

Основними для водно-спортивного туризму виступають водні ресурси. Особливу увагу треба звертати на те, чи придатна річка для водного туризму (подорожі) (рис. 1): дрібні – чимало мілин, каміння, заростей, завалів, низьких мостів, гребель, а на повноводних – моторні човни, річкові судна ускладнюють турпоходи по воді.

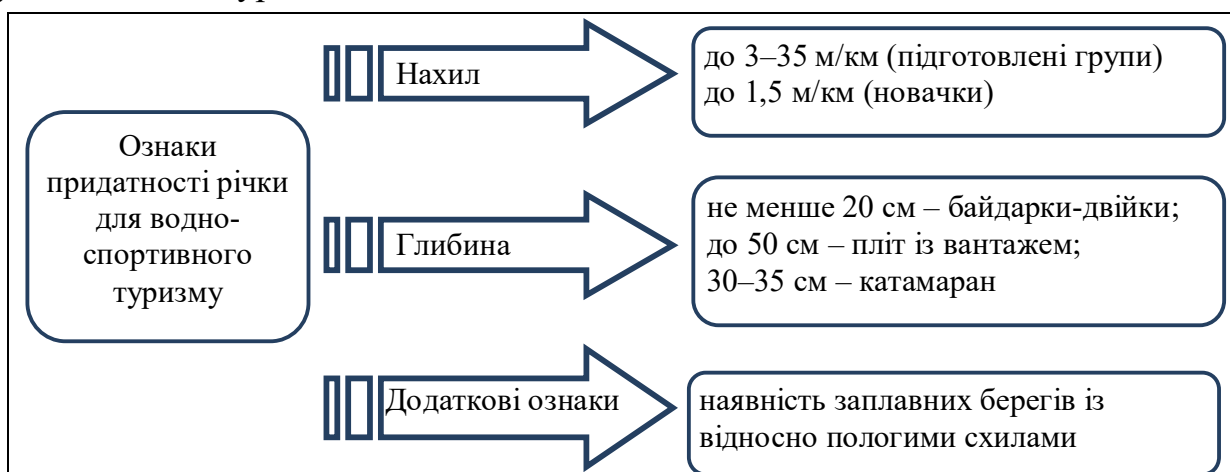


Рис. 1. Придатність річок для водно-спортивного туризму
(за матеріалами [4, 6])

При плаванні проти течії можна легко йти на веслах при нахилі до 0,6 м/км, при нахилі до 1–1,2 м/км – рух можливий лише на плесах, а на перекатах та порогах роблять проводку, йдуть на мотузці або на жердинах. Треба пам'ятати, що небезпечні для плавання ті річки, які не мають заплавлених берегів, з крутими схилами.

При розробці маршруту треба встановити якомога точніше ті перешкоди, які можуть зустрітись на річці, та нанести їх на карту. Перешкоди ускладнюють та затримують рух групи, це треба враховувати при розрахунку похідного часу. Дуже важливо при виборі маршруту з'ясувати шляхи під'їзду до води, відстань від станції залізниці (автобусної зупинки) до місця збору катамаранів, а по закінченні походу – відстань від річки до станції.

Весь маршрут по річці розбивають на добові переходи. Для цього потрібно, перш за все, встановити приблизну середню швидкість руху, яка становить на рівнинних і болотистих річках по течії 3–6 км/год., проти течії – 2–4 км/год. При складанні добових переходів, крім швидкості руху, необхідно враховувати складність окремих ділянок маршруту з тим, щоб кожна з них була майже тотожною. Днювання доцільно планувати при поході до найбільш складної ділянки шляху [4].

Україна має досить густу річкову систему та значну кількість річок придатних для проведення водних туристських походів як на розбірних, так і на надувних човнах різних класів. Загалом річок із довжиною понад 100 км в Україні 123, а великих річок (довжина понад 500 км) – 14.

Усі річки України відносяться до одного кліматичного типу – переважно снігового живлення з весняною повінню. Однак, через різноманітність ландшафтів, річки різних регіонів України сильно відрізняються між собою за похилом русла, характером течії, наявністю та складністю перешкод, сезонним режимом та ін., що дозволяє поділити їх за туристсько-спортивною складністю на три групи – річки низовин, річки височин, річки Карпатського регіону (табл. 1) [3].

Річки низовин течуть по місцями заболоченій рівнині, мають безліч заток та стариць. Живлення – змішане, і хоча снігове живлення у них стоїть на першому місці, викликаючи весняну повінь, значну роль грають також ґрунтові та дощові води. Рівень води впродовж сезону туристських сплавів змінюється у незначній мірі. Похил русла не перевищує кількох сантиметрів на кілометр, течія слабка, її швидкість не перевищує 2–4 км/год.

Групи річок України (за матеріалами [3, 7])

| Групи річок | Розташування групи | Назва |
|----------------------|---|--|
| низовин | річки Придніпровської, Поліської низовин та Полтавської рівнини | Дніпро (з притоками Прип'ять, Десна, Сула, Псел, Ворскла), річки басейну Сіверського Донця |
| височин | в межах Волинської, Придніпровської, Подільської, та Передкарпатської височин | праві притоки р. Прип'ять – р. Горинь, Случ, Тетерів. Уж, притока Дніпра – р. Рось, річки басейну Південного Бугу, у т. ч. річки Бужок, Гірський та Гнилий Тікич, Синюха, Уманка, а також верхів'я р. Дністер та її ліві притоки річки Збруч, Смотрич, Жванець |
| Карпатського регіону | Українські Карпати | річки басейнів Дністра: річки Чорний Черемош, Черемош, Білий Черемош, Прут, Стрий, а також р. Тиса та річки її басейну в Закарпатті – річки Ріка, Латориця; до них в останній час додано низку малих річок: притоки р. Черемош – р. Пробійна, Бистрець; притоки р. Стрий; верхів'я р. Прут |

На цих ріках можливе проведення водних походів до 1 категорії складності. Їх проходження доступне для туристів початківців, і маршрути по них рекомендовані для самостійної розробки, через що до класифікації вони не включені

Для більшості перерахованих річок рекомендується сплав на байдарках, хоча не виключається і сплав на надувних човнах та розбірних надувних катамаранах

Річки височин, русла цих річок перетинають виходи різних за стійкістю гірських порід, через те що в них утворюють численні пороги та перекати. Похил русел цих рік є значно більшим – від 0,4 до 1 м/км русла. Живлення – змішане, але снігове живлення у них стоїть на першому місці, викликаючи весняну повінь під час танення снігу. Тривалі дощі можуть викликати значні паводки. Стік багатьох річок в значній мірі зарегульовано греблями, тому рівень води у них впродовж сезону сплаву за звичайних умов мало змінюється.

Річки цієї групи дають можливість проводити водні походи до 2–3 категорії складності. Найбільш складними тут є пороги р. Південний Буг в її нижній частині, такі, як Червоні ворота (Нижній Мігійський) нижче с. Мігія та Гард біля м. Южноукраїнськ [7].

Річки височин держави – це полігон для набуття водними туристами базової тактичної і технічної підготовки з метою участі у змаганнях, підвищення власної спортивної майстерності. На багатьох таких річках необхідно організовувати навчально-тренувальні бази і проводити всеукраїнські та міжнародні змагання. Поки що змагання з техніки водного туризму проводяться на р. Південний Буг біля с. Соколець та на Мізоцькому крязі. У час повені тут траси III категорії складності.

Проходження маршрутів по цих річках дає туристам-спортсменам добру базу технічну та тактичну підготовку для подальшого зростання спортивної майстерності. На цих же річках можливе проведення навчально-тренувальних заходів та змагань. Так, на р. Південний Буг щорічно проводяться змагання з техніки водного туризму на трасах біля с. Соколець (траса 2–3 категорії складності) та на Мігійському порозі (траса 3 категорії складності) [5].

Маршрути по зазначених річках проходять в зоні інтенсивної господарської діяльності. Тому до природних перешкод під час їх проходження додаються, також, обноси гребель, проводки через гаті тощо. Для проходження маршрутів рекомендовано і байдарки і катамарани, але їх слід ретельно готувати, забезпечуючи стійкість до розривів.

Гірські річки Карпат відрізняє висока потужність потоку, стрімка течія, що досягає 10–15 км/год., могутні пороги та затяжні шивери. Похил русла в верхів'ях до 10 м/км (Прут, Білий Черемош). Живлення – переважно атмосферними водами з весняною повінню під час танення снігу та дощовими паводками. Тривалі або рясні дощі можуть викликати паводок о будь-якій порі року. Рівень води впродовж сезону сплаву змінюється у значних межах, залежить від кількості снігу в горах, дощів та температури повітря. Найкращий час для проходження річок Карпат – кінець квітня – перша декада травня, під час повені, копи танення снігів найбільш інтенсивне. Це стосується, в першу чергу, р. Прут та малих приток, які взагалі придатні для проходження лише на протязі кількох днів весни. Разом із тим, по р. Черемош та р. Тиса сплав можливий на протязі усього теплого періоду року з квітня по жовтень.

Річки Карпат можна долати на каяках, байдарках, катамаранах, плотах. В залежності від сезону та виду суден маршрути на річках Карпат класифікуються до 3 категорії складності з елементами 5 категорії. З огляду на характер перешкод, їхня категорійність видається дещо заниженою. але це питання потребує подальшого вивчення і обґрунтування. Річки Карпат можуть бути прекрасним полігоном для міжсезонної підготовки до походів найвищих категорій складності [7].

Маршрути по річкам Карпат можна рекомендувати тільки групам, що мають досвід походів не нижче III категорії складності по порожистих ріках. До цих груп висувуються вимоги володіння прийомами веслування, відчалювання та причалювання по берега, вміння взаємодіяти на бурхливій воді, мати навички організації рятувальних робіт. Проходження таких перешкод як, Ямнянський пролом або поріг Прикарпатський на р. Прут можливо рекомендувати лише групам з досвідом участі у водних походах 4 категорії складності, а проходження водоспаду Пробій (висота падіння води понад 8 м) бажано лише під час змагань в умовах існування надійної страховки рятувальних служб.

Дуже перспективним є вітрильний туризм, В Україні для його розвитку є всі необхідні умови. Нині романтика подорожей під вітрилами дуже сильно приваблює туристів з усього світу. Дніпро з його притоками, пов'язаність Прип'яті за допомогою каналу з річковою мережею країн ЄС, участь у реалізації цікавих подорожей у рамках Національної системи туристсько-екскурсійних маршрутів «Намісто Славутича» нікого не залишать байдужим. Ширина дніпровських водосховищ місцями досягає 30 км. Це справжні моря з великою глибиною, штормами, високими і крутими хвилями, яких немає і на Чорному морі. Все це дає можливість повною мірою відчувати всі принади, труднощі й небезпеки вітрильного туризму.

Особливо привабливі вітрильні походи з історичним «присмаком», наприклад «Козацькими шляхами», «Із варяг у греки», «Козацькі чайки», «До Синопу і Трабзону» тощо. Окремими маршрутами в рамках таких походів можуть бути: Переяслав-Хмельницький – Канів –Черкаси – Кременчук; Запоріжжя – Нікополь – Херсон; Білгород-Дністровський – Вилкове – Кілія – Ізмаїл та ін. [3].

На сьогодні водний туризм в Україні розвивається в рамках рекреаційного, спортивного та екстремального в залежності від мети, неорганізованого та організованого (самодіяльний та плановий) в залежності від організаційних основ.

Потенційно привабливою з точки зору водно-спортивного туризму є Івано-Франківська область. В області є п'ять річок, довжина яких в межах області становить понад 100 км. Це: Дністер – 200 км; Черемош – 167 км (разом з притокою Чорний Черемош); Прут – 150 км; Лімниця – 122 км і Свіча – 107 км.

Потужним рекреаційним ресурсом області є ріка Дністер, друга за величиною річка України. Найцікавішою, наймальовничішою ділянкою Дністра є його відрізок довжиною 250 км від гирла Золотої Липи до гирла Збруча – Дністровський каньйон. Тут Дністер тече по каньйоноподібній долині, завглибшки 80–200 м, утворюючи багато звивів – меандр. Природа каньйону своєрідна та неповторна. Тут «зібрані» геологічні, ботанічні, археологічні, гідрологічні пам'ятки, які формують неповторні ландшафти. В окремих місцях збереглися ділянки з цінними деревними або чагарниковими породами, вікові й екзотичні дерева. Природа каньйону своєрідна та неповторна.

Дністровський каньйон – своєрідний храм-музей, де в усій своїй незайманості, гармонійному поєднанні зібрані найкращі творіння живої і неживої природи. В межах каньйону знаходиться більше десяти карстових печер і гротів. Доступ до них часто важкодоступний. Особливо вражає химерний вигляд таких печер з рівня річкового плеса, а невеликі водоспади так званої «дівочі сльози», що збігають по зарослих густими мохами скелях, представляють унікальної краси видовище. Теплий клімат у каньйоні вирізняє цю місцевість з-поміж інших територій Західної України. Стіни каньйону затримують сонячне тепло, через що влітку дощів майже не буває, а навесні зелень розцвітає на 2–3 тижні швидше [2].

Досить великої популярності набули водні туристські маршрути та різні форми командного та активного відпочинку, зокрема, сплав порогами Південного Бугу та водами Інгулу. Найкращий час для проведення сплавів кінець квітня – перша декада травня, коли річки ще досить повноводні [3].

Висновки. Водно-спортивний туризм – специфічний вид рекреаційної діяльності, головною формою якої є похід (подорож) по водній поверхні (річках, озерах та ін., які мають відповідати певним характеристикам) з використанням різних видів плавзасобів без мотору, спрямований на активний відпочинок фізично підготовлених людей. В Україні є значні рекреаційні ресурси для заняття водно-спортивним туризмом.

1. Водні види спортивного туризму // Електронний журнал Мустанг [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://mustang.lviv.ua/archives/860>
2. Водний туризм // Офіційний географічний портал [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://geografica.net.ua/publ/galuzi_geografiji/kraeznav
3. Водний туризм // Офіційний сайт Турклуб Глобус [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.tkg.org.ua/node/2506>
4. Грабовський Ю.А. Спортивний туризм : навч. посіб. / Ю.А. Грабовський, О.В. Скалій., Т.В. Скалій. – Тернопіль : Навч. книга – Богдан, 2009. – 304 с.
5. Клапчук О. Водний туризм у Львівській області: сучасний стан та перспективи розвитку / О. Клапчук [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua/old_jrn/Soc_Gum/NZTNP/geo/2009_1/122.pd.
6. Микитчик О. Динаміка фізичного стану спортсменів, які займаються водним туризмом на етапі попередньої базової підготовки / О. Микитчик, О. Горбонос-Андропова, В. Лашко // Спорт. вісн. Придніпров'я. – 2018. – № 3. – С. 78–82.
7. Молодецький А.Е. Перспективні аспекти розвитку спортивного туризму в регіонах України / А.В. Молодецький, О.В. Євтушенко // Географія та туризм. – 2013. – № 12. – С. 74–80.
8. Сакун Л.М. Перспективи розвитку водного туризму в Україні / Л.М. Сакун, В.Ю. Донець [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.rusnauka.com/22_APSN_2015/Economics/10_197504.doc.htm
9. Тимошенко Л.О. Спортивний туризм : навч. посіб. [для студ. вищ. навч. закл. фіз. виховання і спорту] : у 2 ч. / Л.О. Тимошенко, К.В. Лабарткава. – Львів : ЛДУФК, 2014. – Ч. 2. – 176 с.

Горбуліна Ю.О.
Науковий керівник: О.М. Радченко

МОЖЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ЗАРУБІЖНОГО ДОСВІДУ ОРГАНІЗАЦІЇ ГАСТРОНОМІЧНИХ ТУРІВ В УКРАЇНСЬКІЙ ПРАКТИЦІ

Актуальність. Гастрономічний туризм як один із прогресивних і перспективних сучасних напрямів туристської діяльності, цікавих та пізнавальних для подорожуючих видів туризму може стати вагомим чинником економічного розвитку України та важливим засобом поглиблення інтеграційних процесів між країнами світу.

Вивченість у науковій літературі. Серед тих науковців, які вивчають зарубіжний досвід організації гастрономічних турів для застосування його в українській практиці, Д.І. Басюк, Т.С. Кукліна, І.К. Нестерчук, В.О. Патійчук, С.Є. Саламатіна [1–5].

Мета статті – показати, як в Україні можна застосувати зарубіжний досвід організації гастрономічного туризму.

Виклад основного матеріалу. Своєрідним «магнітом» для туристів може послужити гастрономічний бренд. Практика створення гастрономічного бренду дуже розповсюджена в країнах Європи та Азії. Прикладами гастрономічних брендів є: італійська паста та піца, грецька мусака, грузинський люля-кебаб, японські суші та роли, віденська кава та ін. Привабливі кулінарні образи пов'язані з вкрай приємними відчуттями, тому вони легко запам'ятовуються і часто стають причиною повернення в певний регіон знову і знову.

Багато країн цілеспрямовано створюють власне гастрономічне обличчя, прикладом цього є досвід Сінгапуру, де була створена так звана нова азіатська кухня. Є й стихійно виникаючі бренди певних територій (у Франції, Італії, Іспанії), хоча в умовах найгострішої конкуренції з боку інших країн, застосування агресивних стратегій новими гравцями, репутація навіть таких кулінарних гуру вимагає програм підтримки. Наприклад, іспанська влада активно просуває свою, здавалося б, і так досить популярну кухню. Найсильніші світові гастрономічні бренди мають, безумовно, Франція, Італія, Іспанія, в яких історично склалася і зміцнилася репутація гастрономічних центрів Європи.

Визначився і «другий ешелон» гастрономічних центрів. Це бренди, які уже сформовані, проте ще не набули світової популярності в таких країнах, як США, Австралія, Нова Зеландія, Велика Британія, Швейцарія, Бельгія, Китай, Індія, Сінгапур, Марокко, Перу, Аргентина. Україна може скласти достойну конкуренцію цим країнам, адже українська національна кухня неповторна, має свої особливі неповторні страви, тому вона має перейняти досвід зарубіжних країн у створенні та просуванні гастрономічного бренду на світовій арені.

За прогнозом Всесвітньої туристської організації, до 2020 р. Україна може увійти в першу двадцятку країн із найбільш популярними напрямками туризму. Закон України «Про туризм» розглядає цю галузь економіки як одну з найперспективніших і пріоритетних напрямів її соціально-економічного та культурного розвитку. Стратегічна мета розвитку туризму в Україні полягає у створенні продукту, конкурентоспроможного на світовому ринку, здатного максимально задовольнити туристські потреби населення країни, забезпечити на цій основі комплексний розвиток територій та їх соціально-економічних інтересів при збереженні економічної рівноваги та історико-культурної спадщини [2].

Враховуючи надзвичайно високий рівень наявності природних та соціально-економічних ресурсів України, є можливість і перспективи розвитку гастрономічного туризму як складника туристської діяльності. Важливість розвитку гастрономічного туризму в Україні розкривається через низку його соціально-економічних функцій, гуманітарній та культурологічній значимості.

Необхідно відмітити заклади ресторанного господарства, що можуть послужити приводом до відвідин певного регіону. Проте на сьогодні жоден із закладів України не входить до відомих світових ресторанных рейтингів. Позитивним зрушенням у цьому напрямі є проведення фестивалю «Шоу високої кухні», вперше організованого київським клубом «Маріо». У ньому брали участь кухарі зі світовим іменем, 6 з яких є володарями зірок Мішлен [6].

Розвиток гастрономічного туризму на сьогодні гальмується недостатньою рекламованістю гастрономічного бренду України, відсутністю всесвітньовідомих закладів гастрономії, а також проблемами нестабільності в політичному та економічному житті держави. Формування гастрономічних брендів в Україні має ґрунтуватися на культурних відмінностях регіонів, що склалися історично, і що розглядається як конкурентна перевага, що обов'язково слід використовувати.

На думку організаторів виставки UITT–2013 (Ukraine International Travel and Tourism), після проведення деяких фестивалів (наприклад, Atlas Weekend) і чемпіонатів (зокрема, футбольного чемпіонату Євро–2012) на території України в європейських туристів залишилися приємні спогади про смачну, до того ж недорогу, місцеву кухню і легенди про місцеве пиво. Саме ці враження і повинні послужити основою для новостворених гастротурів Україною, щоб підвищити її туристську популярність.

Важливим кроком на шляху популяризації регіональних кухонь має стати розробка детальної гастрономічної мапи України, розміщення та промоція якої в Інтернет-просторі дозволить підвищити рівень пізнаваності гастрономічних особливостей регіонів України і тим самим посилити їх туристську привабливість.

Доречною у зв'язку із цим є пропозиція Басюк Д.І. [1] щодо ініціювання створення національного проекту «Українська національна кухня» з метою популяризації національних гастрономічних традицій, у рамках якого створити:

- Національний реєстр закладів ресторанного господарства, які б відповідали високим стандартам обслуговування та пропонували страви авторської високої кухні, у тому числі національної;
- гастрономічний путівник українськими регіонами, визначними закладами ресторанного господарства;
- календар гастрономічних фестивалів, семінарів та конференцій;
- перелік майстер-класів національних гастрономічних традицій для науковців та практиків;
- тематичний сайт, який дасть можливість інтенсифікувати інформаційні комунікаційні процеси.

Гастрономічні тури можна комбінувати разом з іншими видами туризму, наприклад фестивальним, культурно-пізнавальним, культурно-розважальним, етнографічним, етнічним, релігійним, шопінг-туризмом та ін. Комбінування різного роду кулінарних заходів разом із відвідуванням найкращих закладів ресторанного господарства регіону та насиченою екскурсійною програмою формуватиме конкурентоспроможний вітчизняний гастрономічний продукт.

Цьому сприятиме і виважена цінова політика – гастрономічна програма по Україні на 3–5 днів коштує від € 200–300 на особу залежно від регіону, у той час як вартість професійної поїздки на 7–10 днів до Італії, Франції, Іспанії становить € 1800–2200, а вартість гастрономічного вікенду для гурманів на 4 дні варіюється від € 550 до € 750.

Для підвищення потенціалу кулінарного бізнесу в туризмі та прискорення впровадження ресторанних турів в Україні потрібно:

- створення унікальних концепцій закладів ресторанного господарства за тематикою, стилем, дизайном, формами та методами обслуговування, у тому числі еторесторанів, які будуть спроможні гідно представляти найкращі традиції не тільки української, але й світової кухні;
- сприяння виведенню рівня обслуговування у закладах ресторанного господарства України відповідно до світових стандартів;
- створення умов для вільної конкуренції вітчизняних закладів за відзнаки та винагороди світових ресторанних рейтингів;
- підвищення професійного та творчого потенціалу шеф-кухарів, сприяння формуванню вітчизняної високої авторської кухні;
- впровадження новітніх технологій у виробництво, обслуговування, управління закладами ресторанного господарства, що створить додаткову ринкову привабливість підприємств.

На сучасному етапі розвитку туристської галузі та сфери ресторанного бізнесу необхідно шукати найбільш оптимальні структури управління гастрономічним туризмом, створювати правову та нормативну базу, більш ефективно використовувати освітній та науковий потенціал галузі. Державна підтримка гастрономічного туризму має полягати у створенні рівних умов для підприємців, забезпеченні якості та безпеки продукції, що виготовляється, створення відповідного інституційного середовища для розвитку цих галузей.

До факторів, що сприяють розвитку гастрономічного туризму в регіонах України, слід віднести [3]:

- розвинене сільське господарство і можливість перебування туристів у сільській місцевості з метою дегустації місцевої кухні і продуктів, вироблених у фермерських господарствах;
- можливість відвідування екологічно чистих господарств і виробництв, знайомство з екологічно чистими, органічними продуктами та їх виробництвом;
- наявність на території регіону корінних народів, або нащадків, які підтримують традиції (євреї, татари, поляки, чехи, німці), кухня яких може стати основою для розробки унікальних гастрономічних турів;
- можливість збору дикоросів (гриби, ягоди);
- можливість створення нових робочих місць і залучення місцевих жителів до робочого процесу;
- наявність різноманітного природно-рекреаційного потенціалу;
- багатой культурно-історичної спадщини;
- близькість цільових споживачів туристських ресурсів (в межах двох-трьохгодинної доступності) до об'єкту мандрівки;
- зростання популярності телевізійних кулінарних програм і шоу;
- пропагування здорового способу життя.

У сучасних умовах розвитку туристського ринку в Україні та складній фінансово-економічній ситуації в державі в цілому окремі самодіяльні підрозділи закладів харчування в контексті функціонування зеленого та екологічного туризму намагаються запровадити інноваційно-аматорські нововведення в обслуговуванні своїх клієнтів, а особливо іноземних. Так, наприклад, уздовж міжнародних трас, включаючи Волинську область практикується подача не тільки класичних традиційних українських страв, а й туристам можуть запропонувати їжу не тільки з місцевих озерних делікатесів

– вугрів, в'юнів та раків, але й чисто французькі делікатеси – жаб'ячі ніжки, равлики тощо, а також виключно українські давньоетнічні страви із зеленої лободи, кропиви та інших представників місцевої фауно-флорної бази. Інколи користуються попитом й зовсім екзотичні страви «волинської кухні», наприклад запечені їжаки, копчене або запечене м'ясо бобрів і голубів, яких часто готують в окремих селах Ковельського, Любомльського, Ратнівського та Старовижівського районів. Популярними для місцевої кухні є запечені бичачі та баранячі яйця, свинячі та телячі мізки, ковбаски з крові тощо [4].

Сприяння розвитку об'єктів, що складають інтерес для туристів і поціновувачів української гастрономічної культури, – відомих підприємств харчової промисловості, ресторанного господарства, домашніх господарств. Цього можливо досягти шляхом дотримання таких умов [5]:

1. Підтримки діючих та ініціювання створення нових об'єктів гастрономічного туризму: дегустаційних залів, музеїв гастрономії, етнічних селищ та містечок, а також спеціалізованих атракційних заходів та туристсько-екскурсійних маршрутів, що будуть сприяти створенню конкурентоспроможного місцевого туристського продукту, підвищенню туристської привабливості регіону.
2. Розвитку туристської інфраструктури – закладів розміщення, харчування, розваг, а також підприємств роздрібної торгівлі та сфери послуг.
3. Розвитку інформаційних комунікаційних систем, які забезпечуватимуть інформування туристського ринку про гастрономічний мікрокластер та виступатимуть важливим маркетинговим інструментом формування туристського попиту.
4. Спрямування зусиль влади, бізнесу та місцевої громади на підтримку об'єктів гастротуризму, формування гастрономічних атракцій і подій, які б привертали увагу внутрішніх і міжнародних туристів, а також приватно-публічне партнерство у просуванні місцевого туристського продукту, активізації системи маркетингових комунікацій, використання інструментів бренд-менеджменту територій та міст.
5. Розроблення програм кулінарних турів тематичної спрямованості з використанням місцевої сировини, продуктів харчування та напоїв, знакових закладів ресторанного господарства, які підкреслюватимуть автентичність національних традицій у кулінарії.

6. Розширення географії та популяризація проведення тематичних кулінарних фестивалів, свят, відвідування міжнародних професійних виставок та конференцій, для того, щоб ознайомлення з національною кухнею стало головним елементом у програмі перебування туриста.
7. Вивчення кращого міжнародного досвіду розвитку гастрономічного туризму у сфері виноробної та харчової промисловості, ресторанного господарства, впровадження сучасних екологічно чистих технологій вирощування сільськогосподарської сировини та виготовлення продукції.

Все більше популярними за кордоном стають кулінарні шоу, як наприклад, «Ramsey's Kitchen Nightmares» і «Top Chef», які допомагають пересічним людям ознайомитися з особливостями приготування страв різних кухонь світу. За оцінками експертів, продажі куховарських книг б'ють усі рекорди через те, що прості люди хочуть у домашніх умовах відтворити страви, рецепти яких вони почули в кулінарних телевізійних шоу, що зараз стають все більше популярними. В Україні на різноманітних каналах демонструються подібні кулінарні шоу, а особливо популярним є телепроект «Мастер-Шеф» – кулінарне шоу-поєдинок кухарів-аматорів (а з 2019 р. – і професіоналів) на каналі СТБ [4].

На підставі аналізу національного туристського ринку висловлюємо такі пропозиції щодо розвитку гастрономічного туризму в Україні:

1. З метою популяризації національних гастрономічних традицій при підтримці Державної служби туризму і курортів та фахових професійних об'єднань на часі є доречним розпочати національний проект «Українська національна кухня», в рамках якого створити Національний реєстр етноресторанів, які б відповідали європейським стандартам обслуговування та пропонували страви національної кухні, гастрономічний путівник українськими регіонами, календар гастрономічних фестивалів, семінари та конференції, майстер-класи національних гастрономічних традицій для науковців і практиків, створити тематичний сайт.

2. Для забезпечення ефективного розвитку гастрономічного туризму необхідно розпочати підготовку відповідних фахівців на основі бакалаврських та магістерських програм у закладах вищої освіти. Змістова компонента підготовки таких фахівців має включати як культурологічні, гастрономічні, технологічні аспекти кулінарної справи, так і практичні навички вибору та дегустації кулінарної, винно-горілкової та гастрономічної

продукції, розробку турів гастрономічної тематики, у тому числі гурман-турів, організації спеціалізованих кулінарних заходів, у першу чергу – гастрономічних фестивалів.

3. Вивчення міжнародного досвіду розвитку гастрономічного туризму є основою для співпраці з кращими виробниками Італії, Іспанії, Франції, Швейцарії в галузі виноробної, харчової та переробної промисловості, впровадження сучасних екологічно чистих технологій вирощування сільськогосподарської сировини та виготовлення харчової продукції. Гастрономічний туризм є важливим елементом комплексу маркетингових комунікацій для популяризації продукції місцевих товаровиробників.

4. Місцеві органи влади та органи місцевого самоврядування в рамках розробки та реалізації регіональних програм збалансованого розвитку туризму повинні підтримувати створення об'єктів гастрономічного туризму – етноресторанів, дегустаційних залів, музеїв гастрономії, етнічних селищ і містечок а також спеціалізованих атракційних заходів та туристсько-екскурсійних маршрутів, що будуть сприяти створенню конкурентоспроможного місцевого туристського продукту, підвищенню туристської привабливості регіонів України.

Висновки. Україні необхідно створити власний гастрономічний бренд за прикладом відомих країн Європи й Азії. Продуктами, що ідентифікуватимуть її як центр гастрономічного туризму можуть стати борщ, сало та різні алкогольні напої домашнього виробництва. Це сприятиме популяризації України на міжнародній туристській арені та залучатиме більшу кількість іноземних туристів. Гастрономічний туризм як важлива складова бізнесу потребує більш високого рівня інтеграції з ресторанним господарством і домогосподарствами, створення нових об'єктів, що складають інтерес для туристів і поціновувачів української гастрономічної культури, визначення оптимальних структур управління на загальнодержавному та місцевому рівнях, розробка відповідної правової та нормативної бази, ефективнішого використання освітнього і наукового потенціалу галузі тощо.

1. Басюк Д.І. Інноваційний розвиток гастрономічного туризму в Україні / Д.І. Басюк // Наук. пр. Нац. ун-ту харч. техн. – 2012. – № 45. – С. 128–132.
2. Кукліна Т.С. Гастрономічний туризм як парадигма розвитку національної економіки України / Т.С. Кукліна // Економіка Крима. – 2013. – № 2 (43). – С. 61–66.
3. Нестерчук І.К. Специфіка і просторові особливості гастрономічного туризму: теоретичний конструкт / І.К. Нестерчук // Часопис картографії. – 2016. – Вип. 16. – С. 203–213.

4. Патійчук В.О. Особливості організації гастрономічних турів / В.О.Патійчук // Рекреаційно-туристичний потенціал регіонів України: сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку : матер. Всеукр. наук.-практ. Інтернет-конф. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://turizmliol.wordpress.com/2017/04/02/особливості-організації-гастрономіч/>.
5. Саламатіна С.Є. Стан та перспективи розвитку гастрономічного туризму на півдні Одещини / С.Є. Саламатіна // Наук. пр. Одеської нац. акад. харч. технологій. – 2014. – Вип. 46 (2). – С. 325–329.
6. «Шоу високої кухні»: зvezды Мишлен в Україні! [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://izum.ua/restoran/articles/shou-vysokojj-kukhni-zvezdy-mishlen-v-ukraine_45984.

Грицун Т.Ю.
Науковий керівник: В.І. Новикова

РЕЛІГІЙНИЙ ТУРИЗМ: ЙОГО ОСОБЛИВОСТІ, СТАН РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ

Актуальність. Релігійний туризм відіграє велику роль в системі міжнародного і внутрішнього туризму. Люди відправляються в такі поїздки по святих місцях і релігійним центрам, щоб через релігію ознайомитися з культурою інших народів і країн.

Вивченість у науковій літературі. Вивчення питань щодо релігійного туризму висвітлювалось у наукових працях таких дослідників, як: Т.І. Божук, А.С. Ковальчук, .В. Павлов, К.В. Мезинцев, О.О. Любіцева, Т.Т. Христов, Л.Т. Шевчук та ін.

Мета статті – показати особливості релігійного туризму, виявити стан його розвитку в Україні.

Виклад основного матеріалу. Релігійний туризм є складовою частиною сучасної індустрії туризму. Собори, мечеті, культові музеї і духовні центри – це туристичні об'єкти, які мають дедалі більший попит. Пам'ятки релігії, історії та культури представляють істотне мотивування відвідування того чи іншого регіону або міста. Слід зазначити, що релігійний туризм може носити також пасивний (споглядальний) характер. Наприклад, участь в релігійних церемоніях в якості глядачів також приваблює туристів. Найчастіше атеїстично налаштоване населення з цікавістю і інтересом бере участь в релігійних святах.

Вважаємо, що релігійний туризм тісно пов'язаний з іншими видами туристської діяльності:

- культурно-пізнавальним видом туризму – відбувається відвідування релігійних центрів, релігійних об'єктів (сакральні пам'ятки, діючі музеї), богослужіння, участь в хресних ходах, медитаціях та інших релігійних заходах;
- навчально-науковим видом туризму (релігійної спрямованості) – вчені відвідують центри існуючих релігій, країни і регіони з багатими релігійними традиціями; такі поїздки нечисленні, але вони розширюють географію туристських поїздок; учених цікавить релігійна спадщина – рукописи, різні культові предмети, архітектурні форми як сучасних, так і таких, що пішли в минуле, релігій та ін.;
- лікувально-оздоровчим видом туризму; наприклад, багато духовних центрів в Індії є центрами аюрведичного лікування (аюрведа – комплексна наука лікування, омолодження організму і запобігання захворюванням, які виникають як наслідок порушення гармонії між енергією людини і Всесвітом); всі ці практики і повчання часто виходять за межі релігій або не мають безпосереднього релігійного підґрунтя; підкреслюється їх універсальність для людей різних віросповідань, національностей, статі, віку і професії; мета таких практик – допомогти людині у вирішенні її проблем, а також в її духовному самоудосконаленні, пізнанні своєї внутрішньої духовної природи.

В індустрії релігійного туризму виділяють культові центри та релігійні центри. Культовий центр – це місце, що має велике значення для представників певної конфесії, в якому проводяться культові та інші заходи, що збирають велику кількість паломників. У таких місцях зазвичай є храм з чудотворною іконою, або раніше жив відомий святий, духовний вчитель, аскет, або мали місце історичні релігійні події. Релігійний центр – більш широке поняття, ніж культовий центр. Релігійний центр, окрім об'єкта культу, включає освітні установи та адміністративні органи релігійних організацій. Наприклад, найстаріший монастир Вінничини – Свято-Усікновенський Лядівський скельний чоловічий монастир є релігійним центром для паломників. Тут, крім об'єктів культу, знаходяться печерні храми, висічені у скелі ченцями багато століть тому. Дати чіткі визначення цим поняттям, враховуючи особливості всіх релігій, неможливо. Наприклад, поняття культового центру для ісламу практично неактуально, як і знаходження будь-якого священного предмета в релігійному центрі. Визначення культового центру та релігійного центру підходять тільки для узагальненого розуміння питань релігійного життя.

Велике значення мають екскурсійні ресурси для розвитку релігійного туризму екскурсійно-пізнавальної спрямованості. До групи культурно-історичної спадщини входять пам'ятники культової архітектури і скульптури; в групу соціальних ресурсів – релігійні свята, а також традиції, звичаї, обряди людей. З соціально-культурних ресурсів, туристів-екскурсантів можуть зацікавити ті заклади культури, які володіють значною кількістю експонатів релігійного значення. Це можуть бути виставки, музеї при монастирях. У різних країнах світу існують музеї релігій, паломництва.

Останнім часом інтерес до релігійного туризму і паломництва у світі зростає. Як наслідок, збільшується кількість пропозицій щодо організації подібних поїздок. Не оминули ці процеси й Україну: багато туристичних фірм спеціалізуються на організації релігійних і паломницьких турів, паломницькі служби створені також при монастирях, церквах та інших релігійних організаціях. Завдяки їх діяльності значно збільшилася кількість туристів, що подорожують з релігійно-пізнавальною метою Україною, а також іншими країнами.

Релігійні традиції українського народу та наявні сакральні ресурси сприяють формуванню в нашій країні стійкого попиту на паломницькі тури та ринку релігійного туризму. Як засвідчив аналіз кількісного складу потенційних споживачів послуг релігійного туризму і паломництва, попит на цей турпродукт залишається стійким і має перспективи для зростання. Мережа релігійних організацій в українській державі є однією з найчисельніших на континенті, що відображає вагому присутність релігійного інституту в суспільстві та побожність нашого народу. Не зважаючи на кризові процеси в українському православ'ї, пов'язані з відсутністю в суспільстві церковної єдності, питома вага православних церковних інституцій в Україні практично не зменшується, а результати соціологічних досліджень засвідчують, що соціальна база, яка здатна забезпечити зростання православної церковної мережі в майбутньому, є значно ширшою за існуючі показники інституціалізації діючих в Україні православних церков [4].

Традиційно релігійні пам'ятники використовувались лише як екскурсійні об'єкти. Зараз відвідування культових споруд набувають риси паломництва. При цьому, значно розширився круг об'єктів релігійного паломництва. До матеріальних ресурсів релігійного туризму увійшли не лише культові споруди, але й святі джерела, дерева, скелі, тобто об'єкти природничого походження.

Україна має унікальні передумови щодо розвитку релігійного туризму. Це зумовлено багатою історією розвитку християнства на території країни [4].

Одну з найвизначніших ролей у розвитку релігійного туризму в Україні відіграє Свято-Успенська Києво-Печерська лавра, яка є національною святинєю українського народу. У 2001 р. в Україні відбулося урочисте відзначення її 950-річчя. Києво-Печерський монастир стає центром паломництва з кінця XI ст. Цьому передували канонізація Феодосія, княгині Ольги, Антонія Печерського та інших преподобних Печерського монастиря. Головним храмом Лаври з найдавніших часів був Успенський собор, в якому зберігалась найголовніша його святиня – чудотворна ікона Успіння Божої Матері, що знаходилась над царськими воротами головного престолу. Її було принесено в Київ ще в 1073 р. грецькими майстрами. У храмі також знаходились мощі святителя Михайла, першого митрополита Київського, гробниця з частками мощів всіх преподобних печерських, гробниці преподобного Феодосія, срібна рака з главою Св. Рівноапостольного князя Володимира, ікони з мощами помісних та загально славних святих. Наявність зазначених святинь, подвижницька діяльність духовних провідників Лаври, високий духовний та інтелектуальний рівень ченців – все це зробило Києво-Печерську лавру осередком духовності і центром тяжіння до неї православних віруючих з усіх кінців Київської Русі.

Після монголо-татарської навали паломництво взагалі припинилося і почало відновлюватись лише з XIV ст., після відкриття мощів у печерах. З відбудовою головних святинь Києва: Успенського, Софійського, Михайлівського соборів, Десятинної церкви, спорудженням нових храмів паломницький потік до Лаври зростає. Стабілізація відносин між Польщею і Росією, відродження Києво-Печерської лаври канонізація Петром Могилою Печерських подвижників сприяли тому, що Київ у другій половині XVII ст. став духовним центром, другим Єрусалимом не лише для України, а й усього християнського православного світу.

Києво-Печерська лавра, яка відігравала величезну роль в історії України в поширенні серед народу духовності, християнської моралі, культури, освіти, прискорила також розвиток мандрівництва, який здійснювався у двох напрямках – на Схід, до Святої землі і з усього православного світу до Києва і його знаменитого монастиря – Києво-Печерської лаври. Саме Лавра, яка у

XIX ст. щороку приймала десятки тисяч богомольців-прочан, виробила досить розгалужену систему їх обслуговування, до якої долучилися і підприємницькі заклади, що нагадувало початок формування в Україні одного з видів туризму – релігійного [6].

Також значний потенціал для розвитку такої специфічної галузі бізнесу як релігійний туризм містить Житомирщина. На території області знаходяться визначні пам'ятки історії та культури – це Овруцький Св. Василівський храм (окремим фрагментам стін храму нараховується понад 900 років), римокатолицький монастир Кармелітів Босих у м. Бердичеві вважається неперевершеним архітектурним ансамблем на теренах всієї України, Чоповицький православний монастир відомий своїм чудодійним джерелом далеко на межах області, є місцем паломництва віруючих з усієї України.

На Тернопільщині релігійний туризм – окремий потужний напрям. На нашій планеті не так багато місць, де кілька разів являлася Матір Божа. Відвідання двох святинь світового значення в Почаєві і Зарваниці подія непересічна як для паломника, так і просто мандрівника.

У духовному центрі української греко-католицької церкви – Зарваниці після часу заборон тільки недавно відновилися храми, будуються нові, без перебільшення, шедеври церковного мистецтва. Один з них – собор Зарваницької Божої Матері, котра вперше явилася тут 1240 року. У Почаївській лаврі все лишилося, як колись, – специфіка православної віри зберегла її устрій, а територія й донині має виразний оборонний характер – у сонячну днину величний і охайний золотокупольний комплекс можна бачити за багато кілометрів.

Івано-Франківська область також відома багатою сакральною і духовною спадщиною. Територію області здавна населяли народи з різним релігійним віросповіданням. Збережені церкви, костьоли, синагоги, монастирі та скити є окрасою області та передумовою для розвитку релігійного та паломницького туризму [7].

На сьогодні в області нараховується 50 дерев'яних церков, які охороняються державою. Найдавніші з них – Благовіщенська церква (1587 р.) у місті Коломия, Успенська церква (1623 р.) в селі Пістинь Косівського району, Різдва Богородиці (1678 р.) у селищі Ворохта на Яремчанщині. А в с. Росільна Богородчанського району знаходиться дерев'яна церковця, зведена без жодного цвяха.

Найяскравішим зразком дерев'яного будівництва є церква Святого Духа з укріпленнями в м. Рогатин (1676 р.). Іконостас Святодухівської церкви, створений у 1650 р., вважається перлиною українського малярства. Знаковими об'єктами для розвитку релігійного туризму є [3]:

- Манявський скит, пам'ятка архітектури XVII ст., поблизу с. Манява Богородчанського району. Заснований у 1606 р. Й. Княгиницьким, вихованцем Афонського монастиря. Скит Манявський – аскетичний чоловічий монастир східного обряду (український Афон), визначний осередок духовності, культури і мистецтва України. Зараз це відреставрований ансамбль кам'яних і дерев'яних споруд, обгороджених високою кам'яною стіною з вежами і бійницями – вдалий синтез гірського рельєфу і фортифікаційних забудов.
- Гошівський монастир отців Василіян і церква Преображення Господнього на Ясній Горі у с. Гошеві Долинського району, заснований у 1570 р. Є місцем паломництва християн з різних країн світу, які йдуть сюди, щоб помолитися чудотворній іконі Божої Матері;
- Монастир XVII ст. у с. Погоня (Тисменицький район);
- Караїмський цвинтар у Галицькому районі;
- Приміщення Музею народного мистецтва і побуту Гуцульщини у м. Косів.

Серед ресурсів природничо-сакрального змісту можна виділити сакралізовані джерела, скелі, гори, дерева. Такими є джерела Ай-Олексій (Св. Олексій), Ай-Андрит (Св. Андрій), Ай-Настасі (Св. Настасія), Ай-Ян-Петрі (Св. Іоан і Св. Петро) поблизу с. Генеральське, що неподалік від Алушти; Ай-Йорі (Св. Георгій) над с. Ізобільне; Ай-Лія [2].

Деякі міста України є важливими релігійними центрами для іудеїв, а особливо для окремої течії іудаїзму – хасидизм.

Незалежно від свого місця проживання, щороку хасиди з усього світу здійснюють паломництво до своїх святинь, які залишилися в Україні. Головними місцями паломництва є Меджибіж й Умань – історичні центри хасидизму. Меджибіж освячений двадцятилітнім перебуванням тут Баал Шема, а в Умані, на околиці містечка, стоїть могила одного з найвизначніших послідовників Бешта, духовного лідера брацлавських хасидів Ребе Нахмана з Брацлава, що помер і був похований 1810 р.

Щорічно до Умані злітаються й приїжджають тисячі хасидів, передусім, звісно, брацлавські, поважні сивобороді патріархи зі своїми синами й онуками, але лише особи чоловічої статі, щоби поклонитися могилі Ребе і відзначити спільно свято Рош-га-Шана – єврейський Новий рік, який зазвичай

припадає на вересень – початок жовтня за іудейським місячним календарем. Щороку до Умані приїжджає близько двадцяти тисяч іудейських прочан.

До релігійних ресурсів крім матеріальних слід також віднести і духовні ресурси, такі як дива, які творяться в певних місцевостях, укріплюють вірян, а також благодать, яку відчувають віряни під час знаходження в святому місці.

З даної точки зору унікальним є Миколаївський храм в с. Кулевча Одеської області, де знаходяться багато святинь, які здатні дивовижно укріплювати віру православних християн. Тут знаходяться мироточтвий хрест, Казанська ікона Божої матері, біля якої на засохлих гілках лілії без води проростають живі квіти, Іверська ікона Божої матері, що кровоточить, Ікона Спаса Нерукотворного, що самооновилася, а також ікони цілителя Пантелеймона і мученика Георгія, образи яких відбилися на склі кіоту.

Найбільш важливими об'єктами при розробці туристично-екскурсійних маршрутів на території України є численні монастирі і храми, де зберігаються мощі святих та інші реліквії, чудотворні ікони. Цінність цих об'єктів визначається не їх місцезнаходженням (столичні чи провінційні), а мистецьким рівнем. Це стосується як архітектури, так і живописних та скульптурних робіт на біблійні сюжети, створених відомими художниками і невідомими майстрами. Важливими туристичними об'єктами можуть виступати також поховання вищих ієрархів православної церкви.

Релігієзнавчий туризм перетворився на важливу складову сучасної індустрії туризму. Собори, мечеті, культові музеї і духовні центри – це туристичні об'єкти, популярність яких постійно зростає. На ринку туристичних послуг з'являються фірми, що спеціалізуються на організації релігієзнавчих і паломницьких турів. Протягом останніх трьох-чотирьох років відчутно збільшилось число туристів, що здійснюють паломництво до православних святинь України і виїзять в інші країни з релігієзнавчою метою.

Шляхом розробки національної мережі релігійних маршрутів, багато з яких мають міжнародне значення, туристичні фірми України спільно з церковними громадами різних конфесій здійснюють «невидимий експорт» церковної культури як невід'ємної складової національної культурної спадщини. В той самий час «невидимий імпорт» церковної культури інших країн сприяє більш чіткому усвідомленню своєї національної культурної самобутності. Таким чином, історико-культурні пам'ятки, що є об'єктами релігійного туризму, перетворюються на культурне надбання людства і є внеском України у скарбницю світової цивілізації [1].

Висновки. Релігійні традиції українського народу та наявні сакральні ресурси сприяють формуванню в Україні стійкого попиту на релігійні тури. В сакральному просторі християнського світу Україна є «перехрестям» паломницьких шляхів, що необхідно використати для розвитку релігійного туризму та формування країноцентричного туристського субринку.

1. Божук Т.І. Перспективи розвитку релігійного туризму в Закарпатті / Т.І. Божук // Сталий розвиток Карпат: сучасний стан та стратегія дій : тези доп. міжнар. наук.-практ. конф. – Львів, 2006. – С. 115–118.
2. Божук Т.І. Релігійний туризм: становлення і функціонування / Т.І. Божук // Географія і туризм: європейський досвід : матер. III Міжнар. конф. (Львів–Брюховичі, 9–11 жовтня 2009 р.). – Львів, 2009. – С. 27–30.
3. Ковальчук А.С. Релігійний туризм в Україні: проблеми і перспективи розвитку / А.С. Ковальчук // Україна та глобальні процеси: географічний вимір : зб. наук. праць : у 3 т. – Луцьк : Вежа, 2000. – Т. 1. – С. 365–367.
4. Павлов С.В. Географія релігій : навч. посіб. / С.В. Павлов, К.В. Мезинцев, О.О. Любіцева.– К. ; АртЕК, 2010. – 504 с.
5. Религиозный туризм [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://fontell.ru/category/religioznyj-turizm/>.
6. Христов Т.Т. Религиозный туризм : учеб. пособ. [для студ. высш. учеб. заведений] / Тодор Тодорович Христов. – [2-е изд., испр.]. – М. : Академия, 2005. – 288 с.
7. Шевчук Л.Т. Сакральна географія : навч. посіб. / Л.Т. Шевчук. – Львів : ВЦ ЛНУ ім. І. Франка, 1999. – 160 с.

Коваленко Д.О.

Науковий керівник: В.А. Красномовець

ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ ДЛЯ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

Актуальність. Туризм нині є однією з найважливіших рушійних сил світової економіки. У той же час, в Україні ця галузь, попри наявність досить значного туристичного потенціалу, представлена слабо. Критичний аналіз стану туристичної галузі України дозволяє стверджувати про її початкову стадію розвитку. Слаборозвиненою залишається проблема управління та просування туристичного продукту. У зв'язку з цим, одним з найбільш актуальних шляхів ефективного просування та розвитку даної галузі може виступити більш широке застосування цифрових технологій маркетингу в туризмі.

Метою статті є аналіз сучасного стану туристичної індустрії України та з точки зору можливості застосування цифрових маркетингових технологій.

Виклад основного матеріалу. Україна володіє значним потенціалом туристичних резервів, які, на жаль, не використовуються у повному обсязі. Не існує стратегії привернення нових споживачів до туристичного ринку; рівень інформації про туристичний потенціал і послуги дуже низький; інструментів для інформування та розвитку туризму недостатньо [1].

Цифровий маркетинг (англ. digital-marketing, інтерактивний маркетинг) – загальний термін, який використовують для позначення таргетингового і інтерактивного маркетингу товарів і послуг, що використовує цифрові технології для залучення потенційних клієнтів і утримання їх як споживачів. Головними завданнями цифрового маркетингу є просування бренду і збільшення збуту за допомогою різних методик. Цифровий маркетинг включає в себе великий вибір маркетингових тактик з просування товарів, послуг і брендів. Крім мобільних технологій, традиційних телебачення і радіо методи цифрового маркетингу використовують Інтернет як основний комунікаційний посередник. Список цифрових маркетингових стратегій, які використовує більшість підприємств наведено у таблиці 1.

Таблиця 1

Цифрові маркетингові стратегії, що використовують підприємства (за матеріалами [2])

| Маркетингові стратегії | Характеристика, опис стратегії |
|-------------------------------|--|
| Створення сайту | <p>Просування і реклама бізнесу в Інтернеті починається з розробки сайту. На цьому етапі здійснюються перші кроки по створенню сильного бренду.</p> <p>На цьому етапі також створюються:</p> <ul style="list-style-type: none"> – фірмові активи (логотипи, значки, скорочення та ін.); – відеоконтент (відеореклама, демонстрація продуктів та ін.); – зображення (інфографіка, знімки продуктів, фотографії компаній та ін.); – письмовий контент (статті в блогах, електронні книги, описи продуктів, відгуки та ін.); – Інтернет-продукти або інструменти (SaaS, калькулятори, інтерактивний контент та ін.); – пошукова оптимізація (SEO) |
| Реклама з оплатою за клік | <p>Реклама з оплатою за клік (PPC) насправді являє собою широкий термін, який охоплює будь-який тип цифрового маркетингу, де ви платите за кожного користувача, який натискає на оголошення. Наприклад, Google AdWords – це форма реклами PPC, яка називається «платна реклама в пошуковій мережі».</p> <p>Реклама в Facebook – це ще одна форма реклами PPC, яка називається «платна реклама в соціальних мережах»</p> |

| Маркетингові стратегії | Характеристика, опис стратегії |
|---|---|
| Платна пошукова реклама | Системи Google, Bing і Yahoo дозволяють показувати текстові оголошення на своїх сторінках результатів пошуку (SERP). Платна пошукова реклама – один з кращих способів привернути потенційних клієнтів, які активно шукають продукт або послугу. |
| Платна реклама в соціальних мережах | Більшість соціальних мереж, таких як Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, Pinterest та Snapchat дозволять розміщувати рекламу на своєму сайті. Платна реклама в соціальних мережах якнайкраще доцільна для підвищення обізнаності аудиторії |
| SMM | Як і SEO, маркетинг в соціальних мережах – це недорогий, органічний спосіб використання соціальних мереж, таких, як Facebook або Instagram, для просування бізнесу. І, як і в випадку з SEO, органічне просування в соціальних мережах вимагає набагато більше часу і зусиль, але в довгостроковій перспективі це може призвести до набагато дешевших результатів. |
| Оптимізація коефіцієнта конверсії (CRO) | Оптимізація коефіцієнта конверсії (CRO) – це мистецтво і наука поліпшення вашого користувацького досвіду в Інтернеті. У більшості випадків компанії використовують CRO, щоб отримувати більше конверсій (потенційних клієнтів, чатів, дзвінків, продажів та ін.). Підвищення коефіцієнта конверсії дозволить поліпшити поведінкові чинники і збільшити продажі. |
| Контент-маркетинг | Контент-маркетинг – ще один досить широкий термін цифрового маркетингу. Контент-маркетинг охоплює будь-які дії з цифрового маркетингу, в яких використовуються ресурси контенту (пости в блогах, інфографіка, електронні книги, відео та ін.). Контент-маркетинг служить для підвищення впізнаваності бренду або залучення кліків, потенційних клієнтів або продажів. |
| Нативна реклама | Статті на інших ресурсах з посиланням на ваш сайт виступають цінним маркетинговим інструментом. Це нативна реклама. Велика частина нативної реклами підпадає під контент-маркетинг, оскільки використовує контент для залучення кліків. |
| E-mail маркетинг | E-mail маркетинг дозволяє охопити цільову аудиторію за допомогою поштової розсилки ваших послуг. Це відмінна стратегія для будь-якого бізнесу. Таким чином ви можете залучити як нових клієнтів, так і повернути тих, хто вже купував продукцію або замовляв послуги. |
| Крауд-маркетинг | Крауд-маркетинг сприяє популяризації бренду і його окремих товарів і послуг. Суть крауд-маркетингу – це відгуки на форумах, соцмережах, реєстрація в каталогах. Таким чином ви створюєте додатковий майданчик для реклами ваших товарів і послуг від існуючих клієнтів. Відгуки сприяють формуванню довіри до бренду. |

З появою Інтернет-технологій, правила маркетингу були переглянуті в усьому світі. Інтернет змінив спосіб взаємодії споживачів з брендами, оскільки інтерактивність створила новий вимір зв'язку між усіма учасниками ринку. Це повністю змінило політику просування в економіці, а цифровий маркетинг став однією з ключових областей для бізнесу в усьому світі.

Кожна кампанія, запущена в цифровій формі, може відстежуватися з точки зору її масштабу, участі і перетворення. За час, необхідний для отримання результатів однієї розсилки або друкованої реклами, Інтернет-маркетинг дозволяє запускати декілька онлайн-кампаній по електронній пошті, в соціальних мережах і швидко отримувати результати. Витрати на друк, розсилку та рекламний простір у традиційному маркетингу набагато вищі, ніж вартість відвідування клієнтів в Інтернеті. Можливо, найбільшою перевагою Інтернет-маркетингу є можливість передової аналітики. За допомогою різних інструментів можна виміряти ефективність практично всіх аспектів кампаній і акцій, що дозволяє виключити тих, які не працюють, і поліпшити ті, які є ефективними.

З огляду на проведений аналіз, індустрії туризму України можна рекомендувати використовувати наступні засоби цифрового маркетингу:

1. Цифрова презентація на веб-сайтах. Державного агентства України з туризму та курортів, туристичних операторів та інших суб'єктів туристичного ринку. В основі цифрового інструменту доцільно буде використати туристичні панорами. Споглядаючи 3D панорами, потенційний турист отримує можливість перевірити достовірність опису туристичного об'єкта. Крім того, віртуальні тури більш інформативні в порівнянні з рекламними брошурами, що викликає більше емоцій серед учасників і сприяє придбання туру [3].

2. Мобільний додаток. Мобільні програми зручні, тому що вони дозволяють туристам організувати власний відпочинок. При встановленні програми на смартфон, турист може легко отримати доступ до інформації про рейси, бронювання і маршрути, що є значною перевагою для ринку.

3. Ексклюзивні пропозиції через електронну пошту та соціальні мережі. Ефективна рекламна активність організацій в соціальних мережах є цілком новим явищем, в той же час дуже ефективним для охоплення великої аудиторії, часу, витраченого користувачами в соціальних мережах, можливості прямого контакту з клієнтами і вартості реклами [4].

Висновки. Таким чином, зростаюча роль цифрового маркетингу вплинула на те, як компанії просувають свої позиції як для існуючих, так і для нових клієнтів. Потреба в цифровому маркетингу відчувалася більше, ніж коли-небудь в індустрії туризму, де клієнти мали миттєвий доступ до всіх видів інформації про останні пропозиції та найкращі ціни. Більш широке і ефективне використання Інтернет-маркетингу в туристичному секторі представляє великий інтерес не тільки для окремих туристичних компаній, але також може загалом впливати на розвиток туристичної індустрії України.

1. Офіційний сайт Travel to Ukraine. The official website Travel to Ukraine. URL : <http://travel-to-ukraine.info/en> (дата звернення 17.05.2019).
2. Що таке Digital Marketing (цифровий маркетинг)? URL : <https://inclick.com.ua/uk/shho-take-digital-marketing-cifrovij-marketing/> (дата звернення 16.05.2019).
3. Туризм в епоху digital-маркетингу. URL : <https://ain.ua/2018/06/29/turizm-v-epochu-digital-marketingu/> (дата звернення 17.05.2019).
4. Цифровий маркетинг в Україні. URL : https://courses.prometheus.org.ua/courses/Postmen/DM101/2017_T1/about (дата звернення 17.05.2019).

Лазебник О.О
Науковий керівник: В.І. Новикова

СПЕЦИФІКА ТА ПОШИРЕННЯ У СВІТІ ЛІКУВАЛЬНО-ОЗДОРОВЧОГО ТУРИЗМУ

Актуальність. Сьогодні лікувально-оздоровчий туризм є потужним комплексом послуг низки галузей. Він охопив десятки країн, сприяючи тим самим географічному поширенню та вдосконаленню передових технологій обслуговування туристів.

Рівень розвитку індустрії туризму в деяких країнах Європи став показником їх загального економічного розвитку, і як його складова, лікувально-оздоровчий туризм відіграє значну роль. Туризм все більше пов'язується зі стратегією стійкого розвитку країн.

Раціонально використовуючи природні ресурси у поєднанні з історико-культурними пам'ятками, лікувально-оздоровчий туризм сприяє підвищенню якості та періоду життя у туристів, оздоровленню населення, раціональному використанню природних ресурсів, активізації економічних та культурних зв'язків, підвищенню рівня зайнятості населення, стимулює зростання виробництва багатьох товарів та послуг. З огляду на зазначене вище вказана тема є актуальною.

Вивченість у науковій літературі. У роботах П. Гудзя, О. Гулича, С. Омелянця розглядаються проблеми економічно-екологічного розвитку курортних територій, питанням управління сферою рекреаційного обслуговування присвячені дослідження О. Шаптали. Досвід формування стратегії розвитку курортно-туристичних регіонів Польщі вивчає М. Борушак [1–3].

Мета статті – полягає у вивченні і комплексному дослідженні лікувально-оздоровчого туризму в світі, туристично-рекреаційних ресурсів, тісно пов'язаних з розвитком представленого виду туризму, дослідження особливостей територіальної організації та розвитку центрів лікувально-оздоровчого туризму.

Виклад основного матеріалу. Здоров'я – найважливіший аспект людського життя. Воно забезпечує тривалість життя, фізичну та розумову працездатність, високий рівень самопочуття, а також відтворення здорового потомства. Зважаючи на безперечну важливість здоров'я у житті кожної людини, лікувально-оздоровчий туризм посідає значуще місце з-поміж видів туризму.

Останнім часом у світі спостерігається зростання інтересу туристів до лікувально-оздоровчого туризму. Швидкий темп життя, безліч стресових ситуацій, зростання потоку інформації, несприятлива екологічна обстановка в більшості країн змушує людей звертатися до цього виду туризму [4].

Якщо раніше більшість туристів їздили за кордон виключно заради відпочинку і огляду визначних пам'яток, то на сьогоднішній день актуальною в таких поїздках є також турбота про своє здоров'я. Саме тому лікувальний туризм набирає обертів, особливо в Європі.

Лікувально-оздоровчий туризм – це вид туризму, який передбачає переміщення резидентів і нерезидентів в межах державних кордонів і за межі державних кордонів на термін не менше 20 год. і не більше 6 місяців в оздоровчих цілях, цілях профілактики та лікування різних захворювань організму людини [5].

Метою оздоровчого 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.

Галузь медицини, яка вивчає медичний туризм, має назву курортології. Враховуючи це, європейський лікувальний туризм можна розділити відповідно до видів курортів:

- 1) бальнеологічні – головним лікувальним фактором виступають мінеральні води;
- 2) кліматичні. для лікування використовуються особливості клімату, температурного режиму і повітря, що мають ті чи інші корисні властивості:
 - гірські, адже розріджене повітря корисне для профілактики та лікування серцево-судинних та легеневих хвороб, туберкульозу;
 - приморські, головним лікувальним фактором яких є морське повітря, корисне при бронхо-легеневій патології та для загального зміцнення організму;
 - пустелі, в яких з організму випаровується вода, корисні при ниркових хворобах;
- 3) грязьові курорти рекомендують при хворобах опорно-рухового апарату; властивості грязей не втрачаються навіть при перевезенні;
- 4) комбіновані (універсальні) – включають комбінацію декількох лікувальних факторів.

Найбільш популярний лікувальний туризм саме в Європі. Тутешні клініки та санаторії вже давно себе зарекомендували, як найкращі. Кваліфіковані досвідчені фахівці, прекрасна екологічна обстановка, новітнє сучасне обладнання сприяють тому, що оздоровчі тури тут настільки затребувані. Серед популярних місць для лікувального туризму в Європі виділяють передгір'я Альп (Австрія, Німеччина, Віші у Франції, Північна Італія), західну частину Чехії (Карлові Вари), Угорщину, Мертве море Ізраїлю...

Мотивація подорожей на курорти з роками не змінилася. Людей, які бажають відпочити, приваблюють у курортні місцевості цілющі властивості природних факторів.

Особливостями лікувально-оздоровчого туризму є:

- тривалість перебування, що повинна становити не менше трьох тижнів, незалежно від типу курорту і захворювання, оскільки лише за такий час можна досягти оздоровчого ефекту;

- висока вартість перебування і лікування – звичайне лікування на курортах є дорогим, тому цей вид туризму розрахований на заможних клієнтів, що замовляють індивідуальну програму перебування і лікування;
- вік – як свідчить статистика, на курорти найчастіше їдуть люди старшої вікової групи, хоча останнім часом відпочинок на курортах обирають і люди середнього віку, які страждають недугами. Вибір робиться між курортами, що спеціалізуються на лікуванні конкретного захворювання, і курортами змішаного типу, що загалом зміцнюють здоров'я і сприяють відновленню сил і зняттю стресу.

Останнім часом ринок лікувально-оздоровчого туризму зазнає змін. Традиційні санаторні курорти перестають бути місцем лікування і відпочинку осіб похилого віку і перетворюються на поліфункціональні оздоровчі центри, розраховані на широке коло споживачів. Така трансформація курортних центрів зумовлена двома причинами. Перша криється в зміні характеру попиту на лікувально-оздоровчі послуги. Модним стає здоровий спосіб життя, у світі стає більше людей, які хочуть підтримувати гарну фізичну форму і мають потребу у відновлювальних антистресових програмах. Переважно це люди середнього віку, що надають перевагу активному відпочинку і часто обмежені в часі. На думку багатьох експертів, споживачі такого типу будуть головними клієнтами санаторних курортів і гарантією процвітання лікувально-оздоровчого туризму ХХІ ст.

Лікувально-оздоровчий туризм достатньо поширений у Європі до ХІХ ст. сформувалася німецька курортологічна школа, прихильниками якої, крім Німеччини, Австрії і Швейцарії, стали Чехія і Словаччина. У цих країнах сформувалися багаті традиції курортної справи, вони мають у своєму розпорядженні широкий спектр цілющих природно-кліматичних ресурсів, розвинену інфраструктуру, використовують сучасні ефективні методи профілактики і лікування захворювань, а також реабілітації. Чехія, Словаччина і Німеччина контролюють більшу частку європейського лікувально-оздоровчого туризму.

Австрія, крім гірських озер, мальовничих вершин і м'якого клімату, відома прекрасно розвиненою системою охорони здоров'я. Тут знаходяться лікувально-оздоровчі курорти з мінеральними соле- і йодовмісними, радоновими і сірчистими водами, які використовують для лікування різних патологій за допомогою бальнеотерапії. Найбільш відомі австрійські курорти – Бад Гаштайн, Бад Блюмау, Бад Ишль, Лаа-ан-дер-Тайя, Лойперсдорф.

Живописні та екологічно чисті місця, термальні джерела, лікувальні грязі та мінеральні води ваблять людей з багатьох куточків планети в **Німеччину**. Меккою європейського лікувального туризму можна назвати Баден-Баден. Місцеві джерела багаті мікроелементами (цинк, кобальт, мідь) і мінеральними речовинами (магнієм, цезієм, марганцем, літієм та ін.). Серед інших курортів Німеччини можна виділити Шайдегг, Бад Фюссінг, Бад Тельц, Хінделанд.

Одні з найдорожчих лікувальних курортів Європи – французькі. Вони відрізняються особливою вишуканістю і високим рівнем сервісу. **Франція** славиться центрами таласотерапії, а також джерелами мінеральних вод. Найвідоміший курорт країни – Віші, на території якого є 15 мінеральних джерел. Вода з них рекомендована людям з порушеним обміном речовин, хворобами опорно-рухового апарату, органів травлення, при депресії, перевтомі.

Італія багата озерами і оточена чотирма морями, завдяки чому вона є основоположницею таласотерапії і SPA-індустрії. Мальовничі пейзажі і чудовий клімат сприятливо впливають на відновлення у відпочивальників психологічного комфорту, що дуже важливо для ефективного оздоровлення. На півночі Італії розташовані великі приватні клініки, відомі своїми інноваційними діагностичними методиками. Найвідоміші курорти країни – Абано Монтегротто, Абано Терме.

Чехію по праву називають державою мінеральних цілющих джерел. Відомий на весь світ чеський курорт – Карлові Вари, на якому можна успішно лікувати гінекологічну патологію, обмінні порушення, хвороби опорно-рухового апарату і травних органів. Також використовуються лікувальні грязі і торф. Однак лікувальні тури в Чехію не обмежуються цим курортом. Бажаючи поправити своє здоров'я можна поради Маріанські Лазні, Тржебонь, Теплице.

Угорщина славиться великою кількістю термальних джерел і відмінною інфраструктурою. Відомі купальні – Харкань, озеро Хевіз, Мішкольц-Тапольца, Будапешт, Дебрецен.

Мертве море **Ізраїлю** здавна відоме своїми лікувальними властивостями. Наповнені мінералами і солями води дозволяють позбутися від дерматологічних захворювань, бронхіальної астми, патології суглобів.

Не лише Європа може похвалитися цікавими місцями для лікувального туризму. Штат Колорадо в **США** порадує туристів кристально чистим гірським повітрям, що особливо важливо для людей, що страждають хворобами органів дихання.

На курортах *Китаю* можна поєднати унікальні лікувальні фактори з різними методиками місцевої медицини. Відомі курорти – Вейхай, Далян, Аньшань.

Висновки. Отже, особливостями лікувально-оздоровчого туризму є: тривалість перебування; висока вартість перебування і лікування; вік. Основними оздоровчими ресурсами, є: клімат, мінеральні та термальні води; грязі, морська вода, гірське повітря, мікроклімат печер, цілющі властивості рослин. Лікувальний туризм – це прекрасна можливість відпочити, а заодно зміцнити своє здоров'я і жити повноцінним життям [6].

1. Гудзь П.В. Економічні проблеми розвитку курортно-рекреаційних територій / П.В. Гудзь – Донецьк : Юго-Восток, Лтд, 2001. – 270 с.
2. Гулич О.І. Чинники регулювання екологічно збалансованого розвитку курортно-оздоровчих територій / О.І. Гулич // Економіка України. – 2005. – № 5. – С. 78–82.
3. Омелянець С.М. Еколого-економічне природокористування на курортних територіях / С.М. Омелянець // Медична реабілітація і курортологія. – 2004. – № 3. – С. 102–104.
4. Мальська М.П. Міжнародний туризм і сфера послуг : підруч. / М.П. Мальська, Н.В. Антонюк. – К., 2008. – 661 с.
5. Бабкин А.В. Специальные виды туризма / А.В. Бабкин. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2008. – 252 с.
6. Лікувально-оздоровчий туризм [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://tursvit.info/likuvalnyj-turyzm/>.

Мурза А.В.
Науковий керівник: В.І. Новикова

СУТЬ КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ ТА ЙОГО РЕКРЕАЦІЙНІ РЕСУРСИ

Актуальність. Культура виступає фундаментальною основою процесу розвитку, збереження, укріплення незалежності та буття народу. Туризм – найкращий спосіб знайомства з іншою культурою. Збереження культурного надбання та його раціональне використання відіграють важливу роль у залученні туристських потоків та популярності певного туристського напрямку. Поєднання відпочинку із пізнанням життя, історії й культури іншого народу – одне із завдань, що повною мірою здатний вирішувати туризм. В його основу має бути покладений соціально-культурний та народно-етнографічний аспект, що базується на звичаях і традиціях. На сьогодні культурно-пізнавальний туризм є одним із найпопулярніших видів у світі.

Вивченість у науковій літературі. Питанням дослідження культурно-пізнавального туризму та його рекреаційних ресурсів присвячено чимало публікацій у вітчизняній науковій літературі. Зокрема, це напрацювання І.А. Арсененко, Г.Г. Вишневської, Т.Ю. Лужанської, С.С. Махлинець, Н.М. Сажневої, Л.І. Тебляшкіної та ін.

Мета статті – виявити суть культурно-пізнавального туризму та визначити основні його рекреаційні ресурси.

Виклад основного матеріалу. Культурно-пізнавальний туризм – подорожі людей своєю країною і зарубіжними країнами з метою ознайомлення з пам'ятниками культури, місцевими традиціями, звичаями, образом і стилем життя. Культурна спадщина кожного народу становлять не тільки твори художників, архітекторів, музикантів, письменників, праці вчених та ін., але і нематеріальне надбання, що включає фольклор, народні промисли, фестивалі, релігійні ритуали та ін.

Основою культурно-пізнавального туризму є історико-культурний потенціал країни, що включає все соціокультурне середовище з традиціями і звичаями, особливостями побутової та господарської діяльності. Мінімальний набір ресурсів для такого виду туризму може дати будь-яка місцевість, але для його масового розвитку потрібно певна концентрація об'єктів культурної спадщини, серед яких можна виділити [7]:

- 1) пам'ятки археології;
- 2) сакральну і цивільну архітектуру;
- 3) пам'ятки ландшафтної архітектури;
- 4) малі та великі історичні міста;
- 5) сільські поселення;
- 6) музеї, театри, виставкові зали та ін.;
- 7) об'єкти етнографії, народні промисли та ремесла, центри прикладного мистецтва;
- 8) технічні комплекси і споруди.

Об'єкти національної культурної спадщини повинні бути представлені розумно і творчо. Науково-технічний прогрес зробив свою справу: продукція однієї країни практично не відрізняється від аналогічної продукції іншої країни. У культурі однаковість неприпустимо. Регіон, який бажає стати популярним туристським напрямком, повинен володіти унікальними культурними комплексами і пропонувати їх на туристський ринок.

Оцінка культурних комплексів для туристських цілей може проводитися двома основними методами [5]:

- 1) ранжирування культурних комплексів за їх місцем у світовій та вітчизняній культурі;
- 2) необхідним і достатнім часом для огляду визначних пам'яток, що дозволяє порівнювати різні території за перспективністю історико-культурного потенціалу для туризму.

Ці методи багато в чому суб'єктивні: культурні комплекси, що високо оцінюються фахівцями, не завжди викликають адекватну реакцію у туристів. Необхідна і достатня час для огляду об'єктів певною мірою визначається їх доступністю і побудовою екскурсійних маршрутів. Нарешті, уявлення про цінності культурних комплексів залежить від рівня освіти, національних особливостей туристів. У більшості випадків інтерес до об'єктів культури визначається модою.

Важливою характеристикою культурного комплексу є стабільність його відповідності ціннісним критеріям, сформованим у населення. Цей фактор пов'язаний із тривалістю інтересу туристів до конкретного культурного об'єкта. Зберігається стабільність інтересу туристів до таких об'єктів світової культурної спадщини, як єгипетські піраміди, антична архітектура та ін. Разом з тим ряд об'єктів, наприклад ленінські місця, найбільш відвідувані в радянський період у колишньому СРСР, втратив свою привабливість із зміною ідеологічних установок у суспільстві. Тому одним з основних завдань організаторів туризму є не лише створення культурного комплексу для туризму, але й збереження його на досить тривалий історичний період.

Незважаючи на те, що практично будь-яку інформацію можна отримати з друкованих періодичних видань, художньої літератури та інших джерел, не старіє давня істина: «Краще один раз побачити, ніж сто разів почути». Тому регіон, зацікавлений в залученні туристів, повинен розумно планувати і розвивати спеціальні програми і заходи, що сприяють підвищенню інтересу до його культури, поширювати інформацію про своє культурний потенціал в розрахунку на залучення потенційних туристів.

Поняття «культурний-пізнавальний туризм» («cultural tourism») уперше офіційно на міжнародному рівні застосовано в матеріалах Всесвітньої конференції з культурної політики (1982 р.). Основні документи у сфері культурного надбання продукували дві міжнародні організації – ICOMOS і UNESCO. UNESCO розглядає культурний туризм як відмінний від інших вид

туризму, «що враховує культури інших народів». У Хартії по культурному туризму Міжнародної ради по пам'ятках і об'єктах (ICOMOS) культурно-пізнавальний туризм визначається як форма туризму, основною метою якого, крім інших цілей, є «відкриття пам'ятників і об'єктів» [8, с. 98–99].

ICOMOS характеризує «культурно-пізнавальний» туризм як «невеликий сегмент ринку, ретельно організований, пізнавального або освітнього і найчастіше елітарного характеру присвячений поширенню й роз'ясненню культурної ідеї».

У XXI ст. культурний туризм покликаний слугувати ідеям інтелектуальної й моральної солідарності людства, затвердженню ідеалів терпимості в суспільстві, тобто повазі, прийняттю й правильному розумінню різноманіття культур нашого світу.

Завдяки багатьом факторам культурно-пізнавальний туризм став світовим соціокультурним феноменом із своєю гуманітарною і глобальною місією. Зокрема, привернути увагу широкої світової громадськості до проблем збереження культурного надбання, національних етнокультур, культурної самобутності, культурного різноманіття, а також проблем взаємодії туризму і культури, туризму і культурного різноманіття, туризму і міжкультурного діалогу.

Багато міжнародних організацій зосереджують свою діяльність на «культурному» напрямі у формі концепцій, проектів, конгресів, конференцій, декларацій, конвенцій. Ця діяльність зумовлена входженням світової цивілізації в епоху глобалізації, загрозою нівелювання, часткової зміни або повного зникнення національних культур, збільшенням природних і техногенних катастроф, воєн і терористичних актів, які також можуть призвести до знищення культурної спадщини. Тому місією культурного туризму, як інструменту миру, є зближення народів, виховання поваги, терпимості, взаєморозуміння на основі гуманітарних цінностей туризму [2, с. 80–82].

Актуальність використання рекреаційних ресурсів обумовлена його багатогранністю та суспільною значущістю. У світі є велика кількість історичних та культурних цінностей, унікальних рекреаційних ресурсів. Туризм визнано одним з пріоритетних напрямків національної культури й економіки. І це повністю погоджується зі світовими тенденціями, які свідчать, що туристська сфера буде індустрією XXI ст. Природно-кліматичні та історичні умови створили потужну ресурсну базу для розвитку туристсько-

рекреаційної індустрії, та розбудови відповідної інфраструктури. Основними факторами привабливості рекреаційно-туристських ресурсів є природа, клімат, мистецтво, історія, харчування, архітектура, релігія [11].

Існує набір ресурсів для культурно-пізнавального туризму, які потрібні для масового розвитку об'єктів культурної спадщини:

Пам'ятка археології – матеріальні залишки людської діяльності, що збереглися на поверхні землі, під землею або під водою і є об'єктом археологічних досліджень. Пам'ятки археології – речові джерела, що висвітлюють минуле людського суспільства. Велике значення пам'ятки археології мають для вивчення найдавнішого дописемного періоду людства, коли вони є єдиними історичними джерелами. До основних пам'яток археології належать: місця поселення (стоянки, городища, селища) й окремі житла, господарські споруди, залишки фортець і міст, могильники й окремі поховання, надмогильні й культові споруди, скарби, знаряддя праці та інші давні вироби, малюнки й написи на скелях і окремих каменях тощо. Згідно з Законом України «Про охорону культурної спадщини» археологічними об'єктами культурної спадщини називають рештки життєдіяльності людини (нерухомі об'єкти культурної спадщини: городища, кургани, залишки стародавніх поселень, стоянок, укріплень, військових таборів, виробництв, іригаційних споруд, шляхів, могильники, культові місця та споруди, їх залишки чи руїни, мегаліти, печери, наскельні зображення, ділянки історичного культурного шару, поля давніх битв, а також пов'язані з ними рухомі предмети), що містяться під землею поверхнею та під водою і є невідтворним джерелом інформації про зародження і розвиток цивілізації [10].

Сакральна архітектура або релігійна архітектура є видом архітектури, що пов'язана з певною релігією. Основними прикладами сакральних споруд є церкви, костели, собори, мечеті. Термін «сакральний» використовується в основному в історико-культурних матеріалах і в навчальній літературі вищих навчальних закладів [9].

Галузь цивільної архітектури охоплює дві великі групи будівель: житлові та громадські. Громадські будівлі – це навчальні заклади, торговельні підприємства, будівлі громадського харчування, лікувальні заклади, спортивні споруди (палаці спорту, стадіони, басейни для плавання та ін.), виставочні павільйони, театри. Проектування цих будівель потребує від архітектора всебічного урахування різноманітних вимог і тонкого художнього

смаку. Громадські споруди розміщують, як правило, у центральних районах міст, формуючи міські ансамблі, призначені для одночасного перебування великої кількості людей. Ці споруди мають велику вартість і складні у виконанні [11].

Архітектурою відкритих просторів називають ландшафтну архітектуру. Вона є органічною та невід'ємною складовою частиною ландшафтного проектування і без знання історії її розвитку, принципів і прийомів формування пейзажу, дуже важко вирішити багато проблем, які на перший погляд, не мають до ландшафтної архітектури прямого відношення. Наприклад, питання рекультивації земель і організації відпочинку городян. Території, призначені для різноманітного відпочинку все рідше проектуються на ділянках з цінними ландшафтними якостями, навпаки, вони все частіше займають ділянки, ландшафти яких формуються штучним шляхом на місці будівельних кар'єрів, відвалів, у ярах, на територіях колишніх смітників та ін. Ландшафтна архітектура – це діяльність з формування гармонійного поєднання природного краєвиду з освоєними людиною територіями, поселеннями, архітектурними комплексами, інженерними спорудами [6].

Музеї є культурно-освітніми та науково-дослідними закладами, призначені для вивчення, збереження та використання пам'яток природи, матеріальної і духовної культури, долучення громадян до надбань національної і світової історико-культурної спадщини. Основними напрямками музейної діяльності є культурно-освітня, науково-дослідна діяльність, комплектування музейних збірань, експозиційна, фондова, видавнича, реставраційна, пам'яткоохоронна робота. За своїм профілем музеї поділяються на такі види: історичні, археологічні, краєзнавчі, природничі, літературні, меморіальні, мистецькі, етнографічні, технічні, галузеві.

На основі ансамблів, комплексів пам'яток та окремих пам'яток природи, історії, культури та територій, що становлять особливу історичну, наукову і культурну цінність, можуть створюватись історико-культурні заповідники, музеї-заповідники, музеї просто неба, меморіальні музеї-садиби.

Театром називається вид сценічного мистецтва, що відображає життя в сценічній дії, яку виконують актори перед глядачами, а також установа, що здійснює сценічні вистави певним колективом артистів і приміщення, будинок, у якому відбуваються вистави. Театр як мистецтво називають також й театральним мистецтвом, а наука, що вивчає теорію та практику театального мистецтва називається театрознавство. Окрім театрів, ролі в

яких люди виконують безпосередньо, існує ляльковий театр, де головні герої-іграшки, якими керують. Виставковий зал – приміщення для демонстрації предметів, які мають громадський інтерес. Виставкові зали повинні відповідати важливим вимогам – місткість, надійна система безпеки і протипожежної охорони, оснащення відповідним експозиційним обладнанням, транспортна доступність та ін. Первісно виставковими залами були будь-які великі споруди (палаці, манежі та ін.). Організація великих міжнародних промислових виставок у другій половині XIX ст. призвела до необхідності будівництва спеціальних виставкових залів і павільйонів. Об'єднання виставкових залів дозволило створити великі виставкові комплекси (всесвітні виставки в Парижі (1937 р.), Нью-Йорку (1939 р.), Брюсселі (1958 р.) та ін. У сфері послуг і туризму виставкові зали використовуються для проведення спеціалізованих виставок сервісного і туристського призначення, і, як правило, є об'єктами туристсько-екскурсійного показу [6].

Об'єкти етнографії, народні промисли і ремесла, центри прикладного мистецтва, технічні комплекси та спорудження є засобом розширення ресурсів для залучення туристських потоків.

Висновки. Місією культурно-пізнавального туризму є зближення народів, виховання поваги, терпимості, вивчення надбань народів та ознайомлення із звичаями та традиціями, взаєморозуміння на основі гуманітарних цінностей туризму. Атрактивність культурних комплексів визначається їх художньою та історичною цінністю, модою та доступністю стосовно місць попиту. Рекреаційні ресурси культурно-пізнавального туризму можуть бути як матеріальні (пам'ятки археології, історії, архітектури та містобудування, монументального мистецтва, музеї, заповідники тощо), так і нематеріальні (звичаї, традиції, обряди, фольклор, усна народна творчість).

1. Вишнеvsька Г.Г. Потенціал культурно-пізнавального туризму у збереженні культурної спадщини України / Г.Г. Вишнеvsька // Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку : Наук. записки Рівненського держ. гуманіт. ун-ту. – 2013. – Вип. 19. Т. II. – С. 226–231.
2. Дурович А.П. Маркетинг в туризмі : учеб. посіб. / А.П. Дурович, А.С. Копанев – Мн. : Экономпрес, 1998. – 400 с.
3. Культура як фактор туристичної мотивації [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://vechervkarpatah.at.ua>.
4. Культурний туризм як важливий чинник соціально-культурного розвитку регіонів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://tourlib.net>.

5. Лужанська Т.Ю. Туризм: історія, сьогодення та перспективи : навч. посіб. / Т.Ю. Лужанська, С.С. Махлинець, Л.І. Тебляшкіна. – К. : Кондор, 2008. – 385 с.
6. Музей, театр, виставкові зали [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://uk.wikipedia.org>.
7. Рекреаційно-туристичні ресурси України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://library.kr.ua>.
8. Сажнева Н.М. Рекреаційна географія та туризм : навч. посіб. / Н.М. Сажнева, І.А. Арсененко. – Мелітополь : Люкс, 2007. – 254 с.
9. Сакральна культура [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://litopys.org.ua>.
10. Українська радянська енциклопедія. У 12 т. / за ред. М. Бажана. – [2-е вид.]. – К. : Гол. ред. УРЕ, 1974–1985.
11. Цивільна та промислова архітектура [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ukr-build.com>.

Новикова В.І., Гладченко В.О.

ПРИРОДНИЧА ТУРИСТСЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ: СУТЬ, НАПРЯМИ

Актуальність. Туризм перебуває у прямій залежності від якості природного середовища (чистота та екологічний стан ландшафтів, ґрунтів, водних об'єктів, лісів, пляжів, повітря). Це зумовлюється тим, що для більшості туристів оптимальним та найбільш комфортним місцем відпочинку є первозданне природне середовище, в якому відсутній (або зведений до мінімуму) шкідливий вплив на довкілля підприємств, транспортних засобів тощо.

Вивченість у науковій літературі. Питаннями дослідження окремих сторін взаємодії природи і людини під час її туристської діяльності займалось чимало науковців, зокрема й І.М. Яковенко [8], але комплексного розгляду наукової проблеми такого роду нами не виявлено, тому **мета статті** – показати особливості природничої туристської діяльності, виявивши її розмаїтість.

Виклад основного матеріалу. Пріоритети під час вибору місця подорожі змінюються від просто місць, де можна комфортно і затишно провести час, користуючись різноманітними розвагами, вигодами цивілізації, до вибору місць, де час проведений у подорожі, буде не просто використано для відпочинку, а й пізнання, корисної, необтяжливої діяльності, заняття фізичною культурою, і особливо, діяльністю, яка спрямована на захист і охорону навколишнього природного середовища. Але головною метою подорожі виступає науково-пізнавальний інтерес до навколишнього природного середовища, спостереження за ним та охорона його [7].

На туристську привабливість будь-якого регіону (території), на думку фахівців у галузі туризму, крім наявності якісної відповідної інфраструктури та проведення ефективної туристської політики, впливають такі природно-рекреаційні фактори [3]:

- сприятлива екологічна обстановка;
- наявність цікавих природних об'єктів й пам'яток;
- екологічні характеристики ландшафтів;
- наявність бальнеологічних курортів та санаторіїв;
- стан природних ландшафтів;
- особливості геологічної та геоморфологічної будови території;
- наявність рідкісних видів флори і фауни;
- наявність можливостей для полювання і рибалки;
- особливості гідрологічного режиму на території;
- наявність особливо охоронюваних природних територій;
- наявність рідкісних біоценозів та екосистем.

Природничим вважаємо такий вид туристської діяльності, що:

- 1) проходить у природному середовищі, тобто на міжпоселенській території;
- 2) використовує рекреаційні ресурси природного походження.

1. Для першого напряму природничої туристської діяльності найбільше підходить таке поширене у науковій літературі поняття, як «природно-орієнтований туризм», що охоплює різні подорожі у природне середовище, орієнтовані на дбайливе ставлення до природи, її охорону, пізнання.

Збереження природного середовища для майбутніх поколінь є одним із найважливіших завдань для всіх регіонів. Збільшення урбанізаційних процесів і, як наслідок, несприятлива екологічна ситуація, зростання природних катастроф змусили суспільство і людину звернути увагу на охорону природного середовища та взаємодію з ним. Таку можливість дають природно-орієнтовані види туризму, які набули широкого поширення у сучасному світі завдяки сильному впливу в суспільстві екологічних поглядів, політики охорони природи, загострення проблем навколишнього середовища, збереження біологічного різноманіття. Характерними рисами природно-орієнтованого туризму є [4]:

- наявність дикої природи, екологічно чистої території, малоосвоєного середовища, недоторканих природних комплексів;
- екологічна орієнтація та сприяння охороні природи;
- збереження соціокультурного середовища та сприяння інтересам місцевих жителів;
- отримання нових знань про природу та навколишній світ;

- можливість здійснення як в організованій, так і в самодіяльній формі;
- ефективний вид природокористування;
- сприяння збалансованому розвитку.

Зважаючи на зазначене, природно-орієнтований туризм – сукупність форм, видів, способів відпочинку та подорожей, які здійснюються в природне середовище, головною перевагою для якого є малозайманість / недоторканість природи або її компонентів, а метою перебування в природному середовищі є отримання нових вражень, позитивних емоцій від спілкування з природою та пізнання і вивчення її [4].

Природні комплекси та їх складові у незміненому (первозданному або близького до цього) стані зберігаються у межах територій та об'єктів природно-заповідного фонду (ПЗФ) України. Але не всі категорії ПЗФ можуть застосовуватись у рекреаційній діяльності, адже лише в деяких із них наявні подібні аспекти. Для здійснення рекреації підходять тільки такі природоохоронні об'єкти, як національні природні парки, регіональні ландшафтні парки, пам'ятки природи, парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва, дендрологічні парки, ботанічні сади, зоологічні парки [5] (рис. 1).

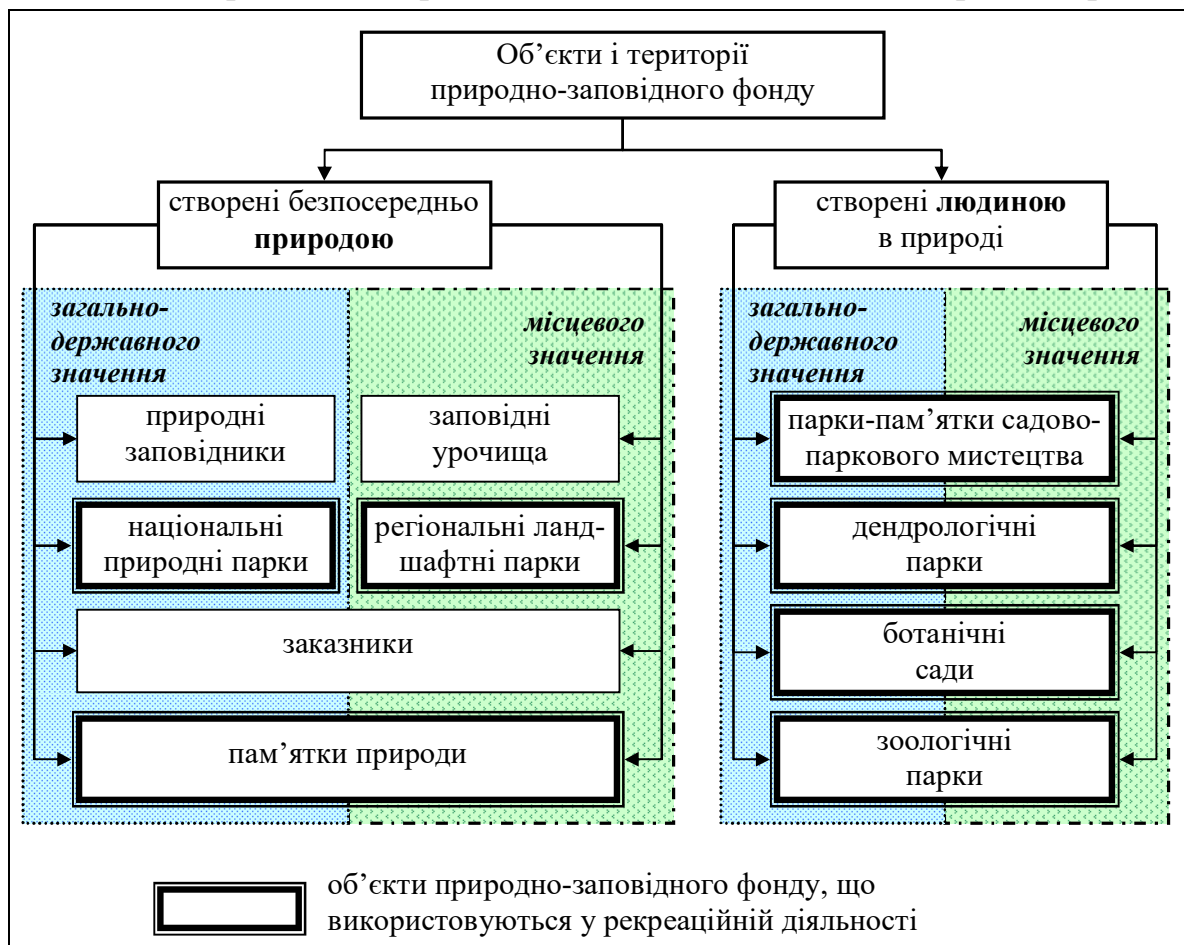


Рис. 1. Використання об'єктів природно-заповідного фонду в рекреаційних цілях (В.І. Новикова, 2016) [5]

Рекреаційна діяльність у межах територій та об'єктів ПЗФ України згідно із [1] може здійснюватися за кількома напрямками (рис. 2).

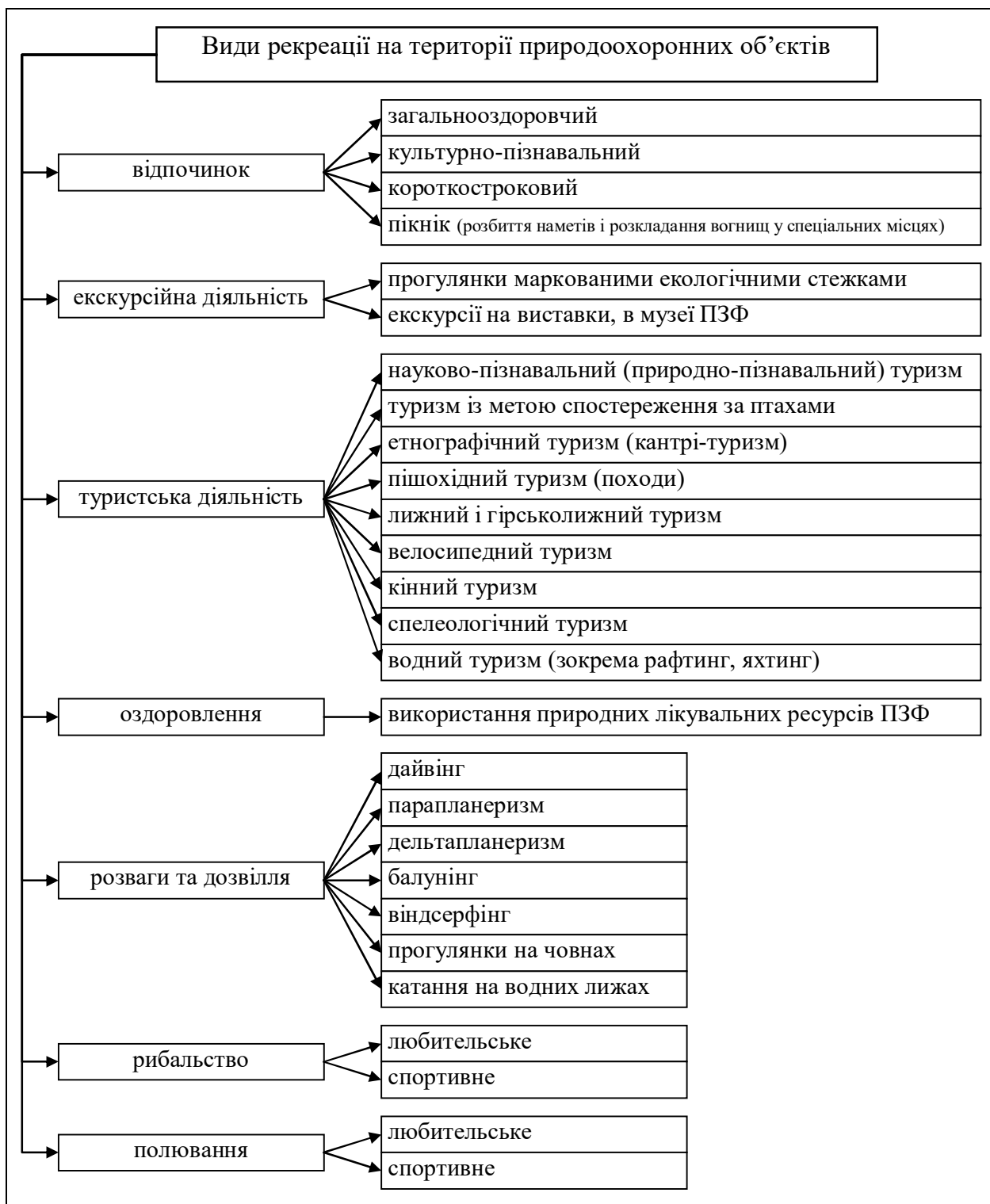


Рис. 2. Види рекреаційної діяльності у межах територій та об'єктів природно-заповідного фонду (В.І. Новикова, 2016) [5]

Крім цього, можливе таке варіативне рекреаційне використання об'єктів ПЗФ, зважаючи на ступінь суворості їх заповідного режиму, площу території, особливості всього природного комплексу й окремих його складових:

- використання природних лікувальних ресурсів ПЗФ;
- екскурсії на виставки, в музеї ПЗФ;
- загальнооздоровчий відпочинок;
- культурно-пізнавальний відпочинок;
- любительське і спортивне полювання;
- любительське і спортивне рибальство;
- природно-пізнавальний туризм;
- прогулянки маркованими екологічними стежками;
- прогулянки на човнах;
- туризм із метою спостереження за птахами;
- яхтинг.

У природному середовищі зазвичай проходять і всі активні види туристської (ширше – рекреаційної) діяльності. Якщо їх розглядати по сферах Землі, то можна виділити ті, що відбуваються у [2]: а) **літосфері**: на землі (по земній поверхні): пішохідний, гірський, альпінізм, скелелазіння, лижний, гірськолижний, велосипедний, кінний; під землею: спелеологічний; б) **гідросфері**: на воді: водно-спортивний, рафтинг, каякінг, каноїнг, катамаранінг, вітрильний, серфінг, віндсерфінг; у воді (під водою): дайвінг; в) **атмосфері**: у повітрі: парашутизм, парапланеризм, дельтапланеризм, кайтінг.

2. Рекреаційні ресурси природного походження можуть використовуватися, перш за все, у лікувально-оздоровчій (лікувальні природні чинники: мінеральні води, лікувальні грязі, лікувальний клімат) і природно-пізнавальній туристській діяльності.

Із назви природно-пізнавального туризму випливає, що він спрямований на вивчення, спостереження, дослідження, пізнання природних комплексів і компонентів природного середовища (на противагу культурно-пізнавальному, що передбачає ознайомлення із історико-культурними пам'ятками й об'єктами, створеними людиною).

Відвідування природних об'єктів пред'являє особливі вимоги до туристської інфраструктури. Наприклад, гейзери повинні бути обгороджені леерами, прокладені стежки з настилами (Долина гейзерів на Камчатці). Для огляду лежищ морських звірів роблять закриту галерею для підходу туристів і оглядову вежу. Водоспади обладнують оглядовими майданчиками з леерами, канатними дорогами (Ніагарський водоспад). До пізнавального туризму відноситься обліт мальовничих територій, наприклад, гірських або вулканічних районів, потужних каньйонів (каньйон річки Колорадо в США – Великий Каньйон) [6].

Висновки. Природнича туристська діяльність може або проходити у природному середовищі, або використовувати рекреаційні ресурси природного походження.

1. Положення про рекреаційну діяльність у межах територій та об'єктів природно-заповідного фонду України, затверджене Наказом Міністерства охорони навколишнього природного середовища України № 330 від 22.06.2009 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : zakon.rada.gov.ua.
2. Бейдик О.О. Різновиди активних форм туризму і рекреаційних занять по сферах Землі / О.О. Бейдик, В.І. Новикова // Рекреаційні ресурси та послуги гостинності в регіонах України : матер. III Всеукр. Інтернет-конф. (17 травня 2018 р., м. Черкаси). – Черкаси : Ю.А. Чабаненко, 2018. – С. 81–90.
3. Комар Н.В. Привабливість Азіатсько-Тихоокеанського регіону на світовому ринку туристичних послуг / Н.В. Комар, А.В. Уніят // Ефективна економіка. – 2015. – № 7 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://dspace.tneu.edu.ua/bitstream/316497/18961/1/Тихоокеанський регіон туризм.pdf](http://dspace.tneu.edu.ua/bitstream/316497/18961/1/Тихоокеанський%20регіон%20туризм.pdf)
4. Медвідь Л.І. Природно-орієнтований туризм та умови його розвитку в Закарпатській області / Л.І. Медвідь // Вісн. Одеського нац. ун-ту. Географічні та геологічні науки. – 2014. – Т 19. Вип. 3. – С. 36–43.
5. Новикова В.І. Використання природоохоронних об'єктів у рекреаційній діяльності / В.І. Новикова // Тенденції та перспективи розвитку науки і освіти в умовах глобалізації : матер. XIX Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф. (30 лист. 2016 р., м. Переяслав-Хмельницький). – Переяслав-Хмельницький, 2016. – Вип. 19. – С. 55–59.
6. Природно-пізнавальний туризм [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:r64VBBXvQ84J:https://pns.hneu.edu.ua/mod/resource/view.php%3Fid%3D88585+&cd=1&hl=ru&ct=clnk&gl=ua>.
7. Уліганець С.І. Екотуризм як дидактична основа екологічної освіти / С.І. Уліганець // Сучасні тенденції розвитку туризму : зб. тез доповідей III Всеукр. наук.-практ. конф. : у 2 ч. – Миколаїв : МФ КНУКіМ, 2015. – Ч. 1. – С. 131–134.
8. Яковенко И.М. Рекреационное природопользование: методология и методика исследований / И.М. Яковенко. – Симферополь : Таврия, 2003. – 335 с.

Скічко В.С.
Науковий керівник: В.І. Новикова

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ФЕСТИВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ ТА ЙОГО ПЕРСПЕКТИВИ В УКРАЇНІ

Актуальність. Подорожі з метою відвідування фестивалів мають досить тривалу історію, але наукове дослідження цього явища як фестивального туризму розпочалось порівняно недавно. Туристський бізнес лежить у сфері надання послуг з отримання нових вражень, емоцій, знань, відчуттів. І саме фестивалі як найбільш наповнені активністю і культурним змістом події дозволяють задовольнити запити туристів, що лежать у різних галузях соціально-культурного життя відвідуваного регіону або країни.

Вивченість у науковій літературі. Дослідженням фестивального туризму і фестивалів, як основного виду його ресурсно-рекреаційної бази, займалось чимало науковців, серед яких О.О. Бейдик, П.В. Доан, Г.Г. Вишневська, Ю.П. Грицку-Андрієш, С.М. Килимистий, В.І. Новикова, І.В. Смаль, П.В. Тищенко та ін.

Мета статті – виявити світові тенденції розвитку фестивального туризму та окреслити його перспективи в Україні.

Виклад основного матеріалу. Поява та розвиток на міжнародному ринку туристських послуг такого виду туризму, як фестивальний туризм, зумовили підвищення попиту серед споживачів на цей досить новий напрям в означеній галузі. З року в рік кількість відвідувачів фестивальних турів зростає, що викликає необхідність у створенні модернізованої інфраструктури, вивченні туристського попиту на фестивальний туризм та факторів, що впливають на нього, підготовці спеціалістів для взаємодії із споживачами під час проведення заходів та залученні грошових коштів для просування, реалізації та розвитку event-турів.

Фестивальний туризм перспективно і динамічно розвивається. Він унікальний своєю невичерпністю за змістом: численні фестивалі, свята, тематичні події з кожним роком збільшуються завдяки міжнародній інтеграції, тісній взаємодії культур та інтернаціональному співпраці. Основною перевагою фестивального туризму є той факт, що для розвитку цього виду туризму не потрібна наявність багатьох рекреаційних ресурсів. Таким чином, фестивальний туризм є альтернативним видом туризму для регіонів, що не володіють видатним історико-культурною спадщиною [1, 3, 5, 8].

У сучасному світі фестивальний туризм розглядається як один з факторів соціально-економічного розвитку країни в цілому і одним з істотних чинників розвитку її регіонів. Для того, щоб туризм в країні і в окремо взятому регіоні стійко розвивався, реалізуючи всі цілі і завдання соціально-економічного розвитку, необхідна розробка чіткої і ясної концепції, заснованої на принципах сталого розвитку, тобто розумного балансу економічних інтересів і соціальних завдань. Одним з нових і високоприбуткових видів туризму є фестивальний туризм. Організаційна система фестивального туризму, включає в себе наступні елементи: функції фестивального туризму, сфери забезпечення зайнятості через розбудову фестивального туризму, а також основних учасників сфери фестивального туризму.

Фестивальний туризм – вид туристської діяльності, що приваблює туристів різноформатних громадськими заходами культурного, музичного або спортивного життя, які сприяють розвитку інфраструктури туризму, інтеграції різних верств населення в суспільство і формуванню позитивного іміджу дестинації.

Фестивальний рух шириться і втягує у свій оборот все більшу кількість сфер культурного життя світового суспільства. Ця тенденція не може не впливати на діяльність туристських організацій. Справа в тому, що туристський бізнес лежить у сфері надання послуг з надання нових вражень, емоцій, знань, відчуттів. Відвідуючи нові місця, мандрівник хоче включитися в реальність іншого народу, його світогляд, відчутти незвичайність чужої культури, познайомитися з місцевими традиціями, опинитися в незвичайній обстановці. Саме фестивалі як найбільш наповнені активністю і культурним змістом події дозволяють задовольнити запити туристів, що лежать в різних галузях соціально-культурного життя відвідуваного регіону або країни.

Фестивалі є потужним стимулятором туристського потоку. Вони залучають додаткову кількість туристів до країни, що в свою чергу сприяє збільшенню валютних надходжень. Крім того, фестивальний туризм допомагає вирішити проблему сезонності, приваблюючи туристів в період міжсезоння. Таким чином, підприємці отримують в «низький сезон» прибуток, інфраструктурні об'єкти не простоюють їх експлуатація стає економічно вигідною, а навантаження на туристську інфраструктуру стає більш рівномірною. Особливо актуально це може бути для країн з чітко вираженою спеціалізацією в тому чи іншому виді туризму. Наприклад, для країн з субтропічним кліматом, в яких розвинений переважно пляжний відпочинок або для країн, де переважає гірськолижний туризм. Розвиток фестивального туризму сприяє створенню нових додаткових робочих місць і забезпечує зайнятість населення. Потенціал фестивального туризму невичерпний. Практично кожна країна має ресурс для його розвитку.

Зважаючи на зазначене вище, виділяємо такі яскраво виражені особливості, притаманні тільки фестивальному туризму:

- єдиним видом рекреаційних ресурсів є фестивалі, періодичність проведення яких, зазвичай, один раз на рік;
- основна мета поїздки – відвідування конкретного заходу або події, участь у певному фестивалі;

- подорожі короткотривалі (в середньому 3–7 днів), залежать від тривалості заходу;
- просторові межі чітко виражені та збігаються із місцями проведення фестивалів;
- невластива сезонність;
- має взаємозв'язки з іншими видами туристської діяльності (наприклад, культурно-пізнавальним, розважальним, гастрономічним, етнографічним, етнічним, шопінг-туризмом).

Хоча із назви досліджуваного виду туризму випливає, що фестивалі є його єдиним видом рекреаційних ресурсів, це не означає обмеженість ресурсно-рекреаційної бази такого виду туристської діяльності, адже фестивалі, крім поділу за рівнем організації, домінуючою функцією, кількістю учасників заходу, тривалістю, ритмічністю або повторюваністю, аудиторією, формою проведення, віком [2, 6], мають і різну тематичну спрямованість (табл. 1).

За останні роки фестивальний рух в Україні розвивається досить динамічно. У різних регіонах держави щороку проводяться численні заходи такого характеру, але міжнародний статус мають лише окремі з них. Для того, щоб привернути увагу до України на світовому ринку, на думку П.В. Доана [4], треба створити державну програму розвитку фестивалів і виокремити регіональні центри фестивального туризму, серед яких він пропонує такі: Міжнародний музичний фестиваль «Країна мрій» на півночі України, Міжнародний фестиваль «Великдень у Космачі» на заході, Міжнародний фестиваль «АртПоле» у центральному регіоні, Одеська Гуморина на півдні.

Міжнародний музичний фестиваль «Країна мрій» щороку проводиться в Києві у червні. Він охоплює не тільки виступи музичних гуртів, а й різноманітні майстер-класи етнічних танців, співу, бойових мистецтв тощо. Слід зауважити, що на відміну від інших регіонів України, у Києві є можливість поєднання різних видів рекреації за рахунок розвиненішої інфраструктури туризму. Її наявність створює перспективу залучення аудиторії, яка звикла до високого рівня сервісу, але за умови її подальшого вдосконалення. Адже привернути увагу туристів, яким би було цікаво відвідати цей фестиваль, але які не можуть собі відмовити в комфортних умовах проживання, якісному харчуванні і таке інше, неможливо за відсутності наявної матеріально-технічної бази індустрії гостинності [4].

Класифікація фестивалів
за тематичною спрямованістю (В.І. Новикова, 2017) [6]

| Тематичні групи | Види фестивалів | Приклади фестивалів |
|------------------------|------------------------|---|
| культурно-історичні | національні | фестиваль небесних ліхтариків (Таїланд), Весняний фестиваль (Китай), День Святого Патріка (Дублін, Ірландія) |
| | фольклорні | фольклорний фестиваль у Шешорах (Україна), фестиваль Ходжі Насреддіна (Акшехір, Туреччина), Панафриканський історичний фестиваль (Гана) |
| | етнічні | фестиваль кельтської музики і культури (Лорьян, Франція), фестиваль сонця (Перу) |
| | релігійні | фестиваль Холлі (Індія), фестиваль Магх Мела – Свято кувшинів (біля Аллахабада, Індія) |
| | літературні | Книжковий фестиваль (Валлетта, Мальта), фестиваль Пен-клубів (Нью-Йорк, США), Джайпурський літературний фестиваль (Джайпур, Індія) |
| | сучасних субкультур | гей-парад (Амстердам, Нідерланди), фестиваль «Людина, що горить» (пустеля Блек-Рок, штат Невада, США) |
| мистецькі | музичні | джазовий фестиваль (Монтрьо Швейцарія), фестиваль «Рок у Ріо» (Ріо-де-Жанейро, Бразилія) |
| | танцювальні | Міжнародний фестиваль танцю «Серж Лифарь де ля данс» (Київ, Україна), Міжнародний фестиваль народного танцю (Варна, Болгарія) |
| | театральні | Авіньйонський фестиваль (Авіньйон, Франція), Ризький оперний фестиваль (Рига, Латвія) |
| | кінематографічні | Каннський кінофестиваль (Канни, Франція), Берлінський кінофестиваль (Берлін, Німеччина) |
| громадські | спортивні | Міжнародний фестиваль «Йога-радуга» (Чіралі, Туреччина), Лижний фестиваль (Норвегія), фестиваль екстремальних видів спорту «Черкаські вертикалі» (Черкаси, Україна) |
| | гастрономічні | пивний фестиваль «Октоберфест» (Мюнхен, Німеччина), фестиваль морепродуктів (о. Гров, Іспанія) |
| | професійні | Міжнародний фестиваль журналістики (Перуджа, Італія), Сінгапурський фестиваль письменників (Сінгапур) |
| | мод | Тиждень високої моди в Парижі (Франція), Milano Moda Donna (Італія) |
| | квітів | фестиваль квітів (Чіанг Май, Таїланд), фестиваль хризантем (Японія) |
| | незвичайні | фестиваль повітряних зміїв (Фуертевентура, Іспанія), фестиваль «Великий розпродаж» (Ам'єн, Франція) |

Міжнародний фестиваль «Великдень у Космачі». Мабуть, ніщо не може так яскраво представити Західну Україну, як Гуцульщина. Своєрідним центром самобутньої й неповторної гуцульської культури є село Космач Івано-Франківської області. Протягом останніх трьох років на початку травня тут проводиться Міжнародний фестиваль «Великдень у Космачі», в рамках якого регулярними стали з'їзд писанкарів та симпозиум з гончарства. Позитивним моментом є гостинність місцевого населення, а також його активна участь у розбудові системи національних осередків сільського зеленого туризму. Центр фестивалю розміщений неподалік від міст, багатих історико-культурною спадщиною – Коломиї, Чернівців, Івано-Франківська, а, отже, туристам можна запропонувати їх відвідування. Крім того, гостям можна організовувати поїздки й до природних об'єктів: Карпатського біосферного заповідника, природного заповідника «Горгани», Карпатського національного парку, водоспаду Шепіт і так далі. Узагалі, Карпати є одним із найпопулярніших місць відпочинку в Україні, тому розвиток матеріально-технічного забезпечення цієї території дасть значний економічний ефект [4].

Міжнародний фестиваль «АртПоле» – наймасштабніший фестиваль Поділля, більш відомий, як «Шешори». Цей захід щорічно проходить в середині липня на Вінниччині – у селі Воробіївка Немирівського району. Основне тема «АртПоля» – взаємодія людини з навколишнім середовищем, тому він міг би бути цікавим для іноземців, особливо із розвинених країн, тому що для них спілкування з природою є не настільки доступним, як для українців. Його можна розглядати як об'єкт екологічного туризму і, зважаючи на їх недостатність в Україні, подібні етнокультурні, суспільні та інші заходи могли би стати чудовою альтернативою.

Одеська Гуморина – це фестиваль сміху. Він відрізняється від інших запропонованих регіональних центрів своєю концепцією, але не масштабністю. Даний захід найяскравіше передає колорит південної України, тому обрано було саме його. День гумору святкують не тільки в Україні, а й за кордоном. Зокрема, у Франції, Великобританії, Італії, Швейцарії, Росії, Німеччині, Фінляндії, США, Індії та Австралії. Географія досить широка, тому можна з упевненістю стверджувати, що Гуморина в Україні могла би стати великим міжнародним центром святкування Дня гумору. Інфраструктурне забезпечення індустрії туризму в Одесі перебуває на етапі становлення. У місті проводяться численні реконструкції об'єктів рекреації та дозвілля [4].

Висновки. Основною перевагою фестивального туризму є той факт, що для його розвитку не потрібна наявність багатьох рекреаційних ресурсів, тому він може бути альтернативним видом туризму для тих регіонів, що не володіють видатною історико-культурною спадщиною. Крім цього, він допомагає вирішити проблему сезонності туристської діяльності, приваблюючи туристів у періоди міжсезоння.

1. Бабкин А.В. Специальные виды туризма / А.В. Бабкин. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2008. – 252 с.
2. Бейдик О.О. Розвиток культурно-розважального туризму в Україні (на прикладі фестивального туризму) / О.О. Бейдик, О.А. Гончарук // Географія та туризм : наук. зб. – 2010. – Вип. 12. – С. 22–28.
3. Грицку-Андрієш Ю.П. Фестивальний туризм у системі рекреаційно-туристської діяльності / Ю.П. Грицку-Андрієш, Ж.І. Бучко // Наук. вісн. Чернівецького ун-ту. Серія: Географія. – 2010. – Вип. 519–520. – С. 56–60.
4. Доан П.В. Світові перспективи фестивального туризму України / П.В. Доан // Географія та туризм. – 2010. – Вип. 3. – С. 31–36
5. Молодецький А. Значення фестивального туризму у розвитку міст та регіонів / Анатолій Молодецький, Алла Пташнік // Історія української географії. – 2012. – Вип. 26. – С. 113–118.
6. Новикова В.І. Фестивалі як анімаційні заходи у туризмі / В.І. Новикова // Рекреаційні ресурси та послуги гостинності в регіонах України : матер. II Всеукр. Інтернет-конф. (17 травня 2017 р., м. Черкаси). – Черкаси : Видавець О.Ю. Вовчок, 2017. – С. 23–31.
7. Смаль І.В. Туристичні ресурси світу / І.В. Смаль. – Ніжин : Вид-во Ніжинського держ. ун-ту ім. Миколи Гоголя, 2010. – 336 с.
8. Фестивальний туризм // Вікіпедія [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/Фестивальний_туризм.

4. Місце та роль туризму в регіональній господарській структурі

Візерська М.С.

ЗАСТОСУВАННЯ НОВІТНІХ ТЕХНОЛОГІЙ В ТУРИЗМІ

Актуальність. В сучасному світі все більшого застосування набувають новітні інтерактивні засоби та інформаційні технології. Впровадження інформаційних систем та технологій значно полегшує господарську діяльність туристичних підприємств. Вони набувають широкого розповсюдження в соціально-культурному сервісі, готельно-ресторанному обслуговуванні, та посідають особливе місце в створенні та просуванні туристичного продукту.

Вивченість у науковій літературі. Дослідженням інформаційних технологій в туризмі, їх маркетингової ролі, особливостей використання інформаційних технологій у процесі туристичного виробництва і обслуговування і ступенем їх впливу на галузь, займаються вітчизняні науковці Басюк О.В., Гарафонова О.І., Глебова А.О., Гуржій Н.М., Гуцол А.В., Заневська Л.Г., Мельниченко С.В., Олійник А.Н., Семенов В.Ф., Татаринцева А.С., Третинко А.В., Умрик М.А., та ін. Більшість досліджень присвячено глобальним дистриб'юторським системам, вивченню функціональних можливостей спеціалізованих комп'ютерних програм та інноваціям в сфері ІТ в туризмі в загальному плані. Мало дослідженими залишаються питання комп'ютерної грамотності спеціалістів туристичної сфери, тенденцій до підвищення мобільності туристичного виробництва і обслуговування, новітніх форм обслуговування з використанням сучасної техніки та мобільних технологій, а також, питання використання ІТ в маркетингових цілях.

Мета статті – вивчення новітніх методів і технологій, що спрощують розробку і надання туристичних послуг, поліпшують їх якість або є їх альтернативою.

Виклад основного матеріалу. Під новітніми технологіями маються на увазі інформаційні технології та технічні засоби. Розглядати їх слід в комплексі, так як для функціонування техніки, простішого її сприймання користувачем та більшої результативності використання необхідні технології, які знаходять своє вираження в програмному забезпеченні та мобільних додатках.

Комп'ютерні технології, або Інформаційні технології (ІТ) – це узагальнена назва технологій, що відповідають за зберігання, передачу, обробку, захист та відтворення інформації з використанням комп'ютерів.

Умовно ІТ, що використовуються на туристичному підприємстві можна поділити на групи:

1. Прикладне програмне забезпечення – комплекс програм, направлений на створення, обробку, зберігання і відтворення користувацької інформації. Призначене для широкого кола користувачів та включає операційну систему, текстові редактори, графічні редактори, електронні таблиці, системи управління базами даних, програми захисту інформації, обчислювальні програми, тощо.

2. Спеціалізоване програмне забезпечення – комплекс програм, що використовується туристичним підприємством для розробки, просування та реалізації послуг та продуктів. Це системи адміністрування готелю, ресторану, глобальні системи бронювання, бухгалтерське програмне забезпечення, тощо. Особливість використання програм даної групи полягає в тому, що для правильної роботи з ними потрібна спеціальна підготовка (навчання). Користування цими програмами та їх обслуговування може бути платним.

Системи комп'ютерного бронювання відносяться до спеціалізованого програмного забезпечення, яке використовується на туристичному підприємстві. Загалом їх можна поділити на дві великі групи: глобальні та спеціалізовані. Глобальні системи мають універсальний профіль та поєднують у собі бронювання авіаквитків, місць в готелі, квитків на інші види транспорту, квитків на культурні заходи. Найбільшими системами на сьогодні є: Amadeus, Galileo, Sabre, Worldspan.

Спеціалізовані модулі бронювання мають вузький напрямок, такий як бронювання місць в готелі або квитків на транспорт, квитків на культурні заходи. Прикладами можуть бути системи:

- tickets.ua, booking.uz.gov.ua, roezd.ua – Інтернет-сайти, що спеціалізуються на продажу залізничних квитків;
- busfor.ua, bus.tickets.ua, autolux.ua – Інтернет-сайти, які займаються розповсюдженням квитків на автобуси;
- karabas.com, parter.ua, concert.ua – системи продажу квитків на культурні події (концерти, театральні вистави);

- hotels.com, booking.com, hotels24.ua – системи бронювання місць в готелі, які на відміну від глобальних систем бронювання, авторизація і користування системами є безкоштовним, а квитки продають без комісії, що робить їх популярними і зручними для споживачів з одного боку, та стимулюють самодіяльний туризм і є не вигідними для тур агентів, адже не пропонують їм заробіток, з іншого;
- iec-expo.com.ua, invitation.kiev.ua – Інтернет-сайти, що пропонують придбання квитків на різноманітні виставки і ділові заходи, інші системи.

Суттєвим недоліком функціонування спеціалізованих систем бронювання є прямий продаж квитків, що виключає туристичні підприємства з ланцюжка виробник послуг – посередник (Туропаратор або турагент) – кінцевий споживач, що може негативно вплинути на розвиток туристичної індустрії в майбутньому.

3. Комунікаційні технології – комплекс програм електронного листування (Microsoft Outlook, Gmail.com, mail.ru, i.ua), відео зв'язку (skype), файлообмінники (ex.ua, fs.to, Google Drive), які дозволяють через мережу Інтернет обмінюватися інформацією, здійснювати телефонний і відео-зв'язок, влаштовувати теле-мости, конференції та наради. Новим кроком у розвитку даного виду технології стало широке розповсюдження мобільних додатків, що називають «месенджерами»: viber, what's up, telegram. Їх поява пов'язана з популяризацією і здешевленням смартфонів та послуг мобільного Інтернету. Дані додатки дозволяють безкоштовно здійснювати дзвінки за кордон та обмінюватися короткими текстовими повідомленнями.

Суттєвого значення набуває окремий вид комунікації – соціальні мережі (Facebook, Instagram). З їх допомогою в туризмі встановлюються партнерські, міжособистісні зв'язки. Крім того, соціальні мережі стали популярною платформою просування, реклами та продажу туристичних продуктів. Менеджери та фірми через особисті сторінки здійснюють зворотній зв'язок зі споживачами, здійснюють підтримку споживачів, пропагують туризм і активний відпочинок як форму змістовного проведення відпочинку, рекламують компанію, діляться інформацією про країни і туризм, викладають цікаві факти про готельне і ресторанне обслуговування, рекламують тури, та, навіть, здійснюють їх продаж. Соціальні мережі набули такого активного використання, що створюються курси і програми з навчання

продажів у соцмережах. Компанії, намагаючись слідувати суспільним трендам, навіть створюють окремі маркетингові стратегії для соцмереж.

4. Мобільні додатки – програми, що розроблені для смартфонів і планшетів на базі операційної системи android, tizen або ios. Їх відмінність від комп'ютерних програм полягає в тому, що вони забезпечують швидкий доступ до багатьох сайтів та ресурсів в будь-якому місці в будь-який час, проте, деякі мають обмежену функціональність. Варто виділити в цій групі мобільний банкінг, додатки від провідних туроператорів, авіакомпаній, QR-сканування кодів для отримання знижок та акційних пропозицій, програми для ко-брендингу.

З виходом на масовий ринок систем безконтактної оплати (PayPass), смартфон став замінити банківську картку, а сам банк може і не мати фізичного офісу (monobank). Дані технології вже вийшли за межі мобільного банкінгу, сам банк є вже віртуальним.

Щодо інших можливостей, великі торгові майданчики створюють мобільні додатки керування Інтернет-магазином (Prom. Кабінет продавця, OLX.ua Оголошення України), що дозволяють керувати пропозицією продавця у віддаленому режимі. З допомогою описаних компонентів, сучасна людина стає ще більш мобільною і все менше прив'язується до робочого місця, що є безперечним плюсом для туристичної галузі.

Використання ІТ-технологій спрощує виробництво туристичного продукту на всіх етапах. При застосуванні комп'ютерних технологій відпадає потреба безпосередньої присутності працівника підприємства у тій країні, де підприємство буде встановлювати партнерські зв'язки з іншими підприємствами туристичної сфери.

Використовуючи інформаційні технології, будь-яка туристична фірма може комплектувати свої тури за допомогою глобальної мережі Internet. Інформація про конкретну фірму може бути представлена на web-сторінці, сайті-візитці або повномірному сайті, виходячи з бажання і фінансових можливостей фірми.

Окрім того, відпадає потреба в утриманні великої кількості співробітників, адже одна людина, маючи в офісі лише мінімальну кількість устаткування і комп'ютер може успішно вести і розвивати туристичний бізнес.

Технічні засоби, які можуть бути використані туристичним підприємством можна поділити на:

1. Оргтехніка. Під оргтехнікою часто розуміють лише технічні засоби, що використовуються у діловодстві для створення інформаційних паперових документів, їх копіювання, розмноження, обробки, зберігання, транспортування, і кошти адміністративно-управлінської зв'язку. Вона становить матеріальну базу прогресивних систем управління. До неї відносять: монітор, системний блок, клавіатура, навушники, мікрофон, ноутбук, принтер, сканер, плотер.

2. Мультимедійні засоби – пристрої та техніка для демонстрації графічних і відеоматеріалів. Сюди входять електронні рамки для демонстрації фото, проектори, телевізори, мультимедійні дошки.

3. Звукові пристрої – колонки, плеєри та інші засоби для програвання звукових доріжок. Також, сюди можна віднести аудіо-гідів та електронні перекладачі. Із зарубіжного досвіду в сфері маркетингу, доведено, що маніпуляції із звуковим та візуальним супроводженням презентації товару позитивно впливають на рішення про купівлю товару та допомагають ефективніше долати заперечення.

4. Пристрої віртуальної та доповненої реальності – пристрій, що дозволяє частково зануритися у світ віртуальної реальності, який створює зоровий та акустичний ефект присутності в заданому керуючим пристроєм (комп'ютером) просторі. Такі пристрої значним чином можуть вплинути на сферу надання туристичних послуг особам з обмеженими можливостями.

На їх базі вже створюються повноцінні туристичні продукти (аудіо-гиди, віртуальні екскурсії), а в майбутньому, можуть спричинити переверот в туризмі і змінити звичне уявлення про нього.

Справжній бум популярності програм доповненої реальності пов'язаний з виходом мобільної гри PokemonGo. Сутність концепції базується на привнесенні у реальний світ віртуальних елементів за допомогою мобільної техніки. Даний продукт може стати революційним проривом у наданні екскурсійних послуг, та може бути реалізований у вигляді віртуального гіда, віртуальних дороговказів, доповненні музейної експозиції віртуальними об'єктами та реконструкціями.

5. Засоби комунікації – смартфони, планшети, нетбуки. Сучасна людина через мобільні пристрої здійснює велику кількість побутових та робочих

маніпуляції. Дані пристрої давно вийшли за рамки встановлення зв'язку і спілкування. Сучасний смартфон може замінити комп'ютер та має більшість його функцій. Мобільні додатки, що встановлюються на них, на даному етапі свого розвитку хоча і мають дещо обмежений функціонал, проте дають велику кількість можливостей для мобільності користувача.

Висновки. Поширення комп'ютерних інформаційних технологій охоплює все більше сфер людської діяльності, зокрема велику частину виробничої та майже всю невиробничу сфери економіки, а сама індустрія непинно модернізується і змінює напрям руху вдосконалень. Інформаційні технології, призначені, спочатку, для вузького кола споживачів, набули широкого поширення. Нині існує велика кількість різноманітного програмного забезпечення, в тому числі і туристичного. Сучасний фахівець туристичної індустрії має володіти практичними навичками роботи як із програмами загального користування, так і зі спеціалізованими програмами. Технічні засоби, що стали частиною життя сучасної людини, володіють значною функціональністю та надають додаткові можливості як споживачу туристичних послуг, так і їх виробникам. З їх допомогою можна мінімізувати нематеріальність туристичних послуг та значною мірою покращити їх якість.

Інформаційні технології дозволяють ефективно використовувати виробничі та трудові ресурси туристичним підприємством, економити час та кошти на виробництво туристичного продукту. Мережеві ресурси є цінним джерелом інформації, дозволяють встановлювати партнерські зв'язки з іноземними підприємствами, не відвідуючи країну у якій вони функціонують. За допомогою комп'ютерних технологій туристичне підприємство може проводити повний цикл виробництва та реалізації власного продукту. Сучасні підприємства отримують велику кількість інформації, підтримують зв'язки з партнерами, рекламують себе та виконують велику кількість інших операцій через глобальну мережу Інтернет. Саме тому сучасний менеджер з туризму має володіти теоретичними знаннями та практичними навичками застосування комп'ютерних програм та інформаційних технологій не на рівні побутового користування, а бути просунутим користувачем.

РЕГІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ, ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

Актуальність. Розвиток туризму є важливим чинником стабільного й динамічного розвитку конкретної території, тому, що збільшує надходження до бюджету та сприяє вирішенню низки економічних проблем регіону, таких як зайнятість місцевого населення, будівництво шляхів сполучення та споруд житлового призначення, розвиток торгівлі, налагодження різних видів комунікацій, формування позитивного іміджу регіону, підтримка та розвиток місцевої культури. За даними Мінекономрозвитку України, за підсумками 2018 р. сукупні надходження туристичного збору та податкових платежів з туристичної галузі зросли на 20,7% – до 4,2 млрд грн, надходження туристичного збору зросли на 29,2% і становили 90,7 млн грн [1]. Проте, розвиток туризму в регіоні має свої особливості та проблеми, що свідчить про актуальність дослідження.

Вивченість у науковій літературі. Вивченням стану, особливостей та перспектив розвитку туризму на регіональному рівні займалися такі дослідники: Абрамов В.В., Кравець О.М., Мельниченко О.А., Шведун В.О. та ін.

Мета статті – дослідити особливості, проблеми та перспективи розвитку туризму у Харківському регіоні.

Виклад основного матеріалу. Наявність природно-рекреаційних ресурсів та історико-культурного потенціалу Харківської області дає можливість розвитку туризму та організації широкого діапазону різних його видів. Найбільшого розвитку в Харківському регіоні набули такі види туризму, як: історико-культурний туризм, сільський та зелений туризм, спортивний туризм, діловий та міський туризм, мисливський та рибальський туризм.

Розвиток історико-культурного туризму у Харківській області пов'язаний із зосередженням значної кількості пам'яток, пов'язаних з перебуванням на території Слобідського краю багатьох європейських й азійських етносів. Загальна кількість пам'яток історії, археології, містобудування і архітектури, монументального мистецтва становить 2535. 653 пам'ятки архітектури внесено до Державного реєстру національного культурного надбання.

До об'єктів культурного туризму входять як історико-культурна спадщина (історичні території, архітектурні споруди і комплекси, зони археологічних розкопок, музеї, народні промисли, обряди, виступи фольклорних колективів), так і сучасна культура (виставки, фестивалі, особливості життя населення: кухня, костюми). Такий вид туризму має значні перспективи, пов'язані з новими культурними й подієвими проектами, розвитком нових туристичних продуктів та інфраструктури в Харківській області.

Становлення ділового туризму пов'язане із функціонуванням на території міста центрів адміністративного та бізнес-управління, розвиненої мережі автошляхів та залізничних шляхів, міжнародного аеропорту. Основою для його розвитку є міжнародні конгреси, симпозіуми, семінари, виставки, ярмарки, фестивалі, які регулярно відбуваються на території регіону. Харківська область набуває ролі центру ділового туризму і увійшла до найбільш популярних для відвідування іноземцями областей України у 2018 р. [2].

Найбільш перспективним напрямом розвитку сільських територій розглядається такий вид туризму, як сільський та зелений туризм. Бо саме він дозволить вирішити низку соціально-економічних проблем, може забезпечити збільшення реальних доходів селян за рахунок реалізації сувенірної продукції, розроблення туристичних маршрутів, надання екскурсійних і додаткових послуг тощо. На території Харківської області діють біля двох десятків агроосель, розташованих у Золочівському, Нововодолазькому, Зміївському та інших районах. Для активізації подальшого розвитку вказаного виду туризму на Харківщині впроваджена програма мікрокредитування підприємців, де одним із пріоритетів фінансування є підтримка саме сільського зеленого туризму.

Для розвитку мисливського та рибальського туризму є значний ресурсний потенціал. Лісові масиви займають 12% території області, мають багатий тваринний світ. На території Харківської області нараховується близько 20 видів птахів і 16 видів тварин, які є об'єктами мисливства. Цим ресурсом, насамперед, багаті такі адміністративні райони Харківської області, як Балаклійський, Вовчанський, Зміївський, Ізюмський та Печенізький райони. Басейни річок Харківського краю багаті на рибні ресурси, особливо запаси корошових та окуневих, які виступають об'єктом рибальського

промислу. Найбільшу популярність серед рибалок мають в адміністративному відношенні Зміївський, Харківський, Печенізький, Вовчанський, Куп'янський райони. Крім значних мисливсько-рибальських запасів, Харківська область має і запаси дикоростів (грибів, ягід, лікарських рослин), збирання яких може виступати однією з цілей туристичної діяльності.

Розвиток Харківщини як центру ділового та культурного туризму належить до середньо- та довгострокових пріоритетних стратегічних завдань цілісного розвитку регіональної економіки та формування дохідної бази в районах області, формування конкурентних переваг як на національному, так і на міжнародному ринках. Шляхами активізації потенціалу туристичного сектору виступають залучення інвестицій у розвиток внутрішнього та в'їзного туризму, модернізація об'єктів та інфраструктури рекреаційного туризму і відновлення знакових об'єктів історико-культурної спадщини (наприклад, Шарівського замку в Богодухівському районі) на засадах суспільно-приватного партнерства. Також інтегральним напрямом є цілеспрямоване створення умов для розвитку арт-ринку та в цілому сектору «креативних індустрій» (мистецтв, ремесел, дизайну; кіно, телебачення, медіа тощо), які визначаються як «діяльність, заснована на індивідуальному творчому початку, навичці або таланті, яка несе в собі потенціал створення доданої вартості та робочих місць шляхом виробництва та експлуатації інтелектуальної власності» [3].

Метою розвитку туризму в Харківській області до 2020 р. є інтенсифікація галузі, передусім, зростання її ролі в соціально-економічному житті регіону шляхом ефективного використання наявного туристичного потенціалу на основі принципів сталого розвитку. Створення на цій основі умов для розвитку людського капіталу, забезпечення зайнятості населення, зростання доходів, формування національної та регіональної конкурентоспроможності[2].

Досягнення поставленої мети забезпечить поліпшення соціально-економічних показників області: збільшення податкових надходжень до бюджету; підвищення рівня життя населення за рахунок зростання зайнятості в туристичній індустрії; зростання якості життя за рахунок підвищення культурного рівня та патріотичного виховання населення міста тощо.

Для розвитку туризму у Харківському регіоні потрібно зосередити увагу на організованому туризмі, шляхом створення єдиної системи рекреаційно-туристичних зон області, та туристичних пропозицій різнопланового тематичного характеру.

Покращення санаторно-курортної сфери може відбутися за рахунок розширення мережі сучасних лікувально-оздоровчих закладів; вивчення існуючих і потенційних можливостей промислового освоєння свердловин мінеральних вод.

Широкої популярності набуває розвиток короткотривалого відпочинку, для його розширення потрібно провести аналіз потреб в рекреаційних територіях області; облаштування місць масового відпочинку; впорядкування територій, виділених під малі форми приміської рекреації; створення спеціальних краєзнавчих маршрутів.

Проблеми готельного господарства можуть вирішитися за рахунок розбудови мережі готелів різного рівня комфортності; проведення робіт з реконструкції, переобладнання і оновлення існуючого готельного фонду області; впровадження міжнародних стандартів якості обслуговування в готельних закладах; проведення сертифікації та ліцензування готельних послуг.

Для удосконалення туристичної транспортної інфраструктури необхідно провести розробку генеральної схеми транспортного забезпечення туристичних маршрутів і об'єктів в ув'язці з міжнародною транспортною мережею; ремонт та облаштування автошляхів.

У сфері маркетингової діяльності, рекламного та інформаційного забезпечення потрібно збільшити проведення рекламних та PR-кампаній у вітчизняній і зарубіжній пресі, на радіо і телебаченні з метою формування іміджу регіону як одного з найсприятливіших для розвитку санаторно-курортного лікування, туризму та відпочинку; підготовка, друк і розповсюдження серії рекламно-інформаційних довідників та путівників; створення туристичних сайтів і порталів в мережі Інтернет; удосконалення регіональної статистики туризму.

Однією з головних умов подолання існуючих негативних тенденцій, які склались у галузі, має стати активна, виважена та науково-обґрунтована регіональна політика розвитку суб'єктів рекреаційно-туристичного господарювання з урахуванням галузевих та регіональних особливостей цієї сфери економіки.

Висновки. Харківська область володіє значним різноманітним ресурсним потенціалом для ведення туристичної діяльності, проте нестача фінансового забезпечення та низка проблем стримує розвиток туризму у регіоні.

Для успішного розвитку та вирішення проблем туристичної галузі Харківського регіону необхідно приділити особливу увагу: підвищенню якості сервісу надання туристичних послуг, розширенню і раціональному використанню рекреаційних ресурсів, створенню сприятливих умов для розвитку існуючих і залучення нових мережних лідерів туристичного сектора, налагодженню системи інформування споживачів туристичних послуг, формуванню привабливості регіонального середовища для туристів, забезпеченню безпеки при наданні туристичних послуг, розвитку індустрії дозвілля(музейного, концертного, фестивального), шоп-турів (ринків, торговельних центрів), розваг(розважальних центрів), розширенню ринкової інфраструктури та ділових послуг, розвитку креативних індустрій, як фактору активізації туристичного потенціалу та підвищенню конкурентоспроможності економіки регіону.

1. У 2018 році доходи від туризму в Україні зросли майже на третину // Мерт [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://zik.ua/news/2019/02/21/u_2018_rotsi_dohody_vid_turyzmu_v_ukraini_zrosly_mayzhe_na_tretnyu_mert_1514507.
2. Концепція розвитку туризму в Харківській області до 2020 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ts.lica.com.ua/b_text.php?type=3&id=8096&base=77.
3. Стратегія розвитку Харківської області на період до 2020 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://kharkivoda.gov.ua/content/documents/431/43045/files/new-563_SRR2020.pdf.

Смирнов І.Г.

ПРОБЛЕМА СТАЛОСТІ УРБОТУРИЗМУ В УМОВАХ ОВЕРТУРИЗМУ: ЛОГІСТИЧНИЙ ПІДХІД

Актуальність. Зовсім недавно, у 2016 р., у фаховій туристичній літературі з'явився новий термін – «overtourism» (у перекладі з англ. – надлишковий туризм). Він відображає виклики щодо управління зростаючими туристичними потоками, зокрема у міських (урбо) дестинаціях, та вплив урботуризму на міста та їхніх мешканців. Нині більше половини населення світу вже живе в урбанізованих ареалах і, за оцінками, до 2050 р.

цей показник сягне 70%. Зростаюча чисельність урботуристів збільшує споживання природних та туристичних ресурсів міст, здійснює соціокультурний вплив та зростаючий тиск на міську інфраструктуру. Тому для урботуризму нині важливим завданням є ефективне управління потоками урботуристів з метою забезпечення позитивних наслідків від відвідання ними міст.

Вивченість у науковій літературі. Аналіз останніх досліджень і публікацій з теми статті виявив, що в Україні ця тематика є поки що недостатньо розробленою. Натомість, проблемі сталого розвитку урботуризму присвячено праці автора, зокрема [3–5]. У той же час про актуальність статті свідчить дослідження, яке було виконане на замовлення ЮНВТО у 2017 р. «Overtourism? Understanding and managing urban tourism growth beyond perceptions» (пер. з англ. «Овертуризм? Розуміння і управління зростанням урботуризму» [1]).

Мета статті – розкрити сутність та особливості проблеми овертуризму по відношенню до урботуризму, використовуючи світовий та український досвід.

Виклад основного матеріалу. Ще задовго до того, як виник термін «overtourism», ЮНВТО визначила поняття туристичної місткості (пропускної спроможності), «як максимальну кількість людей, що можуть відвідати туристичну дестинацію одночасно без здійснення деструктивного впливу на природне, економічне та соціокультурне середовище та погіршення якості туристичних продуктів, що надаються». Це поняття пов'язане з категорією сталого туризму: туризм тільки тоді вважатиметься сталим, коли враховуватиме інтереси як відвідувачів, так і місцевих громад. Ця мета може бути досягнута через участь громад (місцевих влад) у розвитку туризму, управлінні туристопотоками, зменшенні сезонності туризму, ретельному плануванні туризму в дестинаціях, що враховує їхню туристичну спеціалізацію та диверсифікацію пропонованої турпродукції, а також максимальну туристичну місткість. Вирішити проблеми, що стоять перед урботуризмом, сьогодні є набагато складнішим питанням, ніж раніше видавалося. Тому існує нагальна потреба розробити «дорожню карту» сталого розвитку урботуризму та розглядати цей розвиток, як складник більш широкої програми комплексного розвитку міст. Нині туризм є одним з небагатьох секторів світового господарства, що постійно зростає, забезпечуючи при цьому соціоекономічний розвиток, зайнятість, розвиток

інфраструктури та експортні (валютні) доходи. Тому є дуже важливим забезпечити узгодження розвитку урботуризму з розвитком міст у світовому порядку денному. Про це нагадує «Нова програма ООН з розвитку міст», що вказує на 17 цілей їх сталого розвитку з особливим виділенням цілі 11 «Зробити міста інклюзивними, безпечними, пружними та сталими», що повинна стати обов'язковою для усіх країн світу [1].

За декілька останніх десятиріч чисельність міського населення світу, як і територія міст, динамічно зростали та трансформувалися. Згідно даних ООН у 1990 р. 43% світового населення проживало в урбанізованих ареалах, на 2017 р. цей показник склав 54% та очікується його зростання до 60% у 2030 р. Разом з прискореною урбанізацією у світі спостерігається зростання урботуризму через те, що міста вважаються дуже популярними дестинаціями для бізнесового та пізнавально-відпочинкового туризму. Причинами цього явища є економічний розвиток та збільшення доходів населення, зменшення транспортних тарифів, розвиток туристичної інфраструктури та зростання середнього класу як в економічно розвинутих, так і в країнах, що розвиваються. За останні десятиріччя кількість міжнародних туристів зросла з 20 млн у 1950 р. до більше 1,3 млрд осіб у 2017 р. ЮНВТО прогнозує, що світовий туризм буде динамічно розвиватися і далі – з середньорічним темпом 3,3% за рік до 2030 р., коли чисельність туристів у світі сягне 1,8 млрд осіб. Нині дохід, що отримується як від внутрішнього, так і міжнародного туризму, є важливим чинником соціо-економічного та культурного розвитку багатьох міст та міських агломерацій. Разом з тим, зростання урботуризму призвело до появи різноманітних викликів щодо забезпечення сталого зростання та практик, які б мінімізували від'ємний вплив туризму в містах, зокрема з використання природних ресурсів, соціокультурного впливу, зростаючого навантаження на інфраструктуру та управління мобільністю та концентрацією (скупченнями) туристів. Як результат, число туристів у містах зросло настільки, що з'явилися випадки негативного ставлення місцевого населення до туристів, зокрема через явища надмірного їх скупчення, особливо у центральних ділянках міст, надмірного галасу та засмічення, а також інших незручностей, пов'язаних з туристами. Справа навіть дійшла до протестів місцевого населення проти туристів у деяких містах Європи та до виникнення термінів «овертуризм» та «туризмофобія».

Що ж розуміється під назвою «овертуризм» і коли з'явився цей термін? 2016 р. його вперше запровадила консалтингова компанія «Skift, Inc.» та відповідно запатентувала. Ця компанія надає послуги з інформаційно-маркетингового забезпечення глобальної індустрії туризму та гостинності, існує з 2012 р. Компанія одразу зорієнтувала цей термін на урботуризм під гаслом: «Майбутнє світу – міста. Майбутнє туризму – у містах. Майбутнє туризму – смарт-міста, що є зручними і для туристів, і для місцевих мешканців. Розвиток смарт-міст веде до появи ери туристичної смарт-мобільності» [2]. Вже виникло декілька дефініцій цього терміну. Зокрема, університети – учасники міжнародного проекту «Overtourism? Understanding and managing urban tourism growth beyond perceptions» визначили овертуризм, як «негативний вплив туризму на дестинацію або її частини внаслідок надмірної кількості туристів, що відчуває як місцеве населення (через погіршення умов (якості) життя), так і туристи (через погіршення якості турпродукту, що надається)» [1]. Інше визначення овертуризму належить Партнерству відповідального туризму: «коли господарі чи гості, місцеві жителі або візитери дестинації відчувають, що туристів забагато і через це якість життя у цій дестинації чи якість відвідування значно погіршилися». Отже, овертуризм є протилежним поняттям по відношенню до «відповідального туризму», метою якого є розвивати туризм таким чином, щоб зробити дестинацію найкращим місцем як для життя місцевих мешканців, так і для відвідування туристами. По суті, коли говориться про овертуризм, то йдеться про відсутність ефективного управління та неконтрольований розвиток туристичних потоків у містах. Між тим із зростанням числа туристів туризм повинен розвиватися та управлятися на засадах сталого розвитку як для відвідувачів, так і для місцевих громад. При цьому знову ж таки набуває важливого значення поняття туристичної місткості території (дестинації). Правильне визначення її кількісних параметрів є важливим завданням для туроператорів та місцевих туристичних влад. Визначаючи та створюючи механізми з моніторингу та управління туристичними потоками та скупченнями, туристичними місткостями територій та параметрами необхідних змін, доцільно застосовувати кількісні та якісні індикатори, щоб отримати комплексний вираз туристичного впливу на дестинацію в умовах овертуризму. При цьому слід врахувати такі особливості явища овертуризму у містах:

1. Коли говориться про туристичне перевантаження міста, то йдеться не стільки про чисельність туристів, скільки про туристичні потужності, щоб їх прийняти. Так, є міста які успішно справляються з великою кількістю туристів, у той час як інші не можуть собі дати раду з значно меншими туристичними потоками.

2. Туристичне перевантаження, як правило, має скоріше локальний, ніж загальноміський вираз. Надмірний туристичний тиск відчувається переважно в центральних, найбільш популярних ділянках міст з високою концентрацією туристичних атракцій. Тому у пошуку рішення проблеми овертуризму слід проаналізувати територіальний розподіл туристопотоку у місті з визначенням місць і причин туристичного перевантаження.

3. Туристичне перевантаження у містах не завжди пов'язане тільки з туризмом. Явище овертуризму особливо відчутне, коли ресурси та інфраструктура міста відчувають надмірний тиск. Однак не тільки туристи створюють цей тиск – у цьому з ними конкурують місцеві мешканці та приїжджі. Це особливо відчувається у сфері оренди житла, де за найм житла (готелів, апартаментів, хостелів) туристи конкурують з місцевим попитом.

4. Використання технологічних та смарт-рішень є важливим у вирішенні проблеми овертуризму в містах, але без поєднання з іншими підходами, воно не буде ефективним. Так, смарт-технології вважаються найбільш придатними до вирішення проблеми надмірних туристопотоків у містах, але без врахування викликів, які висуває вимога сталості урботуризму у сенсі тісної кооперації багатьох учасників у довготерміновому аспекті, рішення буде неефективним.

Про актуальність теми, що розглядається, та необхідність кращого розуміння сутності завдань, що стоять перед управлінням світовим урботуризмом у контексті овертуризму та сталого розвитку, свідчить те, що на замовлення ЮНВТО 2017 р. було виконано дослідження під назвою «Overtourism? Understanding and managing urban tourism growth beyond perceptions» (пер. з англ. – Овертуризм? Розуміння та управління зростанням урботуризму відповідно до відчуттів туристів та місцевих мешканців) з аналізом і рекомендаціями на підставі використання даних восьми європейських міст, а саме: Амстердама, Барселони, Берліна, Копенгагена, Лісабона, Мюнхена, Зальцбурга та Таллінна. Дослідження було виконане науковцями Центру експертизи рекреації, туризму та гостинності Університету Бреда (Нідерланди), Європейського інституту туризму майбутнього Університету Стенден (Нідерланди), за підтримки Європейської

туристичної асоціації та міських влад відповідних міст. За результатами дослідження виконана оцінка сприйняття туризму і туристів мешканцями європейських міст та розроблена програма заходів з метою попередження надмірної концентрації туристичних потоків у містах Європи [1].

Отже, урботуризм сьогодні стає все більш популярним як в Україні, так і в світі. Він має свої особливості, пов'язані з високою концентрацією туристів на обмеженій території міст, особливо їхніх центральних та історичних частин. У зв'язку з цим виникає проблема збільшення туристичного навантаження на ресурсну базу туризму в містах (овертуруризму), що може призвести до його погіршення та деградації. Вирішити цю проблему можна за допомогою інтегрованого логістичного підходу до сталого розвитку урботуризму. Увага до даної проблеми в науковій літературі поки що недостатня, хоча в практичному управлінні розвитком міського туризму ця проблема вже добре відома і відображена у розробці та прийнятті відповідних документів, наприклад, у м.Львові, де нещодавно було прийнято «Концепцію децентралізації туризму» у межах «Стратегії розвитку туризму міста до 2021 р.».

У цьому контексті завдання сталого розвитку урботуризму в умовах овертуруризму вимагає консолідації зусиль різних наукових і практичних напрямів, серед яких важливе місце належить логістиці туризму, що вивчає потокові явища у туристичній галузі, виділяючи туристичний трафік (туристопотік), як головний потік, а фінансовий, інформаційний, товарний, кадровий, матеріальний потоки, як обслуговуючі (додаткові). Завданням логістики туризму в контексті сталого розвитку туристичної індустрії є регулювання головного потоку (туристопотоку), що забезпечить збереження ресурсної бази туризму в містах з метою сталого розвитку туристичної діяльності. Ця проблема зараз досить помітна не тільки в містах – найбільших туристичних центрах світу, але й у багатьох містах України. Це стосується, наприклад, Львова, Києва, Одеси та інших міст України – популярних туристичних центрів. Проблема туристичного перевантаження Львова останнім часом досить відома, про що йшлося, зокрема, в авторських публікаціях [4–5]. Тому, за нашою думкою, є на часі розробка комплексної логістичної стратегії сталого розвитку урботуризму в умовах овертуруризму. Ця стратегія, розроблена автором, базується на чотирьох концепціях. Перша – концепція децентралізації туризму, друга – концепція зворотної логістики, третя – концепція впливу маркетингу на логістику, четверта – концепція підвищення вимог до безпеки туристів (рис. 1).

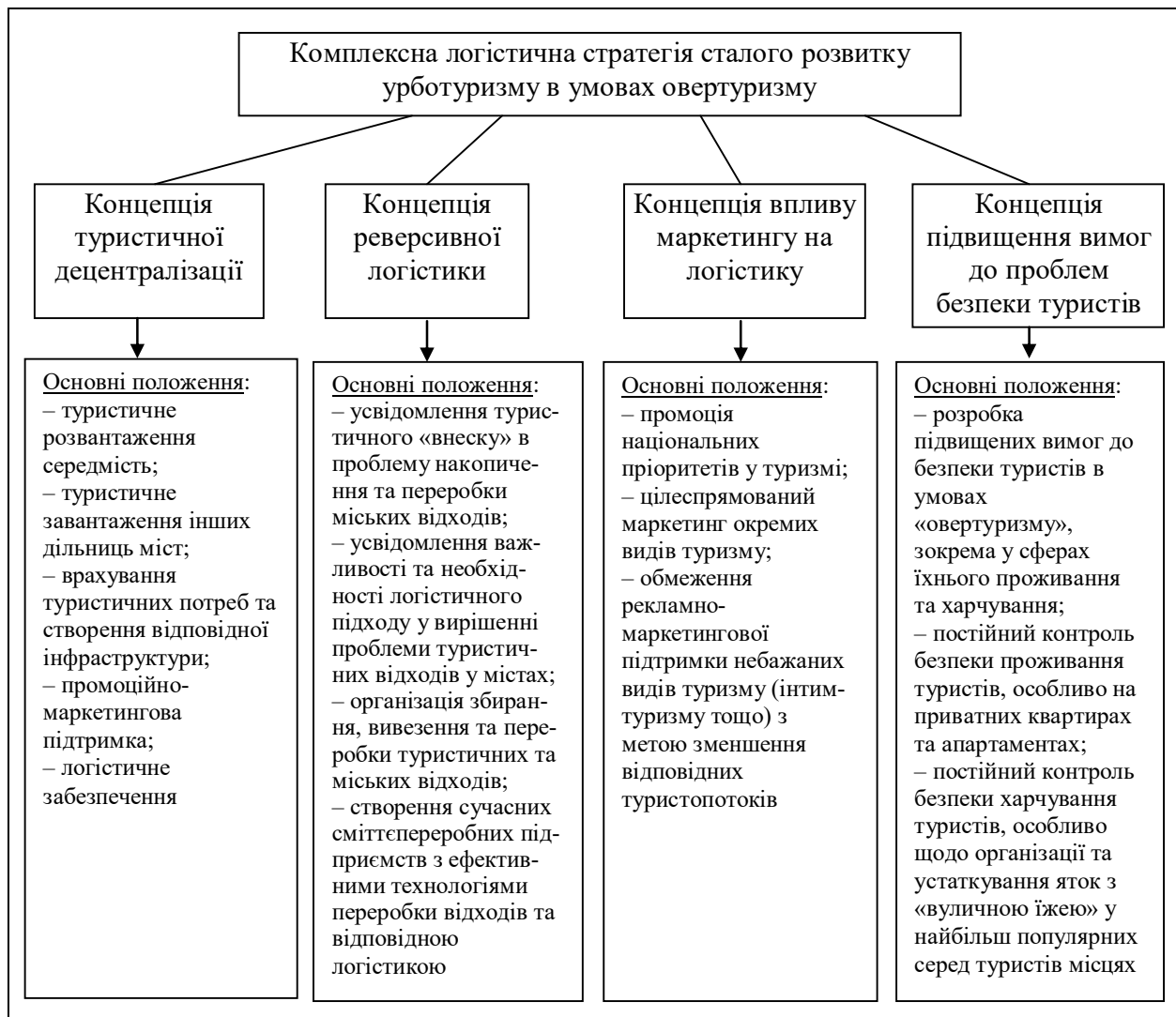


Рис. 1. Концептуальна база комплексної логістичної стратегії сталого розвитку урботуризму в умовах овертуризму (авторська розробка за [3–5])

Перша концепція передбачає необхідність ефективної логістичної організації туристичної території міста (ЛО ТТМ). Основними компонентами ЛО ТТМ є: 1) геологістична ідентифікація ресурсної бази туризму; 2) логістичне планування туристичних потоків; 3) логістичне проектування туристичної інфраструктури; 4) логістичне проектування ланцюгів постачання об'єктів туристичної інфраструктури. Перший компонент охоплює географічну та логістичну ідентифікацію туристичних ресурсів міста. Географічна ідентифікація туристичної ресурсної бази означає просторову локалізацію туристичних об'єктів. Вони діють як «туристичні магніти», які притягують туристичні потоки до певних локацій міста. Тому значна територіальна концентрація туристичних ресурсів (об'єктів) у цих локаціях викликає надмірні скупчення туристів. Ці міркування слід враховувати при створенні та розміщенні нових туристичних об'єктів (музеїв,

пам'ятників), які не слід «втискувати» до центральних ділянок міст, які вже і так перевантажені туристичними об'єктами. Отже, замість надмірної просторової концентрації туристичних об'єктів у центрах міст рекомендується їх просторова дисперсія. Логістична ідентифікація туристичних ресурсів означає розрахунок логістичного потенціалу кожного туристичного об'єкта, тобто максимально можливий туристичний потік, що не вплине на сталий розвиток туризму та стан туристичних ресурсів. При цьому слід розрізняти одночасну кількість туристів на об'єкті, їх чисельність за добу (з урахуванням коефіцієнта ротації), за місяць, за сезон, нарешті, за рік. Геологістична ідентифікація здійснюється з урахуванням поділу туристичних ресурсів (об'єктів) на: культурно-історичні (пам'ятки, музеї, театри тощо), архітектурні (історичні та сучасні), подієві (різноманітні заходи громадсько-культурно-розважального характеру). Другий компонент базується на визначенні розмірів і структури туристичних потоків та їх відповідних потреб, які можна поділити на потреби першого (лавки, сміттєві баки, біотуалети, вулична їжа, обмін валюти тощо) і другого порядків (сувеніри, інформаційні та рекламні матеріали, преса, туристичні товари тощо). Третій компонент передбачає логістичне проектування мереж туристичної інфраструктури для задоволення потреб туристів, зокрема, потреб першого порядку (об'єкти туристичної інфраструктури, такі як ятки з вуличною їжею, пункти обміну валют тощо), потреб другого порядку (об'єкти туристичної інфраструктури, такі як сувенірні магазини, кіоски преси та інформаційних матеріалів, магазини туристичних товарів тощо), а також відповідної логістичної та транспортної інфраструктури для задоволення потреб мереж інфраструктурних об'єктів першого та другого порядків, а також збирання та вивезення відходів. Четвертий компонент передбачає логістичне проектування ланцюжків поставок для забезпечення потреб мереж туристичної інфраструктури першого і другого порядків з логістичними та транспортними компонентами у їхньому складі, враховуючи особливості їх розташування в місті та потребу у збиранні та вивезенні туристичних відходів.

Вищевикладені положення враховує «Концепція децентралізації туризму», нещодавно прийнята у Львові, яка передбачає, зокрема, туристичне «розвантаження» його середмістя (площі Ринок та проспекту Свободи) за рахунок: 1) створення «другого центру» міста шляхом активного задіяння у

туризмі проспекту Шевченка (цікаві об'єкти серед інших тут – старий будинок Львівського університету (так званий «Університет Габсбургів», нині тут знаходяться геологічний та біологічний факультети ЛНУ імені Івана Франка), кав'ярня «Шкоцька» («Шотландська», нині ресторан), пов'язана з діяльністю в ній у довоєнний період так званої «Львівської математичної школи» під керівництвом С.Банаха; 2) розширення туристичної території міста за рахунок периферійних ділянок – Сихова, Майорівки, Левандівки тощо (видано путівник «Туристичний Сихів»); 3) запровадження екскурсії «Львів+» з відвідинами Жовкви (колишньої королівської резиденції) та Дрогобича (будинку знаменитого митця Б.Шульца та найстарішої солеварні в Україні). Додамо, що увага приділяється розвитку туризму і у центрі міста, але при цьому враховується вимога його туристичного розвантаження шляхом: а) розробки підземного туристичного маршруту від вежі Корнякта до площі Підкови з створенням підземного музею Львова у підземеллях Ратуші; б) відкриття нових ресторанів на площі Ринок, але на останніх поверхах будинків, це «Найвища ресторація Галичини» та «Дуже висока кухня» (ці концептуальні заклади творять нову сторінку історії львівської гастрономії і належать відомій компанії «Концерн емоцій !FEST»).

Використання другої концепції має метою забезпечення повної переробки загального обсягу міських відходів, включаючи туристичні, у т.ч. від ресторанів та кав'ярень. Зазначимо, що добовий обсяг відходів у Львові становить 600 тонн. Недивно, що туристичний рекорд Львова (2,6 млн туристів у 2017 р. – перше місце серед міст України) збігся з «смітцевою кризою» у цьому місті. Проблему міських відходів можна вирішити на основі двох підходів – транспортного та логістичного. До недавнього часу у Львові переважав перший підхід (коли транспортні компанії отримували завдання з вивезення міських відходів на сміттєзвалища). І лише нещодавно керівництво міста звернулося до логістичного підходу, тобто до використання «зворотної» логістики. Нині Львів будує найсучасніший в Україні сміттєпереробний комплекс. Одночасно ще у листопаді 2018 р. місцева влада обмежила використання пластикових пакетів, а з 9 квітня 2019 р. у місті стартувала трьохмісячна просвітницька компанія «Без поліетилену». Зокрема, магазини Львова відмовились від пластикових пакетів, пропонуючи покупцям альтернативну упаковку. Ресторани та кав'ярні Львова також використовують екологічні підходи у своїй діяльності, зокрема використання та переробки відходів.

Третя концепція відображає ще один проблемний аспект овертуризму, пов'язаний з різким збільшенням кількості туристів у Львові, та про який попереджали американські експерти, що допомагали у розробці «Туристичної концепції Львова»: як тільки туризм почне динамічно розвиватися, серед гостей міста з'являться ті, кого цікавлять інтимні послуги [5]. Який зв'язок з логістикою? Менше буде реклами відповідних закладів (нічних клубів, джентльмен-клубів тощо) – менше будуть відповідні туристопотоки. На противагу інтим-туризму Львів уже декілька років розвиває конференц-туризм. Тільки за 2018 р. у місті було проведено 430 ділових заходів, серед яких були потужні міжнародні конференції, які відвідало біля 100 тис. учасників, з них 11% іноземців і 82% – з України. Конференц-туризм є дуже вигідним для міста, оскільки один учасник витрачає \$ 414 на день, мешкають учасники у чотиризіркових і п'ятизіркових готелях. Львів першим в Україні заснував у 2013 р. конференц-бюро. За 2018 р. конференц-туристи витратили у Львові майже 900 млн грн, у тому числі заклади харчування заробили 206 млн грн, на відпочинок і розваги ділові делегати витратили 150 млн грн, на проживання – ще 131 млн. Прямий економічний ефект від цього виду туризму склав 775 млн грн у 2018 р., податків сплачено 188 млн грн. При цьому у конференц-індустрії Львова працює 5,8 тис. осіб. Чого бракує Львову – це великих конференц-залів на 5 тис. учасників, як, наприклад, у польському Кракові, відповідно є попит на конференц-готелі міжнародного рівня. Тоді б конференц-туризм приніс місту ще більші прибутки та дивіденди.

Нарешті, четверта концепція пов'язана з необхідністю застосування підвищених вимог до безпеки туристів в умовах овертуризму. До основних складників цієї концепції відносяться: а) розробка підвищених вимог до безпеки туристів в умовах овертуризму, особливо щодо умов їхнього проживання та харчування; б) постійний і жорсткий контроль безпеки умов проживання туристів, особливо в апартаментах та приватних квартирах; в) жорсткий контроль безпеки сфери туристичного харчування, з особливою увагою до функціонування та справності обладнання точок «вуличної їжі» у популярних туристичних локаціях; г) контроль міського туристичного транспорту, у тому числі туристичних автобусів, екскурсійних «потягів», туристичних карет тощо. Слід сказати, що львівська влада вже взяла до уваги зазначені пропозиції, так, у мера Львова з 2019 р. з'явиться заступник з

питань безпеки, якому буде підпорядковано департамент з питань поведінки з відходами, управління з питань надзвичайних ситуацій та цивільного захисту населення та управління безпеки міста.

Висновки. Динамічний розвиток урботуризму в умовах овертуризму, що нині спостерігається в Україні та світі, викликає низку проблем, серед яких можна відзначити туристичне перевантаження міст, особливо їх центральних та історичних ділянок; руйнування багатьох історичних і архітектурних об'єктів та пам'яток; збільшення обсягу міських відходів, у тому числі туристичних; випадки інтим-туризму; недотримання правил безпеки туристів у сферах їхнього проживання та харчування з трагічними наслідками тощо. Рішення більшості з цих проблем можливе на основі застосування комплексної логістичної стратегії, запропонованої авторами. Отже, логістичний підхід, застосований, зокрема у «Концепції туристичної децентралізації м. Львова», має бути поширений на всі інші аспекти туристичного господарства міста, включаючи управління відходами, використання новітніх технологій та залучення національних та міжнародних інвестицій. Ці рекомендації стосуються не тільки Києва та Львова, але й інших міст – значних туристичних центрів України – Харкова, Дніпра, Одеси тощо.

1. Overtourism? Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions. UNWTO Library, 2018. URL : <https://www.e-unwto.org/doi.pdf>.
2. Skift Company. URL : <https://skift.com/about/>
3. Смирнов І.Г. Логістика туризму: навч. посіб. К. : Знання, 2009. 404 с.
4. Смирнов І.Г. Маркетинг у туризмі: навч. пос. К. : КНУ імені Тараса Шевченка, 2016. 251 с.
5. Смирнов І.Г. Комплексний логістичний підхід до сталого розвитку міського туризму. Туризм і гостинність: стан, проблеми, перспективи : матер. IV Міжн. наук.-практ. конф. Черкаси : О.М. Третьяков, 2018. С. 80–85.
6. Иванова Е.В. 50 оттенков Львова. Новое время страны. 2018. № 19. С. 38–41.

5. Заклади ресторанного господарства в Україні: характеристика по регіонах, специфіка

Босецька Н.Г., Красномоєць В.А.

ТРАДИЦІЇ ЧЕРКАСЬКОГО РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Актуальність. Інтенсивне функціонування мережі ресторанів останнім часом особливо актуалізувалося. Воно природно детермінується зростанням потреби зайнятого у суспільному господарстві сектору населення й гостей нашої країни в організованому харчуванні у недомашніх умовах, її задоволенню сприяє діяльність розгалуженої мережі ресторанів та кафе. Актуальним це питання є і для Черкащини.

Вивченість у науковій літературі. Вивченням стану та проблем орієнтацій та принципів задоволення потреб споживачів у закладах ресторанного господарства займалися такі дослідники: М. Мальська, О. Гаталяк, Н. Ганич та ін.

Мета статті – є аналіз національно-культурних традицій харчування у сучасних рестораних закладах Черкащини.

Виклад основного матеріалу. Місто Черкаси розташоване на високому правому березі головної річкової артерії України – Дніпра. До 1960-х років місто було відоме своєю природою, лісами та Дніпром. Але з тих пір все змінилося: стару Митницю і навколишні села затопили, з'явилося Кременчуцьке водосховище. Після утворення Черкаської області в січні 1954 р., місто з районного центру Київської області стало обласним центром. З 1961 р. по 1967 р. у Черкасах запрацювали три великих хімічних підприємства: Хімволокно, Хімреактив, Азот. З розвитком промисловості розвивається і громадське харчування. У 1970–1980 рр. у місті відкрили ресторани «Жовтневий», «Турист» на 100 місць при готелі, «Черкаси», «Колос» та багато кафе і їдалень.

У березні 1969 р. на межі Черкас і с. Дахнівки свої двері для гостей відкрив ресторан «Славутич», який став справжнім шедевром серед закладів громадського харчування, аналогів якому на той час Україна не знала. Цей заклад був зображений на багатьох листівках і у фотоальбомах. На поверхні знаходився лише скляний тамбур; напівкруглої форми вестибюль із вмонтованою в підлогу й оздобленою каменем клумбою з тропічними

рослинами, з якого можна було бачити величний Дніпро. Легкі спіральні сходи вели вниз, на цокольний поверх у коктейль-хол, який був виконаний у вигляді напівкруглого балкону, з якого можна побачити всю залу. Нижче – фойє, обрамлене невисокою стіною з сірого граніту, далі – обідня зала із панорамними вікнами, через які відкривалися чудові краєвиди. На цьому рівні ще дві бенкетні зали, одна з яких нагадувала українську світлицю. Зала оздоблена художніми вишивками і картинами, дубовими столами і високими кріслами з різьбленням чудово вписувалися в цей інтер'єр. Поруч розмістили пивний бар, який мав два входи, стіни цієї зали нагадували середньовіччя, а напівтемрява і мерехтіння латунних ліхтарів доповнювали картину. Внизу були розміщені всі виробничі цехи та підсобні приміщення. Офіціанти були вдягнені в українські костюми, в меню були представлені в широкому асортименті страви української кухні. На базі закладу неодноразово проводились республіканські та всесоюзні конкурси і семінари. Цей заклад був перлиною Черкаської обласної спілки споживчих товариств, але був закритий, так само, як і ресторан «Турист».

Послуги закладів ресторанного господарства є важливим елементом обслуговування туристів. Заклади ресторанного господарства являються візитною карткою гостинності нашого міста та популярною формою проведення дозвілля і спілкування мешканців та гостей.

Ресторанне господарство є однією з важливих і динамічних галузей економіки, темпи зростання постійно зростають. У всьому цивілізованому світі ресторанний бізнес один із розповсюджених видів малого бізнесу, тому між закладами постійно ведеться боротьба за ринок послуг. Експерти в цій галузі вважають, що вітчизняний ресторанний бізнес розвивається динамічно, а саме збільшилась кількість підприємств, значно покращився їх зовнішній вигляд, розширився асортимент страв і напоїв, пропагуються світові національні кухні. Але в порівнянні з іншими країнами ресторанна ніша залишається доволі вільною.

Якщо в США на 600–700 жителів один заклад, то в Україні один заклад на 3500 жителів [4].

Тенденції ресторанного бізнесу це, насамперед розвиток національних світових кухонь. В основному в Черкасах у кожної кухні є свої шанувальники, або ж споживачі, які надають перевагу улюбленому продукту. В підприємствах нашого міста зустрічається багато різних кухонь, можна

сказати «світових», з акцентом на якусь групу страв, або спосіб теплової обробки. Найчастіше наші ресторатори пристосовують національні кухні інших країн до своїх вітчизняних споживачів, змінюючи склад спецій, а то й продуктів.

Ресторанне господарство України, одним із перших перейшло на ринкові відносини, Черкаси не стали винятком. Після приватизації змінилася організаційно-правова основа системи ресторанного господарства, розпочали свою діяльність приватні заклади, як мережеві так і незалежні.

В Черкасах з'явилося багато закладів, які радують відвідувачів не лише гарною кухнею, але й цікавими інтер'єрами. Ресторанний бізнес в Черкасах стрімко зростає і найбільший приріст відбувається за рахунок кафе, барів, кав'ярень із середньою ціновою політикою. Підприємства пропонують українську, грузинську, французьку, італійську, американську та східну кухні.

Ресторатори зрозуміли вигоду від літніх майданчиків, які дають вагомий внесок у підвищення рентабельності закладу. На сьогодні черкаські заклади мають дуже гарні такі майданчики. Як приклад, ресторан «Чайка», кафе «Cosa Nostra», ресторан «Апельсин», кафе «Буба», ресторан «Едем» та ін.

Прискорений темп життя українців впливає на вибір закладів ресторанного господарства, тому на цей момент актуальні формати дешевих закладів: фаст-фуди, стріт-фуди, фуд-корти, кежуал-фуд та ін. Кількість підприємств швидкого харчування стрімко зростає. Великою популярністю, особливо в молоді, користуються кафе «Крила», в меню якого бургери, салати, суші, курячі крильця, страви американської, японської і європейської кухонь. У кафе «Фіка» вам запропонують широкий асортимент коктейлів, сендвічів, десертів і кондитерські вироби за традиційними шведськими рецептами, а також каву. У центрі Черкас у старовинному приміщенні розмістився ресторан «кежуал-фуд» «Nike 2 Meet You», де можна скуштувати страви паназіатської, мексиканської і європейської кухонь. В інтер'єрі використані сучасні матеріали (скло, пластик) і багато зелені. На виїзді з Черкас, в приміщенні Фермерського ринку облаштували мережевий заклад «Два гуся», в меню – страви української та східної кухонь, є мангал та лінія роздачі для комплексних обідів. Затребуваними є і спеціалізовані заклади з асортиментом страв одного виду, як, наприклад, вареничні, зокрема «Балувана Галя», де можна посмакувати приготовленими за традиційними й авторськими рецептами українськими варениками.

У Черкасах щорічно відкриваються нові піцерії, в яких представлені страви італійської кухні: піца, зазвичай, залишається основним продуктом, хоча пропонуються і пасти, супи, салати, десерти. Постійними гостями піцерії є молоді сім'ї, студенти та школярі. Піцерія вважається однією із найбільш демократичних і поширених концепцій у ресторанному бізнесі, бо добре адаптується до роботи й орієнтована на споживачів з низькими доходами. Особливою популярністю користуються такі мережеві заклади Черкас: «Бамболіна», «Челентано», «Папа Карло», «Престо», «Скоріні». Дизайни цих підприємств сучасні – поєднання бетону і цегли, дерева і пластику, світлі або яскраві кольори стін і меблів, багато зелені.

У 2018 р. у Черкасах відкрили 10 нових закладів харчування, більшість з яких – кав'ярні, що стали невід'ємною частиною життя людей. Тут призначають ділові зустрічі з партнерами по бізнесу, побачення з коханими та друзями, святкують родинні свята. Хвиля популярності кав'ярень зростає, все більше стає поціновувачів кави, а разом з ними затребувана професія баристи. Кава особливо популярна в меню кафе на фуд-корті, що вільно пересуваються містом. Кав'ярні «Чашка», «Кофейня», «Львівська майстерня шоколаду» полюбилися черкасцям, адже там можна випити запашну каву та поласувати смачними кондитерськими виробами, шоколадом власного виробництва.

Черкаси можуть порадувати гостей і жителів міста своїми пабами («Оскар», «Черкаська Баварія», «Bierstude», «Beer Bank»), де пропонують свіже пиво з власних броварень та асортимент закусок до нього, а також страви популярних кухонь. Славляться ці заклади можливістю перегляду спортивних змагань, а у дизайні використані натуральні елементи з дерева, каменю, шкіри.

На сьогодні популярні заміські заклади харчування, особливо ті, що мають ряд додаткових послуг і можливостей: літні і спортивні майданчики, ігрові майданчики, будинки відпочинку, мангали, ставки для риболовлі та ін. Вони більш затребувані саме у літній період, особливо для сімейного відпочинку. Багатьом черкасцям подобається відпочивати і насолоджуватися улюбленими стравами в кафе «Робінзон», спорт-отельному комплексі «Селена», готельно-розважальному комплексі «Влада» та ін.

У світовій кулінарії, мабуть, не зустрінеш більше такої унікальної і неповторної кухні, ніж японська, що визнана однією з найбільш різноманітних і корисних, адже для приготування страв використовують

натуральні продукти з мінімальною тепловою обробкою. Японці зберігають у стравах природний смак компонентів, прагнуть розкрити їх аромат, не додаючи багато спецій, тому їжа легко засвоюється. Найбільш вживаними продуктами в японській кухні є рис – джерело вуглеводів та енергії, риба і морепродукти, овочі, бобові, норі, васабі, соя, бамбук, імбир та ін. Заморські страви раніше були доступні обмеженій кількості споживачам і ще років десять назад існували ресторани з японською кухнею тільки у великих містах. Інтерес до екзотичної кухні спровокував зростання таких закладів у Черкасах. А сьогодні суші, сашімі, роли, супи місо і рамен, локшина удон, різноманітні салати і десерти – улюблені страви багатьох черкасців. Японська кухня представлена в багатьох закладах міста, найбільш відомі – ресторан «Сушія», ресторан «Fujiwara Yoshi», бар «Фугу». Дизайн закладів виконаний у східному стилі, присутні камінь і вода, дерево, кольори стін і меблів у світло-чорних або пастельних тонах.

У Законі України «Про обмеження монополізму та недопущення недоброякісної конкуренції у підприємницькій діяльності» конкуренція має визначення як «змагання підприємців». Ф. Хайєк [2] стверджує, що конкуренція – «процедура відкриття». Заклади у своїй діяльності із багатьох стратегій можуть обирати свою лінію поведінки, але тільки конкуренція підтвердить, яка з них буде ефективна, а яка – призведе до збитковості. Кожний підприємець бореться за гроші споживачів, задовольняючи його потреби. Головним завданням кожного ресторатора є забезпечення справедливої вартості послуг, тому ціни на страви, вироби і напої повинні відповідати рівню сервісу, що пропонується відвідувачам.

Висновки. Для мешканців міста Черкаси важливо не тільки бачити гарні заклади харчування, але й отримувати задоволення від смаку страв, від роботи компетентного, ввічливого, чесного та креативного персоналу, що і є запорукою успіху будь-якого підприємства ресторанного господарства.

1. Закон України «Про захист прав споживачів» № 3682-XII від 15.12.1993 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12>.
2. Борисенко З. Основи конкурентної політики : навч. посіб. [для ВНЗ] / З. Борисенко. – К. : Таксон, 2013. – 704 с.
3. Каталог закладів у м. Черкаси [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://tomato.ua.cherkasy>.
4. Організація послуг харчування [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://delo.ua>.
5. Ростовський В. Кухні народів світу / В. Ростовський. – К. : Кондор, 2016. – 502 с.

РЕСУРСНО-РЕКРЕАЦІЙНА БАЗА ДЛЯ ГАСТРОНОМІЧНИХ ПОДОРОЖЕЙ

Актуальність. Гастрономічний туризм як подорожі з метою задовольнити свої гастрономічні смаки – одна із прогресивних та перспективних сучасних туристських галузей, що досить стрімко розвивається. Сьогодні гастрономічний туризм добре організований у Франції, Італії, Іспанії, Португалії, Чехії, Польщі, Угорщині, де існує розвинена мережа турів національних ресторацій та практикуються традиційні й екзотичні гастротури. В останній час усе більше до таких туристських заходів долучається й Україна. Але для розвитку гастрономічного туризму, як і для будь-якого іншого, необхідні відповідні рекреаційні ресурси.

Вивченість у науковій літературі. У наукових публікаціях, присвячених гастрономічному туризму, таких дослідників, як Д.І. Басюк [3], Г.Г. Вишнеvsька [5], І.О. Комарніцький [8], А.М. Расулова [17], С.Є. Саламатіна [18] та ін., розглядаються і питання його ресурсно-рекреаційної бази.

Мета статті – запропонувати види гастрономічних рекреаційних ресурсів, об'єднавши їх у сім груп.

Виклад основного матеріалу. Для організації та проведення гастрономічних подорожей потрібна відповідна ресурсно-рекреаційна база. Кожен із різновидів (напрямів) гастрономічних турів, сформований для задоволення побажань й очікувань конкретної цільової групи подорожуючих із кулінарною метою, має свої види гастрономічних рекреаційних ресурсів (табл. 1).

Таблиця 1

Рекреаційні ресурси й орієнтовні цільові групи гастрономічного туризму (В.І. Новикова, 2019) (за матеріалами [9, 10, 15] та ін.)

| № з/п | Групи видів рекреаційних ресурсів | Види рекреаційних ресурсів | Орієнтовні цільові групи * |
|-------|--|--|----------------------------|
| 1 | кухні світу | – відомі та популярні у світі національні кухні; – специфічні, оригінальні регіональні національні кухні; – екзотичні кухні світу | А, Б, В, Д |
| 2 | відомі регіони (місцевості) з виробництва продуктів харчування | – регіони (місцевості), відомі у світі завдяки виробленим у них унікальних, високої якості продуктам; – екологічно чисті зони, де вирощуються та виготовляються органічні продукти харчування | А, Б, В, Г, Д |

| № з/п | Групи видів рекреаційних ресурсів | Види рекреаційних ресурсів | Орієнтовні цільові групи * |
|-------|---|--|----------------------------|
| 3 | підприємства з виробництва гастрономічної продукції | <ul style="list-style-type: none"> – підприємства харчової промисловості, відомі у світі своєю брендовою продукцією; – господарства (підприємства) з виготовлення певної продуктової продукції, де проводяться екскурсії та дегустації для туристів; – фермерські господарства (підприємства) з вироблення товарної сільськогосподарської продукції, що беруть участь у гастрономічному туризмі; – плантації (аграрні господарства) по вирощуванню певної сільськогосподарської продукції, де проводяться екскурсії для туристів | А, Б, Г, Д |
| 4 | окремі заклади ресторанного господарства | <ul style="list-style-type: none"> – ресторани, відзначені у відомих ресторанних рейтингах; – ресторани, що визнані кращими у світі за версією престижних фахових видань; – ресторани, відомі високою авторською кухнею завдяки визнаним шеф-кухарям; – заклади ресторанного господарства, що мають унікальну концепцію, місце розташування, неповторний колорит | Б, В, Г |
| 5 | «ресторанні міста» | – дестинації, відомі сукупністю закладів із різними видами кухонь, стилів і форматів | А, Б, В, Г, Д |
| 6 | кулінарні (гастрономічні) заходи | <ul style="list-style-type: none"> – фестивалі гастрономічного спрямування; – виставки й ярмарки гастрономічної тематики; – дегустації, кулінарні майстер-класи; – конференції, інші наукові заходи, присвячені гастрономічній тематиці | А, В, Г, Д |
| 7 | навчально-освітні заклади кулінарного спрямування | <ul style="list-style-type: none"> – всесвітньовідомі кулінарні школи; – національні спеціалізовані кулінарні центри і школи; – кулінарні курси (у тому числі при готелях) | Г |

* Примітки. Орієнтовні цільові групи подорожуючих із кулінарною метою:

А – бажаючі долучитися до культури країни або регіону, заглибитися в етнічні традиції через національну (місцеву) кухню; ті, що шукають альтернативу традиційному туризму;

Б – гурмани, здатні подорожувати в інші регіони та країни заради задоволення своїх вишуканих кулінарних смаків і витонченості у представленні естетично обдуманих страв;

В – бажаючі внести різноманітність до свого раціону;

Г – ті, чия діяльність пов'язана з приготуванням та вживанням їжі; для навчання та набуття нових знань, отримання професійних навичок і досвіду, підвищення кваліфікації та професійного рівня;

Д – представники туристських компаній, зацікавлені в організації власних гастротурів, розширенні свого бізнесу.

Проаналізуємо особливості кожного виду гастрономічних рекреаційних ресурсів у межах виділених у таблиці 1 семи груп:

1. Кухні світу.

1.1. Відомі та популярні у світі національні кухні.

Одним з основних ресурсів гастрономічного туризму є їжа та особливості її приготування в різних географічних районах країни або світу. Народна кухня – це така ж культурна спадщина народу, як мова, література, мистецтво, архітектура; це – неоціненний здобуток, яким можна і варто пишатися, про який не слід забувати. В кулінарії народу можна виділити національну та регіональну або місцеву кухні.

Національна кухня в розвитку туризму відіграє важливу роль, це один з головних елементів гостинності, важливих факторів залучення іноземних туристів до країни. Близько 40% туристів при виборі місця відпочинку орієнтуються на свої гастрономічні уподобання. І це не випадково, їжа займає особливе місце в культурі будь-якого народу, а особливості національної кухні визначаються місцевим набором продуктів і національними традиціями [9].

У світі існує чимало національних кухонь, які через свою колоритність, неповторність і специфічність використовуваних продуктів та інгредієнтів, є відомими та впізнаваними, а відтак – популярними серед туристів. Одна справа скоштувати страви такої кухні деінде (наприклад, у ресторані, що спеціалізується на такій кухні, у себе в країні), інша – в країні походження цієї кухні, на її «батьківщині».

1.2. Специфічні, оригінальні регіональні національні кухні.

У кулінарному мистецтві міцно зберігаються національні особливості та традиції народу, що завжди цікаві представнику іншої країни. Мета дегустації національних страв – насолодитися особливостями кухні тієї чи іншої країни. При цьому ця мета не зводиться лише до того, щоб спробувати якусь рідкісну, екзотичну страву або перепробувати незліченну кількість страв. Важливо насолодитися місцевою рецептурою, яка століттями вбирала в себе традиції і звичаї місцевих жителів, їхню культуру приготування їжі, захопити саму «душу» місцевої рецептури [9].

У кожній країні, особливо великій за площею, під впливом відмінних у межах різних регіонів природно-кліматичних, історико-культурних, етно-національних та інших чинників, зазвичай, формуються свої регіональні або місцеві кухні, що суттєво можуть відрізнятися одна від одної.

1.3. Екзотичні кухні світу.

Туристу, який обирає гастротур, потрібно знати, що така подорож дає йому не тільки ознайомлення з новими смаками та харчовими насолодами, особливостями місцевої кухні, кулінарними традиціями і звичаями, але й викликає певні ризики з боку власного організму щодо несприйняття певних видів їжі, можливостей шлункових розладів, алергії та харчових отруєнь, які можуть супроводжувати мандрівника, який звик до класичної національної кухні або має власну систему харчування.

Часто у людського організму екзотичні гастрономічні продукти викликають цілу низку незручностей і можуть призвести до небажаних, а інколи й негативних наслідків такого необдуманого відпочинку. Є чимало специфічних ознак регіональних національних кухонь, які потребують урахування особливостей приготування страв. Деякі турфірми повідомляють про небезпеку екзотичної їжі у своїх рекламних буклетах та на сайтах туроператорів, проте це стосується лише вкрай небезпечної екзотичної їжі, яка навіть у мізерній кількості може викликати важкі отруєння та летальні наслідки [14].

2. Відомі регіони (місцевості) з виробництва продуктів харчування.

2.1. Регіони (місцевості), відомі у світі завдяки виробленим у них унікальних, високої якості продуктам.

Завдяки таким унікальним природним характеристикам деяких місцевостей (регіонів), як орографічні (абсолютна висота, пересіченість тощо), кліматичні (температурний режим, вологість, кількість і розподіл опадів за сезонами та ін.), ґрунтові (родючість, механічний склад та ін.), водні (густина гідрографічної мережі, заболоченість та ін.) особливості, є можливість отримувати в межах їх території сільськогосподарську сировину із властивостями, що ідеально підходять для виробництва певних видів харчових продуктів: вина, пива, сиру, чаю, кави та ін. Через поєднання у певній місцевості природних чинників, які сприяють вирощуванню або отриманню найкращої сировини для виготовлення унікальної, високоякісної продукції, ці регіони стають всесвітньовідомими.

2.2. Екологічно чисті зони, де вирощуються та виготовляються органічні продукти харчування.

Органічними (або екологічно чистими) вважаються продукти, при виробництві яких [13, 20]:

- категорично заборонене використання генетично модифікованих організмів (ГМО);
- у рослинництві заборонено використовувати ядохімікати та мінеральні добрива синтетичного походження для боротьби з бур'янами, шкідниками й хворобами рослин; захист рослин здійснюється переважно препаратами натурального походження, для боротьби із шкідниками застосовують фізичні та біологічні методи (ультразвук, шум, світло, пастки, температурні режими), а для живлення ґрунту й рослин використовуються органічні добрива;
- у тваринництві особливу увагу приділяють кормам (без консервантів, стимуляторів росту, збудників апетиту) та безстресовим умовам утримання й транспортування, заборонено використовувати антибіотики та гормони; для лікування тварин використовуються профілактичні засоби й гомеопатичні препарати;
- готову продукцію заборонено рафінувати, мінералізувати та здійснювати інші прийоми, що вбивають поживні властивості продукту, додавати штучні ароматизатори, барвники тощо.

До переваг органічних продуктів відносяться: відмінні смакові та високі стандарти якості, відсутність шкідливих домішок, позитивно впливають на організм людини, охороняють її здоров'я; безпечні для людини й навколишнього середовища (не забруднені нітратами, важкими металами, залишками пестицидів, гербіцидів й інших речовин хімічного синтезу); не містять хвороботворних мікроорганізмів, паразитів та алергенних компонентів, ГМО і речовин, зроблених на їхній основі; зберігають живильні властивості, якість, безпечність і натуральний склад при переробці, оскільки використовуються тільки натуральні методи переробки й традиційні рецепти, природні речовини й матеріали для пакування, заборонене використання синтетичних ароматизаторів, консервантів, добавок та ін.; опосередковано сприяє збереженню навколишнього середовища (позитивно впливає на відтворення природної родючості ґрунтів, сприяє збільшенню природного біорізноманіття; поліпшує здоров'я тварин, оскільки застосовуються такі методи їхнього утримання, які узгоджуються з їх природними потребами й не заподіюють страждання тваринам).

Вирощування та виготовлення органічних продуктів харчування можливе тільки в екологічно чистих зонах, площі яких мають бути чималими,

щоб звести до мінімуму вплив прилеглих сільськогосподарських угідь із традиційним веденням господарства.

Важлива умова для екологічно чистих зон, де вирощуються та виготовляються органічні продукти харчування, – можливість проведення на їхніх територіях екскурсії для туристів.

3. Підприємства з виробництва гастрономічної продукції.

Підприємства, де виробляють гастрономічну продукцію, можуть знаходитися як у містах (зокрема фабрики, заводи харчової промисловості), так і сільській місцевості; представляти величезні концерни, продукція яких потребує кооперації з багатьма підприємствами із кількох країн, або бути дрібними цехами з виготовлення продуктів на місцевій сировині. Виробництво гастрономічної продукції представляє або вирощування сільськогосподарської продукції, що вже являє собою готовий харчовий продукт, або переробку відповідної сировини для виготовлення продуктів харчування.

3.1. Підприємства харчової промисловості, відомі у світі своєю брендовою продукцією.

Зазвичай, такі підприємства представляють собою величезні концерни, пов'язані сотнями коопераційних зв'язків з іншими, хоча можуть бути і абсолютно крихітними, адже все залежить від тієї продукції, що виробляється. Інтерес у туристі як рекреаційні ресурси викликають ті всесвітньовідомі своєю продукцією-брендом підприємства харчової промисловості, що можна відвідати з екскурсією, пройтися цехами, спробувати окремі інгредієнти та готову продукцію.

3.2. Господарства (підприємства) з виготовлення певної продуктової продукції, де проводяться екскурсії та дегустації для туристів.

Такі господарства за розмірами й обсягами виготовленої продукції, зазвичай, невеликі, але вони для туристів цікаві тим, що можна побачити весь технологічний процес, етапи виготовлення конкретного продукту, інколи самому взяти у цьому участь. До таких підприємств відносяться пивоварні, виноробні, сироварні тощо.

3.3. Фермерські господарства (підприємства) з вироблення товарної сільськогосподарської продукції, що беруть участь у гастрономічному туризмі.

Як рекреаційні ресурси фермерське господарство є формою підприємницької діяльності, що виявило бажання виробляти товарну сільськогосподарську продукцію та брати участь у туризмі гастрономічного спрямування. Одним із видів таких господарств може бути пасіка – господарство для розведення бджіл.

3.4. Планації (аграрні господарства) по вирощуванню певної сільськогосподарської продукції, де проводяться екскурсії для туристів.

До таких агрогосподарств можна віднести планації (сільгоспугіддя) по вирощуванню рослинної продукції: чаю, кави, грибів (у тому числі трюфелю), ягід, фруктів та ін. Найважливішою умовою для такого роду території, щоб вони перейшли до розряду рекреаційних ресурсів, є можливість проведення екскурсій для туристів.

4. Окремі заклади ресторанного господарства.

4.1. Ресторани, відзначені у відомих ресторанних рейтингах.

До цього виду рекреаційних ресурсів відносяться заклади ресторанного господарства, відзначені зірками визнаного кулінарного гіда Мішлен (Michelin Red-Guide) та інших ресторанних рейтингів (Zagat, Le Pudlo, Gaultmillau, Lebey і Le Bottin Gourmand).

Професійний рейтинг ресторанів із зірками «Мішлен» – найвідоміший і найвпливовіший і світі – формується експертами Червоного гіда [19], які відвідують такі заклади інкогніто та суворо й об'єктивно судять їх за відповідними критеріями. Його зірки діляться на три категорії. Наявність у ресторану однієї зірки «Мішлен» означає, що в нього варто заїхати по дорозі або він заслуговує зупинки, якщо трапляється на шляху; наявність двох зірок – варто зробити гак, щоб його відвідати, або заради нього варто зійти з маршруту; три зірки свідчать про унікальність закладу, заради якого варто зробити окрему подорож, тобто поїздки потрібно планувати спеціально для його відвідання. Примітно, що ресторани із зірками Мішлен не можуть використовувати їх в якості самореклами. За правилами згадка про присвоєння ресторану зірки Мішлен може бути тільки в путівнику. При погіршенні послуг експерти мають право відібрати зірку.

4.2. Ресторани, що визнані кращими у світі за версією престижних фахових видань.

Заклади ресторанного господарства, що відносяться до цього виду рекреаційних ресурсів, визнані кращими у світі за версією престижних

фахових видань (зокрема, британського журналу «Restaurant»), очолюють ресторани рейтингові списки (наприклад, трендового й актуального сучасного рейтингу – San Pellegrino’s 50 Best Restaurants) [15]. Найбільший туристський сервіс для мандрівників «TripAdvisor» розробив рейтинг кращих ресторанів планети. Список був складений на підставі мільйонів відгуків мандрівників з усього світу.

4.3. Ресторани, відомі високою авторською кухнею завдяки визнаним шеф-кухарям.

Страви авторської кухні, як і твори художника, повинні відрізнитися від усіх існуючих на ринку: кожна страва повинна бути унікальною, такою, якої більше ніде не можна спробувати. Якщо шеф-кухар настільки плідний, що придумав не кілька страв, а ціле меню ресторану, кухню цього ресторану можна назвати авторською. Авторська кухня – кухня, вигадана та заснована певним кухарем і для якої притаманне змішання стилів кухонь різних країн з адаптацією характерних для конкретного регіону страв. При адаптації страв головне – зберігати національний колорит, використовуючи продукти і спеції цього регіону, для того, щоб розкрити смак страви, а не перебити його, максимально підкреслити свіжість вихідних інгредієнтів, зберегти природність, натуральність смаку. Створюючи авторські страви, кухар творить не за рецептом, а від душі, за творчим натхненням: він використовує власну техніку, може придумати якесь особливе поєднання інгредієнтів, особливий спосіб їх приготування. І тільки вправний майстер здатний відчувати невидиму межу, за яку не можна виходити, щоб не зіпсувати смак страви.

В авторських стравах, як правило, кухарі використовують звичайнісінькі продукти, але в результаті виходять досить незвичайні страви. Незвичайне із звичайного – це кулінарна філософія авторської кухні. В авторській страві можуть поєднуватися на перший погляд непоєднувані продукти, але вміння кухаря дотримати вірні пропорції, вибрати правильний процес обробки, придумати ідеально підходящі соуси, обіграти ідею і правильно подати готову страву. Все це робить її не тільки незвичайною, але і довершено смачною [1, 2].

4.4. Заклади ресторанного господарства, що мають унікальну концепцію, місце розташування, неповторний колорит.

До цього виду рекреаційних ресурсів відносяться ресторани, кафе, бари та ін., що мають:

- незвичне місце розташування; заклади харчування можуть знаходитися під землею, під водою, на воді, на деревах та ін.;
- унікальну концепцію; тематика концепції підтримується спеціально-розробленим меню, зовнішнім виглядом обслуговуючого персоналу, використовуваним для подачі страв посудом, внутрішнім і зовнішнім оформленням та обладнанням приміщень тощо;
- неповторний колорит, у тому числі етно-ресторани; це може досягатися за рахунок як внутрішнього, так і зовнішнього оформлення й обладнання приміщень, специфіки підбраного обслуговуючого персоналу, орієнтації на вузьке коло споживачів, об'єднаних певними інтересами, ідеями та ін., тощо; такі заклади можуть пропонувати специфічний асортимент страв в оригінальній презентації.

5. «Ресторанні міста».

Щоб отримати статус «ресторанного міста», населений пункт має відповідати таким критеріям:

- у місті повинна бути унікальна кухня, яка визначає кулінарну (харчову) культуру;
- повинна існувати певна кількість людей, які готові витратити гроші на відвідування ресторанів: як місцевих жителів, так і туристів;
- статус найкращих ресторанів повинен бути без сумніву, тобто ці ресторани міста повинні бути дійсно кращими у світі, не копіями і не «зірками другої величини»;
- у місті має бути певна кількість ресторанів вищого класу, стандарти якості, декор і розкіш яких настільки високі, наскільки це взагалі можливо.

6. Кулінарні (гастрономічні) заходи.

Практика останніх років свідчить, що турпотоки зростають у тих регіонах, де на основі самобутніх традицій формуються спеціалізовані інтерактивні туристські продукти – фестивалі, народні свята, у тому числі гастрономічного спрямування. Адже фестивалі – можливість не тільки відпочити, а ще й підтримка місцевих традицій і звичаїв, які не зникають, незважаючи на процеси глобалізації.

6.1. Фестивалі гастрономічного спрямування.

У сучасному світі фестиваль сприймається як широка громадська святкова зустріч, яка супроводжується оглядом досягнень у певній сфері людської діяльності, як свято особливого виду, що відрізняється особливим

розмахом, динамізмом і масовістю. Розрізняють чимало видів фестивалів за багатьма ознаками, серед яких: рівень організації, домінуюча функція, кількість учасників заходу, тривалість, ритмічність, цільова аудиторія й її вік, форма проведення. У фестивалів виділяють ще їхню спеціалізацію за тематичними напрямками, що об'єднуються у такі групи: культурно-історичні (національні, фольклорні, етнічні, релігійні, літературні, сучасних субкультур), мистецькі (музичні, танцювальні, театральні, кінематографічні), громадські (спортивні, гастрономічні, професійні, мод, квітів, незвичайні) [12].

Безпосередньо самі гастрономічні фестивалі, що входять до громадської групи, представляють собою масове святкове дійство, що включає огляд і дегустацію різних страв; «фестивалі, пов'язані з давніми традиціями збору урожаю на певній території, які зазвичай закінчувались веселими святкуваннями та вшануванням символів родючості» [4]; «пов'язані із збором урожаю, з певною національною стравою, присвячені певному напою заходи» [7]; «фестивалі, на яких представляють або один продукт (сир, вино, пиво, мед тощо) чи страву (борщ, бануш, вареники, млинці тощо), або національну кухню певного регіону чи етносу» [16].

До підвидів фестивалів гастрономічної (кулінарної) тематики відносять:

- фестивалі вуличної їжі, під час яких презентуються заклади ресторанного господарства різного кулінарного спрямування;
- «фестивалі та професійні конкурси серед фахівців ресторанного бізнесу, зокрема кухарів, кондитерів, пекарів, баристів, барменів, вітол'є (фуміл'є), фахівців з карвінгу та ін.» [10].

6.2. Виставки й ярмарки гастрономічної тематики.

Ярмарки представляють собою тимчасові періодичні заходи, в межах яких продавці демонструють і продають товар споживачам; періодично діючий ринок, що дає змогу його учасникам-експонентам виставити зразки свого виробництва, продемонструвати нові досягнення і технічні удосконалення з метою укладання прямих торговельних угод [11]; заходи, що дають можливість широкому колу виробників, споживачів, посередників вступати в безпосередні комерційні контакти, сприяючи регулюванню попиту та пропозиції, активізації господарської ініціативи сторін [6]. Останнім часом широкого поширення набули тематичні продуктові ярмарки.

Виставки – показ, основна мета якого полягає в освіті публіки шляхом демонстрації засобів, що є у розпорядженні людства, для задоволення потреб в одній або кількох галузях його діяльності або майбутніх його перспектив [6]; публічна демонстрація досягнень у будь-якій галузі суспільного життя, призначених для задоволення потреб людини; розрізняють виставки: місцеві, національні, міжнародні і всесвітні, а також загальні, що охоплюють всі галузі людської діяльності, і спеціалізовані, присвячені тільки одній сфері діяльності людини (художні, промислові, сільськогосподарські, гастрономічні тощо); виставки бувають періодичні (тимчасові) і постійні [11].

Терміни «виставка» і «ярмарок» придбали дещо близьке смислове значення і часто використовуються як слова-синоніми, а відмінності залишилися переважно в організаційному плані [6].

6.3. Дегустації, кулінарні майстер-класи.

Майстер-клас – метод навчання та конкретне заняття із вдосконалення практичної майстерності, що проводиться фахівцем в певній галузі, перш за все, творчої діяльності (зокрема, акторської майстерності, дизайну, ремесла та ін.) для осіб, які, зазвичай, вже досягли достатнього рівня професіоналізму у цій сфері діяльності. Кулінарні майстер-класи стосуються продуктової сфери.

Як кулінарний термін «дегустація» (з лат. «degustare» спробувати на смак) означає випробування та/або оцінка якості харчових продуктів за допомогою смаку, що здійснюють фахівці із перевіреним і незмінним його еталоном; «уважне оцінювання смаку різних продуктів» і зосередження уваги на смаковій системі, відчуттях, високому кулінарному мистецтві та ін.

6.4. Конференції, інші наукові заходи, присвячені гастрономічній тематиці.

До наукових заходів відносяться з'їзди, конференції (заздалегідь заплановане, організоване зібрання людей для обговорення певної проблематики, яка визначена заздалегідь), наукові семінари, круглі столи та ін. Всі ці заходи можуть бути пов'язані із гастрономічною тематикою.

7. Навчально-освітні заклади кулінарного спрямування.

7.1. Всесвітньовідомі кулінарні школи.

Кулінарна школа – унікальний простір, який обладнаний професійною кухонною технікою за останніми тенденціями в галузі, де можна творити кулінарні шедеври під керівництвом всесвітньо-визнаних майстрів.

7.2. Національні спеціалізовані кулінарні центри і школи.

Ці навчально-освітні заклади кулінарного спрямування відрізняються дещо нижчими у порівнянні з всесвітньовідомими кулінарними школами своїм рівнем і кваліфікацією шеф-поварів.

7.3. Кулінарні курси (у тому числі при готелях).

Крім виділених у таблиці 1 видів рекреаційних ресурсів у межах семи груп, до ресурсно-рекреаційної бази гастрономічного туризму можна віднести:

- спеціалізовані музеї гастрономічного спрямування;
- сільськогосподарські (фермерські) ринки, де представлені харчові продукти місцевих виробників;
- гастрономічні свята, що поєднують кілька груп видів рекреаційних ресурсів гастрономічного спрямування;
- спеціалізовані гастрономічні салони.

Висновки. Всю ресурсно-рекреаційну базу, необхідну для організації та проведення гастрономічних подорожей, поділяємо на окремі види, об'єднані у сім груп: 1) кухні світу (відомі та популярні у світі національні кухні; специфічні, оригінальні регіональні національні кухні; екзотичні кухні світу); 2) відомі регіони та місцевості з виробництва продуктів харчування (регіони або місцевості, відомі у світі завдяки виробленим у них унікальним, високої якості продуктам; екологічно чисті зони, де вирощуються та виготовляються органічні продукти харчування); 3) підприємства з виробництва гастрономічної продукції (підприємства харчової промисловості, відомі у світі своєю брендовою продукцією; господарства з виготовлення певної продуктової продукції, де проводяться екскурсії та дегустації для туристів; фермерські господарства з вироблення товарної сільськогосподарської продукції, що беруть участь у гастрономічному туризмі; плантації по вирощуванню певної сільськогосподарської продукції, де проводяться екскурсії для туристів); 4) окремі заклади ресторанного господарства (відзначені у відомих ресторанних рейтингах; визнані кращими у світі за версією престижних фахових видань; відомі високою авторською кухнею завдяки визнаним шеф-кухарям; мають унікальну концепцію, місце розташування, неповторний колорит); 5) «ресторанні міста»; 6) кулінарні або гастрономічні заходи (фестивалі гастрономічного спрямування; виставки й ярмарки гастрономічної тематики; дегустації, кулінарні майстер-класи; конференції й інші наукові заходи, присвячені гастрономічній тематиці); 7) навчально-освітні заклади кулінарного спрямування (всесвітньовідомі та національні кулінарні центри і школи; кулінарні курси).

1. Авторская кухня – что это? // Ласун [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://lasoon.net/kyiv/mnenie-eksperta/avtorskaya-kuhnya-chto-eto>.
2. Авторські шедеври кухні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://ukrbukva.net/54210-Avtorskie-shedevry-kuhni.html>.

3. Басюк Д.І. Інноваційний розвиток гастрономічного туризму в Україні / Д.І. Басюк // Наук. пр. Нац. ун-ту харч. техн. – 2012. – № 45. – С. 128–132.
4. Бейдик О.О. Розвиток культурно-розважального туризму в Україні (на прикладі фестивального туризму) / О.О. Бейдик, О.А. Гончарук // Географія та туризм : наук. зб. – 2010. – Вип. 12. – С. 22–28.
5. 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.
6. Інфраструктура товарного ринку [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://pidruchniki.com/marketing/vistavki_yarmarki_sut_tsili_vidi_poryadok_provedennya
7. Кикоть М.С. Класифікація фестивалів / Марина Сергіївна Кикоть // Актуальні проблеми природничих та гуманітарних наук у дослідженнях молодих учених «Родзинка – 2018» : XX Всеукр. наук. конф. мол. учених (м. Черкаси, 19–20 квітня 2018 р.). – Черкаси : ЧНУ ім. Б. Хмельницького, 2018. – С. 132–135.
8. Комарніцький І.О. Кулінарний туризм в Україні: стан і перспективи регіонального розвитку в контексті Євро–2012 / І.О. Комарніцький // Географія та туризм. – 2011. – Вип. 14. – С. 100–115.
9. Корнілова В.В. Сучасні тенденції розвитку гастрономічного туризму / В.В. Корнілова, Н.В. Корнілова // Ефективна економіка. – 2018. – № 2 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/2_2018/37.pdf.
10. Мальська М.П. Туристичний бізнес: теорія та практика : навч. посіб. / М.П. Мальська, В.В. Худо. – К. : ЦУЛ, 2007. – 424 с.
11. Міжнародна торгівля [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://pidruchniki.com/1497050463788/ekonomika/mizhnarodni_yarmarki_vistavki
12. Новикова В.І. Фестивалі як анімаційні заходи у туризмі / В.І. Новикова // Рекреаційні ресурси та послуги гостинності в регіонах України : матер. II Всеукр. Інтернет-конф. (17 травня 2017 р., м. Черкаси). – Черкаси : Видавець О.Ю. Вовчок, 2017. – С. 23–31.
13. Органічні продукти // Вікіпедія [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://uk.wikipedia.org/wiki/Органічні_продукти.
14. Патійчук В.О. Сучасні тенденції розвитку винного туризму в Європі / В.О. Патійчук, А.В. Оболончик // Актуальні проблеми країнознавчої науки : матер. III міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф. (м. Луцьк, 15–16 грудня 2015 р.). – Луцьк : Вежа-Друк, 2015. – С. 162–167.
15. Поляков В. Как правильно составляют ресторанные рейтинги [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://forbes.ua/opinions/1377817kak_pravilno_sostavlyat_restorannye_rejtingi
16. Потеляхіна А.О. Фестивалі як форма організації гастрономічного туризму на Закарпатті / А.О. Потеляхіна // Актуальні проблеми природничих та гуманітарних наук у дослідженнях молодих учених «Родзинка – 2017» : тези доповідей XIX Всеукр. наук. конф. молодих учених (м. Черкаси, 26–27 квітня 2017 р.). – Черкаси : ЧНУ ім. Б. Хмельницького, 2017. – С. 215–218.
17. Расулова А.М. Потенціал ресторанного бізнесу у розвитку гастрономічного туризму України / А.М. Расулова // Економіка та держава. – 2015. – № 5. – С. 78–83.
18. Саламатіна С.Є. Стан та перспективи розвитку гастрономічного туризму на півдні Одещини / С.Є. Саламатіна // Наук. пр. Одеської нац. акад. харч. технологій. – 2014. – Вип. 46 (2). – С. 325–329.
19. Червоний гід Мішлен [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://znaimo.com.ua/Червоний_гід_Мішлен.
20. Що таке органічні продукти? // Федерація органічного руху України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://organic.com.ua/uk/homepage/2010-01-26-13-39-48>.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ

- Бейдик** – професор кафедри країнознавства та туризму, доктор географічних наук, професор; Київський національний університет імені Тараса Шевченка, географічний факультет; aabeydik@gmail.com
Олександр
Олексійович
- Божук** Тетяна – доцент кафедри туризму, доктор географічних наук, доцент, Інститут сталого розвитку ім. В. Чорновола Національного університету «Львівська політехніка»; tbozhuk@gmail.com
Іванівна
- Бондаренко** – студентка кафедри туризму і готельно-ресторанної справи, спеціальність 242 «Туризм», освітній ступінь «бакалавр», 2 курс; Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького; serebro456987@gmail.com
Анастасія
Юріївна
- Босецька** – викладач кафедри туризму і готельно-ресторанної справи; Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького; nadia.bosetska@gmail.com
Надія
Георгіївна
- Візерська** – асистент кафедри туристичного та готельного бізнесу; Національний університет харчових технологій (м. Київ), факультет готельно-ресторанного та туристичного бізнесу; vizerskikh@gmail.com
Марія
Сергіївна
- Гладкий** – професор кафедри туризму і рекреації, доктор географічних наук, доцент, академік Національної академії наук Вищої освіти України; Київський національний торговельно-економічний університет; alexander.gladkey@gmail.com
Олександр
Віталійович
- Гладченко** – студентка кафедри туризму і готельно-ресторанної справи, спеціальність 242 «Туризм», освітній ступінь «бакалавр», 2 курс; Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького; gladchenko.vita@meta.ua
Віта Олек-
сандрівна
- Горбуліна** – студентка кафедри туризму і готельно-ресторанної справи, спеціальність «Туризм», освітній ступінь «бакалавр», 4 курс; Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького; julia.gorbulina@yandex.ua
Юлія Олек-
сандрівна
- Грицун** – студентка кафедри туризму і готельно-ресторанної справи, спеціальність 242 «Туризм», освітній ступінь «бакалавр», 2 курс; Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького; baldoroy6@gmail.com
Тамара
Юріївна
- Дмитрик** – студентка кафедри туризму, спеціальність 242 «Туризм», освітній ступінь «бакалавр», 4 курс; Інститут сталого розвитку ім. В. Чорновола Національного університету «Львівська політехніка»; liliadmytryk@gmail.com
Лілія
Зіновіївна

- Клименко** – доцент кафедри фізичної географії та картографії;
Валентина
Григорівна
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна;
valent.klimenko@gmail.com
- Коваленко** – студентка кафедри туризму і готельно-ресторанної справи,
Дар'я
Олегівна
спеціальність 242 «Туризм», освітній ступінь «бакалавр»,
3 курс; Черкаський національний університет імені
Богдана Хмельницького; dkov4610@gmail.com
- Кононенко** – студентка кафедри туризму і рекреації, спеціальність
Ольга
Анатоліївна
«Туризм», спеціалізація «Міжнародний туристичний
бізнес», освітній ступінь «магістр», 2 курс; Київський
національний торговельно-економічний університет
- Красномовець** – доцент кафедри туризму і готельно-ресторанної справи,
Вікторія
Анатоліївна
кандидат економічних наук, доцент; Черкаський
національний університет імені Богдана Хмельницького;
krasnomovets_v_a@ukr.net
- Лазебник** – студентка кафедри туризму і готельно-ресторанної справи,
Оксана
Олегівна
спеціальність 242 «Туризм», освітній ступінь «бакалавр»,
2 курс; Черкаський національний університет імені
Богдана Хмельницького; g.oksanalazebnik.com@gmail.com
- Мезенцева** – доцент кафедри туризму, кандидат географічних наук;
Інна
Василівна
ПВНЗ «Академія рекреаційних технологій і права»;
mezencevainna2@gmail.com
- Микалюк** – студентка кафедри фізичної географії та картографії,
Людмила
Вікторівна
спеціальність 106 «Географія», освітній ступінь «магістр»,
1 курс; Харківський національний університет імені
В.Н. Каразіна; l.mykalyuk@physgeo.com
- Мурза** – студентка кафедри туризму і готельно-ресторанної справи,
Анастасія
Василівна
спеціальність 242 «Туризм», освітній ступінь «бакалавр»,
2 курс; Черкаський національний університет імені
Богдана Хмельницького; anastasiamurza18@gmail.com
- Новикова** – доцент кафедри туризму і готельно-ресторанної справи,
Валерія
Іванівна
кандидат географічних наук, доцент; Черкаський
національний університет імені Богдана Хмельницького;
novykova.valeriya@gmail.com
- Ольхова-
Марчук** – доцент кафедри туризму, кандидат педагогічних наук;
Наталя Воло-
димирівна
ПВНЗ «Академія рекреаційних технологій і права»;
sirius_2010@ukr.net

- Пересадько** – професор кафедри фізичної географії та картографії,
Віліна доктор географічних наук, професор; Харківський
Анатоліївна національний університет імені В.Н. Каразіна;
vilinaperesadko@gmail.com
- Прасул** – доцент кафедри фізичної географії та картографії, кандидат
Юлія географічних наук, доцент; Харківський національний
Іванівна університет імені В.Н. Каразіна; yu.prasul@gmail.com
- Сафронська** – доцент кафедри ЮНЕСКО «Філософія людського
Ірина спілкування» та соціально-гуманітарних дисциплін,
Михайлівна кандидат економічних наук, доцент; Харківський
національний технічний університет сільського
господарства ім. Петра Василенка; oblfin@ukr.net
- Скічко** – студентка кафедри туризму і готельно-ресторанної справи,
Вікторія спеціальність 242 «Туризм», освітній ступінь «бакалавр»,
Сергіївна 2 курс; Черкаський національний університет імені
Богдана Хмельницького; skichko.viktoria69@gmail.com
- Смирнов** – професор кафедри країнознавства та туризму, доктор
Ігор географічних наук, професор, академік Національної
Георгійович академії наук Вищої освіти України; Київський
національний університет імені Тараса Шевченка,
географічний факультет; smyrnov_ig@ukr.net
- Трохименко** – студентка кафедри туризму і готельно-ресторанної справи,
Анюта спеціальність 242 «Туризм», освітній ступінь «бакалавр»,
Федорівна 1 курс; Черкаський національний університет імені
Богдана Хмельницького; trohymenko.anna@gmail.com
- Царукян** – студент кафедри туризму і готельно-ресторанної справи,
Станіслав спеціальність «Туризм», освітній ступінь «бакалавр»,
Альбертович 4 курс; Черкаський національний університет імені
Богдана Хмельницького; tsarukyanstas@gmail.com
- Щербакова** – студентка кафедри фізичної географії і
Каріна природокористування, спеціальність 106 «Географія»,
Віталіївна освітній ступінь «бакалавр», 4 курс; Одеський
національний університет імені І.І. Мечникова, геолого-
географічний факультет; physgeo_onu@ukr.net

ВІДОМОСТІ ПРО НАУКОВИХ КЕРІВНИКІВ

- Костюкова**
Олена
Миколаївна – доцент кафедри туризму і готельно-ресторанної справи,
кандидат історичних наук, доцент; Черкаський
національний університет імені Богдана
Хмельницького
- Красномовець**
Вікторія
Анатоліївна – доцент кафедри туризму і готельно-ресторанної справи,
кандидат економічних наук, доцент; Черкаський
національний університет імені Богдана
Хмельницького
- Новикова**
Валерія
Іванівна – доцент кафедри туризму і готельно-ресторанної справи,
кандидат географічних наук, доцент; Черкаський
національний університет імені Богдана
Хмельницького
- Радченко**
Ольга
Миколаївна – доцент кафедри туризму і готельно-ресторанної справи,
кандидат історичних наук, доцент; Черкаський
національний університет імені Богдана
Хмельницького
- Стоян**
Олександр
Олександрович – доцент кафедри фізичної географії і
природокористування, кандидат географічних наук,
доцент; Одеський національний університет імені
І.І. Мечникова

Наукове видання

**РЕКРЕАЦІЙНІ РЕСУРСИ ТА ПОСЛУГИ
ГОСТИННОСТІ В РЕГІОНАХ УКРАЇНИ**

Матеріали IV Всеукраїнської Інтернет-конференції
(24 травня 2019 р., м. Черкаси)

Відповідальні за випуск:

В.І. Новикова, С.Р. Пасєка

Загальне редагування та макетування – В.І. Новикова

Дизайн обкладинки – В.І. Новикова

Підп. до друку 25.06.2019. Формат 60×84/16.

Папір офсетний. Гарнітура Times.

Умовн. друк. арк. 9,25. Вид. № 12-19.

Наклад 300 прим.

Видавець: Чабаненко Ю.А.

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру видавців

серія ДК № 1898 від 11.08.2004

Україна, м. Черкаси, вул. О. Дашковича, 39

Тел.: (0472) 56-46-66

Друк ФОП Чабаненко Ю.А.

Україна, м. Черкаси, вул. О. Дашковича, 39

Тел.: (0472) 56-46-66

E-mail: office@2upost.com

