



Полтавський державний аграрний університет
Департамент культури і туризму Полтавської обласної військової адміністрації
Полтавський університет економіки і торгівлі
Державний університет «Київський авіаційний інститут»
Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

**«Стан та перспективи розвитку
рекреаційно-туристичного комплексу України:
природний, соціальний, економічний
та інноваційний аспекти»**

м. Полтава, 15 травня 2025 р.

*Стан та перспективи розвитку рекреаційно-туристичного комплексу України:
природний, соціальний, економічний та інноваційний аспекти:
збірник матеріалів Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Полтава, 15 травня 2025 р.)*

УДК [338.48+379.8](082)

С77

Рекомендовано до друку вченою радою факультету обліку та фінансів Полтавського державного аграрного університету (протокол № 7 від 14.04.2025 р.).

Редакційна колегія

– **Безкровний Олександр Валентинович**, к. е. н., доцент, декан факультету обліку та фінансів, професор кафедри фінансів, банківської справи та страхування Полтавського державного аграрного університету;

– **Городянська Лариса Володимирівна**, к. е. н., доцент, доцент кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності підприємств Державного університету «Київський авіаційний інститут»;

– **Сгорова Олена Володимирівна**, к. е. н., доцент, професор кафедри фінансів, банківської справи та страхування Полтавського державного аграрного університету;

– **Зоря Олексій Петрович**, д. е. н., професор, завідувач кафедри фінансів, банківської справи та страхування Полтавського державного аграрного університету;

– **Каролоп Олена Олександрівна**, к. пед. н., доцент кафедри професійної освіти, ресторанного і туристичного бізнесу Луганського національного університету імені Тараса Шевченка;

– **Логвін Михайло Михайлович**, к. геогр. н., доцент, завідувач кафедри туристичного та готельного бізнесу Полтавського університету економіки і торгівлі;

– **Перерва Петро Григорович**, д. е. н., професор, професор кафедри економіки бізнесу і міжнародних економічних відносин Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»;

– **Федорченко Лілія Вікторівна**, заступник директора Департаменту - начальник управління розвитку туризму, музейної справи та охорони культурної спадщини Департаменту культури і туризму Полтавської ОВА;

– **Шевчук Сергій Миколайович**, д. геогр. н., професор, завідувач кафедри геоматики, землеустрою та планування територій Полтавського державного аграрного університету.

Стан та перспективи розвитку рекреаційно-туристичного комплексу України: природний, соціальний, економічний та інноваційний аспекти : зб. матеріалів всеукр. наук.-практ. конф. (м. Полтава, 15 трав. 2025 р.). Полтава : ПДАУ, 2025. 222 с.

До збірника увійшли результати теоретичних та прикладних досліджень природного, соціального, економічного та інноваційного аспектів стану та перспектив розвитку рекреаційно-туристичного комплексу України. Матеріали надруковані в авторській редакції. Редакційна колегія може не розділяти поглядів авторів. Відповідальність за зміст матеріалів, точність наведених фактів, цитат, посилань на джерела, достовірність іншої інформації та за додержання норм авторського права несуть автори.

© Колектив авторів

© Полтавський державний аграрний університет

ЗМІСТ

с.

Безкровний Олександр, Зоря Олексій, Єгорова Олена СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНОГО КОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ: КОНСОЛІДАЦІЯ НАУКОВЦІВ У ПОШУКАХ РІШЕНЬ (ПЕРЕДМОВА РЕДАКТОРІВ).....	8
Bastanogova Maria, Garnaga Anastasia SAFETY IN EXTREME TOURISM: PROBLEMS AND SOLUTIONS	11
Chip Liudmyla, Romanko Vladislava CAFÉ CULTURE IN TOURISM INDUSTRY	15
Акімова Емма СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ У РОЗВИТКУ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ ТА ВИСТАВКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	19
Акімова Емма СУЧАСНІ ЦЕНТРИ РЕЛІГІЙНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЙОГО РОЗВИТКУ	23
Барібіна Яніна РОЗВИТОК АКТИВНОГО ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ ПОЛТАВСЬКОЇ ОБЛАСТІ В УМОВАХ ВІЙНИ	26
Безкоровайна Вікторія ТУРИСТИЧНІ РЕСУРСИ ПОЛТАВСЬКОЇ ОБЛАСТІ: СТРУКТУРА ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ	31
Безкоровайна Вікторія, Рудич Алла ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНІ РЕСУРСИ – СКЛАДОВА ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ УКРАЇНИ	35
Безкровний Олександр, Євсєєв Іван ПОДАТКОВА СИСТЕМА ЯК ЧИННИК СТИМУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ	39
Безкровний Олександр, Лиженков Вячеслав, Завалій Олександра ТУРИСТИЧНИЙ ПОДАТОК: ПОЗИТИВНІ ЄВРОПЕЙСЬКІ ПРАКТИКИ ДЛЯ УКРАЇНИ.....	46

Бригіна Софія, Пилипенко Катерина МЕДИЧНИЙ ТУРИЗМ ТА РЕАБІЛІТАЦІЯ, ЯК РУШІЙНІ СИЛИ ВІДНОВЛЕННЯ УКРАЇНИ.....	50
Будник Ніна, Кайнаш Алла ГЛОБАЛЬНІ ВИКЛИКИ Й НОВІ МОЖЛИВОСТІ: ЯК ЗМІНЮЄТЬСЯ ТУРИСТИЧНА ГАЛУЗЬ	55
Ганженко Антон СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПОСЛУГ ГОТЕЛЮ	58
Гарнага Анастасія, Бастаногова Марія НАДЛИШКОВИЙ ТУРИЗМ: СУТНІСТЬ ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ЇЇ ВИРІШЕННЯ	62
Голіхін Леонід ПРИРОДНИЙ ПОТЕНЦІАЛ РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНОГО КОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ: ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ.....	66
Городянська Лариса, Берегельська Інна МОЖЛИВОСТІ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	69
Городянська Лариса, Безугленко Анастасія, Онищенко Віталій ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В ЄВРОПЕЙСЬКИХ КРАНАХ ТА В УКРАЇНІ.....	74
Городянська Лариса ПЕРСПЕКТИВИ ПОВОЄННОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО «ЗЕЛЕНОГО» ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	80
Дюжев Олександр, Остапенко Денис, Косенко Андрій ДОСЛІДЖЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ТА ФОРМ ПРОВЕДЕННЯ ПІШОХІДНОГО ТУРИЗМУ	85
Каплун Юліана СІЛЬСЬКИЙ «ЗЕЛЕНИЙ» ТУРИЗМ: ПОТЕНЦІАЛ РОЗВИТКУ ТА АКТУАЛЬНІ ВИКЛИКИ ДЛЯ УКРАЇНИ	89
Климчук Дар'я ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНІ МЕХАНІЗМИ СТИМУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ В УМОВАХ ПОВОЄННОЇ ВІДБУДОВИ: ПОДАТКОВІ ПІЛЬГИ ТА ІНВЕСТИЦІЙНІ ПЕРСПЕКТИВИ.....	93

Кобобел Алла, Скляр Георгій ТУРИЗМ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БЛАГОПОЛУЧЧЯ СУБ'ЄКТІВ ОСВІТНЬОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	97
Копиця Андрій, Бердос Максим, Кобелева Тетяна ФОРМУВАННЯ БАЗОВИХ ХАРАКТЕРИСТИК РІЗНОВИДІВ СПОРТИВНОГО ТУРИЗМУ	101
Корінь Софія ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ ЯК ІНСТРУМЕНТУ ФОРМУВАННЯ ЛОЯЛЬНОСТІ ТА ЗАЛУЧЕННЯ НОВИХ КЛІЄНТІВ У ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ.....	106
Косенко Євген, Дороніна Майя, Кобелєв Валерій ЕКОНОМІЧНІ ЗАСАДИ СТВОРЕННЯ МІЖНАРОДНИХ ТУРИСТИЧНИХ БІЗНЕС-СТРУКТУР	109
Косенко Руслана, Перерва Петро СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ .	113
Косенко Софія, Кобелева Тетяна ДОСЛІДЖЕННЯ МОЖЛИВОСТЕЙ РОЗВИТКУ ЕКСТРЕМАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	118
Кулібаба Анастасія НАПРЯМКИ РОЗШИРЕННЯ ПРИСУТНОСТІ УКРАЇНИ НА СВІТОВОМУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ	122
Кулібаба Анастасія, Рудич Алла ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ СТАТИСТИЧНОГО СПОСТЕРЕЖЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРОПЕРАТОРІВ	126
Лега Ольга, Прийдак Тетяна, Яловега Людмила ТУРИЗМ БЕЗ ОБМЕЖЕНЬ: ФОРМАТИ ІНКЛЮЗИВНИХ ПОДОРОЖЕЙ .	130
Масалаб Олексій, Ткачова Надія ІНТЕРНЕТ-РЕКЛАМА ЯК ПРАВОВИЙ ЗАСІБ ПРОСУВАННЯ НА РИНОК ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ	136
Мацука Вікторія ВОЛОНТЕРСЬКИЙ ТУРИЗМ ЯК ІНСТРУМЕНТ ВІДБУДОВИ ТА МІЖНАРОДНОЇ СПІВПРАЦІ	140

Миронов Юрій ТУРИЗМ ЕКОЛОГІЧНИЙ ЧИ ЕКОЛОГІЗОВАНИЙ? ДО ПИТАННЯ ТЕРМІНОЛОГІЇ.....	145
Михайловин Роман ВИКОРИСТАННЯ ЧАТ-БОТІВ ДЛЯ СПІЛКУВАННЯ З КЛІЄНТАМИ У ТУРИЗМІ	149
Мороз Світлана, Калашник Олена, Кузнєцов Роман ОСВІТНІЙ ВИМІР ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ: ІННОВАЦІЙНИЙ ДОСВІД ПДАУ	154
ОЛІЙНИК ВАЛЕНТИНА АНАЛІЗ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОЇ СФЕРИ АЛБАНІЇ	157
Перерва Поліна, Косенко Олександра ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОГО СУПРОВОДУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ	160
Разумова Діана БЕЗБАР'ЄРНІСТЬ ТА ІНКЛЮЗИВНИЙ ПІДХІД В ТУРИЗМІ.....	164
Сенів Ліліана ТУРИСТИЧНИЙ БІЗНЕС В УКРАЇНІ: ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ	166
Топтун Софія СІЛЬСЬКИЙ ТА ЗЕЛЕНИЙ ТУРИЗМ ЯК СКЛАДОВА РОЗВИТКУ ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ В ПОЛТАВСЬКІЙ ОБЛАСТІ.....	169
Топтун Софія, Рудич Алла ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	172
Тютюнник Світлана СТАЛИЙ РОЗВИТОК ТУРИЗМУ: СУТНІСТЬ ТА ПЕРСПЕКТИВИ.....	176
Тютюнник Юрій, Нужна Ірина ІНВЕСТИЦІЙНО-ФІНАНСОВА СКЛАДОВА БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ У СІЛЬСЬКОМУ ЗЕЛЕНОМУ ТУРИЗМІ	181
Хвостик Даніїл, Рудич Алла ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ПОТОКІВ	185

Цехмістер Ксенія СТРАТЕГІЇ МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ ДЛЯ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ	190
Черноусов Олексій, Ткачов Максим ЄВРОПЕЙСЬКЕ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩЕ ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ В УМОВАХ СОЦІАЛЬНОГО ПАРТНЕРСТВА.....	194
Шевкун Анастасія ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В КОНТЕКСТІ ВІДПОВІДНОСТІ ПРИНЦИПАМ СТАЛОСТІ	199
Шеїн Євген, Дороніна Майя ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ	202
Шеїн Олексій, Перерва Петро ТУРИСТИЧНИЙ ПРОДУКТ: УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСАМИ РОЗРОБКИ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ	207
Шелудько Вікторія КОНЦЕПЦІЯ SLOW FOOD У ГАСТРОНОМІЧНИХ ТРАДИЦІЯХ ПОЛТАВЩИНИ	212
Шуліка Елеонора НАПРЯМКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	217
Шуліка Елеонора СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ	220

*Стан та перспективи розвитку рекреаційно-туристичного комплексу України:
природний, соціальний, економічний та інноваційний аспекти:
збірник матеріалів Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Полтава, 15 травня 2025 р.)*

Безкровний Олександр,

к. е. н., доцент,

Зоря Олексій,

д. е. н., професор,

Єгорова Олена,

к. е. н., доцент,

Полтавський державний аграрний університет

**СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ
РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНОГО КОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ:
КОНСОЛІДАЦІЯ НАУКОВЦІВ У ПОШУКАХ РІШЕНЬ
(ПЕРЕДМОВА РЕДАКТОРІВ)**

Шановні науковці, викладачі, фахівці-практики, здобувачі вищої освіти!

У цьому збірнику представлені матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції «Стан та перспективи розвитку рекреаційно-туристичного комплексу України: природний, соціальний, економічний та інноваційний аспекти», ініційованої Департаментом культури і туризму Полтавської обласної військової адміністрації та Полтавським державним аграрним університетом.

Видання є внеском у наукове обговорення та практичну реалізацію стратегії сталого розвитку українського туризму, що включає в себе соціальні, економічні, екологічні, правові та інноваційні складові, які є основою для досягнення довгострокових результатів.

Сьогодні, коли українське суспільство переживає одночасно трагічний та героїчний етап своєї історії, відбувається переосмислення парадигми розвитку нашої країни, трансформація соціально-економічних пріоритетів з урахуванням

вимог національної безпеки. Попри численні виклики, сфера рекреації та туризму не лише зберігає свою роль, а й набуває нового, соціально-економічного значення, особливо в контексті реабілітації як військових, так і цивільних осіб.

Туристично-рекреаційна сфера – це не лише важлива галузь національної економіки, але й потужний інструмент для поліпшення фізичного і ментального здоров'я громадян, чинник відновлення та розвитку інфраструктури, а також формування позитивного іміджу України на міжнародній арені. В умовах сучасних викликів і трансформаційних процесів, які проходить країна, ця сфера набуває особливої значущості.

Метою конференції стало об'єднання зусиль науковців та практиків для дослідження актуальних питань туризму і рекреації, визначення сучасних підходів до аналізу стану галузі, а також шляхів її сталого розвитку. Конференція покликана узагальнити думки фахівців галузі щодо актуальних питань відновлення та модернізації рекреаційно-туристичного комплексу, його адаптації до європейських стандартів та інтеграції в глобальний туристичний ринок. Ці аспекти є ключовими для створення стійкої туристичної інфраструктури, здатної задовольнити сучасні потреби та виклики. Особлива увага приділена пошуку рішень для подолання існуючих проблем вітчизняного туристично-рекреаційного сектора.

До формування збірника долучилися понад 80 учасників – науковців, аспірантів, здобувачів освіти, представників громадськості та практиків із різних регіонів України. Тези, включені до цього збірника, свідчать про високу зацікавленість наукової спільноти у розвитку конкурентоспроможної, інноваційної та сталої туристично-рекреаційної галузі, а також відображають прагнення вирішити численні проблеми, що стоять перед цією сферою.

Автори тез розглянули широке коло питань, зокрема:

- наслідки війни для туристичної сфери та потенціал її відновлення;
- використання природно-рекреаційного потенціалу України;

- економічні чинники розвитку туристично-рекреаційної сфери;
- цифровізацію та інновації у сфері туристичних послуг;
- державну політику підтримки туристичної галузі;
- формування та просування туристичних продуктів;
- розвиток людського капіталу та кадрового забезпечення;
- просування сільського туризму, брендування регіонів

Тематика тез свідчить про системний підхід до аналізу галузевих проблем, орієнтацію на кращі світові практики та необхідність гнучкої державної політики, адаптованої до реалій воєнного та післявоєнного періодів. Особлива увага приділена екологічній складовій, соціальній відповідальності, активному залученню ветеранів і молоді до обговорення викликів і перспектив розвитку галузі, що свідчить про глибоке розуміння сучасних потреб суспільства та ролі туризму у відновленні громад.

Серед основних проблем, окреслених у матеріалах конференції, – нерозвиненість інфраструктури, дефіцит кваліфікованих кадрів, недостатнє фінансування галузі, а також наслідки війни, які проявляються не лише у фізичних руйнуваннях, а й у зростанні психологічної нестабільності населення.

Серед озвучених пропозицій – інтеграція туристично-рекреаційної складової до державної політики реабілітації військових та членів їхніх родин, створення регіональних туристичних кластерів, підтримка ініціатив у сфері екотуризму, пільгове оподаткування малого туристичного бізнесу, підвищення ролі громад у формуванні туристичної політики, розвиток віртуальних турів.

Переконані, що матеріали конференції стануть корисними для науковців, представників органів влади, бізнесу та громадськості. Щиро дякуємо всім учасникам за внесок у формування бачення розвитку туристично-рекреаційного комплексу України і спільного руху до відновлення та процвітання нашої країни! Дякуємо ЗСУ за можливість працювати та розвивати українську науку!

Bastanogova Maria,

Graduate of higher education, Bachelor

Poltava State Agrarian University

Garnaga Anastasia,

Graduate of higher education, Bachelor

Poltava State Agrarian University

SAFETY IN EXTREME TOURISM: PROBLEMS AND SOLUTIONS

Extreme tourism is a type of tourism that involves a certain degree of risk or extreme physical or mental exertion in extreme conditions [1]. It is becoming increasingly popular among adventure enthusiasts, but it also carries certain risks. A key factor in success is ensuring safety for both tourists and the environment. The main threats include natural disasters, unpredictable weather, technical problems, and insufficient preparation of participants. Therefore, it is important to implement comprehensive safety measures to reduce risks and make such trips safer.

The main safety issues in extreme tourism include several important aspects that significantly increase the risks for tourists. First, there are dangerous natural conditions. Unstable weather conditions, such as storms, rain, snowfall or strong winds, can significantly complicate travel conditions, increasing the likelihood of accidents. Natural disasters, such as earthquakes, avalanches, landslides or floods, can occur suddenly, posing a serious threat to human life. Topographic and geographical difficulties also add to the danger, as remote routes and unpredictable terrain can complicate navigation and make rescue operations long and difficult.

One of the important problems is the lack of preparation of tourists. They often underestimate the complexity of the routes and physical exertion, which can lead to injuries or even fatal consequences. Psychological resilience is also of great importance – fear and panic can cause wrong decisions. Many tourists overestimate their

capabilities and choose routes that are too difficult.

Technical problems and unreliable equipment are another serious threat. The use of poor-quality or inappropriate equipment, such as ropes, tents or oxygen tanks, can lead to serious accidents. Failure of technical means used in extreme tourism, such as mountaineering equipment or transportation, can also cause emergencies. In addition, insufficient use of modern technologies, such as GPS or drones for monitoring the terrain, can complicate search and rescue operations.

Medical risks and evacuation problems also pose serious dangers. The lack of medical facilities or access to qualified medical care in extreme conditions can make first aid difficult and increase the time to medical care. Evacuation problems in remote locations can make the time needed for rescue critical.

Lack of orientation and navigation skills also increase the risks. Without a clear map and the ability to navigate in difficult conditions, tourists can get lost or get into dangerous situations. Even with the presence of GPS or other navigational aids, many tourists do not have the necessary knowledge to use them correctly, which can lead to errors in route planning.

Finally, the lack of qualifications of guides and instructors is another important problem. Often, instructors do not have sufficient experience or education to lead difficult routes, which can lead to the organization of dangerous trips. If instructors are unable to correctly assess the level of difficulty of the route or violate safety precautions, this can have serious consequences for participants.

To improve safety in extreme tourism, several important measures need to be implemented. First, proper monitoring of weather conditions and natural disasters should be ensured, using modern technologies for forecasting and recommendations for safe routes. The environment has a significant impact on the life and health of a tourist. The main factors influencing the environment are high or low air temperature, humidity and air mass mobility, precipitation, pressure drops, lack of oxygen, etc. [2] It is important to plan trips taking into account seasonal changes and dangerous natural

phenomena.

To improve the preparedness of tourists, mandatory physical and psychological training courses should be introduced, as well as a certification system that would help determine the level of readiness of tourists for extreme travel. This would reduce the likelihood that unprepared people will set off on difficult routes.

The quality of technical equipment is equally important. Using certified equipment and regular maintenance will help prevent accidents. Modern technologies, such as GPS and drones, will allow you to effectively track routes and quickly respond to threats. [4]

Medical risks can be reduced by ensuring access to medical facilities in remote areas and establishing a rapid evacuation system. First aid courses for tourists and cooperation with rescue services will allow for prompt assistance if needed. To facilitate orientation in the area, tourists should be taught how to use maps and GPS, and routes should be clearly marked. This will avoid getting lost and dangerous situations.

Ensuring high-quality guides through certification and ongoing training is also critical to safety. Qualified guides will be able to correctly assess the difficulty of routes and provide necessary assistance in extreme conditions.

Extreme tourism is an exciting form of recreation, but it is accompanied by significant risks to the health and life of tourists. The main threats are associated with natural factors, technical problems, insufficient training of participants, and the lack of proper medical support. [3] To minimize the dangers, it is necessary to implement comprehensive measures: improved weather monitoring, mandatory training of tourists and instructors, the use of modern technologies such as GPS and maps, and ensuring access to medical care. Certification of guides and regular improvement of their qualifications will also contribute to increasing safety.

Only a comprehensive approach that encompasses training, technical equipment, and coordination of actions in case of emergencies will make extreme tourism safer and more accessible for all participants.

References

1. Екстремальний туризм. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Екстремальний_туризм.
2. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. URL: https://tourlib.net/books_ukr/kyfjak_11.htm.
3. Yahotin R. S. Features of physical training of student tourists. International scientific and practical conference. Lublin. Maria Currie-Sklodowska Univ. 2020. Pp. 199–202. URL: <https://card-ile.ontu.edu.ua/handle/doi.org/10.30525/978-9934-588-80-8-2.5>.
4. Yildiz Ozay Emre. The Benefits and Limatations of Special Interest Tourism. *Battlefield Tourism*. 2024. Pp. 21-32. URL: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10/1108/978-1-83909-990-820241003/full/html>.

Chip Liudmyla,

Associate Professor of the Department of Finance, Banking and Insurance,

PhD in Economics, Associate Professor

Romanko Vladislava,

Graduate of higher education, Bachelor

Poltava State Agrarian University

CAFÉ CULTURE IN TOURISM INDUSTRY

Café culture is an integral part of tourist recreation. Café culture is an important element of urban life, combining gastronomy, socializing, and relaxation. It is shaped by historical, social, and cultural factors and varies significantly across different countries. In Ukraine, the café culture began to actively develop after the 2000s. For instance, the city of Lviv became one of the unofficial "coffee" capitals of Ukraine, where cafés are not just places to serve drinks, but spaces with unique atmospheres, styles and even a mythology surrounding coffee. Ukrainian cafés often combine modern design with elements of local culture, creating a unique experience for visitors. [2]

Abroad, café culture has a longer history. In France, cafés are places for long conversations over an espresso; in the U.S., they serve as coworking spaces with laptops in chain coffee shops; in Turkey, cafés are traditional gathering spaces centered around Turkish coffee. Each country forms its own style: Italians drink coffee quickly while standing at the bar; Scandinavians create cozy spaces in the "hygge" style. [5]

Cafés are increasingly becoming part of the tourist experience. Travelers seek not only to see landmarks but also to "feel the city from the inside", and cafés are ideal places for that. The atmosphere, decor, local products, and coffee presentation all tell a story about local identity. Branded cafés, signature concepts, Instagram-worthy interiors, and local roasters attract tourists and add value to the city. Good examples include the "Svit Kavy" chain in Lviv and traditional Viennese coffeehouses, which

are even part of UNESCO heritage. Thus, the development of café culture not only enriches the daily lives of locals but also becomes an essential part of tourism appeal, supporting the growth of small businesses and gastronomic tourism. [1]

During the full-scale war in Ukraine, there has been active development of small businesses in the café and coffee shop sector. This phenomenon has become not only an economic adaptation to new realities but also a social phenomenon that supports communities and contributes to the revival of urban life.

Trends in opening cafés during wartime:

According to the company "Poster", since the beginning of the full-scale invasion, the number of coffee shops in Ukrainian cities has increased by 35%. In December 2021, there were 5,300 coffee shops, and by April 2024 – 7,200. This growth contrasts with the overall decline in the number of public catering establishments, such as restaurants, bars, and hookah lounges. Coffee shops have become alternatives to restaurants and something of “resilience points” for both consumers and small businesses. [2]

In various regions of Ukraine, new small café businesses are opening and quickly gaining popularity. Here are examples of the most successful locations opened in Poltava in 2024:

- "Doba Donuts" specializes in donuts, combining quality coffee with signature pastries;
- "Edes" – offers a modern café format, Czech "kürtősh" with an emphasis on local ingredients and a cozy atmosphere;
- "Levito café-bakery" – focuses on Italian fresh pastries and coffee, creating the ambiance of a European café.

These establishments demonstrate the flexibility and creativity of Ukrainian entrepreneurs under difficult conditions.

The development of café culture in Ukraine positively influences the tourism sector. Coffee shops become part of tourist routes, attracting visitors with their unique atmosphere and local products. [3]

Thus, small cafés not only support the economy during wartime but also contribute to tourism development, enriching the cultural landscape of cities. The development of café culture in Ukraine, even during war, shows a significant positive impact on both the economy and the tourism market. The opening of coffee shops like "Doba Donuts", "Edes", and "Levito" demonstrates the adaptability and resilience of small businesses. Such establishments create new jobs, stimulate local production and commercial real estate rental, and revive city microeconomies. Coffee shops also play an important role in shaping tourism appeal: they become cultural focal points, add uniqueness to the urban environment, and offer tourists an authentic experience. As a result, even in challenging conditions, café culture not only supports economic stability but also contributes to domestic tourism development and the formation of a positive image of Ukrainian cities.

References

1. Будзін Д., Конарівська О. Аналіз споживчих тенденцій в ресторанному бізнесі під час соціально-політичних викликів за допомогою прогнозованої аналітики. *Via Economica*. 2024. № 6. С. 7-13. <https://doi.org/10.32782/2786-8559/2024-6-1>.
2. Ключко Т. П. Особливості розвитку і функціонування малого бізнесу під час війни. *Тенденції та перспективи розвитку економіки і права XXI століття очима молоді* : матеріали VIII Міжвуз. студ. наук. конф., м. Харків, 16 трав. 2024 р. / Харків. нац. пед. ун-т ім. Г. С. Сковороди та ін. ; за заг. ред. С. В. Бережної. Харків, 2024. С. 176–177. URL : <https://dspace.hnpu.edu.ua/handle/123456789/16386>.
3. Красовський С. О. Гастрономічний туризм як актуальний тренд сучасної культури. *Питання культурології*. 2021. № 37. С. 169–180. <https://doi.org/10.31866/2410-1311.37.2021.236018>.
4. Кумченко Д. Р. Візуальна репрезентація гастрономічної культури : кваліфікаційна робота магістра спеціальності 054 «Соціологія» / наук. керівник

Стан та перспективи розвитку рекреаційно-туристичного комплексу України:
природний, соціальний, економічний та інноваційний аспекти:
збірник матеріалів Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Полтава, 15 травня 2025 р.)

О. В. Бондаренко. Запоріжжя : ЗНУ, 2023. 62 с. URL : <https://dspace.znu.edu.ua/jspui/handle/12345/18177>.

5. Pancsira J. International Coffee Trade: a literature review. *Journal of Agricultural Informatics*. 2022. № 13(1). <https://doi.org/10.17700/jai.2022.13.1.654>.

Акімова Емма,

здобувач вищої освіти першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

Полтавський державний аграрний університет, м. Полтава

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

СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ У РОЗВИТКУ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ ТА ВИСТАВКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Діловий туризм – це подорожі з професійною чи комерційною метою (зустрічі, конференції, переговори, виставки), спрямовані на розвиток бізнесу, обмін досвідом і просування продуктів, а виставкова діяльність – організація заходів, де презентують товари, послуги чи технології, сприяючи інноваціям і міжнародним зв'язкам. Діловий туризм і виставкова діяльність відіграють глобальну роль в світовій туристичній індустрії, вони сприяють зростанню економіки галузі, обміну важливими знаннями та розвитку міжнародних бізнес-зв'язків. Ці сектори забезпечують економічний розвиток країн, також створюють умови для професійного зростання тих, хто приймає участь, дають можливість розширити мережу їхніх професійних контактів.

У сучасних реаліях діловий туризм і виставкова діяльність зазнають значних оновлень через такі фактори як цифровізація, екологічні й економічні виклики та постпандемійне відновлення. Цифровізація повністю змінила індустрію туризму, розвинула, зробила зручнішим і автономнішим спілкування та планування ділових подій. Екологічні виклики зобов'язують учасників цих секторів бути більш екологічно відповідальними, приділяти більше уваги сталому розвитку. Постпандемійне відновлення спонукає відновити можливості та розвиток ділових зв'язків, які були порушені під час пандемії.

Дослідження міжнародного бізнес-туризму та виставок має вирішальне значення для узгодження туристичних підприємств України з глобальними

нормами та підвищення їхньої ринкової сили. Це може дати змогу Україні більш результативно інтегруватися у світовий економічний простір, сприяє створенню нових робочих місць та залученню іноземного капіталу. Крім того, розвиток цих сфер може принести користь сусіднім секторам, зокрема, сфері гостинності, а також транспортній мережі.

Основна тенденція у бізнес-туризмі – це поєднання онлайн та офлайн форматів, що допомагає залучити більше людей, зменшує витрати на проїзд та вуглецевий слід від повітряного транспорту та дорожніх перевезень, посилюючи битву проти зміни клімату. За даними міжнародної асоціації конгресів і конференцій ICCA, у 2024 р. понад 60 % великих ділових заходів мали гібридний формат, що стало відповіддю на потребу в гнучкості й доступності [1]. У 2025 р. очікується покращення у поєднанні технологій віртуальної реальності (VR) та штучного інтелекту (AI), щоб зробити виставки більш інтерактивними.

Альтернативний примітний рух на торгових виставках включає перевагу для екологічного просування. Організатори все частіше віддають перевагу екологічно відповідальним рішенням, таким як використання відновлюваних джерел енергії, зменшення обсягів відходів і підтримка «зелених» дестинацій. Зокрема, у Європі та Північній Америці популярність вуглецевої нейтральності зростає, узгоджуючись із глобальними кліматичними цілями. Ця закономірність впливає на вибір місця зустрічей та сприяє розвитку інфраструктури в регіонах, які вкладають гроші в зростаючий сталий бізнес [2].

Цифрова конверсія суттєво впливає на еволюцію ділових подорожей, забезпечуючи підвищення ефективності заходів та персоналізацію досвіду учасників. Впровадження платформ для нетворкінгу, мобільних додатків для управління подіями, рекламних стратегій та аналітики великих даних дозволяє координаторам покращувати операції та розробляти більш привабливі пропозиції для учасників. У 2025 р. очікується широке застосування штучного інтелекту для прогнозування відвідуваності та оптимізації логістики ділових

поїздок. Це дозволить організаторам краще планувати заходи та підвищувати їхню якість, що позитивно вплине на досвід учасників та ефективність заходів.

Однією з ключових проблем є нерівномірний доступ до технологій у різних регіонах світу. Це питання може обмежити здатність представників країн, що розвиваються, відвідувати міжнародні збори та призвести до дисбалансу в ділових подорожах. Крім того, у міру збільшення конкуренції між туристичними місцями організатори повинні придумати творчі способи залучити відвідувачів. Наприклад, країни Близького Сходу, включаючи ОАЕ, вкладають значні інвестиції у будівництво сучасних виставкових майданчиків, які приваблюють глобальні компанії та стають центрами міжнародної бізнес-діяльності.

У зазначеному контексті, Україна має потенціал для розвитку бізнес-туризму через застосування цифрових інновацій та будівництво сучасної туристичної інфраструктури, що дозволить країні підняти свою конкурентоспроможність на світовому ринку та привабити закордонні інвестиції. Україні відкриваються можливості для розвитку бізнес-туризму завдяки інтеграції у світові мережі конференцій та виставок через такі тенденції щодо розвитку гібридних форматів та «зелених» стандартів. Упровадження цих інновацій може стати конкурентною перевагою в умовах повоєнного відновлення після закінчення повномасштабного вторгнення. Розвиток інфраструктури, зокрема у містах із високим потенціалом, таких як Київ, Львів, Івано-Франківськ, Ужгород чи Одеса, сприятиме залученню міжнародних подій.

Отже, світові тенденції у розвитку ділового туризму та виставкової діяльності відображають перехід до гнучких, технологічно розвинених та екологічно відповідальних форматів. Для України адаптація до таких змін потребує інвестицій у цифрові технології, екологічні питання, інфраструктуру та підвищення кваліфікації фахівців туристичної галузі. Успішна інтеграція у глобальний ринок ділового туризму сприятиме зростанню економіки і рівню життя та міжнародному визнанню країни як привабливої дестинації [3].

Стан та перспективи розвитку рекреаційно-туристичного комплексу України:
природний, соціальний, економічний та інноваційний аспекти:
збірник матеріалів Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Полтава, 15 травня 2025 р.)

Список використаних джерел

1. ICCA Statistics Report 2024. URL : <https://www.iccaworld.org/knowledge>
(дата звернення: 20.03.2025).
2. Sustainable Events: Global Trends 2025. URL :
<https://www.greenmeetings.org> (дата звернення: 22.03.2025).
3. The Economist. The World Ahead 2025: Travel and Tourism, 2025. С. 103.

Акімова Емма,

здобувач вищої освіти першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

Полтавський державний аграрний університет, м. Полтава

Науковий керівник: **Краснікова Оксана**, к. е. н., доцент

СУЧАСНІ ЦЕНТРИ РЕЛІГІЙНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЙОГО РОЗВИТКУ

Релігійний туризм є важливою складовою туристичної галузі, що передбачає подорожі з метою відвідування святих місць, паломництва, участі в релігійних заходах чи ознайомлення з духовною спадщиною. В Україні, з її багатою релігійною історією та культурним розмаїттям, цей вид туризму має значний потенціал для розвитку, сприяючи збереженню культурної спадщини, економічному зростанню та міжнародному визнанню.

Україна славиться численними релігійними центрами, які приваблюють паломників і туристів з усього світу завдяки їхній духовній значущості та архітектурній цінності. До ключових об'єктів належать Києво-Печерська лавра в Києві – один із найдавніших православних монастирів, об'єкт Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО, відомий мощами святих і унікальними печерами; Софійський собор у Києві – пам'ятка XI ст., символ християнської спадщини України; Почаївська лавра в Тернопільській області – важливий осередок православного паломництва з чудотворною іконою Божої Матері; Зарваниця в Тернопільській області – греко-католицький паломницький центр, де щороку відбуваються багатотисячні прощі; Унівська лавра у Львівській області – значущий осередок греко-католицької духовності з багатовіковою історією; а також Харківська синагога та костел Пресвятої Діви Марії у Львові з Ченстоховською іконою – важливі центри для юдейської та католицької громад. Ці об'єкти не лише відіграють ключову роль у релігійному житті, але й сприяють

розвитку культурного туризму як пам'ятки архітектури.

Сучасні тенденції розвитку релігійного туризму в Україні відображають світові тренди та підкреслюють економічну значущість цього сектору, який, за даними Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), у 2024 р. склав близько 20% світового туризму [1]. Основними напрямками є цифровізація та маркетинг, зокрема використання мобільних додатків, віртуальних турів і соціальних мереж для популяризації релігійних об'єктів, наприклад, віртуальних екскурсій до Києво-Печерської лаври, які стають популярними серед іноземних туристів; екологічна відповідальність, що проявляється в організації «зелених» паломницьких маршрутів із мінімальним впливом на довкілля, таких як піші прощі до Зарваниці; інклюзивність, що передбачає адаптацію релігійних центрів для людей з особливими потребами шляхом встановлення пандусів і аудіогідів для осіб із вадами зору; а також міжконфесійний діалог, який сприяє толерантності та залученню ширшої аудиторії через маршрути, що поєднують православні, католицькі, юдейські та мусульманські пам'ятки.

Україна має унікальні перспективи для розвитку релігійного туризму завдяки багатій духовній спадщині та географічному положенню, зокрема через розвиток інфраструктури шляхом модернізації доріг, готелів і туристичних центрів у таких містах, як Львів, Київ, Одеса та Ужгород; інтеграцію українських святинь до міжнародних паломницьких шляхів, таких як Шлях Святого Якова чи маршрути до Ватикану; державну підтримку через створення програм для збереження релігійних пам'яток і їхнього просування на міжнародному рівні; а також поствоєнне відновлення, де релігійний туризм може стати ключовим елементом економічного відродження, залучаючи іноземних паломників і туристів. Однак виклики, такі як недостатній рівень інфраструктури в регіонах, обмежений доступ до фінансування для реставрації пам'яток і потреба в підготовці кваліфікованих гідів зі знанням іноземних мов, потребують уваги для реалізації цього потенціалу [2].

Релігійний туризм в Україні має значний потенціал для розвитку завдяки багатій духовній спадщині та зростаючому інтересу до паломництва у світі. Для реалізації цього потенціалу необхідні інвестиції в інфраструктуру, цифрові технології, екологічні ініціативи та підготовку фахівців. Успішна адаптація до сучасних тенденцій дозволить Україні не лише зміцнити економіку, але й посилити свою позицію на світовій туристичній арені як країни з унікальною релігійною та культурною спадщиною.

Список використаних джерел

1. Статистика туризму. UNWTO Tourism Highlights. 2024. URL : <https://www.unwto.org/tourism-statistics> (дата звернення: 15.04.2025).
2. Юрченко С. О., Юрченко О. Є. Релігійний туризм у християнстві на сучасному етапі. *Вісник ХНУ ім. В.Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм»*. 2017. Вип. 6. С. 216–220.

Барибіна Яніна,

кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту,

Полтавський університет економіки і торгівлі, м. Полтава

РОЗВИТОК АКТИВНОГО ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ ПОЛТАВСЬКОЇ ОБЛАСТІ В УМОВАХ ВІЙНИ

Згідно з визначенням ООН з туризму, екотуризм – це форми туризму, які мають такі характеристики: усі форми туризму, що базуються на природі, в яких основною мотивацією туристів є спостереження та оцінка природи, а також традиційних культур, що панують у природних зонах; він містить освітні та інтерпретаційні функції; зазвичай, але не виключно, це організовують спеціалізовані туроператори для невеликих груп. Партнерами-постачальниками послуг у місцях призначення, як правило, є невеликі місцеві підприємства; це мінімізує негативний вплив на природне та соціально-культурне середовище; підтримує збереження природних територій, що використовуються як екотуристичні пам'ятки, шляхом: створення економічних вигод для приймаючих громад, організацій та органів влади, що управляють природними територіями з метою їх збереження; забезпечення альтернативних можливостей працевлаштування та отримання доходу для місцевих громад; підвищення обізнаності щодо збереження природних та культурних цінностей як серед місцевих жителів, так і серед туристів.

Екологічний туризм в межах природо-охоронних територій, згідно ЗУ «Про природно-заповідний фонд», відбувається у зонах регульованої рекреації, де дозволена туристична діяльність, може відбуватися оздоровлення та відпочинок населення. І якщо території штучно створених об'єктів залучені до туристичної діяльності повністю, то на природних територіях, така діяльність може бути дуже територіально обмежена, наприклад у біосферних заповідниках.

Станом на 01.01.2025 р. природно-заповідний фонд (ПЗФ) Полтавської області налічує 400 територій та об'єктів загальною площею 144 189,2613 га, що складає 5,01 % від загальної площі області. З них 30 мають статус загальнодержавного значення: 2 національні природні парки, 20 заказників, 1 ботанічна пам'ятка природи, 1 ботанічний сад, 2 дендрологічних парки, 4 парки – пам'ятки садово-паркового мистецтва.

Кількість територій та об'єктів ПЗФ місцевого значення становить 370, з яких: 5 – регіональні ландшафтні парки, 165 – заказники (58 ландшафтних, 3 лісових, 39 ботанічних, 7 загальнозоологічних, 2 орнітологічних, 4 ентомологічних та 52 гідрологічних), 138 – пам'ятки природи (13 комплексних, 111 ботанічних, 2 зоологічних, 3 гідрологічних, 9 геологічних), 48 заповідних урочищ, 1 дендрологічний парк та 13 парків-пам'яток садово-паркового мистецтва. Вищезазначене вказує на потенція ПЗФ Полтавської області до розвитку екологічних маршрутів. Однак, варто зауважити, що перебування у межах ПЗФ має свої правила перебування та обмеження в умовах війни, а даними Державної служби України з надзвичайних ситуацій наразі в Україні заборонено: сплави, походи, прогулянки та екскурсії по маршрутах біля критичної інфраструктури, військових та стратегічних об'єктів; проводити масові заходи (фестивалі, концерти тощо); організовувати туристичні точки, наближені до кордонів з Білоруссю та Росією; відпочинок на сході країни, зокрема у прифронтових зонах, є небезпечним через активні бойові дії; розпалювати багаття не у відведених для цього місцях та спалювати сміття.

Пріоритетною моделлю розвитку екологічного туризму України та Полтавській області є Зелені шляхи / Greenways – це багатофункційні маршрути для пересування безмоторними транспортними засобами чи пішохідним способом, що проходять вздовж природних коридорів, історичних торгових шляхів, річок і закинутих залізничних колій. Ці маршрути координуються місцевими товариствами з метою впровадження ідеї сталого туризму і

пропаганди здорового способу життя.

Зелені маршрути є основою для реалізації місцевих ініціатив соціального характеру і проектів, пов'язаних з охороною природи, ландшафтів, збереженням культурної спадщини, екологічним туризмом і транспортом, що не забруднює навколишнє середовище.

Зелені шляхи відповідають потребам місцевого населення і подорожуючих, вносячи свій вклад в пожвавлення місцевої економіки.

Підґрунтя для розвитку:

- екологічно-чисті і безпечні території;
- території природно-заповідного фонду (в першу чергу поряд з національними природними парками та на мальовничих ландшафтах);
- території зі збереженою автентичною культурою;
- поряд з місцями історичної спадщини;
- транспортна доступність для відвідування;
- місцеві мешканці готові зустрічати гостей і надавати їм послуги або хочуть навчитися це робити; поєднання зусиль та спільний розвиток.

Критерії Greenways:

- інфраструктурні критерії:
- зелений маршрут з'єднує природні та культурні пам'ятки, цікаві місця з краєзнавчої, природної, культурної, історичної та соціальної точок зору – як мінімум кожні 15 км;
- на маршруті є місця для відпочинку – як мінімум кожні 20 км;
- на маршруті знаходяться туристичні об'єкти з доступною готельною та гастрономічною базами – як мінімум кожні 30 км;
- інформація про маршрут (у вигляді буклетів, брошур, путівників, карт і т.д.) поширюється в пунктах туристичної інформації на маршруті і в сусідніх регіонах;
- маршрут проходить по безпечних дорогах, відокремлених від доріг для

автотранспорту чи по спокійних дорогах з низькою інтенсивністю руху;

- як мінімум 90% маршруту проходить по дорогах з ущільненим покриттям, що дозволяє пересування на велосипеді в будь-якій порі року (стосується веломаршрутів)

Функціональні критерії:

- в кожному населеному пункті/селищі і біля туристичної пам'ятки, де проходить зелений маршрут, знаходиться як мінімум одна інформаційна таблиця, яка вказує маршрут і населений пункт;

- на маршруті знаходиться як мінімум 1 пункт продажу виробів народних промислів (магазин, майстерня, галерея, т. п.);

- на маршруті знаходиться як мінімум 1 пункт дегустації страв місцевої/регіональної кухні (їжа чи напої);

- на маршруті є можливість ознайомитися/відвідати як мінімум одну місцеву ініціативу, направлену на охорону та інтерпретацію природної і культурної спадщини;

- маршрут проходить через центр селища/населеного пункту і міста, чи туди можна легко дістатися від основної траси маршруту за допомогою позначень в вигляді відгалуження або петлі;

- на маршруті можна скористатися як мінімум однією туристичною послугою, запропонованою місцевим/регіональним туроператором.

На замовлення Опішнянської територіальної громади, управління туризму Полтавської ОДА та за підтримки місцевого туристичного бізнесу командою грінвейсівців було розроблено маршрут вздовж на території Полтавської області вздовж річки Ворскли.

Виконані види робіт: розробка концепції розвитку мережі туристичних шляхів Опішнянського Поворскля, її маркування та облаштування.

Розроблено проект мережі туристичних шляхів на території Опішнянської територіальної громади, здійснено маркування мережі туристичних шляхів

регіону (85 км), розроблено і встановлено 11 інформаційних стендів та картосхем, розроблено та видано мапу туристичних шляхів регіону.

Особливості реалізації: існуючі фрагменти старого локального маркування; необхідність встановлення додаткових знаків навігації на роздоріжжях стежок в заплаві річки Ворскла. Вважаємо за доцільне імплементувати досвід Опішнянської територіальної громади на території Полтавської області, що дозволить створити маршрути в тому числі для реабілітації ветеранів, ветеранок та відновлення ментального і фізичного здоров'я постраждалих через військові дії російської федерації в Україні.

Список використаних джерел

1. Закон України «Про природно-заповідний фонд». URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2456-12#Text>.
2. Природно-заповідний фонд Полтавської області в розрізі територіальних громад.
3. Природо-заповідний фонд України. URL : <https://pzf.land.kiev.ua/pzf-obl-16.html>.
4. Держуправління екоресурсів в Полтавській області. URL : <https://eko.adm-pl.gov.ua/pzf.htm>.
5. Державна служби України з надзвичайних ситуацій. URL : <https://dsns.gov.ua/>.
6. Зелені шляхи / Greenways. URL: <https://greenways.com.ua/projects/>.

Безкоровайна Вікторія,

здобувач вищої освіти першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

Полтавський державний аграрний університет, м. Полтава

Науковий керівник: **Краснікова Оксана**, к. е. н., доцент

ТУРИСТИЧНІ РЕСУРСИ ПОЛТАВСЬКОЇ ОБЛАСТІ: СТРУКТУРА ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ

Полтавська область має значний туристичний потенціал завдяки багатій історико-культурній спадщині, унікальним природним ресурсам і традиціям. В умовах зростаючого інтересу до внутрішнього туризму важливим є вивчення наявних ресурсів регіону, їх раціональне використання та розвиток сучасної туристичної інфраструктури. Актуальність теми зумовлена необхідністю активізації туристичної діяльності як засобу економічного і соціального розвитку території.

Полтавська область розташована в центральній частині України, належить до Лівобережного Лісостепу. Територія регіону характеризується рівнинним рельєфом, помірно континентальним кліматом, розгалуженою річковою сіткою (зокрема річка Ворскла), багатими природними ресурсами. Полтавщина має значну історико-культурну спадщину: це батьківщина багатьох видатних діячів української культури, літератури, науки. Область відома завдяки таким містам і населеним пунктам, як Полтава, Миргород, Опішня, Великі Сорочинці, Диканька. Регіон володіє сприятливими умовами для розвитку різних видів туризму – культурно-пізнавального, релігійного, оздоровчого, сільського та гастрономічного [1].

Туристичні ресурси Полтавщини умовно поділяються на три основні групи:

1. Природні ресурси – мальовничі ландшафти, річки (Ворскла, Псел), лісові масиви, лікувальні мінеральні води (зокрема в Миргороді), заповідні території та

рекреаційні зони. Вони сприяють розвитку оздоровчого, екологічного та активного туризму.

2. Культурно-історичні ресурси – численні пам'ятки архітектури, музеї, садиби, місця, пов'язані з життям Івана Котляревського, Миколи Гоголя, Панаса Мирного, Кочубея. Знаковими об'єктами є Сорочинський ярмарок, Опішнянська кераміка, Диканька та Кругла площа в Полтаві.

3. Соціально-економічні ресурси – розвинена транспортна мережа, наявність готелів, санаторно-курортних закладів, туристичних підприємств, об'єктів громадського харчування та закладів культури. Вони створюють базу для прийому туристів та організації дозвілля [2].

Полтавська область багата на унікальні туристичні об'єкти, які приваблюють як українських, так і іноземних відвідувачів:

- місто Полтава – культурно-історичний центр з Круглою площею, музеєм І. Котляревського, П. Мирного, Полтавським краєзнавчим музеєм, історико-культурним заповідником «Поле Полтавської битви» та багатьма іншими культурно-історичними об'єктами;

- Миргород – відомий бальнеологічний курорт з лікувальними мінеральними водами та затишною атмосферою для оздоровлення і відпочинку;

- Опішня – «столиця української кераміки», де діє Національний музей-заповідник українського гончарства та проводяться фестивалі народного мистецтва;

- Великі Сорочинці – батьківщина Миколи Гоголя і місце проведення всесвітньо відомого Сорочинського ярмарку;

- Диканька – літературно-історичне селище, пов'язане з творчістю М. Гоголя та життям славнозвісних Кочубеїв, славиться старовинними храмами, палацовими воротами та легендарною природою.

Туризм у Полтавській області має значний потенціал, зокрема завдяки історико-культурним пам'яткам та природним ресурсам. Однак, розвиток галузі

обмежується недостатньо розвиненою інфраструктурою, браком фінансування, недостатньою промоцією та кадрами, що стримує зростання туристичного потоку. Проте область все ж має можливості для розвитку культурного та оздоровчого туризму [3].

Основні проблеми використання туристичних ресурсів Полтавської області включають недостатній розвиток туристичної інфраструктури, що ускладнює комфортне перебування туристів. Збереження культурних і природних пам'яток також є викликом, оскільки багато об'єктів потребують реставрації та охорони. Крім того, відсутність ефективної промоції і маркетингу знижує конкурентоспроможність регіону на туристичному ринку. Також спостерігається брак кваліфікованих кадрів у сфері туризму [4].

Перспективи розвитку туризму в Полтавській області зумовлені зростанням попиту на культурно-пізнавальний, оздоровчий та сільський туризм. Важливими напрямками є модернізація туристичної інфраструктури, розвиток агро- та еко-туризму, а також активізація гастрономічного туризму через популяризацію місцевої кухні та продуктів. Крім того, розвитку сприятиме організація нових подієвих заходів, таких як фестивалі та ярмарки, а також залучення інвестицій у відновлення культурних пам'яток.

Отже, Полтавська область має значний туристичний потенціал завдяки багатій історико-культурній спадщині та природним ресурсам. Проте розвиток туризму обмежується недосконалою інфраструктурою, недостатнім фінансуванням та проблемами з промоцією. Перспективи розвитку регіону пов'язані з модернізацією інфраструктури, розвитком нових форм туризму та залученням інвестицій. Для повноцінного використання туристичних ресурсів необхідно активно працювати над збереженням культурних пам'яток, підвищенням кваліфікації кадрів і промоцією на міжнародному рівні.

Список використаних джерел

1. Туризм у Полтавській області : статистичний бюлетень / Головне управління статистики у Полтавській області. Полтава, 2023. 45 с.
2. Програма розвитку туризму і курортів у Полтавській області на 2021–2025 рр. URL: <https://www.adm-pl.gov.ua/news/prohrama-rozvytku-turyzmu>.
3. Полтавщина туристична : путівник / упоряд. Л. М. Бабенко. Полтава: Оріяна, 2020. 120 с.
4. Національна туристична організація України. Аналітичний звіт про розвиток внутрішнього туризму в Україні. 2023. URL: <https://ntoukraine.org/reports> (дата звернення: 10.04.2025).

Безкоровайна Вікторія,

здобувач вищої освіти першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

Рудич Алла,

к.е.н., доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування

Полтавський державний аграрний університет, м. Полтава

ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНІ РЕСУРСИ – СКЛАДОВА ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ УКРАЇНИ

Історико-культурні туристичні ресурси є важливою складовою туристичного потенціалу будь-якої країни, що визначає її привабливість для внутрішніх та іноземних туристів. В умовах глобалізації та посилення конкуренції на міжнародному туристичному ринку саме наявність унікальної культурної спадщини часто стає вирішальним фактором у виборі туристами напрямку подорожі. Україна володіє значним потенціалом історико-культурних туристичних ресурсів, які відображають багатовікову історію, культурне різноманіття та національну ідентичність українського народу.

На державному обліку України перебуває понад 73 тисячі об'єктів культурної спадщини, з яких близько 13 тисяч – пам'ятки архітектури та містобудування, що свідчить про багату історико-культурну спадщину країни. Проте рівень використання цього потенціалу в туристичній діяльності залишається недостатнім через низку проблем методологічного, організаційного та інформаційного характеру, серед яких – недосконалість системи статистичного обліку та моніторингу історико-культурних ресурсів.

Історико-культурні туристичні ресурси, включають матеріальні та духовні цінності, створені людством протягом історичного розвитку і здатні задовольняти рекреаційні потреби людей, сприяти відновленню та розвитку їх фізичних і духовних сил [1]. До них належать пам'ятки історії, археології,

містобудування та архітектури, мистецтва, документальні пам'ятки, а також етнографічні особливості території.

Формування історико-культурних ресурсів тісно пов'язане з історичним розвитком території, особливостями культури етносів, що населяли дану місцевість та залишили свій культурний слід. Історико-культурні туристичні ресурси виступають об'єктами комплексної туристичної привабливості, оскільки поєднують у собі естетичну, пізнавальну, історичну та автентичну цінність. Їх значущість визначається насамперед здатністю задовольняти духовні потреби туристів через можливість ознайомлення з історичною спадщиною території [2].

Процес формування історико-культурних туристичних ресурсів є тривалим і багатоаспектним, що відбувається під впливом цілого комплексу природно-географічних, історичних, соціально-економічних та політичних чинників. Історико-культурна спадщина території формується не лише завдяки матеріальним об'єктам (архітектурні споруди, археологічні пам'ятки, мистецькі витвори), а й через нематеріальні цінності (фольклор, традиції, звичаї, обряди).

Важливим чинником формування історико-культурних ресурсів є етнічний склад населення та особливості його історичного розвитку, що відображаються в специфіці культурної спадщини. На формування історико-культурних ресурсів значною мірою впливають геополітичні процеси, війни, зміни державної приналежності території, що призводить до культурних нашарувань та появи унікальних культурних симбіозів. Історико-культурні ресурси характеризуються різним ступенем атрактивності, автентичності та збереженості, що обумовлює їх туристичну цінність та потенціал для розвитку туризму [3].

Особливістю історико-культурних ресурсів є їх здатність виступати основою для розвитку різних видів туризму, передусім культурно-пізнавального, освітнього, релігійного, етнографічного. Історико-культурні ресурси мають значний потенціал для формування унікальних туристичних продуктів, оскільки відображають автентичність та ідентичність регіону. Вони сприяють

диверсифікації туристичного продукту території та підвищенню її конкурентоспроможності на ринку туристичних послуг. Історико-культурні ресурси є важливим чинником формування туристичного іміджу території, оскільки надають їй унікальності та пізнавальної привабливості. Крім того, вони виконують важливу освітньо-виховну функцію, сприяючи збереженню культурної спадщини та формуванню національної ідентичності [4].

Ефективне використання історико-культурних ресурсів у туристичній діяльності потребує їх систематизації, оцінки та визначення туристичного потенціалу. Важливими аспектами оцінки історико-культурних ресурсів є їх історична та культурна цінність, автентичність, атрактивність, доступність для відвідування, технічний стан та рівень збереженості. Залучення історико-культурних ресурсів до туристичної діяльності повинно здійснюватися з урахуванням принципів сталого розвитку, що передбачає їх збереження для майбутніх поколінь [1]. Важливо розробляти ефективні механізми управління історико-культурними ресурсами, що сприятимуть їх збереженню, відновленню та раціональному використанню.

В сучасних умовах особливого значення набуває впровадження інноваційних технологій для популяризації історико-культурних ресурсів серед потенційних туристів, що включає використання віртуальних турів, мобільних додатків, інтерактивних музейних експозицій тощо [3].

Історико-культурні ресурси України характеризуються значним різноманіттям та нерівномірним розподілом по території країни, що обумовлено особливостями історичного розвитку регіонів [4]. Найбільша концентрація історико-культурних ресурсів спостерігається у західних областях України, а також у Києві, Чернігові, Одесі, Харкові, що пов'язано з їх тривалою і насиченою історією. Важливою проблемою функціонування історико-культурних ресурсів України є недостатній рівень їх збереженості та інфраструктурного забезпечення, що знижує їх туристичну привабливість.

В умовах війни особливої актуальності набуває питання збереження історико-культурної спадщини, яка зазнає руйнувань та потребує відновлення. Постає необхідність розробки та впровадження державних програм з відновлення, реконструкції та популяризації історико-культурних ресурсів, що сприятиме відродженню туристичного потенціалу України.

Список використаних джерел

1. Бялковська О. А., Оганесян С. А. Аналіз сучасного стану туристичного бізнесу в територіальних громадах Хмельниччини. *Актуальні питання економічних наук*. 2024. № 5. С. 62-70. URL : <https://doi.org/10.5281/zenodo.14273409>.
2. Ковтун І., Юричина І. Актуальні виклики та перспективи розвитку туристичної галузі Хмельницької області. *Університетські наукові записки*. 2021. № 3. С. 81–89. URL : <https://irlykhuml.univer.km.ua/handle/123456789/338>.
3. Корольок С. Р., Малюта Л. Я. Війна як причина зміни туристичного потенціалу України: аналіз організаційно-економічних заходів із відновлення внутрішнього туризму. *Галицький економічний вісник*. 2023. № 85.6. С. 139–147. URL : <http://elartu.tntu.edu.ua/handle/lib/44103>.
4. Щербакова Н. О. Розвиток туристично-рекреаційного потенціалу України в умовах війни. *Вісник Київського національного лінгвістичного університету. Серія Історія, економіка, філософія*. 2024. № 29. С. 109–120. URL : <https://doi.org/10.32782/klj/2024.2.33>.

Безкровний Олександр,

к. е. н., доцент, професор кафедри фінансів, банківської справи та страхування

Євсєєв Іван

здобувач вищої освіти першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

Полтавський державний аграрний університет, м. Полтава

ПОДАТКОВА СИСТЕМА ЯК ЧИННИК СТИМУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ

Українська туристична галузь на сучасному етапі свого розвитку активно шукає ефективні шляхи для підвищення рівня власної конкурентоздатності в умовах складної ситуації післявоєнного відновлення національної економіки. У цьому контексті податкова система розглядається як один із ключових інструментів державного впливу, який здатний не лише забезпечувати наповнення бюджетів різних рівнів, а й виступати важливим чинником стимулювання розвитку малого та середнього підприємництва, залучення інвестицій у необхідну інфраструктуру, формування нових та привабливих туристичних продуктів, а також розширення загального ринку послуг у цій сфері.

Проте, післякризовий період розвитку економіки вимагає від податкової системи гнучкої адаптації до тих реалій, в яких сьогодні функціонує туристичний сектор. Значна кількість підприємств, що здійснюють свою діяльність у сфері туризму, зазнали значних руйнувань або повністю втратили свої активи внаслідок воєнних дій, а загальний попит на різноманітні туристичні послуги суттєво змінився через трансформацію поведінкових моделей споживачів. У такому складному контексті державна податкова політика повинна виконувати не лише свою традиційну фіскальну функцію, забезпечуючи надходження до бюджету, а й відігравати важливу стимулюючу роль, орієнтуючись на всебічну підтримку локальних туристичних ініціатив, особливо в сільських громадах, де

розвиток туризму може стати важливим фактором економічного пожвавлення та створення нових можливостей для місцевого населення.

Одним із дієвих механізмів податкового стимулювання розвитку туристичної галузі може стати застосування спрощеної системи оподаткування для суб'єктів малого бізнесу, які безпосередньо працюють у туристичній сфері [3]. Застосування цього інструменту дасть змогу суттєво мінімізувати адміністративне навантаження на підприємців та дозволить їм сконцентрувати наявні ресурси на безпосередньому розвитку якості надаваних послуг. Водночас, нагальною є необхідність розглянути можливість розширення дії пільгового податкового режиму для тих підприємств, які здійснюють значні інвестиції у розвиток необхідної туристичної інфраструктури, впровадження сучасних технологій діджиталізації сервісів або активно сприяють працевлаштуванню внутрішньо переміщених осіб, які потребують підтримки та нових можливостей для самореалізації.

Крім того, на сьогоднішній день є особливо актуальним запровадження цільових податкових пільг для ключових об'єктів туристичної інфраструктури, розташованих у тих громадах, які активно розвивають перспективні напрямки сільського або рекреаційного туризму. Йдеться, зокрема, про можливість зниження ставки податку на прибуток або часткову компенсацію понесених витрат на впровадження енергоефективних рішень для готелів, кемпінгів, туристичних хабів та інших подібних об'єктів. Враховуючи позитивний досвід європейських країн, в Україні може бути успішно запроваджена практика так званого «зеленого оподаткування», коли підприємства отримують суттєві знижки на сплату податків у разі активного використання екологічно чистих технологій у своїй господарській діяльності, що сприяє не лише розвитку бізнесу, а й збереженню довкілля.

Окрему та пильну увагу слід приділити питанню податкової прозорості та належного обліку в туристичному секторі. Через значну частку тіньових

операцій, які, на жаль, все ще присутні в цій галузі, держава втрачає значні суми потенційних доходів, водночас сумлінні платники податків опиняються у явно неконкурентних умовах порівняно з тими, хто ухиляється від сплати податків. Удосконалення системи обліку через активне впровадження сучасних цифрових інструментів, таких як електронна реєстрація наданих послуг, використання електронних чеків та інтеграція з Державною податковою службою, безумовно, сприятиме поступовій детінізації галузі. Це, у свою чергу, дозволить сформувати більш точну та об'єктивну статистику щодо туристичних потоків, що, безсумнівно, дасть змогу органам державної влади набагато ефективніше планувати регіональну податкову політику та приймати обґрунтовані управлінські рішення.

В умовах триваючого воєнного стану, за твердженням М. Бутка, та подальшого післявоєнного відновлення економіки особливо важливим є надання всебічної підтримки туристичним проектам, які реалізуються в регіонах, що мають значний туристичний потенціал, але наразі гостро потребують інвестицій у створення безпечної та сучасної інфраструктури. У таких випадках доцільним може бути створення спеціальних економічних зон із передбаченими податковими стимулами, що дозволить залучити необхідних інвесторів та активізувати економічну діяльність у цих регіонах без значних втрат для державного бюджету в довгостроковій перспективі [1].

Отже, податкова система може і безумовно повинна виступати в ролі своєрідного каталізатора подальшого сталого розвитку туристичної галузі в Україні. Формування гнучкої, максимально прозорої та ефективно стимулюючої податкової політики з обов'язковим урахуванням специфічних особливостей туристичного сектору сприятиме не лише швидкому відновленню національної економіки, а й створенню нових робочих місць, підвищенню загальної якості надаваних туристичних послуг та покращенню інвестиційного клімату в країні.

У контексті євроінтеграційних прагнень України особливого значення набуває гармонізація податкових підходів у туристичній сфері з вже існуючими практиками країн Європейського Союзу. У багатьох країнах ЄС успішно діють різноманітні податкові стимули для розвитку екологічного туризму, а також існують ефективні програми підтримки тих підприємств, які активно розвивають інклюзивність та доступність своїх послуг для осіб з інвалідністю або впроваджують інноваційні формати обслуговування клієнтів. Україна має можливість запозичити ці прогресивні підходи, адаптувавши їх до особливостей власного ринку та поточного рівня економічного розвитку [2].

Важливим аспектом є також впровадження ефективного механізму туристичного збору, який за умови належного та прозорого адміністрування може стати стабільним джерелом фінансування розвитку місцевої туристичної інфраструктури. Проте, на сьогоднішній день спостерігається значна нерівномірність у його застосуванні між різними громадами, що суттєво знижує загальну ефективність цього важливого інструменту. Існуюча модель збору туристичного збору безумовно потребує ретельного перегляду, зокрема, в напрямку забезпечення максимальної прозорості його збору та чіткого цільового використання отриманих коштів на потреби розвитку місцевого туризму.

Слід також окремо відзначити той факт, що активна діджиталізація податкового обліку у сфері туризму відкриває принципово нові можливості для ефективного моніторингу та глибокого аналізу доходів, отриманих у цій галузі. Розробка єдиної та зручної електронної платформи, яка б об'єднувала дані від готельного бізнесу, туристичних операторів, закладів громадського харчування та транспортних компаній, дозволила б отримати повну та об'єктивну картину діяльності у туристичній галузі. Впровадження такого комплексного рішення сприятиме суттєвому зниженню рівня тінізації економіки та дозволить органам державної влади набагато точніше прогнозувати майбутні податкові надходження від цієї важливої сфери [4].

В умовах нестабільної економічної ситуації надзвичайно важливим, на думку О. Яцишина, є забезпечення розумного балансу між фіскальними інтересами держави, спрямованими на наповнення бюджету, та нагальними потребами туристичного бізнесу, який потребує підтримки та стимулювання. Надмірне перевантаження підприємців складною податковою звітністю, постійні та непередбачувані зміни в нормативно-правових актах, а також відсутність ефективного діалогу між платниками податків та контролюючими податковими органами – все це створює значні бар'єри для повноцінного розвитку галузі. Тому вбачається доцільним впровадження спеціальних консультаційно-освітніх програм для суб'єктів туристичного ринку, зокрема щодо правильного ведення обліку та надання інформації про існуючі можливості оптимізації податкових зобов'язань у рамках чинного законодавства [6].

Згідно з оперативними даними Державного агентства розвитку туризму України, у 2024 році надходження від туристичного збору в різних регіонах країни продемонстрували суттєве зростання, що є важливим свідченням поступового відновлення внутрішнього туризму, незважаючи на складні соціально-економічні умови, спричинені воєнним станом. Загальна сума отриманих надходжень зросла майже на 23% порівняно з попереднім 2023 роком. Така позитивна динаміка чітко демонструє зростаючу фіскальну роль туристичної сфери у системі місцевих бюджетів, особливо в тих регіонах, які традиційно є туристично привабливими. Найвищі обсяги надходжень туристичного збору були зафіксовані у місті Києві, Львівській та Івано-Франківській областях. Водночас спостерігається поступове зростання відповідних показників і в центральних та південних регіонах України, що свідчить про розширення географії відновлення туристичної активності (табл. 1).

Таблиця 1

**Туристичний збір в основних областях України (2022–2024 рр.),
млн тис. грн [5]**

Область / Місто	2022 р.	2023 р.	2024 р.	Зміна 2024/2023 (%)
Київ	31 474	30 378	49 182	+62%
Львівська	41 430	46 085	47 108	+2%
Івано-Франківська	17 956	20 408	33 099	+62%
Черкаська	12 555	21 574	23 532	+9%
Закарпатська	19 471	22 161	23 093	+4%
Дніпропетровська	9 210	13 219	15 960	+21%
Київська	-	10 858	15 883	+46%
Одеська	-	8 648	14 518	+68%

Таким чином, аналіз динаміки надходжень туристичного збору за 2022–2024 роки засвідчує позитивну тенденцію відновлення туристичної галузі в Україні. Зростання фіскальних надходжень свідчить про активізацію внутрішнього туризму, підвищення довіри до безпечних регіонів і ефективність місцевої податкової політики. Туристичний збір продовжує виконувати важливу роль у формуванні бюджетів громад, водночас потребуючи подальших реформ у напрямі прозорості адміністрування, справедливого встановлення ставок та посилення контролю за справлянням цього податку.

Список використаних джерел

1. Бутко М. В. Податкове регулювання туристичної діяльності в Україні: сучасний стан та перспективи. *Економіка та держава*. 2023. № 6. С. 42–46.
2. Державна стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. Розпорядження КМУ від 16.03.2017 р. № 168-р зі змінами і доповненнями. URL : <https://www.kmu.gov.ua>.
3. Закон України «Про туризм» від 15 вересня 1995 р. № 325/95-ВР зі змінами і доповненнями. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95->

Стан та перспективи розвитку рекреаційно-туристичного комплексу України:
природний, соціальний, економічний та інноваційний аспекти:
збірник матеріалів Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Полтава, 15 травня 2025 р.)

%D0%B2%D1%80#Text (дата звернення 04.05.2025р.).

4. Офіційний сайт Державної податкової служби України.

URL : <https://tax.gov.ua/> (дата звернення 01.05.2025р.).

5. Туристичний збір в Україні. URL : <https://minfin.com.ua/ua/2025/02/20/145689857/> (дата звернення 03.05.2025р.).

6. Яцишин О. І. Податкова політика як інструмент стимулювання розвитку малого бізнесу в туризмі. *Фінанси України*. 2022. № 10. С. 38–45.

Безкровний Олександр,

к. е. н., доцент, професор кафедри фінансів, банківської справи та страхування

Лиженков Вячеслав,

здобувач вищої освіти третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти

Завалій Олександра,

здобувач вищої освіти першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

Полтавський державний аграрний університет, м. Полтава

ТУРИСТИЧНИЙ ПОДАТОК: ПОЗИТИВНІ ЄВРОПЕЙСЬКІ ПРАКТИКИ ДЛЯ УКРАЇНИ

Туризм у світі визнається важливим інструментом для формування державного бюджету через механізм оподаткування. Податкова політика в туристичній індустрії має суттєвий вплив на загальний економічний добробут держави. Міжнародний туризм є ключовим джерелом надходження іноземної валюти, що є критично важливим для стабільності національної економіки. Доходи, акумульовані за рахунок оподаткування туристичної діяльності, можуть бути інвестовані у розвиток суспільної інфраструктури та покращення якості комунальних послуг. Проте, існує й зворотний бік медалі: надмірно високі податки на туристичні послуги можуть стримувати розвиток галузі, що спонукає представників туристичного бізнесу, споживачів та міжнародні організації виступати за оптимізацію податкової системи шляхом скорочення кількості зборів та зниження існуючих ставок.

Одним із поширених інструментів оподаткування в туризмі є туристичні податки – невеликі фінансові стягнення, які, як правило, здійснюються опосередковано через засоби розміщення або туристичні компанії та спрямовані на осіб, які здійснюють ночівлю у певному населеному пункті.

Більшість міст, що є популярними туристичними дестинаціями, впроваджують туристичні податки. Необхідність таких зборів іноді диктується внутрішніми законодавчими нормами країн, а їхня доцільність підтримується Всесвітньою туристичною організацією ООН. Фактично, сплата такого виду податку є обов'язковою майже в усіх випадках відвідування інших міст. Винятки можуть траплятися у бізнес-готелях, де за певних умов (наприклад, при наданні доказів нетуристичної мети візиту) від сплати збору можуть звільнити.

Залежно від країни та конкретного міста, як зауважує Мельник П. В., акумульовані кошти від туристичних податків можуть спрямовуватися на різні цілі: від підтримки інфраструктури для забезпечення комфорту місцевих жителів, які відчують навантаження від значного потоку туристів, до заходів з покращення іміджу певного регіону на світовому туристичному ринку або реалізації стратегій ребрендингу локації [2].

Для визначення найбільш ефективних підходів до оподаткування туристичної галузі в Україні, необхідно провести порівняльне дослідження існуючих систем стягнення туристичних податків в окремих країнах світу.

Так, в Австрії туристи сплачують податок на проживання за кожну ніч перебування (включаючи розміщення в кемпінгах), розмір якого визначається залежно від федеральної провінції. Існують різні види туристичних зборів (Tourismusgesetz і Beherbergungsbeiträge), які у Відні на даний момент варіюються від 0,36 % до 3,2 % від вартості готельного номера за добу на одну особу. Діти віком до 15 років (у деяких випадках до 14 років) звільняються від цього податку [3].

У Бельгії застосовується низка туристичних податків, специфічних для кожного міста. В Антверпені встановлено фіксовану ставку в розмірі 2,39 євро за ніч проживання в готелях з однієї особи. Особи, які користуються послугами розміщення в рамках програми «Туризм для всіх», а також діти до 18 років звільняються від сплати податку, за винятком Брюгге та Гента, де вік звільнення

становить до 12 років. У Брюгге туристичний податок становить 2,12 євро з особи за ніч і поширюється на всі типи закладів розміщення. Міський податок у Генті складає 3 євро з особи за ніч. У Брюсселі застосовується міський податок, розмір якого залежить від району, розміру та категорії готелю і стягується за номер за ніч [1].

Болгарія характеризується тим, що з туристів стягується міський або курортний податок, розмір якого залежить від конкретного регіону та категорії готелю. Міський податок варіюється від 0,2 до 1,4 болгарських левів за ніч з особи. У деяких курортних зонах застосовується фіксована плата за весь період перебування. Рекомендується уточнювати актуальну інформацію щодо розміру збору безпосередньо в готелі або у туристичного оператора.

У Хорватії туристи, старші за 18 років, зобов'язані сплачувати «Sojourn Tax» (податок на перебування), який зазвичай становить близько 10 хорватських кун за ніч з особи, проте може змінюватися залежно від типу розміщення та сезону. Для осіб віком від 12 до 18 років передбачена 50% знижка, а діти до 12 років звільняються від сплати цього податку [3].

У Франції діє туристичний податок, що стягується з кожної особи за ніч перебування. Його розмір залежить від рівня та якості наданих послуг розміщення і коливається від 0,50 до 4 євро за ніч. У Парижі додатково стягується 15% до цієї суми. Діти до 18 років звільняються від сплати податку.

В свою чергу, в Німеччині використовуються різні терміни для позначення туристичних податків, такі як податок на культуру та податок на ліжко. Ставки податку варіюються від 0,50 до 4 євро за ніч з особи або становлять 7,5 % від вартості номера, залежно від типу розміщення, його ціни та місцезнаходження. У Берліні, наприклад, стягується 5% від вартості номера, але не більше ніж за 21 день поспіль, при цьому ділові мандрівники звільняються від сплати. Цікаво, що в Мюнхені, одному з найпопулярніших туристичних напрямків Німеччини, туристичний податок не стягується.

В Італії туристи сплачують податок під назвою «Tassa di soggiorno». Розмір збору залежить від міста та категорії готелю (кількість зірок) і стягується протягом обмеженої кількості ночей. Для дітей зазвичай передбачені пільги. У Римі, наприклад, розмір податку становить від 3 до 7 євро з особи за добу і стягується не більше ніж за 10 днів перебування. Діти до 10 років звільняються від сплати податку [1].

У підсумку, розробка ефективної системи оподаткування туристичної галузі в Україні вимагає ретельного вивчення та адаптації позитивного досвіду європейських країн, які досягли значних успіхів у цій сфері. При цьому необхідно враховувати специфічні фінансово-економічні та правові аспекти національної економіки, а також особливості суспільних процесів, що відбуваються в країні.

Список використаних джерел:

1. Андрущенко В. Л., Тучак Т. В. Податкові системи зарубіжних країн : навч. посіб. / Ун-т держ. фіскал. служби України. Ірпінь, 2021. 210 с.
2. Мельник П. В., Старостенко Г. Г. Напрями удосконалення оподаткування туристично-рекреаційної діяльності. *Фінанси України*. 2021. №12. С. 79-91.
3. Податкові системи зарубіжних держав: Навчальний посібник / Андрущенко В. Л., Варналій З. С., Прокопенко І. А., Тучак Т. В. Київ : Кондор Видавництво, 2012. 222 с.

Бригіна Софія,

здобувач вищої освіти першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

Пилипенко Катерина,

д.екон.н., професор, професор кафедри економіки,

готельно-ресторанного та туристичного бізнесу

Мелітопольський державний педагогічний університет

імені Богдана Хмельницького, м. Мелітополь

МЕДИЧНИЙ ТУРИЗМ ТА РЕАБІЛІТАЦІЯ, ЯК РУШІЙНІ СИЛИ ВІДНОВЛЕННЯ УКРАЇНИ

Історія медичного туризму сягає корінням у глибоку давнину, коли люди подорожували до місць, відомих своїми цілющими властивостями. Важливо зазначити, що термін «медичний туризм» є відносно новим, але практика подорожей з метою лікування існує вже тисячі років.

Медичний туризм – це глобальний феномен, що динамічно розвивається та стає важливою складовою світової економіки. Він передбачає отримання медичних послуг за кордоном, зокрема у сферах хірургії, стоматології, репродуктивної медицини, кардіології та реабілітації. Популярність цього явища зумовлена поєднанням високої якості лікування та можливості зменшення витрат у порівнянні з вартістю аналогічних послуг у країнах Західної Європи та США.

Розбудова медично туризму в Україні відкриває широкі можливості для забезпечення безбар'єрного існування інклюзивного прошарку населення. Цей напрямок не лише сприяє фізичному та психологічному відновленню, але й інтеграції людей з інвалідністю в суспільство.

Питання медичного туризму активно досліджується багатьма науковцями. Зокрема, такі науковці як Кулиняк І. та Жигало І. у своїй науковій роботі здійснили ґрунтовний аналіз сучасного стану та перспектив розвитку медичного

туризму в Україні. Їхнє дослідження спрямовано на виявлення стратегічних напрямів розвитку галузі, зокрема через інтеграцію в міжнародний ринок медичних послуг. Окремої уваги заслуговує робота Тишка Д. Ф., який розробив багаторівневу класифікацію туризму, чітко визначивши місце медичного туризму серед інших видів.

Як стверджує Вікрам Таругу, медичний туризм – це перспективна галузь, що розвивається стрімкими темпами та приносить великі прибутки. За прогнозами Міжнародної асоціації медичного туризму, протягом наступного десятиліття, ця галузь щорічно збільшуватиметься на 25% [1].

Фахівці Всесвітньої туристичної організації поділяють міжнародний медичний туризм на 4 основні групи [2]:

- діагностика;
- лікування;
- реабілітація;
- профілактика.

Крім цих окремо виділених чотирьох груп, фахівці Bookimed додатково виділяють ще один вид медичного туризму – естетичну медицину. До цієї категорії віднесли оздоровчі та косметичні процедури, пластичну хірургію та бариатрію (хірургія зниження ваги), пересадку волосся та стоматологію. Важливою основою вибору у пацієнтів є кваліфікація та досвід лікаря, комфорт перебування, умови відновлення в закордонній клініці. Лідерами країн цього напрямку є Південна Корея, Іспанія, Туреччина, США та Бразилія.

Україна поки не входить до числа провідних країн у сфері медичного туризму. Однак, цільовими сегментами в'їзного медичного туризму в Україну, як ми бачимо з праць Кулиняк І. Я. та Жигало І. І., є стоматологія та лікування безпліддя, реабілітаційна медицина, офтальмологія та радикальна медицина (кардіологія), лікування стовбуровими клітинами [3].

На сьогодні в Україні починають діяти напрямки медичного туризму з метою реабілітації та відновлення внаслідок отриманих поранень та ушкоджень на тлі війни.

В умовах війни та відновлення країни після важких руйнацій, важливим аспектом є розвиток реабілітаційного медичного туризму, зокрема для військовослужбовців, які зазнали поранень і психологічних травм. Програми психологічного та фізичного відновлення стають невід'ємною частиною комплексної реабілітації, що забезпечує не лише фізичне, а й емоційне відновлення військовослужбовців.

Як зазначає Людмила Кліщук, з початком широкомасштабної війни 25 країн почали брати поранених військових Сил оборони України до себе на реабілітацію і протезування. Серед лідерів – Німеччина, Польща, Іспанія, Нідерланди, Франція, Болгарія, країни Балтії [4].

В Україні все більш активно розвивається мережа медичних закладів, які надають такі послуги. Згідно з даними, станом на 2024 рік, в Україні функціонувало понад 450 закладів, які уклали договори з Національною службою здоров'я України (НСЗУ) для надання реабілітаційних послуг. Однак, для проходження стаціонарної реабілітації військові можуть скористатися послугами близько 200 з них. Значна кількість військових стикається з труднощами у доступі до реабілітаційних послуг через перевантаженість центрів та відсутність належної координації між медичними установами. Саме тому чимало військових змушені самотійно фінансувати реабілітацію, адже державна система не завжди забезпечує необхідний рівень допомоги. За даними досліджень, 68% військових дофінансовували лікування після поранення або реабілітацію з власних коштів [5].

Попри ці виклики, існує низка міжнародних і вітчизняних ініціатив, спрямованих на покращення ситуації. Наприклад, проєкт «Реабілітація травм війни» від Фонду «Пацієнти України», спрямований на посилення

реабілітаційних можливостей в країні [6]. Також працюють приватні ініціативи, які мають за мету допомогти військовим пройти реабілітацію, здобути освіту чи знайти роботу після служби.

На нашу думку, медичний та реабілітаційний туризм це ключовий напрям відновлення України, що здатен забезпечити як фізичне так і психологічне відновлення населення, так і економічне піднесення країни. В умовах повоєнної ситуації розвиток цієї сфери стає важливим не тільки з погляду надання допомоги постраждалим від бойових дій, зокрема військовим та цивільному населенню, а й з огляду на перспективи залучення іноземних пацієнтів і підвищення рівня міжнародного співробітництва.

Майбутнє медичного туризму в Україні значною мірою залежить від розвитку інфраструктури, ефективної координації медичних послуг, а також залучення міжнародних партнерів та інвесторів. Важливим фактором є впровадження державних програм, які гарантуватимуть військовим доступ до якісної реабілітації та створення сучасних спеціалізованих клінік.

Список використаних джерел

1. Вікрам Таругу. Medical Tourism Trends to Watch. *Medical Tourism Magazine*. URL: <https://www.magazine.medicaltourism.com/article/4-medical-tourism-trends-to-watch> (дата звернення: 10.03.2025).

2. Стенка В., Честнейшая А. Медичний туризм: популярні напрямки. URL: <https://ua.bookimed.com/article/medicinskij-turizm/> (дата звернення: 10.03.2025).

3. Кулиняк І. Я., Жигало І. І. Медичний туризм в Україні: проблеми та напрямки розвитку. *Наукові перспективи*. 2024. № 12(54). С. 718.

4. Кліщук Людмила. Як світ допомагає Україні з лікуванням та реабілітацією поранених військових. *Армія Inform*, 11 вересня 2024 р. URL : <https://armyinform.com.ua/2024/09/11/yak-svit-dopomagaye-ukrayini-z-likuvannyam-ta-reabilitacziyeyu-poranenyh-vijskovykh/> (дата звернення: 10.03.2025).

Стан та перспективи розвитку рекреаційно-туристичного комплексу України:
природний, соціальний, економічний та інноваційний аспекти:
збірник матеріалів Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Полтава, 15 травня 2025 р.)

5. Реабілітація воїнів після травм на фронті: чим відрізняються програми в Україні та США. *Заборона*. URL: <https://zaborona.com/reabilitacziya-voyiniv-pislya-travm-na-fronti-chym-vidriznyayutsya-programy-v-ukrayini-ta-ssha/> (дата звернення: 10.03.2025).

6. Реабілітація травм війни. URL: <https://rehabilitation.org.ua/> (дата звернення: 10.03.2025).

Будник Ніна,

к.т.н., доцент, доцент кафедри харчових технологій

Кайнаш Алла

к.т.н., доцент, доцент кафедри харчових технологій

Полтавський державний аграрний університет

ГЛОБАЛЬНІ ВИКЛИКИ Й НОВІ МОЖЛИВОСТІ: ЯК ЗМІНЮЄТЬСЯ ТУРИСТИЧНА ГАЛУЗЬ

У сучасному світі туристична галузь стрімко трансформується, демонструючи розширення як за напрямками, так і за мотиваціями подорожей. Якщо раніше провідну роль відігравав класичний екскурсійний туризм, орієнтований на огляд міст та історичних пам'яток, то сьогодні спостерігається розмаїття нових форм туризму, кожна з яких відповідає на зміну запитів споживачів і глобальні соціокультурні тренди.

Однією з таких форм є ностальгічний туризм, який приваблює людей, котрі прагнуть відчувати зв'язок із власним походженням, культурною спадщиною чи сімейною історією. Відвідування місць, пов'язаних із минулим предків або національною ідентичністю, формує глибокий емоційний досвід. У цьому контексті виокремлюють два підтипи мандрівників: тих, хто має реальні родинні зв'язки з місцем відвідування, і тих, хто орієнтується на історичну реконструкцію подій.

Водночас гастрономічний туризм стає не просто доповненням до класичних турів, а самостійною причиною подорожі. Він базується на прагненні пізнати регіон через його кулінарну спадщину, традиційні страви, локальні інгредієнти та автентичні техніки приготування. Цей вид туризму також активно реагує на нові тенденції – як-от здорове харчування, екологічність і інновації у фудтеху.

Ще один популярний напрям – шопінг-туризм, який охоплює як масові покупки в торгових центрах і аутлетах, так і інтерес до локальних виробників,

крафтового продукту, автентичного дизайну чи ремесел. Часто такі подорожі поєднують прагматичну економію з бажанням підтримати малий бізнес або привезти «унікальний сувенір».

Патріотичний туризм зосереджений на відвідуванні об'єктів, які мають історико-культурну або військову значущість, таких як меморіали, музеї, фортеці чи місця важливих подій. Цей напрям має особливу актуальність в умовах переосмислення національної пам'яті та зміцнення ідентичності.

Діловий туризм, або MICE-напрямок (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions), поєднує професійні заходи з елементами культурного чи відпочинкового туризму. Зазвичай він передбачає інтенсивне спілкування, обмін досвідом і ознайомлення з потенціалом регіону, що приймає учасників.

Значну роль на туристичному ринку відіграє і лікувально-оздоровчий туризм, який ґрунтується на пошуку доступних і якісних медичних або реабілітаційних послуг. Цей вид туризму популярний серед тих, хто прагне оздоровлення в поєднанні з комфортним відпочинком.

Науковці звертають увагу на те, що суттєво зростає популярність індивідуального туризму, який пов'язаний із самостійною організацією маршруту, проживання, транспорту й розваг. Такий підхід дозволяє гнучко планувати подорож відповідно до власних інтересів і часу, а також створює відчуття повної автономії та унікальності подорожі [1].

Нарешті, в умовах глобального потепління та усвідомлення екологічних проблем дедалі більше мандрівників обирають екотуризм. Цей вид туризму орієнтований на мінімізацію шкоди довкіллю, підтримку сталого розвитку та збереження природної спадщини. Екотуристи цінують можливість жити в гармонії з природою, використовувати «зелені» формати житла і транспорту, а також підтримувати екологічні ініціативи в місцевих громадах.

На цьому тлі Україна має усі шанси посісти помітне місце на гастрономічній мапі Європи. Значна культурна й кулінарна різноманітність регіонів, багата історія та розмаїття локальних продуктів формують потужний потенціал для

розвитку гастрономічного туризму. Полтавщина – один із тих регіонів, де можна спостерігати поєднання автентичності, фестивального духу та інновацій. Відомий етнофестиваль «Борщик у глиняному горщику», що проходить у селищі Опішня, популяризує не лише український борщ як елемент нематеріальної спадщини ЮНЕСКО, а й цілий спектр локальних традицій – гончарство, музику, кулінарію, ремесла. Не менш важливою є щорічна подія «День полтавської галушки», яка перетворилася на справжній бренд міста, об'єднуючи гастрономію, мистецтво та культурний туризм.

Ураховуючи аналіз пропозицій місцевих туристичних агентств, можна зробити висновок, що гастрономічна складова ще не повністю реалізована у регіональному туристичному продукті. Більшість туристичних програм місцевих туроператорів зосереджені на оглядових екскурсіях, музеях, сакральних об'єктах. І лише поодинокі ініціативи включають кулінарні майстер-класи, дегустації чи візити до етно-ресторанів. Це створює передумови для активізації зусиль у цьому напрямі.

У зв'язку з цим доцільною видається ініціатива щодо створення на базі ПДАУ міждисциплінарного освітнього кластеру, де студенти різних спеціальностей могли б у співпраці реалізовувати інтегровані проєкти: розробку туристичних маршрутів, гастрономічних продуктів, маркетингових стратегій, туристичних сервісів, формуючи інноваційний освітньо-туристичний простір Полтавщини. Бажано також започаткувати платформу взаємодії освітніх закладів, туристичних операторів, закладів харчування, фермерів та органів місцевої влади для спільної розробки гастротуристичного кластеру.

Підсумовуючи зазначимо, що гастрономічна ідентичність може стати важливим фактором зміцнення туристичної привабливості Полтавщини, за умови інтеграції освітніх, культурних та інноваційних процесів.

Список використаних джерел

1. Поляков М.П., Білозубенко В.С., Шаблій С.Є. Аналіз глобальних тенденцій у туризмі. *Економічний простір*. 2020. № 161. С. 15-19.

Ганженко Антон,

здобувач вищої освіти першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

Миколаївський національний аграрний університет, м. Миколаїв

Науковий керівник: **Сухорукова Анна**, к. держ. упр., доцент

СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПОСЛУГ ГОТЕЛЮ

У сучасному світі якість послуг стає головним фактором конкурентоспроможності будь-якого готельного підприємства. В умовах високої динаміки туристичного ринку, мінливих споживчих очікувань та технологічної трансформації, готелі стикаються з потребою системно підходити до управління якістю. Це вже не просто вимога до сервісу, а стратегічна необхідність для збереження позицій на ринку.

Актуальність теми визначається кількома ключовими чинниками. По-перше, за даними Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), глобальний туристичний потік у 2023 році досяг 1,3 млрд осіб, що становить 88% від рівня до пандемії. Водночас очікування гостей зросли, і тепер споживачі звертають увагу не лише на фізичні умови проживання, а й на індивідуальний підхід, цифрові сервіси, екологічність та емоційний досвід. У таких умовах забезпечення стабільної якості обслуговування – це не просто операційне завдання, а питання репутації, лояльності клієнтів і фінансової стабільності [1].

По-друге, зростає роль онлайн-репутації готелів. Згідно з дослідженням платформи TrustYou, 95% мандрівників переглядають відгуки перед бронюванням готелю, а 76% вважають якість обслуговування ключовим критерієм при прийнятті рішення. Оцінка готелю на Booking.com або Google Reviews може не тільки вплинути на завантаженість номерного фонду, але й на формування бренду в довгостроковій перспективі.

Система управління якістю (СУЯ) – це комплекс організаційних, управлінських і технологічних заходів, спрямованих на забезпечення, підтримку та постійне поліпшення рівня послуг. У готельній сфері її ефективність на пряму пов’язана з умінням адаптуватися до змін і впроваджувати клієнтоорієнтовані підходи. Найбільш відомою моделлю є впровадження міжнародних стандартів якості, зокрема ISO 9001, адаптованих до особливостей сервісного бізнесу [2].

Розглянемо практичний приклад. Мережа готелів Marriott активно застосовує систему Total Quality Management (TQM), яка охоплює всі рівні організації – від ресепшн до топменеджменту. Кожен працівник проходить навчання з сервісної культури, впроваджено внутрішній аудит якості, а зворотний зв’язок від гостей аналізується не лише вручну, а й за допомогою алгоритмів штучного інтелекту. Результатом є стабільно високі показники задоволеності клієнтів (у середньому 8,8–9,3 балів з 10 у найбільших агрегаторах) та висока частка повторних бронювань [3].

В українському контексті прикладом ефективної системи управління якістю може слугувати київський готель «11 Mirrors Design Hotel», який посідає перші місця в TripAdvisor серед готелів Києва. Вони орієнтуються на концепцію «бізнес-гостьової індивідуальності», де кожна деталь – від дизайну номеру до персонального привітання – спрямована на створення емоційного зв’язку з клієнтом. Управління якістю у цьому випадку базується на постійному збиранні відгуків, гнучкості сервісу та системному підході до навчання персоналу [5].

Проте лише зовнішнього дотримання стандартів – недостатньо. Якість повинна бути інтегрованою в корпоративну культуру. Для цього готель повинен працювати в кількох ключових напрямках: формування мотиваційної системи для персоналу, впровадження цифрових інструментів для контролю сервісу, організація постійного зворотного зв’язку з клієнтами, та головне – оперативне реагування на виявлені недоліки.

Сучасні цифрові рішення, такі як CRM-системи, мобільні додатки для гостей, автоматизовані платформи збору відгуків, значно підвищують ефективність СУЯ. Наприклад, система Medallia, що використовується у готелях Hilton, дозволяє в режимі реального часу отримувати сигнали від гостей про рівень задоволеності та оперативно вживати заходів – аж до особистого контакту з незадоволеним клієнтом протягом години після фіксації скарги [4].

Крім того, нові виклики диктують і нові підходи до якості. У післяпандемічну епоху на перший план вийшли безпека, санітарні норми та гнучкі умови скасування. Готелі, які швидко адаптували свої СУЯ під ці вимоги, змогли зберегти довіру гостей. Також набирає обертів тема сталого розвитку – все більше гостей звертають увагу на екологічні практики готелів: енергоефективність, мінімізація пластику, сортування відходів тощо. Інтеграція принципів ESG у систему управління якістю – це вже не тренд, а нова норма.

Таким чином, ефективна система управління якістю в готельному бізнесі – це динамічний інструмент, що вимагає постійного аналізу, гнучкості та інновацій. Вона базується не лише на формальних процедурах, а на глибокому розумінні очікувань клієнта та здатності готелю бути на крок попереду. Інвестиції в якість сьогодні – це гарантія конкурентної переваги завтра.

З огляду на глобальні тенденції, зростаючі очікування споживачів і роль онлайн-репутації, питання управління якістю послуг у готелі не втрачає актуальності. Навпаки – воно потребує нових підходів, міждисциплінарного мислення та постійного вдосконалення.

Список використаних джерел

1. Шебаніна О. В., Бурковська А. І., Полторак А. С., Бурковська А. В., Сухорукова А. Л. Управління сферою гостинності через розвиток туристичної інфраструктури у світі: тенденції та перспективи в умовах сталого розвитку (in English). *Modern Economics*. 2024. № 44 (2024). С. 233-246.

2. Всесвітня туристична організація (UNWTO). Міжнародний туризм продовжує відновлення у 2023 році. URL : <https://www.unwto.org/events/food-supply-%26-tourism-in-the-caribbean> (дата звернення: 07.04.2025.).

3. What Are Travelers Looking for in a Hotel? Insights into Modern Guest Expectations. *TrustYou*. URL : <https://www.trustyou.com/blog/trends-insights/what-are-travelers-looking-for-in-a-hotel> /(date of access: 07.04.2025).

4. Arabov, N., Sukhorukova, A., Voloshyna-Sidei, V., Khomitov, K., Nasimov, D., Ismailov, B., & Bakayev, Z. (2023). Assessment of the efficiency of public-private partnership in the service sector. *E3S Web of Conferences*, 452, 05028. (date of access: 07.04.2025).

5. TripAdvisor. 11 Mirrors Design Hotel – Reviews and Rankings. URL : https://www.tripadvisor.com/Hotel_Review-g294474-d3226230-Reviews-11_Mirrors_Design_Hotel-Kyiv.html(date of access: 07.04.2025).

Гарнага Анастасія,

здобувач вищої освіти першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

Бастаногова Марія,

здобувач вищої освіти першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

Полтавський державний аграрний університет, м. Полтава

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

НАДЛИШКОВИЙ ТУРИЗМ: СУТНІСТЬ ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ЇЇ ВИРІШЕННЯ

Надлишковий туризм (англ. Overtourism) – негативний вплив туризму на дестинацію або її частини внаслідок надмірної кількості туристів, що відчують як місцеве населення (через погіршення умов (якості) життя), так і туристи (через погіршення якості турпродукту, що надається) [1]. Надлишковий туризм є серйозною проблемою для сучасної туристичної індустрії, оскільки впливає на культурні, економічні та екологічні аспекти регіонів. Унаслідок швидкого зростання кількості туристів багато популярних туристичних напрямків стикаються з перевантаженням інфраструктури, деградацією культурної спадщини та соціальними викликами.

Вивчення надлишкового туризму є важливим для оцінки його впливу на розвиток територій, збереження автентичності культурних об'єктів та пошуку шляхів сталого управління туристичними потоками.

Надлишковий туризм є однією з найбільших проблем, що виникли внаслідок зростання популярності туристичних поїздок в останні десятиліття. Основна причина зростання туризму – макроекономічна. Середній клас збільшується, в останні кілька десятиліть мільйони людей отримали можливість подорожувати. Найсильніше ця тенденція проявилася у Китаї: число поїздок її громадян за кордон зросло з 10,5 млн осіб у 2000 році до приблизно 156 млн. осіб у 2018 році.

Але не тільки Китай несе відповідальність за збільшення числа туристів. По всьому світу їхня кількість виросла з менш ніж 70 млн осіб у 1960 році до 1,4 млрд. сьогодні [2].

За прогнозами, у 2025 році кількість туристичних поїздок сягне нового максимуму – 1,6 млрд., що стимулюватиме розвиток економіки й водночас дратуватиме місцевих мешканців. Виїзний туризм Китаю, що становить десяту частину від світового показника, перевищить допандемічний рівень. Від послаблення візових вимог виграють Таїланд та Індонезія. У 2025 році кількість індійців, які подорожуватимуть за кордоном, зросте на 17 %, до 29 млн. осіб, що становитиме п'яту частину від загальної кількості китайських туристів, проте «індійський» показник зростає швидше [3].

Однією з найочевидніших проблем надлишкового туризму є негативний вплив на навколишнє середовище. Велика кількість туристів спричиняє збільшення викидів CO₂. Також зростає забруднення води, повітря та ґрунту, оскільки туристи часто залишають після себе сміття та пластикові відходи. Природні об'єкти, такі як пляжі, національні парки та природні заповідники, страждають від масового напливу туристів, що призводить до їхньої деградації.

Ще однією проблемою є велике навантаження на природні ресурси. Наприклад, надмірне використання води, енергії та інших ресурсів у регіонах, які вже мають обмежені запаси, створює серйозні труднощі для місцевих жителів. Високий попит на воду та енергоресурси може призводити до їхнього дефіциту, особливо в країнах, де ці ресурси вже є обмеженими.

Надлишковий туризм також змінює культурне середовище, спричиняючи втрату автентичності. Місцеві жителі змушені адаптуватися до потреб туристів, що призводить до зниження культурної цінності та унікальності регіону.

Економічні наслідки також мають двозначний характер. З одного боку, туризм є важливим джерелом доходу для багатьох країн, особливо для тих, де інші галузі економіки слабо розвинуті. Однак надмірна залежність від цієї галузі

може створити економічну нестабільність. Наприклад, стихійні лиха, політичні кризи або глобальні пандемії, як це сталося під час COVID-19, можуть значно скоротити потік туристів, що завдає серйозної шкоди місцевій економіці.

Для ефективного вирішення проблеми надлишкового туризму необхідно впроваджувати комплексний підхід, який включає різноманітні стратегії на всіх рівнях – від державних заходів до змін у поведінці самих туристів. Такий підхід допоможе знайти оптимальний баланс між розвитком туризму, охороною навколишнього середовища, збереженням культурної спадщини та підтримкою місцевих громад.

Одним із важливих методів управління туристичними потоками є встановлення обмежень на кількість туристів, які можуть відвідати певні місця одночасно. Подібні заходи вже активно застосовуються у багатьох популярних локаціях, зокрема у Венеції, де для обмеження кількості туристів використовуються системи онлайн-бронювання, які контролюють доступ до основних пам'яток і природних об'єктів.

Ще одним корисним рішенням може бути перенаправлення туристичних потоків на менш відомі та менш популярні регіони. Це дасть змогу знизити навантаження на найбільш відвідувані місця і забезпечить економічний розвиток інших територій. Нові туристичні маршрути та популяризація локальних традицій допоможуть збалансувати потоки туристів і дати можливість регіонам, які раніше не були туристично привабливими, отримати вигоду від туризму.

На тлі протестів місцевих мешканців проти надмірного туризму переповнені міста обмежуватимуть короткострокову оренду житла. ЄС посилить нагляд, зажадавши від туристів із понад 60 країн, зокрема Великої Британії та США, оплати 7 доларів за «безвізовий в'їзд». Але деякі регіони Близького Сходу та Африки прийматимуть більше мандрівників, оскільки Саудівська Аравія та Замбія активно інвестують в готелі. Від ЄС до Нової Зеландії набудуть популярності «екологічні» подорожі. Дедалі більше авіакомпаній приєднається

до пакту про скорочення викидів Corsia. На теперішній час на світову індустрію туризму припадає 5-8 % викидів парникових газів [3].

Підвищення екологічної свідомості туристів допоможе боротися з надлишковим туризмом. Освітні кампанії сприятимуть відповідальній поведінці, зокрема утилізації сміття та вибору екологічного транспорту.

Залучення місцевих громад до процесу управління туризмом також є важливим аспектом, оскільки саме місцеві жителі найкраще розуміють свої потреби та проблеми. Їхня участь у розробці стратегій управління туристичними потоками допоможе зберегти унікальність місцевої культури та забезпечити раціональне використання природних ресурсів.

Отже, надлишковий туризм відображає глобальні соціально-економічні зміни, проте його наслідки потребують ретельного аналізу та відповідального управління. Знайти баланс між розвитком туристичної галузі та збереженням природної і культурної спадщини є складним завданням, яке вимагає інноваційних рішень та комплексного підходу. Майбутнє туризму залежить від здатності сучасного суспільства впроваджувати стійку політику, змінювати споживчі звички та переосмислювати цінність місцевих ресурсів не лише як туристичного продукту, а і як складової глобального культурного та екологічного балансу.

Список використаних джерел

1. Колотуха О. В. Спортивний туризм та активна рекреація: ОВЕРТУРИЗМ. URL: <https://geohub.org.ua/node/1901> (дата звернення: 03.03.2025).
2. Надлишковий туризм – що це таке, які його наслідки та як вирішити проблему? URL: <https://www.imena.ua/blog/excess-tourism/> (дата звернення: 03.03.2025).
3. Подорожі й туризм. *The Economist. Світ noneреду* – 2025, 2025. С. 103.

Голіхін Леонід,

здобувач вищої освіти першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

Міжнародний гуманітарний університет, м. Одеса

Науковий керівник: **Олійник Валентина**, к. г. н., доцент

ПРИРОДНИЙ ПОТЕНЦІАЛ РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНОГО КОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ: ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ

Рекреаційно-туристичний комплекс України є важливою складовою національної економіки, що спирається на багатий природно-ресурсний потенціал країни. Географічне розташування, різноманітність кліматичних зон, наявність Карпатських гір, узбережжя Чорного та Азовського морів, численних річок, лісів і природних заповідників створюють унікальні передумови для розвитку туризму й рекреації [1].

Природні ресурси відіграють ключову роль у формуванні туристичного продукту. Наприклад, курорти Карпат мають високий потенціал для розвитку гірськолижного, еко- та оздоровчого туризму. Морські курорти півдня традиційно приваблюють туристів у літній період. Значним ресурсом є і біорізноманіття національних природних парків, таких як Шацький, Карпатський, Асканія-Нова тощо [2].

Разом з тим, реалізація природного потенціалу стикається з низкою викликів. Серед основних проблем – недостатній рівень інфраструктурного забезпечення, деградація природного середовища через неконтрольовану туристичну діяльність, відсутність належного екологічного менеджменту, нерівномірність розвитку територій. Військова агресія Російської Федерації також істотно обмежила доступ до значної частини рекреаційно-привабливих регіонів, зокрема Криму та частини південного сходу України [3].

Проте, попри ці виклики, відкриваються нові можливості. Серед них –

розвиток внутрішнього туризму, зростання інтересу до еко- та агротуризму, використання цифрових технологій для промоції та управління туристичними об'єктами. Перспективним напрямом є створення мережі сталого туризму з урахуванням принципів охорони природи та участі місцевих громад у туристичній діяльності [4].

Для забезпечення сталого розвитку рекреаційно-туристичного комплексу України необхідно впроваджувати системні зміни в управлінні ресурсами, розробляти регіональні стратегії розвитку туризму, інвестувати в інфраструктуру та освіту кадрів. Також важливо активізувати міжнародну співпрацю в сфері охорони природи та сталого туризму, залучати грантове фінансування для реалізації природоохоронних та туристичних проєктів [4].

Таким чином, природний потенціал України є вагомим основою для формування конкурентоспроможного рекреаційно-туристичного комплексу. Успішна реалізація цього потенціалу можлива за умов вирішення існуючих проблем і використання нових можливостей, що відкриваються в сучасних умовах трансформації суспільства та економіки [5].

Список використаних джерел

1. Мельник Н. В., Іваниця С. М. Географія туризму України: навчальний посібник. Ужгород: УЖНУ, 2021. 104 с. URL: https://kgrks.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/33/2024/02/navchalnyj-posibnyk_heohrafiia-turyzmu-ukrainy_chastyna-1_lektsii__2021.pdf (дата звернення: 11.05.2025).

2. Подде О.В. Рекреаційні ресурси України. Запоріжжя: ЗНТУ, 2011. 112 с. URL : https://library.zntu.edu.ua/bibliograf_pokaz/recreational_resources_of_Ukraine.pdf (дата звернення: 11.05.2025).

3. Основні результати діяльності Державного агентства розвитку туризму в 2023 році. Київ: ДАРТ, 2024. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-presshall/3821292-osnovni-rezultati-dialnosti-derzavnogo-agentstva-rozvitku-turizmu-v-2023-roci.html> (дата звернення: 11.05.2025).

*Стан та перспективи розвитку рекреаційно-туристичного комплексу України:
природний, соціальний, економічний та інноваційний аспекти:
збірник матеріалів Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Полтава, 15 травня 2025 р.)*

4. Sustainable Tourism Development and Strategies in Ukraine. In: Sustainable Development in Post-Crisis Situations. Springer, 2024. URL : https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-031-48735-4_15 (дата звернення: 11.05.2025).

5. Цимбал Л. Туристична сфера України як плацдарм до розвитку національної економіки. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/cymbal.htm (дата звернення: 11.05.2025).

Городянська Лариса,

доцент, чл.-кор. АЕН України, канд. екон. наук

<https://orcid.org/0000-0002-4482-1690>

Державний університет «Київський авіаційний інститут», м. Київ

Берегельська Інна,

здобувачка вищої освіти другого (магістерського) рівня вищої освіти,

Державний університет «Київський авіаційний інститут», м. Київ

МОЖЛИВОСТІ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Сільський туризм є популярним видом відпочинку у Європейських країнах та має важливе значення для забезпечення сталого розвитку регіонів України. В умовах війни та глобальної нестабільності туристична індустрія перебуває під впливом низки негативних чинників, які призвели до занепаду цієї галузі.

Метою є визначення можливостей розвитку сільського туризму в Україні в кризових умовах.

Відповідно до ст. 1 проекту Закону України «Про сільський зелений туризм» сільській туризм є відпочинковим видом туризму, «що передбачає тимчасове перебування туристів у сільській місцевості (селі)» [1].

Сільський туризм в Україні стикається з низкою викликів, усунення негативного впливу яких потребує: організації безпеки туристів; забезпечення енергетичної незалежності засобів тимчасового розміщення в умовах відключення світла, обмеженого доступу до води та тепла, відсутності зв'язку та / або Інтернету та ін. Попри загрози, існує низка можливостей для розвитку сільського туризму в Україні, а саме використання альтернативних джерел енергії (біопаливо, сонячні батареї), створення нових туристичних маршрутів в умовно безпечних регіонах країни та впровадження інноваційних рішень задля забезпечення автономності агротуристичних комплексів. Розвиток туризму

сприятиме зростанню економічних можливостей у різних регіонах України, зокрема, в сільській місцевості, зниженню депопуляції сільського населення, зростанню внутрішніх та міжнародних туристичних потоків, створенню додаткових робочих місць [2; с. 58].

Перспективи забезпечення сталого розвитку країни потребують розробки інноваційних заходів, спрямованих на збереження природних ресурсів і потенціалу країни завдяки розвитку екологічно стійких інфраструктур та практик, спрямованих на зменшення впливу туристичної діяльності на навколишнє середовище; використання альтернативних джерел енергії та зелених технологій в готелях та транспорті для зниження викидів CO₂ [3, с. 160]. Варто зазначити, що в Україні діють принципи та методи застосування екологічного маркування, які наведені у серії міжнародних стандартів ISO 14020 та узгоджені з критеріями європейських регіональних програм екологічного маркування, наприклад, таких як програма ЄС (Ecolabel EU), скандинавська програма (Nordic Swan).

Попри війну та пов'язані з нею загрози, інтерес до сільського туризму в Україні зберігається. Сільський туризм пропонує внутрішнім та зовнішнім туристам можливості для волонтерства, співпраці з місцевими громадами та ознайомлення з культурною спадщиною, що позитивно впливатиме на культурний обмін між різними країнами. Це потребує покращення транспортної, готельної, ресторанної та іншої туристичної інфраструктури [2, с. 58], створення комфортних умов для туристів, зокрема:

- спеціальних «зелених зон» (сільських територій, де ризики для туристів мінімізовані завдяки посиленню заходів безпеки, таким як контроль за пересуванням, наявність систем оповіщення й укриттів, медична підтримка);
- безперебійне електропостачання та водопостачання;
- організація перевірених безпечних та зручних способів доступу до місць відпочинку та пересування у регіоні.

Залучення до розвитку сільського або агротуризму – приватних підприємств розширює можливості співпраці з місцевими громадами шляхом формування спільних єдиних маркетингових стратегій для приваблення туристів. Як приклад, визначені можливі напрями співпраці ТОВ «К2 Супер Компані» з місцевими громадами для розвитку сільського туризму (табл. 1).

Таблиця 1

**Можливі напрями співпраці ТОВ «К2 Супер Компані» з місцевими громадами для розвитку сільського зеленого туризму
(складено авторами за даними [4])**

Напрями співпраці	Опис співпраці з місцевими громадами	Потенційний вплив на розвиток місцевих громад
Постачання екологічних паливних пелет	забезпечення громад (для комунальних об'єктів, соціальної сфери) екологічно чистим та економічним паливом (пелетами) з лушпиння соняшнику, вироблених компанією	зменшення витрат на опалення об'єктів громад (школи, лікарні тощо); покращення екологічної ситуації в громадах
Використання соняшникового концентрату	співпраця з місцевими виробниками продуктів харчування (в тому числі малими підприємствами, фермами) для створення унікальних страв з використанням соняшникового концентрату HiPro для залучення туристів	стимулювання місцевого виробництва, підвищення привабливості гастрономічних турів у регіонах
Організація навчальних заходів	проведення компанією тренінгів та семінарів для членів громади (підприємців, фермерів, працівників культури) з питань використання продукції компанії, ведення бізнесу, маркетингу тощо	підвищення кваліфікації місцевих кадрів, поживлення підприємницької активності в громадах, покращення якості туристичних послуг

Пожвавлення туризму потребує не лише залучення інвестицій з метою модернізації магістралей, об'єктів розміщення туристів, а й дотримання екологічної стратегії та забезпечення енергетичних рішень, спрямованих на

створення безпечних і комфортних умов перебування туристів у сільській місцевості. Інноваційна продукція, яку виробляє підприємство ТОВ «К2 Супер Компані» відповідно до принципів екологічних стандартів якості, може позитивно вплинути на дотримання екологічних умов функціонування агротуристичних об'єктів приватних садиб, фермерських господарств та центрів активного відпочинку в сільській місцевості України та на залучення туристів. Як видно з таблиці 1, підприємство пропонує: паливні пелети для забезпечення енергетичної автономності з дотриманням вимог екологічних стандартів (наприклад, для обігріву туристичних садиб); екологічно чисті кормові добавки, що підвищують якість продукції фермерських господарств, сприяють розвитку гастрономічного туризму та привертають туристів до сільських зон відпочинку.

Отже, можливості розвитку сільського туризму пов'язані з впровадженням екологічно безпечних технологій до господарської діяльності туристичних домогосподарств, що потребує розширення співпраці місцевих громад з приватними підприємствами – виробниками екологічно чистої продукції. Впровадження інноваційних підходів привабить туристів, забезпечить зростання внутрішніх та міжнародних туристичних потоків, культурний обмін між різними країнами та сталий розвиток регіонів України.

Список використаних джерел

1. Про сільський та сільський зелений туризм: проект Закону України від 04 берез. 2021 р. № 5206. URL: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=71321 (дата звернення: 30.04.2025).

2. Городянська Л. В., Кіщенко А. А., Коваль В. М. Повоєнний розвиток туристичної індустрії України. *Маркетингові та організаційні механізми повоєнного розвитку галузі гостинності та туризму України : зб. тез доп. І Всеукр. наук.-практ. конф., м. Харків, 14-15 листоп. 2023 р. Харків : нац. техн. ун-т «Харків. політехн. ін-т», Ч. 1. 2023 р. С. 57-61. URL: <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/25310>.*

Стан та перспективи розвитку рекреаційно-туристичного комплексу України:
природний, соціальний, економічний та інноваційний аспекти:
збірник матеріалів Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Полтава, 15 травня 2025 р.)

3. Городянська Л. В. *Інноваційні процеси в туристичному бізнесі. Трансформації особистості, суспільства та ринку праці: виклики майбутнього та вплив на освіту* : зб. тез доп. міжнар. наук.-практ. конф., м. Харків, 20-22 верес. 2023 р. Харків : Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, 2023. С. 160-161. URL : <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/25169>.

4. ТОВ «К2 Супер Компані» : офіційний веб-сайт. URL : <https://k2company.com.ua/> (дата звернення: 30.04.2025).

Городянська Лариса,

доцент, чл.-кор. АЕН України, канд. екон. наук

<https://orcid.org/0000-0002-4482-1690>

Державний університет «Київський авіаційний інститут», м. Київ

Безугленко Анастасія, Онищенко Віталій,

здобувачі вищої освіти першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

Державний університет «Київський авіаційний інститут», м. Київ

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В ЄВРОПЕЙСЬКИХ КРАНАХ ТА В УКРАЇНІ

Актуальність дослідження. У сучасних умовах економічної та соціальної нестабільності, спричиненою повномасштабною війною, постає гостра потреба у пошуку нових шляхів відновлення та розвитку сільських територій України. Одним із перспективних напрямів у цій сфері є сільський зелений туризм, що поєднує екологічність, автентичність, економічну доцільність та культурну спадщину. Враховуючи значний природно-ресурсний потенціал, наявність сільських територій та традицій сільського населення, Україна має усі передумови для активного розвитку сільського зеленого туризму.

Метою дослідження є обґрунтування пропозицій щодо застосування досвіду країн ЄС в розвитку зеленого туризму в Україні в сучасних умовах.

Відповідно до поставленої мети необхідно вирішити наступні завдання:

1. Уточнити сутність дефініції «зелений туризм».
2. Дослідити особливості розвитку зеленого туризму в європейських країнах.

У європейському та вітчизняному законодавстві немає єдиного тлумачення поняття «зелений туризм». Наприклад, в Угорщині вживається дефініція «сільська хуторська гостинність» [1]. Зелений туризм іноді називають сільський

або екологічний, а в Європі поширеною є назва «повільний» відпочинок [2]. Відповідно до ст. 6 Закону України «Про туризм» [3] зелений туризм відноситься до екологічного виду туризму. Разом з цим відповідно до ст. 1 проекту Закону України «Про сільський зелений туризм» [4], зелений туризм відносять до виду сільського туризму, яким передбачено «перебування туристів у власному житловому будинку сільського господаря, окремому (гостьовому будинку) або на території особистого селянського (фермерського) господарства».

Дослідження показало [1-4; 5, с. 32-33], що зелений туризм є досить поширеним в Європі та Україні видом екологічного туризму, який враховує природні території та традиційну культуру сільських місцевостей.

Туристична діяльність у сфері сільського, зеленого туризму уособлює комплекс послуг з організації проживання, харчування, відпочинку, екскурсій, транспорту, інформаційного супроводу, а також проведення культурних та інших форм дозвілля, що спрямована на задоволення потреб туристів та пов'язана з використанням туристичних ресурсів місцевості відповідно до вимог Закону [3] та інших актів законодавства України. Зелений туризм сприяє залученню міських жителів до традиційного сільського способу життя, дозволяючи їм змінити ритм буденного існування, відпочити від метушні міста та насолодитися природою.

Варто зазначити, що у довоєнний період основною ресурсною базою розвитку зеленого туризму в Україні були: значна частка сільськогосподарських угідь, які складали біля 70 % земельного фонду, та 30 % сільського населення. Разом з цим, 2/3 сільськогосподарської продукції вироблялося у приватних селянських господарствах, що також створювало сприятливі умови для розвитку цього виду туризму в Україні [6, с. 58].

У кризові періоди, такі як пандемія та війна, розвиток сільського зеленого туризму в Україні був уповільнений, проте галузь потребує впровадження інноваційних форм туризму. Найбільш активно така форма туризму в сучасних

умовах розвивається у Карпатах, Закарпатті, на Поліссі, Поділлі та Буковині.

Туристів приваблюють різні види зеленого туризму, наприклад, спортивно-активні, пізнавальні та пасивні форми відпочинку. Крім цього, внутрішніх туристів все більше приваблюють екологічні ініціативи, які є досить популярними на Заході. У багатьох європейських державах перспективним напрямом розвитку сільських територій є підтримка несільськогосподарського підприємництва, включаючи зелений туризм.

У Європі зелений туризм є не лише популярним видом відпочинку, але й важливим інструментом розвитку сільських територій. Наприклад, у Франції діє система сертифікації агросадиб, що дозволяє туристам обирати якісні та безпечні маршрути та послуги. У Чехії, Польщі та Італії функціонують тематичні маршрути, такі як «Сирний шлях» чи «Стежка гончарів», які об'єднують туристичні об'єкти та ремесла. Швейцарія та Скандинавські країни активно розвивають програми «Work & Stay» («Працюй і відпочивай»), завдяки яким туристи можуть обмінювати працю на проживання. Окрім того, в Італії та Іспанії працюють цифрові платформи для пошуку агросадиб (як приклад, Agriturismo.it), що полегшує доступ до якісних туристичних послуг і підвищує прозорість ринку.

Особливості розвитку зеленого туризму у європейських країнах, полягають у:

- *Сертифікації агросадиб.* В Європі (наприклад, у Франції) діє система сертифікації сільських садиб залежно від рівня якості послуг, умов проживання, безпеки та екологічності.

- *Організації тематичних туристичних маршрутів,* наприклад, між сільськими локаціями. Об'єднані спільною темою такі маршрути сприяють розвитку не лише зеленого туризму, а й традиційних народних ремесел.

- *Розвитку вело- та піших маршрутів,* які є досить популярними у багатьох країнах ЄС. Створення мережі зручних і безпечних велосипедних та пішохідних стежок через сільську місцевість дозволяє туристам досліджувати природу й культурні традиції неквапом та екологічно.

– *Організації цифрових платформ*, які допомагають туристам легко знайти, порівняти та забронювати агросадиби.

– *Поширенні програм «Work & Stay»*, які є досить популярними у Швейцарії й Скандинавських країнах. Суть програми полягає в тому, що туристи допомагають господарям у таких видах робіт, як наприклад, збір овочів, догляд за тваринами та інших в обмін на проживання, їжу й новий цікавий досвід. Такий «бюджетний» вид відпочинку приваблює молодь, волонтерів та тих туристів, які шукають нетиповий формат відпочинку.

У кризових умовах розвиток сільського зеленого туризму в Україні супроводжується постійними динамічними інституційними змінами, обмеженістю людських, фінансових, інформаційних та інших видів ресурсів. Це потребує розробки стратегії інноваційного розвитку зеленого туризму в Україні [7, с. 97], проведення аналізу основних видів креативних практик з урахуванням особливостей європейського досвіду, що забезпечить використання можливостей збільшення внутрішніх і зовнішніх туристичних потоків до країни.

В Україні найбільш поширеними формами відпочинку є:

– наймання приватного помешкання домогосподарств та / або селянських агросадиб;

– розміщення на ночівлю у кемпінгах та наметах, розташованих поруч або на території культурно-етнографічних центрів чи стилізованих агротуристичних хуторів.

Варто уточнити, що доповнення зазначених вище форм відпочинку організацією сільськогосподарських тематичних парків і центрів значно розширює можливості для туристів. Наприклад, ознайомлення гостей з традиційним аграрним господарством, сприятиме популяризації інновацій (альтернативні джерела енергії) у сільському господарстві.

Проблема збереження самобутності сільських територій потребує поєднання традиційного укладу життя з сучасними стандартами обслуговування туристів. Саме тому важливими залишаються питання розбудови інфраструктури, оновлення доріг та дотримання європейських стандартів гостинності [8; 9].

Отже, сформовано особливості розвитку зеленого туризму, який є досить популярним видом відпочинку в європейських країнах. Оскільки Україна має значний потенціал для подальшого розвитку навіть у кризових умовах, варто враховувати досвід європейських країн в процесі розробки стратегії інноваційного розвитку зеленого туризму в Україні.

З метою поживлення сфери туризму необхідно покращувати інфраструктуру, впроваджувати інноваційні технології та посилювати державну підтримку бізнесу. Успішна реалізація цих заходів сприятиме зростанню внутрішніх й зовнішніх туристичних потоків, відродженню сільських територій та регіонів, підвищенню якості обслуговування гостей, збереженню природних ресурсів і народних традицій, зміцненню економіки та формуванню позитивного іміджу України на світовому туристичному ринку.

Список використаних джерел

1. Almeida, A. & Machado, L. P. Rural Development and Rural Tourism: The Impact of Infrastructure Investments. 2021. DOI : <https://doi.org/10.5772/intechopen.95610>.
2. Король М. М., Кадар А. І. Аналіз європейського досвіду організації зеленого туризму. *Ефективна економіка*. 2021. № 10. URL : <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=9401> (дата звернення 08.04.2025).
3. Про туризм : Закон України від 15 верес. 1995 р. № 324/95-ВР. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80?find=1&text=%D0%B7%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BD#Text> (дата звернення: 17.04.2025).

4. Про сільський та сільський зелений туризм: проект Закону України від 04 берез. 2021 р. № 5206. URL: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=71321 (дата звернення 17.04.2025).

5. Городянська Л. В., Руденко Д. М., Сулима О. О. Напрями розвитку екологічного туризму в Україні в сучасних умовах. *Проблеми інтеграції освіти, науки та бізнесу в умовах глобалізації : тези доп. V міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 06 жовт. 2023 р.* Київ : КНУТД, 2023. С. 32-34. URL : <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/25834>.

6. Батиченко С., Мельник Л. Сільський зелений туризм в Україні є стратегічною складовою розвитку сільських територій. *Конструктивна географія та раціональне природне використання.* 2024. Т. 4. С. 56-62. DOI : <https://doi.org/10.17721/2786-4561.2024.4.special-8/19>.

7. Городянська Л. В. Інноваційні та креативні практики у галузі туризму та гостинності: основні риси, види та можливості. *Інтеграція науки і освіти: розвиток культурних і креативних індустрій : зб. матеріалів III Всеукр. наук.-практ. конф., м. Київ, 12 квіт. 2024 р., Київ : КНУТД, 2024. С. 95-98.* URL : <https://er.nau.edu.ua/handle/NAU/65775>.

8. Городянська Л. В., Єремєєва Л. В. Особливості стандартизації туристичних послуг у провідних країнах та в Україні. *Управління та адміністрування в умовах протидії гібридним загрозам національній безпеці : зб. тез доп. IV міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 22 листоп. 2023 р.* Київ : ДУІТ, 2023. С. 574-577. URL : <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/25945>.

9. Городянська Л. В. Напрями удосконалення системи стандартизації на підприємствах галузі гостинності в Україні. *Маркетингові та організаційні механізми повоєнного розвитку галузі гостинності та туризму України : зб. тез доп. II Міжнар. наук.-практ. конф., м. Харків, 26-27 листоп. 2024 р. Частина 2.* Харків : нац. техн. ун-т «Харків. політехн. Ін-т», 2024 р. С. 53-58. URL : <https://er.nau.edu.ua/handle/NAU/66111>.

Городянська Лариса,

доцент, чл.-кор. АЕН України, канд. екон. наук

<https://orcid.org/0000-0002-4482-1690>

Державний університет «Київський авіаційний інститут», м. Київ

ПЕРСПЕКТИВИ ПОВОЄННОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО «ЗЕЛЕНОГО» ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Сталий розвиток економіки потребує вирішення низки екологічних проблем, серед яких – зменшення шкідливих викидів та підвищення якості життя суспільства. Зовнішні фактори, спричинені війною в Україні, негативно впливають на зростання рівня забруднення повітря й води, зниження родючості ґрунтів, втрату енергетичних ресурсів та безпеку туристичних подорожей. Відповідно до основних засад стратегії державної екологічної політики України одним із важливих завдань є формування у суспільстві екологічних цінностей з урахуванням основ сталого споживання та виробництва [1]. У цьому контексті концепція «зеленої» економіки набуває стратегічного значення, оскільки у перспективі дозволить відновити гармонійний баланс між економічним розвитком регіонів та збереженням довкілля. В межах вирішення загальної екологічної проблеми, перспективним напрямом повоєнного відновлення регіонів України є пошук шляхів відродження екологічного туризму.

Метою є визначення перспективних напрямів повоєнного відновлення сільського «зеленого» туризму в Україні.

Екологічні проблеми потребують невідкладних заходів для забезпечення сталого розвитку економіки, комплексної взаємодії суспільної і природної компонент та збереження природних ресурсів для майбутніх поколінь. На шляху інтеграції України до системи світового господарства, одним із пріоритетних завдань є впровадження вітчизняними підприємствами екологічних технологій.

Важливість переходу бізнесу до раціональних моделей споживання та виробництва підкреслюється в Указі Президента України «Про Цілі сталого розвитку України на період до 2030 року» [2].

В умовах глобальних екологічних викликів й обмеженості ресурсів Україна має орієнтуватися на впровадження сучасних екологічно чистих технологій, підвищення енергоефективності, формування відповідального ставлення до ефективного використання природних ресурсів. У Стратегії сталого розвитку України до 2030 року [3], визначені важливі напрями, серед яких цифровізація, «зелений» курс, розвиток бізнесу та збалансований регіональний розвиток. Екологічні пріоритети є підґрунтям сталого зростання економіки, підвищення якості життя населення та розвитку нових безпечних туристичних маршрутів.

Повоєнне відновлення країни потребує врахування унікальних можливостей для впровадження екологічних принципів до економічної та соціальної сфер. У цьому контексті підприємствам доцільно враховувати можливості сталого розвитку та досвід провідних європейських країн, де досить популярним видом відпочинку є екологічний туризм [4, с. 32].

В Європі та Україні найбільш поширеним видом екологічного туризму є сільський або агротуризм, який враховує природні території та традиційну культуру сільських місцевостей [4, с. 32-33]. Цей вид екологічного туризму пропонує відпочинок на фермах, маєтках або інших сільських володіннях і надає можливість взяти участь у сільськогосподарській діяльності. Терміни «відпочинок на фермі» і «канікули на фермі» у німецькій мові зазвичай використовуються як синоніми [5]. Сільський «зелений» туризм є досить популярним серед сімей з дітьми, які бажають відпочити від міського життя, а також серед пар і груп друзів, які бажають набути досвід альтернативного виду відпочинку. З урахуванням вищенаведеного, перспективами розвитку сільського туризму в Україні є відновлення та покращення інфраструктури, державна підтримка бізнесу у поєднанні з комплексним підходом до вирішення низки проблем.

Напрямами вирішення яких можуть бути:

– *Податкові пільги та державні гранти.* Державна підтримка бізнесу може стимулювати підприємства до проведення заходів із запровадження енергоефективних технологій та модернізації обладнання, що дозволить зменшити залежність від викопного палива та скоротити шкідливі викиди.

– *Розвиток відновлюваної енергетики.* Створення умов для інвестування у використання сонячної, вітрової та гідроенергетики сприятиме підвищенню енергетичної безпеки. Участь у міжнародних екологічних програмах дозволить залучити додаткове фінансування та впроваджувати інновації.

– *Реформування системи управління відходами.* Перехід до принципів економіки замкнутого циклу допоможе зменшити навантаження на довкілля та повторно використовувати цінні ресурси. Важливим є розширення інфраструктури для сортування та переробки відходів.

– *Формування у суспільстві екологічної культури.* Уведення циклу освітніх програм з екологічних дисциплін у середніх та вищих навчальних закладах сприятиме формуванню екологічної свідомості у молоді. Разом з цим, активне залучення громадян до заходів, спрямованих на збереження навколишнього середовища дозволить сформувати дбайливе ставлення до природних ресурсів.

– *Залучення міжнародної допомоги.* Співпраця з такими міжнародними організаціями, як ООН та / або Європейський банк реконструкції та розвитку надасть можливість отримати фінансову підтримку та долучитися до програм розвитку та впровадження сучасних екотехнологій.

Усі ці заходи здатні забезпечити міцне підґрунтя для впровадження перспективних напрямів повоєнного відновлення сільського «зеленого» туризму в Україні, основними серед яких є:

– Відбудова доріг та транспортних маршрутів, що забезпечить доступність та зручність відвідування туристичних локацій.

- Реставрація садиб, екоферм, етнопарків, які можуть стати центрами туризму.
- Підключення сільських територій до стабільних джерел електро- та водопостачання, а також забезпечення якісного інтернет-зв'язку.
- Надання державних та міжнародних грантів для розвитку сільського підприємництва в галузі туризму.
- Впровадження навчальних програм та консультаційна підтримка для власників садиб та агроферм.
- Спрощення процедур отримання дозволів для ведення туристичного бізнесу в сільській місцевості.
- Використання відновлюваних джерел енергії на туристичних об'єктах.
- Підтримка органічного землеробства для приваблення гостей та розвитку агро- та гастротуризму.
- Проведення фестивалів, ярмарків, етновечірок з метою популяризації національних страв та культури.

Переваги відновлення інфраструктури, створення безпечних маршрутів, збереження заповідних зон, використання місцевих продуктів і сезонних інгредієнтів для приготування екологічно безпечних страв, а також належна просвітницька робота здатні привернути увагу відвідувачів до сільського туризму та сприяти економічному розвитку екологічно чистих регіонів України.

Отже, сільський «зелений» туризм є важливим напрямом розвитку економіки сільських територій та збереження національної культурної спадщини. В умовах повоєнного відновлення саме цей вид туризму може стати ключовим фактором відродження регіонів, створення нових робочих місць, популяризації екологічно чистого виду відпочинку серед населення. Комплексний підхід до інфраструктурного відновлення, впровадження екологічних технологій, популяризації українських страв і традицій разом із підтримкою підприємницької

ініціативи сприятимуть формуванню конкурентоспроможного туристичного сектору в післявоєнний період та збереженню природних ресурсів України.

Список використаних джерел

1. Про Основні засади (стратегію) державної екологічної політики України на період до 2030 року : Закон України від 28 лют. 2019 р. № 2697-VIII. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2697-19#Text> (дата звернення: 04.04.2025).
2. Про Цілі сталого розвитку України на період до 2030 року : Указ Президента України від 30 верес. 2019 р. № 722/2019. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/722/2019#Text> (дата звернення : 29.03.2025).
3. Стратегія сталого розвитку України до 2030 року. Проект 2017. United Nations Development Programme (UNDP) : веб-сайт. URL : https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/migration/ua/UNDP_Strategy_v06-optimized.pdf (дата звернення: 04.04.2025).
4. Городянська Л. В., Руденко Д. М., Сулима О. О. Напрями розвитку екологічного туризму в Україні в сучасних умовах. *Проблеми інтеграції освіти, науки та бізнесу в умовах глобалізації : тези доп. V міжнар. наук.-практ. конф.*, м. Київ, 06 жовт. 2023 р., Київ : КНУТД, 2023. С. 32-34. URL : <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/25834>.
5. Was ist Agrotourismus? LandReise.de : website. URL : <https://www.landreise.de/agrotourismus/> (дата звернення: 04.04.2025).

Дюжев Олександр,

аспірант

Остапенко Денис,

аспірант

Косенко Андрій,

к.е.н., професор

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»,
м. Харків

ДОСЛІДЖЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ТА ФОРМ ПРОВЕДЕННЯ ПІШОХІДНОГО ТУРИЗМУ

Пішохідний туризм є одним із найпопулярніших видів активного відпочинку, що сприяє фізичному здоров'ю, психологічному благополуччю та гармонійному розвитку особистості. Він поєднує в собі оздоровчу, пізнавальну та рекреаційну складові, забезпечуючи туристам можливість насолоджуватися природою, розвивати витривалість та навички орієнтування на місцевості. Останнім часом зростає інтерес до різних форм пішохідного туризму, що пояснюється його доступністю, екологічною спрямованістю та соціальними аспектами.

Дослідження ефективності та форм проведення пішохідного туризму дозволяє визначити оптимальні методи організації таких заходів, сприяти їх популяризації та підвищенню безпеки учасників. Зокрема, актуальними є питання вибору маршрутів, підготовки туристів, необхідного спорядження та забезпечення екологічної стійкості туристичних зон. У даній роботі буде розглянуто основні аспекти пішохідного туризму, оцінено його вплив на здоров'я та психоемоційний стан людини, а також проаналізовано ефективність різних підходів до його організації.

Пішохідний туризм (також відомий як трекінг або хайкінг) – це форма активного туризму, при якій люди подорожують пішки, зазвичай в природному

середовищі, далеко від міського життя і автомобільних шляхів[1-5]. Основна ідея полягає в тому, щоб насолоджуватися природою, активно відпочивати та досліджувати нові місця, пересуваючись пішки [1, 4].

Проведене дослідження дозволило виявити основні найбільш привабливі туризмоутворюючі характеристики пішохідного туризму, до яких, на нашу думку, слід віднести [2, 3, 5]:

- подорож пішки: головною особливістю пішохідного туризму є пересування пішки. Туристи використовують свої ноги для подолання маршрутів в різних природних умовах - гори, ліси, поля, гірські стежки тощо;
- природне середовище: пішохідний туризм дозволяє насолоджуватися природними красотами, дикою природою та пейзажами. Туристи можуть досліджувати віддалені місця, які недоступні для автотранспорту;
- фізична активність: пересування пішки вимагає фізичного зусилля, що сприяє покращенню здоров'я та підтримує форму;
- відкриття нових місць: Пішохідний туризм дозволяє відкривати нові місця, досліджувати культурні пам'ятки, дикий та непорушений природний світ;
- спілкування з природою: туристи можуть насолоджуватися тишою і спокоєм природи, відчувати ближче зв'язок з природним середовищем;
- різноманітність маршрутів: пішохідний туризм може бути доступним на різній складності маршрутах, від легких прогулянок до тривалих та виснажливих походів;
- екологічно чистий вид туризму: пішохідний туризм є екологічно чистою формою туризму, оскільки не залишає великого вуглецевого сліду та не впливає на дику природу.

Економічна ефективність пішохідного туризму може мати значний вплив на розвиток регіонів та економіку країни, де він практикується. В результаті проведеного дослідження виявлено основні характеристики, які показують економічну вигоду пішохідного туризму:

- туристичний рух і прибуток: пішохідний туризм привертає туристів в регіони з привабливою природою і мальовничими місцями для хайкінгу;
- розвиток інфраструктури: Зі зростанням популярності пішохідного туризму інвестори та влада можуть вкладати кошти в розвиток туристичної інфраструктури, такої як підтримка та розширення мережі маршрутів, будівництво готелів і гостьових будинків, розбудова паркових зон, організація сервісів для туристів. Це сприяє створенню нових робочих місць і розвитку бізнесу;
- збереження природного середовища: Регіони з популярними маршрутами для пішохідного туризму мають стимул зберігати свої природні ресурси і дикі території. Це може впливати на розвиток екологічного туризму, який також є джерелом доходів;
- реклама і маркетинг: успішні туристичні маршрути та місця привертають увагу туристів з усього світу;
- стимулювання місцевої економіки: Підприємства, що обслуговують туристів, зазвичай залежать від місцевих постачальників товарів і послуг, що стимулює розвиток місцевої економіки;
- додаткові можливості: пішохідний туризм може створювати додаткові можливості для розвитку культурного та екологічного туризму, а також розвитку різних видів дозвілля і спорту в природному середовищі.

Загалом, пішохідний туризм може мати значний економічний вплив на регіони, які мають привабливі маршрути для хайкінгу. Він стимулює розвиток інфраструктури, привертає нових інвесторів, сприяє створенню нових робочих місць та сприяє збереженню природного середовища.

Пішохідний туризм є важливим елементом активного відпочинку, що позитивно впливає на фізичне та психічне здоров'я людини. Дослідження показало, що різні форми пішохідного туризму, зокрема спортивний, рекреаційний та екологічний, мають свої особливості, які необхідно враховувати

при плануванні маршрутів та організації походів. Важливими факторами успішного пішохідного туризму є правильна підготовка, вибір відповідного спорядження, дотримання правил безпеки та екологічна свідомість учасників.

Аналіз ефективності пішохідного туризму свідчить про його значний вплив на гармонійний розвиток особистості, формування витривалості та соціальної взаємодії. Важливою складовою є також збереження природного середовища та мінімізація антропогенного впливу. Отже, популяризація пішохідного туризму, підвищення рівня організації та безпеки таких заходів сприятиме не лише покращенню якості відпочинку, а й загальному розвитку туризму в регіональному та національному масштабах.

Список використаних джерел

1. Формування управлінської, маркетингової та інноваційної політики на підприємствах туристичної індустрії / П. Г. Перерва [та ін.]. *Вісник Національного технічного університету «ХПІ» (екон.науки): зб. наук. пр.* Харків : НТУ «ХПІ», 2018. № 47. С. 114-120.
2. Кобелева Т. А., Перерва П. Г. Комплаєнс-программа на підприємствах туризму и ресторанно-гостиничного бизнеса. *Менеджмент розвитку соціально-економічних систем у новій економіці* : матеріали Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., м. Полтава, 19 жовтня 2017 р. Полтава : ПУЕТ, 2017. С. 378-380.
3. Kosenko A. V., Tkachev M. M., Kobieliev V. M., Pererva P. G. (2018) Innovative compliance of technology to combat corruption // Innovative management: theoretical, methodical, and applied grounds / S.M. Illiashenko, W.Strielkowski (eds.). 1st edition. Prague: Prague Institute for Qualification Enhancement. P.285-295.
4. Pererva P. G., Kocziszky G., Somosi Veres M., Kobielieva T. O. Compliance program: [tutorial]. Kharkov-Miskolc : LTD «Planeta-prynt», 2019. 689 p.
5. Матросова В. О., Перерва П. Г., Матросов О. Д. Кадрове забезпечення галузі туризму та гостинності. *Проблеми формування та розвитку інноваційної інфраструктури*: Матеріали V Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Львів, 23-25 травня 2019 р.). Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2019. С. 515-516.

Каплун Юліана,

здобувач вищої освіти спеціальності Готельно-ресторанна справа

Миколаївський національний аграрний університет, м. Миколаїв

Науковий керівник: **Сухорукова Анна**, к. н. з державного управління, доцент

СІЛЬСЬКИЙ «ЗЕЛЕНИЙ» ТУРИЗМ: ПОТЕНЦІАЛ РОЗВИТКУ ТА АКТУАЛЬНІ ВИКЛИКИ ДЛЯ УКРАЇНИ

Останніми роками в Європі набуває популярності тенденція до відпочинку в сільській місцевості, яка поступово поширюється і в Україні. Зелений туризм як форма відпочинку в селі не є новим явищем для країни, оскільки ще на початку XX століття карпатські села приваблювали видатних діячів культури, мистецтва та політики. На сьогодні цей напрям активно розвивається у 14 областях України, завдяки ініціативі всеукраїнської громадської неприбуткової організації – Співки сприяння розвитку сільського зеленого туризму.

Сільський зелений туризм являє собою особливий вид відпочинку, що передбачає використання природних, культурних і матеріальних ресурсів сільської місцевості. При цьому туристам надається проживання, харчування та необхідні послуги, організовані безпосередньо місцевими господарями.

Українські села володіють значним рекреаційним потенціалом, який до цього часу не використовувався повною мірою. Найціннішим ресурсом у цьому контексті є унікальна природа, спілкування з якою особливо важливе для мешканців міст. Відпочинок у різних регіонах країни дає змогу використовувати природні оздоровчі фактори, зокрема вплив ландшафту, клімату та мінеральних джерел, що сприяє фізичному й емоційному відновленню туристів [1].

Сільський зелений туризм сприяє економічному розвитку та процвітання країни, вирішуючи ряд питань пов'язаних з:

- збільшенням робочих місць у селі;
- створенням благоустрою садиб та сіл в цілому, розвиток інфраструктури;
- збільшенням доходів та середнього рівня проживання при невисоких затратах;
- можливістю реалізувати місцеву продукцію туристам, отримуючи від цього дохід;
- організацію та збільшення охорони місцевих історичних пам'яток, збереження місцевих звичаїв та традицій, фольклору, народних промислів;
- підвищення культурного та освітнього рівня сільського населення тощо.

У світовій практиці зелений туризм розглядається як прибуткова альтернатива традиційному сільському господарству. Важливо зазначити, що розвиток туристичної інфраструктури у сільській місцевості не потребує значних капіталовкладень, на відміну від інших видів туризму, і може реалізовуватися завдяки власним ресурсам місцевого населення. Крім того, скорочення відтоку мешканців із сіл до міст дозволяє значно зекономити фінансові та матеріальні ресурси. За оцінками експертів Європейського банку реконструкції та розвитку, витрати на облаштування мешканця сільської місцевості у місті в 20 разів перевищують витрати на створення умов для його комфортного життя і праці у рідному селі [2].

В Україні впроваджена система екологічної сертифікації та добровільної категоризації «Зелена садиба», яка була розроблена за участі Всеукраїнської Співпраці сприяння розвитку сільського зеленого туризму, враховуючи досвід Польщі. Ця сертифікаційна модель ґрунтується на принципах мінімізації негативного впливу агротуристичних об'єктів на довкілля, збереження народних традицій та ремесел, підтримки місцевої економіки, а також сприяння розвитку екологічно орієнтованих форм відпочинку та дозвілля.

Аналізуючи міжнародний досвід, можна визначити ключові напрями розвитку сільського зеленого туризму в Україні. Одним із важливих аспектів є вдосконалення нормативно-правової бази, що регулює цю сферу, що сприятиме її подальшому зростанню та популяризації серед туристів [3].

Живописні краєвиди України створюють сприятливі умови для розвитку цього виду відпочинку в різних регіонах країни.

Найбільшу зацікавленість у туристів викликають населені пункти, розташовані на узбережжі морів, поблизу річок та озер, у гірських районах, а також у місцевостях із джерелами мінеральних вод, покладами лікувальних грязей або значною історико-культурною спадщиною. Окремим напрямом сільського туризму є подорожі, пов'язані з відвідуванням релігійних святинь та паломницьких центрів.

Відпочинок у сільській місцевості приваблює передусім жителів великих міст, які прагнуть хоча б на короткий час змінити середовище, насолодитися екологічно чистим повітрям, скуштувати страви традиційної української кухні з натуральних продуктів та знайти спокій у затишній атмосфері сільської садиби. Багато родин обирають такий відпочинок для оздоровлення дітей.

Для того щоб сільський зелений туризм в Україні став дієвим інструментом розвитку сільських територій та реалізував свій рекреаційний потенціал, необхідно усунути наявні перешкоди та створити сприятливі умови для його зростання.

Насамперед, в Україні відсутнє належне законодавче регулювання, яке б сприяло розвитку сільського зеленого туризму. На рівні законодавчих актів досі не визначено правовий статус господарів, які приймають туристів у своїх садибах.

Крім того, сільські території потребують розбудови необхідної інфраструктури для розвитку цього напрямку. Зокрема, важливо створити фінансові механізми підтримки господарів, систему підготовки фахівців у сфері

сільського туризму, покращити культурно-побутову базу та розширити транспортне сполучення.

Додатково, для ефективного просування зеленого туризму необхідно активізувати рекламно-інформаційну діяльність, зокрема із залученням сучасних цифрових технологій та онлайн-ресурсів [4].

Отже, сільський зелений туризм поєднує вигоди як для відпочивальників, так і для місцевих господарів, сприяючи розвитку сільських територій. Однак для його ефективного функціонування необхідна підтримка з боку законодавців, органів влади та громадськості.

Список використаних джерел

1. Сільський зелений туризм в Україні. Васильєв В. П.
URL : https://tourlib.net/statti_ukr/vasyljev.htm.
2. Управління відходами у глобалізованому світі: виклики та перспективи / О. В. Шебаніна, А. І. Бурковська, А. С. Полторак, А. В. Бурковська, А. Л. Сухорукова. *Система управління відходами в циркулярній економіці: фінансові, соціальні, екологічні та енергетичні детермінанти* : монографія / за заг. ред. А. С. Росохатої, М. Г. Мінченко. Суми : Сумський державний університет, 2023. С. 74-83.
3. Чеглей В. М. Світовий досвід розвитку сільського зеленого туризму.
URL: https://tourlib.net/statti_ukr/cheglej2.htm.
4. Arabov, N., Sukhorukova, A., Voloshyna-Sidei, V., Khomitov, K., Nasimov, D., Ismailov, B., & Bakayev, Z. (2023). Assessment of the efficiency of public-private partnership in the service sector. E3S Web of Conferences, 452, 05028.

Климчук Дар'я,

здобувачка фахової передвищої освіти,

Лозівська філія Харківського автомобільно-дорожнього фахового коледжу,

м. Лозова

Науковий керівник: **Богач Олена**, викладач вищої категорії

ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНІ МЕХАНІЗМИ СТИМУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ В УМОВАХ ПОВОЄННОЇ ВІДБУДОВИ: ПОДАТКОВІ ПІЛЬГИ ТА ІНВЕСТИЦІЙНІ ПЕРСПЕКТИВИ

Туристична галузь України має значний потенціал для економічного зростання, особливо в умовах повоєнної відбудови, що розпочалася після активної фази конфлікту. За даними Державного агентства розвитку туризму України (станом на 2024 рік), сектор туризму здатен генерувати до 10% ВВП за умови належної підтримки. Однак фінансова нестабільність, високі витрати на відновлення інфраструктури та брак інвестицій стримують його розвиток. У цьому контексті фінансово-економічні механізми, зокрема податкові пільги та стимулювання інвестицій, стають ключовими інструментами для пожвавлення галузі. Метою тез є аналіз сучасних фінансових інструментів і розробка пропозицій щодо їх вдосконалення для підтримки туристичного сектору України в постконфліктний період.

Сучасний стан фінансово-економічної підтримки туристичної галузі. На 2025 рік в Україні діють окремі програми підтримки малого та середнього бізнесу (МСБ), зокрема через пільгове кредитування («5-7-9%») та часткове відшкодування витрат на туристичну інфраструктуру. Проте спеціалізованих фінансових механізмів для рекреаційно-туристичного комплексу недостатньо. Податкове навантаження на підприємства галузі залишається значним: ставка

ПДВ становить 20%, а податок на прибуток – 18%. У порівнянні з країнами ЄС, де для туризму часто застосовують знижені ставки (наприклад, 10% ПДВ у Польщі для готелів), Україна програє в конкурентоспроможності. Аналіз показує, що брак цільових стимулів знижує інвестиційну привабливість галузі.

Вплив податкових пільг на розвиток туризму. Податкові пільги можуть стати ефективним інструментом для стимулювання МСБ у туризмі.

Пропонується:

– Зниження ПДВ до 7% для готелів, туристичних операторів і рекреаційних закладів на 3–5 років. За оцінками, це може збільшити оборот галузі на 15–20% за рахунок зниження цін і зростання попиту.

Таблиця 1

Прогноз економічного ефекту від зниження ПДВ до 7%

Показник	Без пільг (2024)	З пільгами (2026)	Зміна
Доходи галузі, млрд грн	80	92	+12
Надходження ПДВ, млрд грн	16	6,44	-9,56
Нові робочі місця, тис.	-	10	+10
ПДФО та соцвнески, млрд грн	4	5,5	+1,5

Примітка: Розрахунки базуються на припущенні стабільної інфляції та частковому відновленні інфраструктури до 2026 року.

Джерело: Розрахунки автора на основі даних [1] та [4].

– Тимчасове звільнення від податку на прибуток (на 2 роки) для новостворених туристичних підприємств у регіонах, що постраждали від війни (наприклад, Харківська, Херсонська області). Це сприятиме відновленню місцевої економіки.

– Податкові канікули для інвесторів, які вкладають кошти в реконструкцію туристичної інфраструктури (наприклад, санаторіїв чи культурних об'єктів). Розрахунки показують, що кожен вкладений 1 млн грн може створити до 10

робочих місць у секторі.

Прикладом успішного застосування подібних механізмів є Грузія, де зниження податків у 2010-х роках призвело до зростання туристичного потоку на 25% за 5 років [1]. В Україні такі заходи можуть дати аналогічний ефект, особливо якщо поєднати їх із маркетинговими кампаніями.

3. Інвестиційні перспективи та спеціальні економічні зони (СЕЗ). Для залучення іноземних і внутрішніх інвестицій доцільно створити спеціальні економічні зони в туристично привабливих регіонах (Карпати, Чорноморське узбережжя, історичні міста). У СЕЗ можна запровадити:

- Нульову ставку податку на прибуток для інвесторів на перші 5 років.
- Спрощену процедуру отримання дозволів на будівництво туристичних об'єктів.
- Гарантії повернення інвестицій через державно-приватне партнерство.

За прогнозами, створення 3–5 таких зон може залучити до 500 млн дол. США іноземних інвестицій до 2030 року, що відповідає світовим тенденціям (наприклад, Туреччина залучила 1,2 млрд дол. у туристичні СЕЗ за 2015–2020 рр. [2]). Це також сприятиме децентралізації та розвитку депресивних регіонів.



Джерело: Розрахунки автора на основі [1] та [2].

Фінансово-економічні механізми, такі як податкові пільги та створення СЕЗ, здатні значно прискорити відновлення туристичної галузі України в повоєнний період. Запропоновані заходи – зниження ПДВ, податкові канікули та інвестиційні стимули – мають потенціал збільшити доходи галузі на 20–25% протягом 3 років і створити тисячі робочих місць. [3].

Для реалізації цих ідей необхідно розробити відповідні законодавчі зміни та пілотні проекти в регіонах із високим туристичним потенціалом. Подальший аналіз ефективності таких механізмів може стати основою для ширшої державної стратегії розвитку туризму.

Список використаних джерел:

1. Державне агентство розвитку туризму України. Звіт за 2024 рік. Київ, 2025. URL : <https://www.tourism.gov.ua/annual-report-2024> (дата доступу: 10.03.2025).
2. World Tourism Organization. Tourism Investment Report 2023. Madrid, 2023. URL : <https://www.unwto.org/tourism-investment-report-2023> (дата доступу: 10.03.2025).
3. Закон України «Про туризм» (із змінами станом на 2025 р.). URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр> (дата доступу: 10.03.2025).
4. Коваленко О. В. Податкові стимули туризму. *Економічний вісник*. 2024. № 3. С. 45–52. URL: <https://ev.npu.edu.ua/index.php/ev/article/view/2024-03-45> (дата доступу: 10.03.2025).

Кобобел Алла,

доктор філософії зі спеціальності «Освітні, педагогічні науки»,
вчитель фізичної культури вищої категорії, педагог-організатор I категорії.

Ліцей № 26 «Шевченківський» Полтавської міської ради, м. Полтава

Скляр Георгій,

д. е. н., професор, професор кафедри туристичного та готельного бізнесу
Полтавський університет економіки і торгівлі», м. Полтава

ТУРИЗМ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БЛАГОПОЛУЧЧЯ СУБ'ЄКТІВ ОСВІТНЬОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Сучасна постнекласична наука досліджує важливі аспекти життєдіяльності людини. В умовах воєнного стану значно загострилася проблема досягнення психологічного, соціального та фізичного благополуччя громадян України, зокрема освітян. Тому тема, присвячена розгляду туризму як інструменту забезпечення благополуччя суб'єктів освітньої діяльності є, на наш погляд, актуальною.

Мета дослідження полягає у науковому обґрунтуванні доцільності використання туризму (туристських практик людини) як інструменту забезпечення благополуччя суб'єктів освітньої діяльності. Вирішення поставлених завдань здійснено за допомогою загально-наукових методів аналізу та синтезу, систематизації та узагальнення. Використано концепцію сумісно-розділених відносин. У статті нами аналізуються відносини справжнього туризму, що відповідають нормам закону України «Про туризм» та нормам міжнародних туристичних організацій.

Сучасні вітчизняні дослідники Терехух А. А. та Теодорович Л. В. розглядають проблему благополуччя людини в контексті забезпечення комфорту туристів [2]. Нами така проблема аналізується в контексті формування

постнекласичної туристичної науки про людину, об'єктом дослідження якої є людина в туризмі, а предметом дослідження – особистість людини в туризмі. Особистість має цілісну біо-соціо-духовну природу, якій відповідає цілісний характер людської діяльності в туризмі. Вся сфера цілісної взаємодії людини в туризмі з природою та культурою є туристичним господарством. Економічна діяльність людини в туризмі забезпечує умови розвитку туристичного господарства. Цілісна людина в туризмі виступає у форматах людини-туриста, людини-підприємця, людини-найманого працівника тощо.

В умовах воєнного стану в сфері туристичного господарства відбулися значні економічні, соціальні, демографічні, гендерні зміни. В останній час характерним стало використання туристичних подорожей як інструменту, у першу чергу, психологічної реабілітації громадян, переважно жінок та дітей. Набули популярності короткочасні екскурсійні тури, тури вихідного дня, автобусні подорожі в межах України та країнами Європи. Такі практики обумовлені, на наш погляд, високим рівнем тривожності та обмеженою платоспроможністю населення. Відбувається трансформація в організації окремих видів туризму, зокрема, шкільного туризму. На наш погляд, такий вид туризму, що традиційно пов'язаний з навчальними екскурсіями, відвіданням музеїв, краєзнавчими та спортивними аспектами за участю здобувачів освіти, набув ознак освітянського туризму.

Основними суб'єктами освітньої діяльності та стейкхолдерами освітянського туризму є здобувачі освіти, педагоги, адміністративні працівники, батьки тощо. Виходячи з нашого бачення цілісної трипостасної структури особистості вважаємо, що фізична компонента створює важливий регулюючий вплив на соціальний та духовний розвиток дитини. Підготовка здобувачів освіти як суб'єктів освітянського туризму до подорожей відбувається в процесі проведення занять з навчальних предметів «Здоров'я, безпека та добробут», «Військова підготовка», «Фізична культура» тощо, проведення змагань Всеукра-

їнського фізкультурно-оздоровчого проєкту «Gool Games», Всеукраїнського фізкультурно-оздоровчого фестивалю «Козацький гарт», Всеукраїнської шкільної ліги «Пліч-о-пліч» з різних видів спорту, зокрема: спортивного орієнтування, регбі-5, легкої атлетики, футзалу, гандболу, баскетболу, волейболу, черліденгу тощо. Педагогічні працівники також беруть участь у таких змаганнях, що сприяє розвитку фізичної витривалості, координації рухів, вольових якостей людини. Для педагогічних працівників участь у туристичних подорожах, на наш погляд, є проявом евдемонічної активності, забезпечення балансу позитивних та негативних емоцій, досягнення суб'єктивного та власне благополуччя особистості [1]. Туризм сприяє профілактиці професійного вигорання вчителів, досягненню фізичного та психологічного розвантаження, формуванню нових яскравих образів, отриманню нових вражень та знань про природу і культуру DESTINATION, регіонів, країн. Виключно важливим, на наш погляд, є участь батьків у підготовці та здійсненні туристичних подорожей разом з дітьми. Це дає можливість посилити родинні зв'язки, показати на власному прикладі зацікавленість у пізнанні оточуючого світу, сприяє прищепленню корисних навичок та культури поведінки у різних практичних ситуаціях.

Таким чином, нами обґрунтовано, що розгляд туризму як інструменту забезпечення благополуччя суб'єктів освітньої діяльності є важливою науковою проблемою сучасної постнекласичної туристичної науки про людину. Об'єктом такої науки є людина в туризмі, а предметом-особистість людини в туризмі, що має цілісну біо-соціо-духовну природу. В умовах воєнного стану відмічена тенденція трансформації традиційного шкільного туризму в освітянський туризм. Відзначена важливість фізичної підготовки суб'єктів освітньої діяльності до туристичних подорожей, що сприяє розвитку соціальної та духовної компонент їх особистості. Туристична діяльність є адекватною евдемонічною активністю суб'єктів освітньої діяльності, що забезпечує досягнення ними суб'єктивного благополуччя.

Список використаних джерел

1. Боснюк В.Ф. Модель евдемонічної активності як пояснювальна концепція благополуччя особистості. *Психологічні студії*. 2023. № 1. С.12-20.
2. Терехух А. А., Теодорович Л. В. Філософські підходи до забезпечення комфорту туристів. *Економіка та суспільство*. 2024. Вип. № 66. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-66-56>.

Копиця Андрій,

аспірант

Бердос Максим,

аспірант

Кобєлєва Тетяна,

д.е.н., професор

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»,
м. Харків

ФОРМУВАННЯ БАЗОВИХ ХАРАКТЕРИСТИК РІЗНОВИДІВ СПОРТИВНОГО ТУРИЗМУ

Спортивний туризм – це вид туризму, що включає у себе активну фізичну активність та участь у спортивних заходах під час подорожі або відпочинку. Основна ідея спортивного туризму полягає в поєднанні подорожей із заняттям спортом або іншими активними видами діяльності. Цей вид туризму сприяє здоровому способу життя, підтримує фізичну форму та дозволяє отримувати нові враження та емоції.

В загальному рахунку, спортивний туризм надає можливість людям поєднувати активність і пригоди під час подорожі, розширюючи свої межі і отримуючи нові враження від природи та спортивної активності.

Проведемо дослідження найбільш відомих та популярних серед українців видів спортивного туризму.

Гірськолижний туризм є популярною формою зимового спортивного туризму, яка включає в себе лижний спорт у гірських регіонах. Основні характеристики гірськолижного туризму включають:

– лижні курорти: гірськолижний туризм зазвичай відбувається на спеціалізованих лижних курортах, які розташовані у гірських районах. Ці курорти мають

витяги, траси для лижу та інфраструктуру для зручного заняття лижним спортом;

- спортивні можливості: гірськолижний туризм надає можливість займатися різними формами лижного спорту, такими як звичайне катання на лижах, сноубординг, лижні прогулянки або спуски поза трасою (фрірайд);

- зимовий сезон: головним сезоном для гірськолижного туризму є зимові місяці, коли у гірських регіонах є достатньо снігу для заняття лижним спортом;

- інфраструктура: лижні курорти мають розвинену інфраструктуру, яка включає готелі, ресторани, прокат лижного спорядження, школи лижного майстерства тощо;

- різноманітність трас: на лижних курортах доступні різні траси для різного рівня підготовки, від початківців до досвідчених лижників.

- туристичний відпочинок: гірськолижний туризм часто поєднується з відпочинком у гірському середовищі, де можна насолоджуватися красою гір, свіжим повітрям та активними заняттями поза катанням на лижах, такими як гірський туризм або снігоступи;

- розваги для всієї родини: гірськолижні курорти часто пропонують розваги для всієї сім'ї, такі як катання на санях, катання на ковзанах, апрес-скі (вечірні розваги після катання) та інші активності.

Гірськолижний туризм є захоплюючим способом провести час у зимовий період, де любителі лижу можуть насолоджуватися гірськими краєвидами та активними спортивними враженнями.

Велосипедний туризм – це вид туризму, де подорожі відбуваються на велосипедах і включають активну їзду на двоколісному транспорті через різні місцевості. Основні характеристики велосипедного туризму включають в себе:

- фізичну активність: велосипедний туризм сприяє фізичній активності та здоровому способу життя. Їзда на велосипеді вимагає зусиль, що допомагає у підтримці форми та зміцненні м'язів;

- різноманітність маршрутів: велосипедні маршрути можуть бути дуже

різноманітними, від підняття в гори до їзди по рівнинним місцевостям;

- подорожі на відкритому повітрі: велосипедний туризм дає можливість насолоджуватися подорожами на відкритому повітрі, де можна насолоджуватися природними краєвидами і атмосферою;

- екологічно чистий спосіб подорожувати: велосипеди є екологічно чистим засобом транспорту, що дозволяє зменшити вплив на навколишнє середовище порівняно з автомобільним транспортом;

- можливість взаємодії з місцевим населенням: подорожуючи на велосипеді, ви маєте більше можливостей взаємодіяти з місцевим населенням і дізнаватися більше про місцеву культуру та традиції;

- гнучкість маршрутів: велосипедні маршрути можуть бути більш гнучкими, оскільки ви можете досить легко змінювати свій маршрут або зупинятися в місцях інтересу під час подорожі;

- пригодницький досвід: велосипедний туризм може бути пригодницьким досвідом, особливо при подорожах в гірські райони або віддалені місця.

- туризм для всієї родини: велосипедний туризм може бути доступним для всієї родини, від початківців до досвідчених велосипедистів, завдяки різним рівням складності маршрутів.

Усі ці аспекти роблять велосипедний туризм популярним видом активного відпочинку та подорожей, який дозволяє об'єднати фізичну активність і відкриття нових місць з пригодою та емоційними враженнями.

Альпіністський туризм – це вид активного туризму, який включає в себе підйоми в гори та альпіністські експедиції. Цей вид туризму спрямований на підкорення вершин та високогір'я, де учасники використовують різні техніки альпінізму, включаючи скалолазіння, льодовий та сніжний альпінізм, альпіністські походи та високогірні походи.

Основні характеристики альпіністського туризму включають:

- фізичну підготовку: альпіністський туризм вимагає доброї фізичної

підготовки. Учасники повинні мати витривалість, силу та витримку для подолання високогірних теренів і підйомів;

- використання спеціального обладнання: альпіністи користуються спеціальним альпіністським обладнанням, таким як карабіни, підйомні пристрої, мотузки, льодоруби, спальні мішки тощо;

- безпека: альпіністський туризм пов'язаний з певними ризиками, і безпека є дуже важливою. Учасники повинні мати навички використання обладнання, знання безпечних методів підйому та падіння, а також здатність оцінювати ризики і уміти приймати рішення в екстремальних умовах;

- експедиційний характер: альпіністський туризм часто має експедиційний характер, особливо коли йдеться про підкорення високогір'я або вершини. Це вимагає довготривалого планування, підготовки та командної роботи;

- насолодження природою: альпіністський туризм дозволяє насолоджуватися величчю гірських пейзажів та природи, відкривати нові місця й враження;

- розвиток особистості: подолання високогір'я вимагає від учасників впевненості, волі до перемоги і вміння подолувати виклики, що сприяє розвитку особистості та самовдосконаленню;

- технічні навички: учасники альпіністського туризму повинні володіти різними технічними навичками альпінізму, включаючи скалолазіння, використання льодорубів, орієнтування в горах та інші навички.

Альпіністський туризм є великим викликом для любителів гірських пригод і вимагає від учасників певного рівня фізичної підготовки, навичок та безпеки. Це захопливий вид туризму, який дозволяє доторкнутися до величі гір та досягти нових висот як у фізичному, так і у духовному плані.

Спортивний туризм – це чудовий спосіб поєднувати активний відпочинок, подорожі та заняття спортом. Він має багато переваг, але також має певні недоліки. До недоліків спортивного туризму слід віднести: високу вартість: спортивний туризм може бути дорогим видом відпочинку; складність: деякі види

спортивного туризму можуть бути складними та небезпечними; велику ймовірність травматизму: існує ризик отримання травми під час занять спортом; необхідність спеціальної підготовки: деякі види спортивного туризму вимагають спеціальної підготовки та спорядження.

Список використаних джерел

1. Матросова В. О., Перерва П. Г., Матросов О. Д. Кадрове забезпечення галузі туризму та гостинності. *Проблеми формування та розвитку інноваційної інфраструктури*: Матеріали V Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Львів, 23-25 травня 2019 р.). Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2019. С. 515-516.
2. Формування управлінської, маркетингової та інноваційної політики на підприємствах туристичної індустрії / П. Г. Перерва [та ін.]. *Вісник Національного технічного університету «ХПІ» (екон.науки)*: зб. наук. пр. Харків : НТУ «ХПІ», 2018. № 47. С. 114-120.
3. Перерва П. Г., Борзенко В. І., Кобелєва Т. О. Інтелектуальна власність: магістерський курс: підручник. Харків : НТУ «ХПІ», 2019. 1002 с.
4. Назаренко С. М., Перерва П. Г. Методичний підхід до оцінювання ефективності використання ІТ-аутсорсингу. *Маркетинг і цифрові технології*. 2021. Т. 5, № 3. С. 18-29.
5. Pererva P. G., Kocziszky G., Szakaly D., Veres Somosi M. Technology transfer : monograph / P. G. Pererva [et al.] / ed.: P. G. Pererva, G. Kocziszky. Kharkiv : NTU "KhPI" ; Miskolc : University of Miskolc, 2012. 599 с.

Корінь Софія,

здобувачка вищої освіти першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів

Науковий керівник: **Донець Дмитро**, старший викладач

ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ ЯК ІНСТРУМЕНТУ ФОРМУВАННЯ ЛОЯЛЬНОСТІ ТА ЗАЛУЧЕННЯ НОВИХ КЛІЄНТІВ У ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ

У сучасному цифровому світі, коли Інтернет проник у майже кожную сферу бізнесу, соціальні мережі стали важливим інструментом маркетингу туристичних компаній. Інтернет-маркетинг вже давно вимагає активної комунікації зі споживачами, а не просто створення веб-сайту. Туристичні компанії мають багато можливостей для просування своїх товарів і послуг за допомогою реєстрації та активного ведення профілів у соціальних мережах. Це дозволяє їм залучити нових клієнтів і побудувати лояльну аудиторію. З цієї причини ця робота зосереджується на тому, як соціальні мережі можуть бути корисними як інструмент для зміцнення лояльності існуючих клієнтів і залучення нових клієнтів до туристичного бізнесу.

Туристичні компанії можуть залучити нових клієнтів і підтримувати існуючих клієнтів завдяки використанню соціальних мереж для інтерактивної комунікації, візуалізації туристичних пропозицій, оперативного реагування на потреби клієнтів, створення спільнот навколо бренду та залучення цільової аудиторії через креативний контент і таргетовану рекламу. Туристичні компанії мають чудові можливості інтерактивно взаємодіяти зі своєю аудиторією завдяки соціальним мережам. Вони відрізняються від традиційних каналів двостороннім зв'язком, що дозволяє оперативно відповідати на запитання клієнтів, надавати консультації та надавати персоналізовану підтримку, що підвищує задоволеність

і лояльність клієнтів [1]. Крім того, можна створити онлайн-спільноти, такі як групи в Instagram або Facebook, щоб клієнти могли обмінюватися досвідом і отримувати ексклюзивний контент, що створює відчуття приналежності до бренду [2, 3].

Візуалізація туристичних пропозицій має вирішальне значення для залучення нових клієнтів. Соціальні мережі дозволяють маркетологам демонструвати привабливість подорожей і заохочувати клієнтів вибирати конкретні напрямки чи послуги [2, 3]. Унікальний візуальний контент заохочує до подорожей та надихає на них [3]. Ще однією перевагою використання соціальних мереж є оперативне реагування на потреби клієнтів і отримання зворотного зв'язку. Компанії можуть швидко виявляти проблеми та вдосконалювати свої послуги, демонструючи клієнтську орієнтованість, маючи можливість коментування, обміну повідомленнями та оцінювання [1, 3].

Соціальні мережі пропонують потужні інструменти таргетованої реклами для залучення нових клієнтів. Для ефективного використання маркетингового бюджету можна точно визначити цільову аудиторію та надавати їй відповідну інформацію за допомогою таких факторів, як геотаргетинг [3]. Крім того, співпраця з лідерами думок і проведення інтерактивних онлайн-кампаній, таких як конкурси та розіграші, допомагають підвищити впізнаваність бренду та залучити нових клієнтів і підписників [2, 3].

Таким чином, соціальні мережі є корисним і багатогранним інструментом для туристичних компаній. Вони не лише продовжують спілкуватися та підтримувати існуючих клієнтів, підтримуючи їх через інтерактивність, створення спільнот і надання цінної інформації, але й створюють широкі можливості для залучення нових клієнтів завдяки візуалізації пропозицій, цільовій рекламі та креативному контенту. Успіх і конкурентоспроможність туристичних компаній у сучасному цифровому світі залежить від активного та стратегічного використання потенціалу соціальних мереж.

Список використаних джерел

1. Соціальні мережі як засіб для сфери туризму.
URL : https://tourlib.net/statti_ukr/poljova2.htm.
2. Соціальні мережі як інструменти комунікації під час надання туристичних послуг. URL : https://tourlib.net/statti_ukr/domashenko.htm.
3. Вплив соціальних мереж на формування бренду туристичних підприємств. URL : <https://ur.knute.edu.ua/server/api/core/bitstreams/21ba9651-55b2-4cd9-be64-1806e66c6e60/content>.

Косенко Євген,

аспірант

Дороніна Майя,

д.е.н., проф.

Кобєлєв Валерій,

к.е.н., доцент

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»,
м.Харків, Україна

ЕКОНОМІЧНІ ЗАСАДИ СТВОРЕННЯ МІЖНАРОДНИХ ТУРИСТИЧНИХ БІЗНЕС-СТРУКТУР

Туризм – перспективна галузь економіки, яка може принести значний дохід, але водночас потребує чіткого планування та розуміння економічних та організаційних аспектів. На думку сучасних дослідників туризму, найбільший вплив на розвиток туризму надають: готельний бізнес, транспорт, туристичні агентства, туроператорська діяльність і глобальні комп'ютерні системи бронювання та бронювання [1-5].

Створення міжнародних туристичних бізнес-структур може бути складним, але це відкриває можливості для розширення бізнесу, привертання нових клієнтів і розвитку у міжнародному масштабі. Нами виявлено, сформовано та обґрунтовано основні економічні положення, які необхідно врахувати при створенні міжнародної туристичної бізнес-структури [1, 4, 5]:

- маркетингові дослідження: необхідно провести дослідження ринку, щоб з'ясувати потреби та вимоги міжнародних туристів;
- оцінити конкуренцію і ідентифікувати унікальні пропозиції, які слід запропонувати на міжнародному ринку;
- бізнес-планування: розробка детального бізнес-плану, який враховує

міжнародні аспекти, такі як міжнародні ринки, маркетингові стратегії, фінансове планування та логістика;

- визначення ресурси, які знадобляться для розпочатку міжнародної діяльності;

- юридичні аспекти: перевірка юридичних вимог щодо створення туристичного бізнесу у міжнародному контексті. Розгляд варіантів створення підприємства або представництва в іншій країні;

- міжнародна співпраця: встановлення партнерських відносин з міжнародними туроператорами, готелями, авіакомпаніями та іншими постачальниками послуг. Розгляд можливості для участі у міжнародних туристичних виставках та заходах для просування вашого бізнесу;

- локалізація послуг: підлаштування своїх послуг під потреби та вимоги міжнародних клієнтів. Забезпечення міжнародним туристам зручності та високого рівня обслуговування;

- технології та цифрові рішення: використання технологій для підтримки міжнародних бронювань та обробки платежів. Розробка цифрових маркетингових стратегій для залучення міжнародних клієнтів через Інтернет і соціальні мережі;

- стале покращення: постійне вдосконалення своїх послуги, слухаючи відгуки міжнародних клієнтів і пристосовуючи свій бізнес до змін у галузі туризму.

Створення міжнародної туристичної бізнес-структури вимагає комплексного підходу, ретельного планування і уважного вивчення міжнародних ринків та туристичних тенденцій [2, 3]. Це може бути вигідною і перспективною ініціативою для розвитку туристичного бізнесу у глобальному масштабі. Особливу увагу слід звернути на економічні питання організації туристичного бізнесу. Основним напрямками економічного обґрунтування створення туристичного підприємства нами пропонуються наступні.

1. *Оцінка розміру стартових витрат*: реєстрація бізнесу та отримання

дозволів; оренда або купівля приміщення (за потреби); маркетинг та реклама; виробка туристичних продуктів; закупівля обладнання (транспорт, комп'ютерна техніка).

2. *Оцінка розміру поточних витрат*: заробітна плата персоналу. оренда приміщення (за потреби), реклама та маркетинг, транспортні витрати, комісійні винагороди турагентам (за потреби), плата за програмне забезпечення для бронювання, комунальні платежі, податки та збори.

3. *Оцінка розміру потенційних базових доходів*: продаж турів (комісія від продажу пакетних турів від туроператорів, дохід від продажу власних туристичних продуктів (екскурсії, трансфери, оренда обладнання).

4. *Оцінка розміру додаткових доходів*: продаж сувенірів, квитків на заходи, партнерські програми з готелями та іншими туристичними компаніями.

5. *Оцінка окупності інвестицій*. Термін окупності туристичного бізнесу в туризмі залежить від багатьох факторів: а) від виду бізнесу (туроператорство, турагентство, організація екскурсій, оренда обладнання тощо); від масштабу туристичної бізнес-діяльності (велика компанія чи невеликий сімейний бізнес); від сезонності (попит на туристичні послуги в значні мірі залежить від пори року); від ефективності маркетингу та продажів, тобто від здатності туристичного підприємства залучати клієнтів до своїх послуг.

6. Передбачити при створенні бізнесу *заходи по прискоренню окупності* стартових та додаткових інвестицій. Для ефективного вирішення цього питання рекомендуємо наступні можливі заходи: спеціалізуватися на певному напрямку туризму (екотуризм, екстремальний туризм, культурний туризм, спортивний туризм тощо); співпрацювати з іншими туристичними компаніями (продавати їхні тури та отримувати комісію); запровадити онлайн-продажі турів, що дозволяє суттєво зменшити поточні витрати та розширити аудиторію потенційних клієнтів; проводити акції та знижки, що сприяє залученню нових клієнтів та збільшувати продажі [2, 4].

7. Детально вивчити національну податкову система та її особливості стосовно туристичного бізнесу. В Україні діє спрощена система оподаткування для малого та середнього бізнесу. Ставки податків залежать від обсягу доходів. Також необхідно сплачувати єдиний соціальний внесок за працівників.

8. Проаналізувати та використати можливості державної підтримки нового бізнесу. Держава може надавати підтримку туристичному бізнесу, наприклад, фінансові гранти на розвиток, зниження податкового навантаження, спрощення процедури отримання дозволів та таке ін.

Враховуючи ці фактори, міжнародні туристичні бізнеси можуть бути ефективними та прибутковими, проте їм необхідно враховувати особливості міжнародного бізнесу, такі як правові, фінансові, маркетингові і логістичні аспекти. За належного підходу і стратегії створення міжнародна туристична бізнес-структура може бути успішною і прибутковою ініціативою.

Список використаних джерел

1. Pererva P. G., Kocziszky G., Somosi Veres M., Kobieliava T.O. Compliance program: [tutorial]. Kharkov-Miskolc : LTD «Planeta-prynt», 2019. 689 p.
2. Формування управлінської, маркетингової та інноваційної політики на підприємствах туристичної індустрії / П. Г. Перерва [та ін.]. *Вісник Національного технічного університету «ХПІ» (економ. науки): зб. наук. пр.* Харків : НТУ «ХПІ», 2018. № 47. С. 114-120.
3. Матросова В. О., Перерва П. Г., Матросов О. Д. Кадрове забезпечення галузі туризму та гостинності. *Проблеми формування та розвитку інноваційної інфраструктури*: Матеріали V Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Львів, 23-25 травня 2019 р.). Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2019. С. 515-516.
4. Носирєв О. О., Перерва П. Г., Долина І. В., Кобелєва Т. О., Ткачова Н. П. Менеджмент та маркетинг на ринку туристичних та готельно-ресторанних послуг [Електр. ресурс]: консп. лекцій / Нац. техн. ун-т «ХПІ». Харків, 2020. 37 с.
5. Перерва П. Г., Борзенко В. І., Кобелєва Т. О. Інтелектуальна власність: магістерський курс: підручник. Харків: НТУ «ХПІ», 2019. 1002 с.

Косенко Руслана,

здобувач вищої освіти

Перерва Петро,

д.е.н., професор

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»,
м. Харків, Україна

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Туризм є однією з найбільш динамічно розвинених галузей світової економіки, яка впливає на соціально-економічний розвиток країн, сприяє культурному обміну та міжнародному співробітництву. Для України туризм є важливим чинником економічного зростання, особливо в умовах сучасних викликів, спричинених глобалізацією, економічними кризами та воєнними діями [1, 3]. Значний туристичний потенціал країни обумовлений унікальним природним та історико-культурним багатством, різноманітністю туристичних ресурсів та географічним розташуванням.

Однак, попри високий потенціал, туристична галузь України стикається з численними проблемами, такими як нестабільна політична ситуація, недостатній розвиток туристичної інфраструктури, екологічні проблеми, відсутність ефективної державної політики підтримки туризму та низький рівень маркетингової стратегії на міжнародному рівні [4, 6]. Водночас, з огляду на євроінтеграційні прагнення України та сучасні глобальні тенденції розвитку індустрії гостинності, існують значні можливості для розвитку туризму, включаючи впровадження інноваційних технологій, розвиток екотуризму та активізацію міжнародного співробітництва.

Метою даної доповіді є аналіз сучасного стану туристичної галузі України, виявлення основних проблем та перспектив її розвитку в контексті глобальних викликів та інтеграційних процесів.

Сучасний стан туризму в Україні відображається на зростанні зацікавленості як внутрішніх, так і зарубіжних туристів у відвідуванні країни. Україна має великий туристичний потенціал через своє багатство культурної спадщини, природні ресурси, традиції та гостинність місцевого населення. Однак, існують деякі проблеми, які потрібно вирішувати для подальшого розвитку туризму в Україні. [1-6].

Сучасний стан туризму в нашій країні, на наш погляд, може характеризуватися багатьма показниками, серед яких найбільш важливими слід визначити наступні:

- *культурна спадщина*: Україна має багатий культурний спадок, зокрема історичні пам'ятки, архітектурні та мистецькі ансамблі, які привертають увагу туристів. Наприклад, Львів, Київ, Одеса, Чернігів, а також Карпати та Чорне море. Ці ресурси активно приваблюють до подорожей як внутрішніх, так і зарубіжних туристів;

- *природні ресурси*: гірські райони Карпат, річки, озера та морські узбережжя надають можливості для екологічного туризму, відпочинку та спортивних заходів. Зростаюча свідомість про екологічні питання створює попит на екологічний туризм, що може бути важливим напрямом розвитку для України;

- *гастрономічний туризм*: традиційна українська кухня приваблює багатьох туристів, які хочуть спробувати національні страви та напої;

- *релігійний туризм*: Церкви, монастирі та інші релігійні споруди привертають паломників;

- *масові заходи*: наприклад, фестивалі, концерти, спортивні змагання, які стають приводом для відвідування країни.

Відповідно, причинами нестабільності є низка проблем, які гальмують розвиток туризму в Україні та гальмують розвиток туристичної галузі.

Серед них, на нашу думку, слід вказати на наступні

- туристична інфраструктура: недостатня розвиненість туристичної інфраструктури у певних регіонах країни, зокрема, на селі та в гірських районах;
- безпека та стабільність: Необхідність забезпечення стабільності та безпеки для туристів, що має особливе значення у зв'язку з геополітичними подіями;
- маркетинг та просування: потреба у збільшенні маркетингових зусиль для просування туристичного потенціалу України на зарубіжних ринках;
- розвиток послуг: покращення якості та розвиток нових туристичних послуг, відповідно до світових стандартів.
- екологічний туризм: розвиток екологічного туризму та збереження природних ресурсів.
- управління дестинаціями: залучення місцевого населення до управління туристичними дестинаціями та заохочення сталого розвитку.

Україна має великий потенціал для розвитку туризму, і багато зусиль вже направлені на покращення інфраструктури та просування туристичного продукту. Потенційні перспективи розвитку туризму в Україні передбачають його подальше зростання та становлення як важливої галузі економіки країни.

Розвиток туризму та індустрії гостинності може стати важливим джерелом економічного зростання для України в післявоєнний час, сприяючи створенню нових робочих місць та збільшенню обсягу інвестицій у регіональний розвиток, забезпечуючи суттєві надходження до національного бюджету [5].

Аналіз сучасного стану туристичної галузі України дозволяє зробити висновок, що, незважаючи на значний потенціал, розвиток туризму стикається з рядом викликів. Головними проблемами залишаються відсутність належної інфраструктури, нестабільна політична ситуація та низький рівень інвестицій у

сферу туризму. Важливим фактором також є недостатнє використання цифрових технологій у просуванні туристичних продуктів на міжнародній арені.

Проте існують значні перспективи для розвитку галузі. Насамперед, Україна має всі передумови для активного розвитку внутрішнього та в'їзного туризму завдяки унікальним природним ландшафтам, історико-культурним пам'яткам та різноманітності рекреаційних зон. Крім того, впровадження інноваційних підходів до управління туристичною індустрією, розвиток екотуризму, створення міжнародних партнерств, залучення інвесторів та вдосконалення державної політики сприятимуть зростанню туристичного потоку.

Одним із ключових аспектів успішного розвитку галузі є адаптація до сучасних глобальних трендів, таких як стійкий туризм, цифровізація та персоналізовані туристичні послуги. Використання новітніх технологій, активне просування українських туристичних продуктів на міжнародному ринку, створення сприятливих умов для бізнесу та інвестицій дозволять Україні зайняти гідне місце серед провідних туристичних напрямків Європи.

Таким чином, розвиток туризму в Україні потребує комплексного підходу, що включає державну підтримку, залучення приватного капіталу, розвиток інфраструктури та впровадження інновацій. Лише за умови системного вирішення існуючих проблем та використання наявних можливостей Україна зможе розкрити свій туристичний потенціал та зробити цю галузь одним із ключових драйверів економічного зростання.

Список використаних джерел

1. Носирєв О. О., Перерва П. Г., Долина І. В., Кобєлєва Т. О., Ткачова Н. П. Менеджмент та маркетинг на ринку туристичних та готельно-ресторанних послуг [Електр. ресурс]: консп. лекцій / Нац. техн. ун-т «ХПІ». Харків, 2020. 37 с.
2. Pererva P.G., Kocziszky G., Somosi Veres M., Kobieliava T.O. Compliance program: [tutorial]. Kharkov-Miskolc : LTD «Planeta-prynt», 2019. 689 p.

3. Формування управлінської, маркетингової та інноваційної політики на підприємствах туристичної індустрії / П. Г. Перерва [та ін.]. *Вісник Національного технічного університету «ХПІ» (екон.науки): зб. наук. пр.* Харків : НТУ «ХПІ», 2018. № 47. С. 114-120.
4. Матросова В. О., Перерва П. Г., Матросов О. Д. Кадрове забезпечення галузі туризму та гостинності. *Проблеми формування та розвитку інноваційної інфраструктури: Матеріали V Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Львів, 23-25 травня 2019 р.)*. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2019. С. 515-516.
5. Перерва П. Г., Борзенко В. І., Кобелєва Т. О. Інтелектуальна власність: магістерський курс: підручник. Харків: НТУ «ХПІ», 2019. 1002 с.
6. Pererva P.G., Kocziszky G., Szakaly D., Veres Somosi M. Technology transfer : monograph / P. G. Pererva [et al.] / ed.: P. G. Pererva, G. Kocziszky. Kharkiv : NTU "KhPI" ; Miskolc : University of Miskolc, 2012. 599 с.

Косенко Софія,

здобувач вищої освіти

Кобелєва Тетяна,

д.е.н., професор

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»,
м. Харків

ДОСЛІДЖЕННЯ МОЖЛИВОСТЕЙ РОЗВИТКУ ЕКСТРЕМАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Екстремальний туризм – це вид туризму, який включає в себе активні, захоплюючі та небезпечні види діяльності або пригодницькі спортивні заняття, зазвичай в незвичайних або віддалених місцях [1-6]. Це форма туризму, спрямована на викликання адреналіну, емоційне збудження та переживання сильних емоцій. Екстремальний туризм передбачає участь у фізично виснажливих або захоплюючих активностях, таких як скелелазіння, сплав на байдарках або рафтинг, заняття підводним плаванням, скайдайвінг, лижний спорт на незвичайних маршрутах тощо. Екстремальні види туризму зазвичай пов'язані з певним рівнем ризику та небезпеки. Учасники можуть стикатися з потенційними травмами або небезпечними ситуаціями, які потребують високого рівня вправності та безпеки. Основна мета екстремального туризму полягає в переживанні сильних емоцій, таких як відчуття адреналіну, екстазу або викликання страху та емоційного напруження [2, 5]. Екстремальний туризм часто приваблює учасників завдяки незвичайним або віддаленим місцям, які можуть бути важкодоступними або маловідомими. Цей вид туризму включає в себе пригодницький дух і може вимагати від учасників великої самостійності, рішучості та готовності до подолання викликів.

Дослідження можливостей розвитку екстремального туризму в Україні може бути цікавим і перспективним напрямком для розвитку туристичної галузі.

Екстремальний туризм привертає увагу людей, які шукають нові враження, адреналін та виклики [1, 3, 6]. За результатами проведеного дослідження нами виявлені реальні можливості для ефективного розвитку екстремального туризму в нашій країні. До них пропонуємо віднести наступне:

- гірський туризм: з мальовничими Карпатами Україна має великий потенціал для розвитку гірського екстремального туризму. Види діяльності можуть включати альпінізм, скелелазіння, сплав по гірським річкам, а також піші та велосипедні маршрути;

- водний екстремальний туризм: Україна має численні річки та озера, які можуть стати прекрасним місцем для розвитку водних видів екстремального туризму, таких як рафтинг, каякінг, водний спорт на дошках (SUP), водні лижі тощо;

- повітряний екстремальний туризм: розвиток парашутного спорту, спортивного літання на парапланах, а також скайдайвінг може залучити багато екстремальних любителів;

- екстремальний туризм в міських середовищах: розробка міських екстремальних маршрутів для скейтбордингу, BMX-велосипедів, спортивного паркуру та інших активностей може привернути молоду аудиторію.

- екологічний екстремальний туризм: В Україні є багато прекрасних природних місць, які можна використовувати для розвитку екологічного екстремального туризму, такого як велосипедні або піші експедиції в природні заповідники чи національні парки;

- розвиток інфраструктури та сертифікація: важливою складовою розвитку екстремального туризму є створення відповідної інфраструктури, включаючи безпечні маршрути, а також сертифікація інструкторів та провідників;

- маркетинг та просування: для привертання уваги та популяризації екстремального туризму в Україні важливо розвивати маркетингові кампанії та просування, як на внутрішньому, так і на міжнародному рівні.

Зростаючий попит на активний та екстремальний відпочинок свідчить про потенційну вигоду від розвитку екстремального туризму в Україні. Важливо збалансувати розвиток цього виду туризму з охороною природи та безпекою туристів.

Хоча екстремальний туризм може бути дуже захопливим і відкривати нові перспективи для туристів, важливо дотримуватися високих стандартів безпеки та виконувати вимоги професійної підготовки та інструктажу для уникнення можливих ризиків та травм [2].

Екстремальний туризм є видом туризму, який дійсно не підходить для всіх людей через свою специфіку та потенційні ризики. Екстремальний туризм може бути пов'язаний з певними ризиками та небезпеками, такими як травми, несприятливі погодні умови, велика віддаленість від медичної допомоги тощо. Екстремальний туризм може викликати сильні емоції, такі як страх або тривога, які можуть бути неприємними для деяких осіб. Не кожен готовий або бажає переживати такі емоції під час відпочинку. Деякі люди не готові приймати такі ризики і віддають перевагу більш безпечним формам туризму.

Список використаних джерел

1. Матросова В. О., Перерва П. Г., Матросов О. Д. Кадрове забезпечення галузі туризму та гостинності. *Проблеми формування та розвитку інноваційної інфраструктури*: Матеріали V Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Львів, 23-25 травня 2019 р.). Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2019. С. 515-516.

2. Носирєв О. О., Перерва П. Г., Долина І. В., Кобєлева Т. О., Ткачова Н. П. Менеджмент та маркетинг на ринку туристичних та готельно-ресторанних послуг [Електр. ресурс]: консп. лекцій / Нац. техн. ун-т «ХПІ». Харків, 2020. 37 с.

3. Приходько Є.Г., Перерва П.Г. Формування положень маркетингу вражень в індустрії туристичного бізнесу // *Авіація, промисловість, суспільство: матеріали 2-ї Міжнар. наук.-практ. конф.*, Кременчук, 12 травня 2021 р.: у 2 ч. Ч. 2. Харків: ХНУВС, 2021. – С. 476478.

*Стан та перспективи розвитку рекреаційно-туристичного комплексу України:
природний, соціальний, економічний та інноваційний аспекти:
збірник матеріалів Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Полтава, 15 травня 2025 р.)*

4. Перерва П. Г., Борзенко В. І., Кобєлева Т. О. Інтелектуальна власність: магістерський курс: підручник. Харків: НТУ «ХПІ», 2019. 1002 с.

5. Pererva P.G., Kocziszky G., Szakaly D., Veres Somosi M. Technology transfer : monograph / P. G. Pererva [et al.] / ed.: P. G. Pererva, G. Kocziszky. Kharkiv : NTU "KhPI" ; Miskolc : University of Miskolc, 2012. 599 с.

6. Кобєлева Т. О. Комплаєнс-безпека промислового підприємства: теорія та методи: монографія. Харків: Планета-Принт, 2020. 354 с.

Кулібаба Анастасія,

здобувач вищої освіти першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

Полтавський державний аграрний університет, м. Полтава

Науковий керівник: **Краснікова Оксана**, к. е. н., доцент

НАПРЯМКИ РОЗШИРЕННЯ ПРИСУТНОСТІ УКРАЇНИ НА СВІТОВОМУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

У контексті глибоких структурних змін в національній економіці та прагнення до збільшення обсягів послуг і створення доданої вартості відповідно до принципів сталого розвитку, зростає значущість туристичного ринку як чинника активізації національного господарства. Туризм сприяє як прямому, так і опосередкованому пожвавленню економіки.

Прямий економічний ефект туристичної галузі проявляється у зростанні надходжень до бюджетів різних рівнів, збільшенні ВВП, а також у створенні нових робочих місць у туристичному секторі. Ці чинники сприяють підвищенню рівня зайнятості та створюють умови для зменшення рівня бідності серед населення. Натомість опосередкований вплив туризму є ще масштабнішим і має вищу економічну ефективність. Його сутність полягає в активізації суміжних секторів економіки, що забезпечують туристів товарами та послугами. Усі витрати туристів під час подорожей трансформуються в доходи підприємств, які надають відповідні послуги або продукти. Чим більш значними й різноманітними є ці витрати, тим сильніший мультиплікативний ефект туризму на загальний соціально-економічний розвиток країни та на рівень зайнятості населення [1].

Отже, ринок туристичних послуг забезпечує зростання та розвиток національної економіки.

На початку XXI ст. подальше ускладнення суспільного поділу праці,

позитивна динаміка макроекономічних показників та структурні зрушення в економіці стали основою для активного зростання туристичної галузі. Значну роль у цьому процесі відіграли сучасні інформаційні технології, які забезпечили тісну взаємодію між усіма учасниками ринку туристичних послуг: споживачами, туристичними агентами, готельєрами, транспортними компаніями та іншими операторами.

Сьогодні туризм дедалі більше перетворюється на економіку вражень, де саме емоції та досвід подорожей виступають товаром, що активно купується і продається. Це спричиняє трансформацію механізмів ціноутворення, методів комунікації з клієнтами, форм організації послуг, а також стимулює появу нових видів туризму – таких як екологічний, релігійний, індустріальний тощо.

Урядові структури дедалі більше визнають значення туризму як стратегічного сектора економіки, що знаходить відображення в прийнятті державних програм і ініціатив на підтримку галузі. Така увага до туризму вимагає перегляду його ролі у глобальному економічному розвитку.

Попри наявність дестабілізуючих факторів - фінансово-економічні кризи, терористичні загрози, затяжні конфлікти, воєнні дії та стихійні лиха - попит на подорожі залишається стабільно високим. Це свідчить про низьку еластичність попиту на туристичні послуги: для значної частини населення відпустка є невід'ємною складовою споживчого бюджету. Навіть у періоди економічної нестабільності багато людей скорочують витрати на інші потреби, але не відмовляються від подорожей.

Сучасна туристична індустрія, включаючи сферу гостинності, розвивається під впливом цих тенденцій. Попри домінування внутрішнього туризму в окремих регіонах, міжнародні подорожі також зберігають високу динаміку.

Загалом, спектр туристичних послуг значно розширився, що є наслідком тривалої еволюції туристичної сфери, її адаптації до нових умов і зростаючих потреб суспільства.

Наразі існують наступні види туризму:

- культурно-історичний туризм, який охоплює історичні міста, замки, музеї, фестивалі;
- природний туризм включає Карпати, Чорне море, національні парки;
- гастрономічний туризм: фестивалі, національна кухня, винні тури;
- релігійний туризм: паломницькі маршрути, святині, монастирі;
- активний туризм: гірськолижні курорти, водні види спорту, сплави;
- медичний туризм: санаторії, лікувальні води, оздоровчі комплекси.

Розширення присутності України на світовому ринку туристичних послуг потребує наступних дій: модернізація транспортної системи (аеропорти, залізничні сполучення, автодороги, міський транспорт); збільшення кількості авіарейсів, залучення лоукостерів; розширення готельної мережі (від бюджетних хостелів до п'ятизіркових готелів); розвиток альтернативних варіантів розміщення (еко-готелі, кемпінги, приватні садиби); покращення туристичної логістики та створення транспортних хабів; будівництво сучасних туристичних комплексів, центрів дозвілля та рекреаційних зон; проведення міжнародних рекламних кампаній; участь у туристичних виставках та форумах; співпраця з міжнародними медіа, блогерами та інфлюенсерами; створення єдиного туристичного порталу з інформацією про маршрути, бронювання, події; використання цифрового маркетингу та соціальних мереж; розвиток сувенірної продукції, що популяризує українську культуру [2].

Це повинно здійснюватися завдяки комплексному підходу: інвестиції в інфраструктуру, активна міжнародна промоція, створення нових туристичних продуктів, спрощення доступу для іноземців та покращення сервісу. Розвиток цифрових технологій, підтримка регіонального туризму та екологічна стійкість стануть ключовими факторами успіху. Крім того, необхідно забезпечити стратегічне планування у сфері туризму, залучити міжнародний досвід та посилити співпрацю з європейськими партнерами. Важливу роль відіграватиме розвиток

внутрішнього туризму, що стане основою для сталого зростання галузі. Послідовна політика, державна підтримка та участь бізнесу сприятимуть формуванню конкурентоспроможного та привабливого туристичного середовища в Україні.

Реалізація вищезазначених напрямків сприятиме не лише економічному розвитку країни, а й покращенню її міжнародного іміджу. Туризм стане важливим фактором культурного обміну, інтеграції України у світову спільноту та створення нових можливостей для місцевих громад.

Список використаних джерел

1. Коваль І. Розвиток туризму в Україні: теоретичні аспекти та практичні рекомендації. Київ : Наукова думка, 2019.
2. Гармаш С. В. Туризм як один з основних напрямків розвитку вітчизняної економіки. *Проблеми формування та розвитку інноваційної інфраструктури: матеріали 5-ї Міжнар. наук.-практ. конф. (23-25 травня 2019 р.).* Львів : Львівська політехніка, 2019. С. 477.

Кулібаба Анастасія,

здобувач вищої освіти першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

Рудич Алла,

к.е.н., доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування

Полтавський державний аграрний університет, м. Полтава

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ СТАТИСТИЧНОГО СПОСТЕРЕЖЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРОПЕРАТОРІВ

Туроператор є ключовим суб'єктом туристичної діяльності, що займає центральне місце в процесі організації туристичних подорожей. Згідно із Законом України «Про туризм», туроператор – це юридична особа, що здійснює комплекс послуг із формування, просування та реалізації туристичних продуктів на внутрішньому та міжнародному ринках. Основною особливістю діяльності туроператорів є організація та продаж комплексних туристичних послуг, що включають транспортне обслуговування, проживання, екскурсійне обслуговування, страхування тощо. Туроператор укладає договори з постачальниками окремих послуг (готелі, авіакомпанії, транспортні компанії, екскурсійні бюро) та формує так званий «пакетний тур», який продає туристам або турагентам.

Статистичне спостереження є вихідною ланкою у системі статистичних досліджень і забезпечує формування інформаційної бази для подальшого аналізу та оцінювання туристичної діяльності. В контексті вивчення роботи туроператорів статистичне спостереження дозволяє отримати об'єктивні дані щодо обсягів їх діяльності, динаміки ринку, стану зайнятості у галузі та інших характеристик, важливих для прийняття управлінських рішень. Основні завдання статистичного спостереження:

- фіксація кількості діючих туроператорів у регіоні;
- аналіз обсягів наданих туристичних послуг (кількість туристів, обсяг реалізованих турів);

- дослідження фінансових показників (обсяг доходів від туристичної діяльності, витрати на організацію турів);
- аналіз видів турів, які пропонують туроператори (внутрішні, виїзні, в'їзні);
- виявлення тенденцій розвитку ринку туристичних послуг у регіоні [1].

Для здійснення повноцінного статистичного аналізу діяльності туроператорів необхідно оперувати достовірними, об'єктивними та актуальними даними. З цією метою використовується інформація з різних джерел офіційної та аналітичної статистики, що дозволяє комплексно оцінити стан та тенденції розвитку туристичного ринку як на державному, так і на регіональному рівнях. Джерела статистичної інформації щодо туроператорів охоплюють як державні статистичні служби, так і профільні міністерства, регіональні органи управління, а також самих учасників ринку туризму – туроператорські компанії [2].

Важливою складовою також є використання матеріалів аналітичних центрів, галузевих об'єднань та експертних досліджень, що дозволяють виявляти нові тенденції та особливості функціонування ринку:

1. Державна служба статистики України – головне джерело офіційних даних про кількість підприємств у сфері туризму, обсяги їх діяльності, рух туристів.
2. Головне управління статистики у Полтавській області – надає регіональну деталізацію даних щодо діяльності туроператорів та динаміки туристичних потоків.
3. Міністерство культури та інформаційної політики України – здійснює моніторинг розвитку туристичної інфраструктури та реалізації національних програм розвитку туризму.
4. Звіти самих туроператорів – фінансова та управлінська звітність суб'єктів туристичного ринку (при відкритих даних).
5. Аналітичні публікації та дослідження – матеріали регіональних і загальнодержавних органів влади, дослідження туристичних асоціацій та галузевих експертів .

Види статистичного спостереження за діяльністю туроператорів:

- суцільне спостереження – охоплює всі підприємства галузі туризму в регіоні (проводиться органами державної статистики в межах річної звітності);
- вибіркове спостереження – застосовується для вивчення окремих аспектів діяльності туроператорів, наприклад, в рамках опитування чи анкетування підприємств;
- поточне (періодичне) спостереження – здійснюється щорічно відповідно до офіційних форм звітності (форма №1-Туризм) [2].

Основні статистичні показники діяльності туроператорів дозволяють комплексно оцінити стан і динаміку розвитку туристичного ринку в регіоні. Одним із ключових показників є кількість туроператорів, які здійснюють діяльність у конкретному регіоні, зокрема в Полтавській області. Цей показник дозволяє оцінити рівень конкуренції, ступінь розвитку туроператорської мережі та концентрацію суб'єктів на ринку. Не менш важливим є показник кількості обслуговуваних туристів, що включає як внутрішніх, так і іноземних клієнтів туроператорів. Він дає змогу визначити, наскільки активно туристичні компанії залучають споживачів послуг та які сегменти попиту є домінуючими в регіоні.

Ще одним важливим індикатором є загальний обсяг реалізованих туристичних послуг, що відображає масштаб діяльності туроператорів та їхню частку в загальній структурі ринку туристичних послуг. Показник доходів від реалізації турів дає змогу оцінити фінансові результати роботи компаній, рівень рентабельності, а також здатність туроператорів до подальшого розвитку. Окремо слід виділити структуру турів за напрямками, яка дозволяє простежити співвідношення між внутрішнім, виїзним і в'їзним туризмом. Це дає змогу виявити пріоритетні напрями діяльності туроператорів у регіоні та адаптувати пропозицію до змін у попиті. Показник структури туристичних потоків за країнами та регіонами дає змогу оцінити географію попиту та вплив зовнішніх і внутрішніх факторів на туристичні потоки [3].

Середня вартість туристичних послуг слугує для аналізу цінової політики туроператорів і є одним із критеріїв доступності турів для різних категорій споживачів. Крім того, важливим є показник чисельності персоналу у туроператорських компаніях, який відображає масштаби підприємств та рівень зайнятості у сфері туристичних послуг. Щодо особливостей організації статистичного спостереження в Полтавській області, слід зазначити, що значна частина туроператорів регіону є малими підприємствами, які працюють переважно на внутрішньому ринку. Це пов'язано як із впливом карантинних обмежень минулих років, так і з дією воєнного стану, що обмежив розвиток виїзного туризму. Натомість в області активно розвиваються локальні туристичні продукти, орієнтовані на внутрішній ринок, що зумовлює необхідність глибокого аналізу специфіки попиту на регіональні туристичні послуги та відповідного коригування діяльності туроператорів [1].

Таким чином, організація статистичного спостереження є базовим етапом для отримання достовірної інформації щодо стану ринку туристичних послуг у Полтавській області, що дозволяє формувати реалістичні прогнози та пропозиції щодо його подальшого розвитку.

Список використаних джерел

1. Бондаренко Л. А. Економічний механізм в управлінні розвитком регіональних туристичних ринків. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі*, (9). 2023. С. 88-94. URL: <https://doi.org/10.32782/tourismhospcee-9-11>.
2. Аппельт Г. В. Види туризму у контексті сучасних тенденцій розвитку туріндустрії. *Економічний простір*. № 157. С. 7-12. URL: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/157-1>.
3. Кіяненко Т. Ю. SWOT-аналіз туристичних підприємств. *Бізнес Інформ*. 2021. № 9. С. 93–98.
4. Офіційний сайт Полтавської обласної військової адміністрації. Туризм. URL: <https://www.adm-pl.gov.ua>

Лега Ольга,

к.е.н., доцент

Прийдак Тетяна,

к.е.н., доцент

Яловега Людмила,

к.е.н., доцент

Полтавський державний аграрний університет, м. Полтава

ТУРИЗМ БЕЗ ОБМЕЖЕНЬ: ФОРМАТИ ІНКЛЮЗИВНИХ ПОДОРОЖЕЙ

У сучасних умовах розвитку туристичної індустрії дедалі більше уваги приділяється питанням безбар'єрності та інклюзивності. Доступність туристичних послуг для осіб з інвалідністю, людей похилого віку, сімей із дітьми та інших маломобільних груп населення є важливим чинником соціальної рівності та економічного зростання регіонів. Впровадження інклюзивного підходу сприяє не лише розширенню туристичної аудиторії, а й формуванню позитивного іміджу туристичних destinations.

Інклюзивний туризм – це концепція, що забезпечує доступність туристичних послуг для всіх категорій населення, незалежно від їх фізичних, сенсорних, когнітивних чи соціальних особливостей. Його метою є створення комфортних умов для подорожей людей з інвалідністю, маломобільних осіб, літніх людей, сімей з дітьми тощо. Безбар'єрний туризм – це складова інклюзивного туризму, яка зосереджується на усуненні фізичних, інформаційних, соціальних та інших перешкод, що обмежують можливості людей у доступі до туристичних послуг. У табл. 1 узагальнено види інклюзивності та безбар'єрності в туризмі.

Таблиця 1

Інклюзивність та безбар'єрність в туризмі*

Інклюзивність	Безбар'єрність
Фізична: Доступність туристичних об'єктів для людей на візках, пандуси, ліфти, спеціальні готельні номери; Зручний громадський транспорт із низькою підлогою та пристосованими сидіннями	Архітектурна: адаптація інфраструктури (готелів, ресторанів, транспортних вузлів) для людей з обмеженою мобільністю
Інформаційна: Використання шрифтів Брайля, аудіогідів та тактильних карт для людей із порушеннями зору; Наявність жестової мови в екскурсіях та інформаційних матеріалах для людей із порушеннями слуху.	Транспортна: створення умов для зручного пересування туристів (спеціальні автобуси, таксі з підйомниками, вокзали без сходів)
Когнітивна: спрощені інструкції, піктограми та адаптовані інформаційні матеріали для людей з порушеннями когнітивного розвитку; спеціально розроблені маршрути для людей із психічними розладами.	Комунікаційна: доступність інформації через альтернативні канали (аудіоформати, текстове дублювання, QR-коди)
Соціально-економічна: програми пільг та знижок для соціально вразливих категорій населення; створення доступного туризму для людей із низьким рівнем доходів.	Дигітальна: доступність веб-сайтів та онлайн-сервісів для людей із порушеннями зору та слуху

*узагальнено на підставі [1-3]

Основними видами інклюзивного туризму, які забезпечують доступність та комфортні умови для різних груп населення є:

1. Туризм для людей з порушеннями опорно-рухового апарату: доступні готелі, ресторани та туристичні маршрути з пандусами, ліфтами, спеціально облаштованими номерами; транспортування з пристосованими засобами пересування; програми активного туризму (наприклад, паролімпійські види спорту, адаптований екотуризм).

2. Туризм для людей з порушеннями зору та слуху: гіді та аудіоекскурсії зі звуковими описами; маршрути з тактильними картами та спеціальними позначками; перекладачі жестової мови у туристичних центрах.

3. Туризм для людей з ментальними порушеннями: маршрути та локації з адаптованими програмами, спокійним середовищем та професійним супроводом; тематичні парки, сенсорні кімнати, музеї з інтерактивними експонатами.

4. Сенсорний туризм (для людей з гіперчутливістю до звуків, світла, скупчення людей): створення зон тиші у громадських місцях; адаптація освітлення та акустики у туристичних об'єктах; введення спеціальних годин відвідування для осіб з аутизмом.

5. Геронтологічний (сеньйорський) туризм: програми для людей похилого віку з урахуванням їхніх фізичних можливостей; санаторно-курортний відпочинок, лікувально-оздоровчі тури; екскурсії з низьким рівнем фізичних навантажень.

6. Соціальний туризм: організація подорожей для малозабезпечених, дітей-сиріт, ветеранів, осіб, які постраждали від війни; державні та благодійні програми для розширення доступу до туристичних послуг.

7. Інклюзивний спортивний туризм: організація змагань та активного відпочинку для людей з інвалідністю; доступні веломаршрути, пляжі, лижні траси.

В Україні інклюзивний туризм поступово розвивається, пропонуючи людям з обмеженими можливостями доступні туристичні маршрути та послуги. Ось декілька реальних прикладів:

1. Дендрологічний парк «Олександрія» в м. Біла Церква. Цей парк адаптований для відвідувачів з обмеженими можливостями, забезпечуючи безбар'єрний доступ до основних туристичних маршрутів.

2. Проєкт «Карпати для всіх». Ініціатива спрямована на створення доступних туристичних маршрутів у Карпатах, зокрема адаптацію Лисогорського форту для безбар'єрного відвідування.

3. Кропивницький дендропарк. Парк пропонує умови для комфортного відпочинку маломобільних груп населення, забезпечуючи доступність території та інфраструктури.

4. Туристичний клуб «Манівці» у Львові. Клуб організовує активні тури та заходи, зокрема для дітей з неблагополучних сімей та людей з обмеженими можливостями, пропонуючи безкоштовні тренування з водних видів спорту, скелелазіння та інших активностей [1].

З огляду на те, що в країні з'явилася нова категорія людей, які потребують інклюзії – учасники війни та постраждалі внаслідок військової агресії, інклюзивний туризм може стати для них ефективним засобом реабілітації. Він відкриває можливості для оздоровлення, соціальної адаптації, подолання психологічних бар'єрів, а також сприяє емоційному відновленню через рухову активність, взаємодію з природою та спілкування. Наприклад, в Одесі функціонує інклюзивний пляж для осіб з інвалідністю, оснащений пандусами, ліфтом та електрокарами для безперешкодного доступу. Персонал пляжу, який складається з 20 осіб, надає допомогу, а фізичний терапевт і масажист-фізіотерапевт здійснюють безкоштовні реабілітаційні послуги, зокрема для військових та осіб з інвалідністю [4]. В Чернівецькій області Олег Ревега побудував «Купол Гуцула» – місце для відпочинку військових з видом на гори, яке допомагає відновлювати моральний дух і фізичне здоров'я. Олег планує розширити проект, створивши спортивний майданчик і залучивши психологів, щоб забезпечити реабілітацію для військових, зокрема для поранених [5]. Волинська громада ініціювала створення інклюзивного кемпінгу для ветеранів, зокрема для осіб з інвалідністю, щоб організувати відпочинок і реабілітацію на берегах водойм. Проект передбачає активний відпочинок, екологічні ініціативи та участь у конкурсі «Громада на всі 100», що може забезпечити фінансування [6]. Хоча ці приклади демонструють позитивні зрушення в розвитку інклюзивного туризму в Україні, загалом ця сфера потребує подальшого вдосконалення та розширення доступних послуг для всіх категорій населення. на сьогодні існує низка викликів – рис. 1, які гальмують його повноцінну інтеграцію в туристичну індустрію.



Рис. 1. Основні виклики розвитку інклюзивного туризму в Україні*

*побудовано на підставі [1-6]

Розвиток інклюзивного туризму в Україні потребує комплексного підходу, що включає інфраструктурні, інформаційні, фінансові та освітні заходи:

- Модернізація туристичної інфраструктури: обов'язкове облаштування туристичних об'єктів згідно з міжнародними стандартами безбар'єрності; запровадження державних грантів для підприємців на адаптацію їхніх послуг.
- Розвиток інформаційної доступності: створення мобільних додатків з інформацією про доступні туристичні локації; впровадження мультимовних аудіогідів та тактильних карт у музеях і туристичних об'єктах.
- Фінансова підтримка інклюзивного туризму: розробка державних та місцевих програм субсидіювання для людей з інвалідністю; запровадження пільг

для підприємств, які розвивають інклюзивний туризм.

– Підготовка кадрів: введення курсів з інклюзивного обслуговування; організація тренінгів для працівників готелів, ресторанів та екскурсійних агентств.

Запровадження сучасних практик дозволить не лише зробити подорожі доступними для всіх, а й сприятиме економічному розвитку туристичної галузі.

Список використаних джерел

1. Інклюзивний туризм як вид сучасного спеціалізованого туризму. URL : https://ecoacademy.org.ua/sites/default/files/theme_files/prezentaciya_1_inklyuzyvnyy_turyzm_v_ukrayini_.pdf?utm_source=chatgpt.com.
2. Данчевська І., Калайтан Т. Інклюзивний туризм: світовий досвід та перспективи розвитку в Україні. *Development Service Industry Management*. 2024. № 2. С. 96–104. URL : [https://doi.org/10.31891/dsim-2024-6\(14\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2024-6(14)).
3. Нагаєвщук А. Туризм для всіх — це не лише пандуси. Як зробити туристичне місце доступним URL : <https://nakypilo.ua/novyny/turyzm-dlia-vsikh-tse-ne-lyshe-pandusy-yak-zrobyty-turystychne-mistse-dostupnym/>.
4. В Одесі облаштували інклюзивний пляж для ветеранів та людей з інвалідністю. URL : <https://suspilne.media/odesa/816925-v-odesi-oblastuvali-inkluzivnij-plaz-dla-veteraniv-ta-ludej-z-invalidnistu/>.
5. Не самі: 5 ініціатив, які допомагають пораненим військовим. URL : <https://rubryka.com/article/initsiatyvy-dlya-poranenyh-vijskovyh/>.
6. Уліцький В. Волинська громада хоче спорудити інклюзивний кемпінг для ветеранів. *Волинь*. 23 жовтня 2024 року. С. 3. URL : <https://www.volyn.com.ua/news/278288-na-volyni-silska-hromada-iaka-miliony-vydiliaie-na-zsu-zbuduie-inkluzyvnyi-kempinh-dlia-veteraniv>

Масалаб Олексій,

аспірант

Ткачова Надія,

к.е.н., доцент

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»,
м. Харків

ІНТЕРНЕТ-РЕКЛАМА ЯК ПРАВОВИЙ ЗАСІБ ПРОСУВАННЯ НА РИНОК ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ

Інтернет-реклама є невід'ємною частиною маркетингової стратегії в індустрії туризму, оскільки більшість потенційних туристів шукають інформацію про подорожі та відпочинок онлайн. Інтернет надає величезні можливості для просування туристичних послуг та привертання уваги потенційних туристів [1-5].

Цифровий маркетинг дозволяє рекламувати туристичні послуги за допомогою різноманітних каналів, таких як банерна реклама, контекстна реклама (наприклад, Google Ads), реклама в соціальних мережах (Facebook, Instagram, Twitter), тизерна реклама тощо [1, 4]. Це дозволяє точно спрямовувати оголошення на цільову аудиторію, враховуючи їхні інтереси, вік, географічне положення та інші критерії. Платформи соціальних мереж є потужним інструментом для реклами туристичних послуг. Тут можна публікувати привабливі фотографії, відео та історії про подорожі, організовувати конкурси та розіграші, спілкуватися з клієнтами та відповідати на їх запитання. Впливові особистості в соціальних мережах (інфлюенсери) можуть допомогти підвищити свідомість про туристичний бренд шляхом співпраці у спонсорованих публікаціях та партнерствах. Е-mail-маркетинг залишається ефективним інструментом для залучення і утримання клієнтів в індустрії туризму. Розсилка новин, спеціальних пропозицій, розповіді про подорожі та інші цікаві матеріали можуть стимулювати бронювання та збільшувати відвідування [2, 5].

Маючи якісний туристичний веб-сайт, компанія може привертати цільових клієнтів через пошукові системи. Контент-маркетинг, такий як блоги про подорожі, статті про популярні напрямки, огляди готелів та екскурсій, дозволяє підвищити авторитет бренду і залучити трафік з пошукових систем.

Відео-маркетинг є дуже ефективним для туристичного бізнесу. Відео історії про подорожі, екскурсії по готелях, огляди місцевих пам'яток та природних красот викликають емоції та зацікавленість у глядачів.

Безумовно почесне місце в інтернет рекламі туристичного продукту займають методи віртуальної реальності та доповненої реальності. Інноваційні технології, такі як VR і AR, дозволяють потенційним клієнтам «відчути» місце подорожі перед бронюванням, що сприяє прийняттю рішення про подорож.

Загалом, інтернет-реклама в туризмі дозволяє досягати більшої аудиторії, підвищувати продажі туристичних послуг та створювати сильний бренд у цифровому просторі. Вона дозволяє туристичним підприємствам залучати нових клієнтів, підвищувати відвідуваність та збільшувати прибуток.

Інтернет-реклама в туризмі повинна дотримуватися ряду правових норм і вимог, оскільки це важлива галузь, яка може впливати на споживачів і їх рішення щодо подорожей. Правові засади інтернет-реклами в туризмі визначаються різними законодавчими актами та правилами, що регулюють діяльність туристичних компаній і рекламних агентств в онлайн середовищі. Дотримання цих правил є важливим для забезпечення етичної та правомірної практики в сфері реклами. Проведене нами дослідження дозволило виявити і обґрунтувати основні аспекти правових засад інтернет-реклами в туризмі, на які ми рекомендуємо обов'язково звертати увагу при просування туристичного продукту на цільовий ринок:

1. Закони про рекламу: багато країн мають спеціальні закони та нормативні акти, що регулюють рекламну діяльність. Ці закони встановлюють правила щодо достовірності реклами, обмеження використання певних слів або

образів, обов'язкового розміщення попереджень чи дисклеймерів тощо.

2. Дотримання правил платформ: Кожна онлайн-платформа (така як Google, Facebook, Instagram тощо) має свої власні правила щодо реклами, які повинні дотримуватися рекламодавцями. Ці правила стосуються розміщення оголошень, використання заборонених матеріалів, а також правил використання персональних даних.

3. Захист конфіденційності і персональних даних: При зборі та використанні персональних даних користувачів для рекламних цілей, туристичні компанії повинні дотримуватися законів про захист даних (такі як GDPR в Європейському Союзі). Це включає отримання згоди від користувачів на обробку їхніх даних і відповідне використання цих даних.

4. Обмеження в рекламі туристичних послуг: У деяких країнах існують спеціальні правила щодо реклами туристичних послуг, особливо коли йдеться про оголошення цін та умов туру, обов'язковість надання інформації про умови відпочинку, права туристів та інше.

5. Правила адекватності та достовірності інформації: Реклама туристичних послуг повинна бути адекватною, точною та не може вводити клієнтів в оману щодо характеру, цін або умов подорожі.

6. Правила щодо дитячої реклами: Якщо реклама туристичних послуг спрямована на дітей або сімейний відпочинок, можуть діяти спеціальні правила, що обмежують певні види реклами або вимагають додаткових заходів захисту молодих споживачів.

7. Інші регулятивні вимоги: Окрім зазначених вище аспектів, існують інші регулятивні вимоги, які можуть стосуватися реклами в туризмі, такі як обмеження на рекламу алкоголю або тютюну, правила щодо мови реклами тощо.

Загалом, реклама туристичних послуг в інтернеті має бути етичною, чесною і законною. Дотримання правових вимог допомагає підтримувати довіру споживачів і підвищувати репутацію брендів у сфері туризму.

Список використаних джерел

1. Tkachova N., Kobieliava T., Pererva P. Formation of competitive advantages of machine-building enterprises on the basis of the benchmarking concept. *International Marketing and Management of Innovations: Global Sci. E-Journal*. Bielsko-Biala, 2021. № 6. 10 p.
2. Формування управлінської, маркетингової та інноваційної політики на підприємствах туристичної індустрії / П. Г. Перерва [та ін.]. *Вісник Національного технічного університету «ХПІ» (екон.науки): зб. наук. пр.* Харків : НТУ «ХПІ», 2018. № 47. С. 114-120.
3. Матросова В. О., Перерва П. Г., Матросов О. Д. Кадрове забезпечення галузі туризму та гостинності. *Проблеми формування та розвитку інноваційної інфраструктури: Матеріали V Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Львів, 23-25 травня 2019 р.)*. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2019. С. 515-516.
4. Носирєв О. О., Перерва П. Г., Долина І. В., Кобелєва Т. О., Ткачова Н. П. Менеджмент та маркетинг на ринку туристичних та готельно-ресторанних послуг [Електр. ресурс]: консп. лекцій / Нац. техн. ун-т «ХПІ». Харків, 2020. 37 с.
5. Pererva P.G., Kocziszky G., Szakaly D., Veres Somosi M. Technology transfer : monograph / P. G. Pererva [et al.] / ed.: P. G. Pererva, G. Kocziszky. Kharkiv : NTU "KhPI" ; Miskolc : University of Miskolc, 2012. 599 с.

Мацука Вікторія,

кандидат економічних наук, доцент,

Маріупольський державний університет,

Київ, Україна

ВОЛОНТЕРСЬКИЙ ТУРИЗМ ЯК ІНСТРУМЕНТ ВІДБУДОВИ ТА МІЖНАРОДНОЇ СПІВПРАЦІ

Волонтерський туризм є важливим інструментом для підтримки та розвитку України, особливо в умовах війни та процесів відновлення після неї. Це не лише можливість залучити міжнародних партнерів для допомоги, а й ефективний спосіб поширення інформації про Україну в світі, створення нових соціальних ініціатив і зміцнення економіки.

Досвід інших країн підтверджує ефективність волонтерського туризму у відновленні та підтримці місцевих громад. Наприклад, в Ізраїлі активно залучають міжнародних волонтерів для участі в сільськогосподарських, освітніх та військових програмах. Після руйнівного землетрусу 2015 року в Непалі тисячі волонтерів з усього світу брали участь у відновленні шкіл, лікарень та житлових будинків. В африканських країнах волонтерський туризм є важливою частиною соціальної підтримки, зокрема в галузях освіти, охорони здоров'я та екології.

Україна може розвивати волонтерський туризм у кількох ключових напрямках: гуманітарному, екологічному, соціальному та культурному туризмі.

Залучення іноземних волонтерів є важливим елементом розвитку волонтерського туризму в Україні. Іноземці, які приїжджають на допомогу, не лише сприяють відновленню країни, але й стають її послами у світі, поширюючи правдиву інформацію про ситуацію в Україні та привертаючи до неї ще більше уваги [1].

Існує кілька основних причин, чому іноземні волонтери хочуть приєднатися

до допомоги Україні: підтримка демократичних цінностей, бажання зробити реальний внесок у відновлення країни, можливість отримати унікальний досвід і нові навички, а також культурний і історичний інтерес до України.

Для ефективного залучення міжнародних волонтерів до допомоги Україні існує кілька каналів, які забезпечують постійну підтримку та допомогу. Серед них можна виділити як традиційні міжнародні організації, так і сучасні цифрові платформи та соціальні мережі. Ось деякі з них.

Міжнародні волонтерські організації. Відомі міжнародні організації, такі як Червоний Хрест (Red Cross), UN Volunteers та Habitat for Humanity, активно залучають волонтерів до гуманітарних та відновлювальних програм. Ці організації мають великий досвід у координації волонтерської діяльності та забезпеченні безпеки волонтерів, що робить їх чудовими партнерами для України в умовах війни та відбудови. Вони пропонують можливості для участі в різноманітних проектах, таких як медична допомога та відновлення інфраструктури.

Співпраця з урядами інших країн та міжнародними програмами допомоги. Уряди різних держав мають програми підтримки України, через які можна залучати іноземних волонтерів. Наприклад, через двосторонні програми співпраці або міжнародні ініціативи, такі як Програма розвитку ООН (UNDP) чи Європейська комісія. Ці програми часто передбачають компоненти волонтерства для допомоги в відновленні постраждалих територій або реалізації соціальних та гуманітарних проектів [2].

Онлайн-платформи для реєстрації волонтерів. Сучасні платформи, такі як Workaway, WWOOF (World Wide Opportunities on Organic Farms), GoAbroad та інші, дозволяють міжнародним волонтерам знайти проекти для допомоги Україні. Вони надають можливість волонтерам реєструватися для участі в різних ініціативах, від екологічних до соціальних та культурних обмінів, що робить процес взаємодії зручним і доступним [3].

Соціальні мережі, блоги та інформаційні кампанії. Використання соціальних мереж (Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn) є потужним інструментом для залучення міжнародних волонтерів. Створення спеціалізованих сторінок, груп і кампаній дає можливість привернути увагу людей з різних куточків світу, надаючи їм інформацію про конкретні потреби та проекти. Блоги та вебсайти, де волонтери діляться своїм досвідом в Україні, також сприяють поширенню інформації та залученню нових добровольців. Інформаційні кампанії через ці канали можуть створити позитивний імідж України як країни, яка активно відновлюється завдяки міжнародній допомозі [4].

Ці канали дозволяють ефективно залучати міжнародних волонтерів, сприяючи не лише фізичному відновленню країни, а й розвитку міжнародних зв'язків, взаєморозуміння та співпраці між народами

Гуманітарний волонтерський туризм є однією з ключових складових волонтерської діяльності в Україні, особливо під час війни та постійних гуманітарних викликів. Волонтери мають можливість долучатися до різноманітних проектів, спрямованих на допомогу найбільш уразливим категоріям населення. Це включає роботу в центрах для переселенців, надання гуманітарної допомоги, а також участь у психологічній реабілітації постраждалих. Волонтери активно допомагають у забезпеченні тимчасових притулків для внутрішньо переміщених осіб, а також у наданні необхідної медичної допомоги, їжі та психологічної підтримки.

Волонтерство в процесі відновлення України є важливим напрямом роботи. Волонтери можуть брати участь не лише в відновленні інфраструктури, а й у збереженні культурної спадщини України. Вони можуть допомогти в ремонті зруйнованих будівель, будівництві тимчасового житла для ВПО, а також у відновленні історичних пам'яток та культурних об'єктів, що постраждали внаслідок бойових дій. Цей напрямок надає волонтерам можливість безпосередньо впливати на процес відбудови країни, роблячи важливий внесок у

реконструкцію житла, соціальних об'єктів та культурних пам'яток.

Екологічний волонтерський туризм сприяє відновленню природних територій та охороні навколишнього середовища України. Волонтери можуть допомогти в озелененні зруйнованих територій, очищенні річок і водойм від забруднень, а також у прибиранні відходів на забруднених ділянках. Крім того, волонтери можуть брати участь у природоохоронних ініціативах у Чорнобильській зоні та національних парках, організовуючи екологічні табори для підвищення екологічної свідомості серед населення.

Соціальний і освітній волонтерський туризм є важливою складовою допомоги місцевим громадам, особливо дітям та молоді. Волонтери можуть надавати освітні послуги, навчаючи дітей іноземним мовам, комп'ютерним навичкам, а також проводячи творчі заняття. Це сприяє підвищенню рівня освіти серед молоді та дає їм доступ до нових знань. Окрім того, волонтери можуть організовувати культурні обміни та тренінги для молоді з різних країн, що сприяє взаєморозумінню між культурами і популяризації української культури. Спортивні та мистецькі заходи в громадах також займають важливе місце в соціальному волонтерстві, адже вони не тільки допомагають у відновленні країни, але й підвищують моральний дух, сприяють розвитку фізичного здоров'я та культурної свідомості місцевих жителів [5].

Розвиток волонтерського туризму в Україні може принести значний економічний ефект і позитивно позначитись на соціально-економічному становищі країни, особливо в умовах відновлення після війни. Ось кілька ключових аспектів, які визначають економічні переваги цього напрямку: створення нових робочих місць, залучення інвестицій і донорських коштів, формування позитивного іміджу України на міжнародній арені, а також інтеграція цього виду туризму в загальну туристичну стратегію держави.

Волонтерський туризм відіграє важливу роль у відновленні України після війни, підтримуючи гуманітарні проекти, сприяючи економічному зростанню та

залученню міжнародної допомоги. Для ефективного розвитку цього напрямку потрібно створити належну законодавчу базу, залучити міжнародних партнерів і активно використовувати цифрові платформи для координації волонтерських ініціатив. Запуск національної волонтерської програми та встановлення партнерств з міжнародними організаціями допоможе не тільки в процесі відновлення, а й сприятиме покращенню іміджу України в світі. Спільні зусилля уряду та міжнародної спільноти гарантуватимуть сталий розвиток волонтерського туризму в Україні.

Список використаних джерел

1. Волонтерський туризм: як іноземці можуть допомогти Україні під час подорожі URL: <https://surl.li/btytrb> (дата звернення: 17.03.2025).
2. United Nations Development Programme. Ukraine Recovery: Role of Volunteerism and Tourism. Kyiv: UNDP. 2021.
3. Wearing Stephen, McGehee Nancy Gard,. Volunteer tourism: A review. Tourism Management. Elsevier. 2013. vol. 38. P.120-130. URL: <https://surl.li/ioarcq> (дата звернення: 17.03.2025).
4. World Tourism Organization. Volunteering in Tourism: Best Practices from Around the World. Madrid: UNWTO. 2020.
5. Matsuka V., Horbashevskaya M. Modern trends, mechanisms and prospects for the development of tourist regions of Ukraine/Сучасні тренди, механізми та перспективи розвитку туристичних регіонів України. Агросвіт. 2024. №12. С.68-75. URL: <https://surli.cc/savcjd> (дата звернення: 17.03.2025).

Миронов Юрій,

к.е.н., доцент,

Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

ТУРИЗМ ЕКОЛОГІЧНИЙ ЧИ ЕКОЛОГІЗОВАНИЙ? ДО ПИТАННЯ ТЕРМІНОЛОГІЇ

Туризм як складова частина глобального суспільного та економічного розвитку займає особливе місце у сучасному світі. Останні десятиліття привернули увагу до питань екологічної стійкості, що не оминули й туристичну галузь. У цьому контексті терміни «екологічний туризм» (ecological tourism, ecotourism) та «екологізований туризм» (eco-friendly tourism) стали об'єктом наукового обговорення та дискусій. Це обумовлено зростаючою потребою у збереженні природних ресурсів та мінімізації негативного впливу на довкілля під час подорожей.

Екологічний туризм, або екотуризм, зазвичай визначається як форма туризму, що спрямована на відвідування природних територій з метою їх вивчення, збереження та мінімізації негативного впливу на довкілля. Сучасна модель екологічного туризму є інтегрованою системою управління туризмом, яка охоплює екологічне просвітництво та навчання учасників такої діяльності, з метою досягнення соціальних та економічних цілей при одночасному збереженні природних та культурних цінностей для наступних поколінь [1, с. 129]. Ця концепція підкреслює гармонію між людиною та природою, інтегруючи екологічну освіту, етику та економічну вигоду для місцевих громад. За визначенням Міжнародного союзу охорони природи (IUCN), екотуризм має передбачати відповідальне ставлення до природи, підтримку місцевої культури та залучення туристів до охорони довкілля [2].

Натомість екологізований туризм розглядається як трансформація традиційних туристичних практик із урахуванням принципів екологічної стійкості. Цей підхід передбачає впровадження заходів для зменшення негативного впливу туристичних об'єктів і діяльності на навколишнє середовище. Наприклад, використання екологічно чистих матеріалів у будівництві готелів, оптимізація транспортних маршрутів, скорочення споживання ресурсів та впровадження систем утилізації відходів. Таким чином, екологізований туризм є відповіддю на сучасні виклики, що стоять перед туристичною індустрією, але його основною метою не завжди є безпосереднє збереження природи, як у випадку екотуризму, радше опосередковане.

Розмежування цих понять є важливим для наукового дискурсу, оскільки вони відображають різні підходи до інтеграції екологічних принципів у туризмі. Екотуризм акцентує увагу на первинному взаємозв'язку між туристом і природою, тоді як екологізований туризм є адаптацією традиційного туризму до умов екологічної свідомості. У цьому контексті можна говорити про те, що екологізований туризм є ширшим поняттям, котре охоплює як елементи екотуризму, так і заходи щодо сталого розвитку міських, культурних та інших форм туризму.

Термінологічні дискусії мають значний вплив на розвиток наукових досліджень і практичної діяльності у сфері туризму. Відсутність чітких меж між екотуризмом та екологізованим туризмом може призводити до плутанини у визначенні цілей та завдань туристичних проєктів. Окрім того, це впливає на процес формування політики та стратегій сталого розвитку туризму на національному й міжнародному рівнях. Наприклад, урядові програми підтримки екологічного туризму можуть бути недостатньо ефективними через неправильну інтерпретацію термінів або невизначеність критеріїв оцінювання.

У практичному вимірі важливість коректного використання термінології зростає у зв'язку зі зростанням попиту на «зелені» туристичні послуги. Туристи

щораз більше цікавляться екологічними аспектами своєї діяльності, а отже, правильне позиціонування туристичних продуктів стає критичним для їх успішності. Відповідно, туристичні компанії та організації повинні чітко розуміти відмінності між екологічним та екологізованим туризмом, аби уникати «оманливого» маркетингу та завойовувати довіру клієнтів.

Наукові дослідження також вказують на необхідність подальшого розроблення критеріїв оцінювання екологічності туристичних продуктів та окремих послуг, що дозволить не лише спростити термінологічні питання, але й сприятиме популяризації екологічно відповідального туризму. Наприклад, важливим завданням є створення міжнародно визнаних стандартів для класифікації турпродуктів за рівнем їх екологічної стійкості. Зокрема, такі стандарти можуть передбачати вимоги щодо раціонального використання природних ресурсів, зменшення викидів шкідливих речовин, впровадження систем перероблення відходів та збереження біорізноманіття. Уніфіковані критерії допоможуть туристам свідомо обирати більш стійкі варіанти відпочинку, а туристичним компаніям – орієнтуватися на довгостроковий розвиток і покращення іміджу. Це сприятиме формуванню культури відповідального споживання туристичних послуг та гармонійному поєднанню рекреаційних потреб із захистом довкілля.

Отже, аналіз термінів «екологічний туризм» та «екологізований туризм» свідчить про їх важливість для формування сучасної туристичної науки і практики. Екотуризм як специфічна форма туризму, орієнтована на збереження природи й екологічну освіту, та екологізований туризм як адаптація традиційного туризму до принципів стійкості мають різні функції, але спільну мету – сприяти екологічному та соціально-економічному благополуччю країни та її громадян. Чітке розуміння цих понять і їх належне використання сприятимуть подальшому розвитку туризму як гармонійної складової сталого суспільного розвитку.

Список використаних джерел

1. Миронов Ю. Б., Пугачов М. І., Корінець Р. Я. Інноваційні напрямки управління екологічним туризмом в Україні в контексті сталого розвитку. *Інфраструктура ринку*. 2024. Вип. 77. С. 128-134. URL: <https://doi.org/10.32782/infrastructure77-23>.
2. International Union for Conservation of Nature. URL: <https://iucn.org/>.

Михайловин Роман,

здобувач третього науково-освітнього рівня вищої освіти

Полтавський університет економіки і торгівлі, м. Полтава

Науковий керівник: **Барибіна Яніна**, к. е. н., доцент, доцент кафедри
менеджменту

ВИКОРИСТАННЯ ЧАТ-БОТІВ ДЛЯ СПІЛКУВАННЯ З КЛІЄНТАМИ У ТУРИЗМІ

Туризм – одна з важливих галузей економіки будь-якої країни. Прискорення інформатизації та діджиталізації змушують створювати нові рішення та адаптуватися до технологічного прогресу. Однією з провідних технологій сучасності є штучний інтелект (ШІ), який відкриває нові можливості для роботи з клієнтами, підвищення якості туристичних послуг та ефективності бізнес-процесів.

ШІ може бути використаний туристичним бізнесом не одним способом але ми детальніше розглянемо чат-ботів. Багато сервісних компаній інтегрують віджети, такі як часто задавані запитання (FAQ), які призначені для відповідей на прості запити споживачів. Як альтернатива, вони використовують програмне забезпечення чат-ботів для покращення своїх електронних послуг для споживачів. Вони усвідомлюють, що ці інтерактивні технології пропонують безліч переваг, включаючи підвищення ефективності та скорочення часу очікування для онлайн-користувачів, серед іншого. Чат-боти допомагають знизити навантаження на працівників. Зі збільшенням кількості онлайн бронювань чат-боти стали ефективним засобом забезпечення швидкої, зручної та доступної взаємодії.

Особливо використання чат-ботів стало актуальним під час пандемії COVID-19 оскільки компанії були змушені скорочувати персонаж і при цьому намагались зберегти якість обслуговування. Клієнти у свою чергу бажали отримати послуги безконтактно.

III сприяє автоматизації обслуговування клієнтів через чат-боти та голосових асистентів, які забезпечують оперативні консультації 24/7. Чат-боти оснащені III здатні допомогти туристам у плануванні подорожей, знаходячи туристичні маршрути, пропонуючи готелі, надаючи допомогу з оптимізацією витрат, бронюванням квитків, оформленню документів тощо. Також існують люди, що зацікавлені у створенні антропоморфних технологій обладнаних мовними моделями, включаючи чат ботів. Такі пристрої можуть бути використані для покращення сервісу подібно до роботів-офіціантів.

Чат-боти вважаються більш дружніми (user-friendly) та ввічливими, що залишає клієнтів задоволеними. Завдяки інтеграції CRM-систем чат-боти отримали можливість персоналізації запитів. Таким чином користувачі охочіше діляться з ними даними, що дозволяє штучним асистентам точніше формувати профіль клієнта та генерувати індивідуальні туристичні пропозиції. Завдяки цьому чат-боти роблять туризм доступнішим для людей з порушеннями слуху, зору, мобільності чи когнітивних функцій, підвищують якість зворотного зв'язку, що дозволяє виявляти тенденції та закономірності у туристичній сфері.

Прикладами ефективного використання чат ботів можна вважати:

TourHelperBot – розроблений Українською Асоціацією Туристичних агентств для туристів що перебувають за кордоном. Бот надає інформацію про розміщення, затримку та відміну рейсів та по інших питанням;

Telegram-бот iGov – надає допомогу з оформлення біометричного закордонного паспорта, відстежує стан черг і допомагає знайти вільне вікно;

Bussy – допомагає з пошуком оптимальних цін на автобусні подорожі. Розробники співпрацюють з більш ніж трохсотма перевізниками по всій Україні. Бот дозволяє не тільки знайти, а й відразу придбати квиток;

RailwayBot – виконаний у вигляді телеграм бота сервіс використовується для перегляду доступних квитків по заданому напрямку та отримання інформації про маршрути конкретного поїзда;

Боти, що допомагають в організації конференцій і заходів, що сприяють розвитку бізнес-туризму.

Згідно з дослідженнями Camilleri M. A. менше 15% клієнтів потребували втручання людини-консультанта для вирішення своїх питань при наявності чат-бота. Дослідження підтверджують, що більшість людей не відчують жодних труднощів з використанням чат-ботів, які імітують людську поведінку, зокрема з тими, що були створені з антропоморфним дизайном. Фактично, різні дослідники стверджували, що споживачі цінують те, що ці діалогові системи вміло використовують людську комунікацію. Як результат, використання чат-ботів спонукало сервісні компанії покращувати онлайн-досвід своїх клієнтів. Результатом є збільшення туристичними та готельними компаніями інвестицій в інтерактивні технології для покращення своїх послуг, орієнтованих на клієнтів, та генерування потенційної клієнтської бази та конверсії продажів.

Однак, попри численні переваги, впровадження чат-ботів супроводжується низкою викликів – питаннями конфіденційності даних: чат-боти збирають, зберігають, обробляють та передають великі обсяги особистих даних клієнтів, такі як імена, контакти, паспортні та платіжні дані, місцезнаходження, інтереси, поведінка, відгуки, вподобання тощо. Ці дані використовуються для поліпшення якості сервісу, але проблема полягає в тому, що ці дані можуть бути викрадені та використані для шахрайства, шпигунства, негативної пропаганди та іншої злочинної діяльності. Наприклад, чат-боти можуть бути зламані та змінені для використання у розсиланні спаму, вірусів, фішингу, троянів, реклами тощо.

Іншим недоліком є заміна людської праці та підняття питання етичної відповідальності при прийнятті рішень. Деякі клієнти, які походять з різних демографічних груп суспільства, включаючи тих, хто з певних причин не любить взаємодіяти з інтерактивними технологіями на базі штучного інтелекту, такими як системи чат-ботів. Як наслідок, вони можуть відмовитися користуватися послугами наданими чат-ботом. Це може спричинити конфлікт, адже клієнтів не

завжди попереджають, що вони спілкуються з програмою.

Існує думка, що наслідком автоматизації туристичних послуг, є (потенційна) втрата людського контакту протягом усього туристичного досвіду. Вважається, що змістовна взаємодія між туристом і господарем, будь то з місцевими жителями чи працівниками туристичної галузі, є джерелом прихильності туристів, що призводить до задоволення туристів та позитивного ставлення до туристичних напрямків. Крім того боти можуть не розуміти жарти, іронію, сарказм, сленг, діалекти тощо. Що може призводити до погіршення настрою клієнтів.

Отже, штучний інтелект в цілому та чат-боти зокрема є потужним інструментами, їх використання є стратегічною необхідністю для подальшого розвитку туристичної сфери, проте забезпечення його ефективності потребує комплексного підходу з урахуванням технологічних, правових та соціальних аспектів. А необережне повадження та ігнорування заходів безпеки можуть призвести до негативних наслідків не тільки для компанії але і її клієнтів. Що викликає стурбованість у деяких верств населення. У наступних наукових дослідженнях буде здійснено спробу запропонувати використання штучного інтелекту для розвитку туристичних дестинацій з урахуванням особливостей роботи туристично-інформаційних центрів.

Список використаних джерел

1. Tussyadiah I. Applications of artificial intelligence in travel and tourism. Encyclopedia of Tourism Management and Marketing. Cheltenham: Edward Elgar Publishing, 2022.

2. Вплив штучного інтелекту на розвиток туризму. URL : <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/62755/1/13БІРНИК%20з%20Обкл.pdf>.

3. Camilleri M. A. Chatbot recommender systems in tourism: a systematic review and a benefit-cost analysis. URL : https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4320918.

Стан та перспективи розвитку рекреаційно-туристичного комплексу України:
природний, соціальний, економічний та інноваційний аспекти:
збірник матеріалів Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Полтава, 15 травня 2025 р.)

4. Інноваційні технології в туризмі: нові можливості для майбутнього. *Географія та туризм: матеріали*. URL : https://tourlib.net/statti_ukr/zastaveckyj.htm.

5. Як реально чат-боти можуть допомогти в бізнес-туризмі і організації заходів. URL : <https://puscha-hotel.com.ua/about/news/kak-realyno-chat-boty-mogut-pomochy-v-biznes-turizme-i-organizacii-meropriyatiy>.

Мороз Світлана,

к. пед. н., доцент, доцент кафедри харчових технологій

Калашник Олена,

к.т.н., доцент, доцент кафедри харчових технологій

Кузнєцов Роман,

асистент кафедри харчових технологій

Полтавський державний аграрний університет, м. Полтава

ОСВІТНІЙ ВИМІР ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ: ІННОВАЦІЙНИЙ ДОСВІД ПДАУ

Гастрономічний туризм в умовах сучасної України набуває особливої ролі в системі соціокультурного та економічного розвитку. Його значення виходить за рамки сезонної подорожі чи звичайного споживання їжі. У складному контексті війни та післявоєнного відновлення актуальність цього напрямку зростає, адже він відкриває можливості для відновлення локальних економік, формування культурного іміджу регіонів і розвитку підприємництва у сфері HoReCa.

На тлі триваючої війни внутрішній туризм в Україні демонструє стійкість і здатність до адаптації. За даними Державного агентства розвитку туризму, туристичний збір у першому півріччі 2023 року сягнув понад 85,5 млн. грн. У 2024 році цей показник зріс до 273 млн. грн., що навіть перевищує довоєнні рівні (рис. 1).

У 2024 році у Полтавському регіоні порівняно з позаминулим роком зросли суми туристичного збору до 7 млн. 70 тис. грн. проти 6 млн. 414 тис. грн. [1]. Це свідчить про стабільний інтерес українців до подорожей у межах країни, зокрема до тих форматів, які дозволяють зануритися в культурну автентичність та отримати позитивні емоції на фоні соціальної турбулентності.



Рис. 1. Динаміка надходжень туристичного збору за 2021-2024 рр.
Джерело : [1]

У сучасних умовах перевага надається короткотерміновим мандрівкам у безпечні регіони – насамперед Західну Україну, Закарпаття, Полтавщину, Львівську область. Туристи активно цікавляться культурними подіями, місцевими святами, фестивалями, дегустаційними турами, які дозволяють не лише відпочити, а й відкрити гастрономічну ідентичність регіону. У цьому контексті гастрономічний туризм постає не лише як тренд, але й як стратегічно важливий напрям розвитку туризму, що має значний потенціал для сталого соціально-економічного зростання регіонів. Водночас гастрономічний туризм позитивно впливає на локальні бюджети, підтримує зайнятість населення, стимулює розвиток фермерських господарств, малого бізнесу й інфраструктури гостинності. Проблема ефективного розвитку гастрономічного туризму, на нашу думку, зумовлена відсутністю системного підходу до інтеграції кулінарної спадщини в туристичний продукт, недостатньою координацією між учасниками туристичного ринку, а також слабкою промоцією регіональної гастрономічної ідентичності як на національному, так і на міжнародному рівнях. До цього додаються брак стратегічного бачення щодо використання гастрономічного

ресурсу в регіональних туристичних програмах.

Відсутність комплексної міждисциплінарної програми підготовки, яка б охоплювала культурологічні, маркетингові та технологічні аспекти гастрономії, стримує формування конкурентоспроможного людського капіталу і суттєво гальмує розвиток гастрономічного туризму як динамічного й перспективного напрямку сучасної туристичної галузі. Фахова підготовка кадрів – кулінарних гідів, гастроекспертів, аналітиків гастрономічних трендів, які здатні інтегрувати локальний ресурс у ширший культурно-туристичний контекст, на наш погляд, сприятиме ефективній реалізації гастрономічного потенціалу Полтавщини.

Важливою умовою для цього є формування цілісної регіональної гастрономічної стратегії у туризмі. Така стратегія має базуватися на принципах сталого розвитку, збереження культурної спадщини, підтримки місцевих виробників і забезпечення високих стандартів гастрономічного сервісу.

Показовим прикладом інноваційної гастрономічної ініціативи є створення на базі Полтавського державного аграрного університету першої в Україні веганської навчальної лабораторії Loving Hut Vegan, яка поєднує в собі освітню, просвітницьку та соціальну функції. У цій лабораторії майбутні фахівці індустрії гостинності опановують основи здорового харчування, сталого розвитку, етичного ставлення до довкілля та культури споживання.

Унікальність цієї ініціативи полягає не лише в її інноваційності, а й у формуванні нового типу фахівця – свідомого, екологічного, критичного до глобальних проблем харчової індустрії. Заклад став улюбленим місцем для студентської молоді та поступово трансформується у своєрідну візитівку ПДАУ, демонструючи, як освіта може інтегруватися у гастрономічну практику регіону.

Список використаних джерел

1. До бюджету громад у 2024 році надійшло майже 273 млн. грн. туристичного збору. URL : <https://www.tourism.gov.ua/blog/do-byudzhetu-gromad-u-2024-roci-nadiyshlo-mayzhe-273-mln-grn-turistichnogo-zboru>.

Олійник Валентина,

к. г. н., доцент, доцент кафедри готельно-ресторанного та туристичного бізнесу
Міжнародний гуманітарний університет, м. Одеса

АНАЛІЗ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОЇ СФЕРИ АЛБАНІЇ

Албанія – одна з недорогих привабливих туристичних країн, що те так давно розкрила свій потужний туристичний потенціал. Країна, в якій переплились витоки іллірійської, грецької, римської, візантійської та османської цивілізацій. Албанія славиться численними історичними пам'ятками, архітектурними об'єктами традиціями та звичаями. Завдяки своєму вигідному географічному положенню, країна стрімко розвиваю різні туристичні напрямки. Албанське узбережжя простягається на 450 км, поділяючись на два регіони: Адріатичне – на півночі та – Іонічне на півдні. Адріатичне море характеризується мілководдям і широкими піщаними пляжами, що робить такі курорти, як Дуррес, Голем і Влера, популярними для сімейного відпочинку. Іонічне море має глибші води, скелясті береги та мальовничі бухти. Тут розташовані такі курорти, як Саранда, Ксаміль і Хімара, які славляться бірюзовими водами та розкішними пляжами.

Албанія пропонує чудові можливості для лікування та оздоровлення завдяки своїм природним ресурсам, таким як термальні джерела, морський клімат і гірські курорти. Країна відома своїми лікувальними курортами, що використовують цілющі властивості природних вод та грязей для лікування різних захворювань.

Одним із найвідоміших курортів є Бен'є (Llixhat e Bënjës), де термальні води з температурою від 26 до 32°C мають лікувальні властивості завдяки високому вмісту сірки, кальцію та магнію. Вони допомагають при артриті, захворюваннях шкіри, проблемах з диханням і порушеннях кровообігу. Іншим важливим курортом є Ельбасан, де термальні води до 55°C використовуються для

лікування серцево-судинних захворювань, ревматизму та нервових розладів. Крім того, Пешкопія славиться своїми сірководневими водами, що використовуються для лікування суглобів і шкіри [2].

Морські курорти, такі як Дуррес, Влера та Ксаміль, ідеально підходять для таласотерапії, оскільки морське повітря, багате йодом, має позитивний вплив на організм, зокрема при захворюваннях дихальної системи. Крім того, узбережжя забезпечує можливості для лікування шкірних хвороб і зміцнення імунної системи за допомогою морських грязей і водоростевих обгортань.

Види лікування на цих курортах включають бальнеотерапію, таласотерапію, грязелікування, фітотерапію та ароматерапію. Термальні ванни, морські ванни, трав'яні настої і фізіотерапевтичні процедури допомагають відновити здоров'я і поліпшити самопочуття. Курорти Албанії поступово набувають популярності серед туристів, що шукають лікування та релаксацію в природних умовах.

Окрім морських курортів, Албанія має й розвинену гірську туристичну інфраструктуру. Майже 70% території країни займають гори, що сприяє розвитку гірського, ландшафтного та екотуризму. Популярними напрямками є національний парк Ллогара, гірський регіон Валбона та альпійські маршрути, які приваблюють любителів природи та активного відпочинку.

Гірські курорти, такі як Ллогара, Валбона і Теті, пропонують унікальні можливості для кліматотерапії завдяки чистому повітрю і цілющим травам. Таке середовище корисне для лікування захворювань серця, нервової системи, а також для загального зміцнення організму [1].

Албанія пропонує різноманітні види відпочинку завдяки своєму унікальному поєднанню морських курортів, гірських ландшафтів, історичних пам'яток та природних заповідників. Країна активно розвиває свою туристичну інфраструктуру, пропонуючи комфортні умови для відпочинку різних категорій туристів – від бюджетних мандрівників до любителів розкішного сервісу.

Інфраструктура курортів включає транспортну доступність, готельний сектор, ресторани, розважальні комплекси, пляжні зони та сервіси для активного відпочинку.

Про зростаючу популярність країни як туристично-курортної дестинації свідчить статистика відвідувань:

- 2019 рік: 6.4 млн. туристів;
- 2020 рік: 2.4 млн. туристів;
- 2021 рік: 4.4 млн. туристів;
- 2022 рік: 7 млн. туристів;
- 2023 рік: 10 млн. туристів;
- 2024 рік: 14 млн. Туристів [3].

Отже, курорти Албанії мають великий потенціал завдяки своєму природному багатству, доступним цінам і гостинності місцевих жителів. Природні ресурси, такі як чисті пляжі, гірські регіони, термальні джерела та озера, приваблюють туристів з усього світу. Вартість проживання, харчування та транспорту є одними з найнижчих у Європі, що робить країну привабливою для подорожуючих з обмеженим бюджетом. Однак, існують і деякі труднощі в розвитку туристичної сфери, а саме: обмежена інфраструктура у віддалених районах, сезонність туризму та конкуренція з боку інших європейських країн.

Список використаних джерел

1. Професійне туристичне видання Travel Professional Group. URL : <https://www.tpg.ua> (дата звернення: 05.05.2025).
2. Відпочинок в Албанії. URL : <https://www.travelandtourworld.com.ua/%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D0%BD%D0%B8/> (дата звернення: 05.05.2025).
3. Путівник подорожуючого. URL : <https://langandtrip.com.ua/category/statti> (дата звернення: 05.05.2025).

Перерва Поліна,

здобувач вищої освіти

Косенко Олександра,

д.е.н., професор

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»,
м. Харків

ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОГО СУПРОВОДУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

Роль маркетингу в туризмі надзвичайно важлива, оскільки туристична індустрія є динамічною галуззю, яка потребує ефективного просування та залучення клієнтів. Маркетинг у туризмі відіграє ключову роль у створенні попиту, рекламі та продажу туристичних послуг і продуктів [1-6]. Маркетинг допомагає туристичним підприємствам і організаціям залучати увагу потенційних туристів до своїх продуктів і послуг. Завдяки ефективним маркетинговим стратегіям можна створити попит на конкретні туристичні напрямки, регіони або види відпочинку. Маркетинг допомагає рекламувати туристичні атракції, готелі, курорти, екскурсії та інші об'єкти туристичної інфраструктури. Це включає веб-сайти, рекламні кампанії, соціальні медіа, рекламні буклети та інші канали [4, 6]. Маркетинг допомагає побудувати сильний бренд для туристичного підприємства або регіону, що дозволяє виділятися серед конкурентів і створювати позитивну імідж у мозаїці споживачів. Маркетинг в туризмі сприяє побудові та підтримці відносин з клієнтами, що є важливим для забезпечення повторних відвідувань та рекомендацій від задоволених клієнтів. Маркетинг допомагає здійснювати дослідження ринку, аналізувати потреби та уподобання туристів, що дозволяє адаптувати продукти та послуги під їхні очікування [2, 5]. Маркетинг забезпечує

присутність на туристичних виставках, ярмарках та подіях, що сприяє залученню нових клієнтів та партнерів. Маркетинг допомагає оптимізувати процес продажу туристичних послуг, забезпечуючи ефективність і результативність продажів через онлайн-платформи, агентства та інші канали.

Розвиток туристичного бізнесу в сучасних умовах значною мірою залежить від ефективного маркетингового супроводу. Туристичний ринок характеризується високою конкуренцією, постійною зміною споживчих переваг та необхідністю адаптації до глобальних трендів. Тому впровадження комплексної маркетингової стратегії дозволяє не лише залучити нових клієнтів, а й сформувати стійкий позитивний імідж компанії на ринку.

Маркетинговий супровід туристичного бізнесу включає кілька ключових елементів:

1. Дослідження ринку – аналіз споживчих потреб, конкурентного середовища та тенденцій розвитку галузі.
2. Формування бренду – створення унікального іміджу компанії, що включає логотип, слоган, візуальну ідентичність та позиціонування на ринку.
3. Розробка маркетингової стратегії – визначення цільової аудиторії, каналів просування та комунікаційної політики.
4. Використання цифрового маркетингу – SEO-оптимізація, контент-маркетинг, соціальні мережі, онлайн-реклама та email-маркетинг.
5. Розвиток партнерських зв'язків – співпраця з готелями, ресторанами, транспортними компаніями та туристичними агентствами.
6. Інноваційні технології – використання штучного інтелекту, big data, чат-ботів для покращення взаємодії з клієнтами.

Ефективний маркетинговий супровід є запорукою успіху туристичного бізнесу. В майбутньому важливими аспектами розвитку стануть:

- персоналізація послуг за допомогою аналізу даних про клієнтів;
- розвиток мобільних додатків для бронювання та планування подорожей;

- впровадження екологічних та сталих туристичних ініціатив;
- використання віртуальної та доповненої реальності для презентації туристичних продуктів.

Таким чином, формування комплексного маркетингового супроводу дозволяє підвищити конкурентоспроможність туристичного бізнесу та забезпечити його довгострокове зростання.

В цілому, маркетинг в туризмі виступає як ключовий інструмент для залучення клієнтів, підвищення свідомості про бренди та створення попиту на туристичні продукти та послуги. Ефективне використання маркетингових стратегій дозволяє досягати успіху у конкурентному середовищі туризму.

Ефективність маркетингового забезпечення туристичного бізнесу грає важливу роль у залученні клієнтів, підвищенні продажів туристичних послуг і створенні конкурентної переваги на ринку. Маркетингові стратегії мають створювати зацікавленість і попит на туристичні продукти. Ефективне маркетингове забезпечення туристичного бізнесу допомагає залучити клієнтів та збільшити прибуток, створюючи позитивний імідж і успішну конкурентну позицію на ринку туризму.

Список використаних джерел

1. Матросова В. О., Перерва П. Г., Матросов О. Д. Кадрове забезпечення галузі туризму та гостинності. *Проблеми формування та розвитку інноваційної інфраструктури*: Матеріали V Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Львів, 23-25 травня 2019 р.). Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2019. С. 515-516.
2. Формування управлінської, маркетингової та інноваційної політики на підприємствах туристичної індустрії / П. Г. Перерва [та ін.]. *Вісник Національного технічного університету «ХПІ» (екон.науки)*: зб. наук. пр. Харків : НТУ «ХПІ», 2018. № 47. С. 114-120.
3. Pererva P. G., Tkachev M. M., Kobieliava T. O. Evaluation of holder profits violation of their exclusive rights. *Науковий вісник Полісся*. 2016. № 4 (8), Ч. 2.

C. 240-246.

4. Pererva P. G., Kocziszky G., Somosi Veres M., Kobieliava T.O. Compliance program: [tutorial]. Kharkov-Miskolc : LTD «Planeta-prynt», 2019. 689 p.

5. Перерва П. Г., Борзенко В. І., Кобєлева Т. О. Інтелектуальна власність: магістерський курс: підручник. Харків: НТУ «ХПІ», 2019. 1002 с.

6. Pererva P.G., Kocziszky G., Szakaly D., Veres Somosi M. Technology transfer : monograph / P. G. Pererva [et al.] / ed.: P. G. Pererva, G. Kocziszky. Kharkiv : NTU "KhPI" ; Miskolc : University of Miskolc, 2012. 599 с.

Разумова Діана,

здобувач вищої освіти першого (бакалаврського) рівня вищої освіти.

Міжнародний гуманітарний університет, м. Одеса

Науковий керівник: **Олійник Валентина**, к. г. н., доцент

БЕЗБАР'ЄРНІСТЬ ТА ІНКЛЮЗИВНИЙ ПІДХІД В ТУРИЗМІ

Сучасний розвиток туристичної галузі вимагає врахування потреб усіх категорій населення, зокрема осіб з інвалідністю, людей літнього віку, батьків з маленькими дітьми тощо. Безбар'єрність та інклюзивність є ключовими принципами сталого туризму, що сприяє не лише соціальній інтеграції, а й економічному розвитку регіонів.

Безбар'єрне середовище в туризмі включає фізичну доступність об'єктів туристичної інфраструктури, доступну інформацію та якісний сервіс. Наприклад, наявність пандусів, ліфтів, тактильних вказівників, аудіогідів, навчання персоналу особливостям обслуговування туристів з інвалідністю.

Інклюзивний підхід передбачає не лише створення фізичного доступу, а й формування ментального середовища, де люди з різними потребами почувають себе повноправними учасниками туристичного процесу. Це вимагає міждисциплінарної співпраці між архітекторами, соціологами, урбаністами та фахівцями з туризму.

Згідно з даними Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), інклюзивний туризм здатен суттєво розширити аудиторію туристичних послуг та підвищити конкурентоспроможність туристичних дестинацій. В Україні вже реалізуються приклади таких ініціатив, зокрема в містах Львів, Київ, Кам'янець-Подільський, де поступово адаптуються екскурсійні маршрути та об'єкти культури.

Розвиток інклюзивного туризму потребує підтримки з боку держави, розробки нормативної бази, впровадження стандартів доступності, а також підвищення обізнаності суспільства.

Таким чином, безбар'єрність у туризмі є не лише проявом соціальної відповідальності, а й ефективною стратегією для розвитку сфери в умовах глобальної конкуренції.

Список використаних джерел

1. Всесвітня туристична організація (UNWTO). Доступний туризм як рушій розвитку. URL : <https://www.unwto.org/>.
2. Закон України «Про основи соціальної захищеності осіб з інвалідністю в Україні». № 875-ХІІ, у редакції від 01.01.2025 р. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/875-12#Text>.
3. ДСТУ ISO 21902:2021. Туризм і послуги, пов'язані з подорожами. Туризм, доступний для всіх.

Сенів Ліліана,

здобувачка вищої освіти першого (бакалаврського) рівня вищої освіти.

Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів

Науковий керівник: **Донець Дмитро**, старший викладач

ТУРИСТИЧНИЙ БІЗНЕС В УКРАЇНІ: ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Туристичний бізнес відіграє важливу роль у розвитку економіки України. Однак війна суттєво вплинула на туристичну галузь, поставивши перед нею нові виклики та відкривши можливості для трансформації. Відновлення галузі потребує комплексного підходу, з урахуванням сучасних тенденцій, державної підтримки та міжнародного досвіду.

Туристичний бізнес пов'язаний з наданням туристичних послуг. Туристичні послуги охоплюють широкий спектр дій, орієнтованих на забезпечення комфортних умов для туристів під час їхніх подорожей. Це включає все: від допомоги з бронюванням квитків і проживання до організації екскурсій і заходів активного відпочинку [1].

До туристичних послуг належать: транспортні послуги (квитки на проїзд/переліт, трансфери); проживання (бронювання готелів/апартаментів); харчування (організація харчування в готелях); екскурсії тощо [1].

Україна має значний потенціал у туристичному бізнесі. Проте під час війни туристична індустрія зіткнулася з численними викликами та труднощами. Так, наприклад, у 2021 році (за рік до повномасштабного вторгнення в Україну) Україну відвідало 4,2 млн іноземців [2], у 2024 році – понад 2,5 млн [3].

Одним з основних викликів, яким стикнувся туристичний бізнес після початку повномасштабного вторгнення – питання безпеки. Під час війни посилилася нестабільність безпеки, адже загроза існує постійно по всій території країни. Це суттєво позначилося на виборі туристів стосовно відвідування країни,

зокрема територій, що наближені до лінії фронту [4].

По-друге, велика кількість туристичних об'єктів зазнала значних руйнувань: багато готелів, історичних пам'яток, транспортних об'єктів зазнали пошкоджень або були повністю знищені [4].

Не менш важливою є і проблема логістики. Війна завдала значної шкоди транспортній інфраструктурі України, зруйнувавши дороги, мости та залізничні сполучення. Автобусне та залізничне сполучення між регіонами працює з перебоями через необхідність відновлення шляхів та перевірок безпеки. Авіасполучення залишається обмеженим, оскільки український повітряний простір закритий для комерційних рейсів з початку повномасштабного вторгнення. Крім того, дефіцит пального та пошкодження логістичних хабів ускладнюють доставку товарів та перевезення пасажирів. Відновлення транспортної мережі потребує значних інвестицій та міжнародної допомоги [4].

Відновлення туристичного бізнесу в Україні залежить від комплексного підходу та адаптації до нових реалій. Після значних втрат, спричинених війною, галузь має потенціал для розвитку завдяки багатьом чинникам. Серед них, по-перше, можна виділити внутрішній туризм. Багато українців через обмеженість міжнародних поїздок відкривають для себе маловідомі куточки країни. Особливо перспективним є розвиток екотуризму, гастротуризму та культурного туризму [1].

Крім того, необхідно поступово відновлювати історичні пам'ятки, а також створювати сучасну інфраструктуру з урахуванням європейських стандартів. Також під час реставрації потрібно враховувати постійну загрозу повторного руйнування, тож необхідно укріплювати об'єкти [1].

Також в сучасному світі важливо враховувати нові тенденції –цифровізацію. Використання мобільних застосунків, віртуальних турів, онлайн-платформ для бронювання та інтеграція QR-кодів у туристичну індустрію покращать зручність для туристів та досвід подорожей [1].

Туристичний бізнес України наразі переживає складні часи, але водночас отримує шанс для переосмислення та якісного оновлення. Використовуючи інноваційні підходи, міжнародний досвід та внутрішні ресурси, галузь має можливість не лише відновитися, а й розвинутися до нового рівня. Залучення інвестицій, державна підтримка та активне просування України як туристичного напрямку допоможуть відродити цю важливу сферу економіки.

Список використаних джерел

1. BizMag. Туристичний бізнес: Нові тренди та можливості у світі подорожей. URL : <https://bizmag.com.ua/turystychnyj-biznes/> (дата звернення: 16.03.2025).
2. Village. Скільки іноземців побувало в Україні за 2021 рік. URL : <https://www.village.com.ua/village/city/city-news/321701-skilki-inozemtsiv-pobuvalo-v-ukrayini-za-2021-rik> (дата звернення: 16.03.2025).
3. Visit UKRAINE. Скільки іноземців відвідали Україну за 2024 рік та з яких країн приїздили найчастіше? URL : <https://visitukraine.today/uk/blog/5780/how-many-foreigners-visited-ukraine-in-2024-and-from-which-countries-did-they-come-most-often> (дата звернення: 16.03.2025).
4. Visit UKRAINE. Як працює готельний та туристичний бізнес в Україні в умовах війни: про стійкість та інновації з Антоном Тараненко. URL : <https://surl.li/basdww> (дата звернення: 16.03.2025).

Топтун Софія,

здобувач вищої освіти першого (бакалаврського) рівня вищої освіти.

Полтавський державний аграрний університет, м. Полтава

Науковий керівник: **Краснікова Оксана**, к. е. н., доцент

СІЛЬСЬКИЙ ТА ЗЕЛЕНИЙ ТУРИЗМ ЯК СКЛАДОВА РОЗВИТКУ ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ В ПОЛТАВСЬКІЙ ОБЛАСТІ

Сільський та зелений туризм стають важливими напрямками розвитку галузі туризму в Україні, зокрема в Полтавській області. Зелений туризм сприяє розвитку регіональної економіки, створенню нових робочих місць та збереженню культурної спадщини [1].

Полтавщина володіє значним потенціалом для розвитку цього виду туризму завдяки своїй природній красі, багатій культурній спадщині та історичним пам'яткам.

Основними перевагами зеленого туризму є наступні:

- зелений туризм передбачає відпочинок у сільських районах, де відвідувачі мають можливість насолодитися природою, сільським господарством, традиціями та культурою місцевих жителів;
- тиша, спокій, екологічність, можливість пізнання традиційного життя та безпосереднього контакту з природою;
- чудова альтернатива масовому туризму, сприяючи збереженню екосистем і локальних культур [2].

Полтавщина має унікальні природні пейзажі, ландшафти, села з багатими традиціями, що ідеально підходять для розвитку зеленого туризму. Регіон відомий своєю історією, архітектурними пам'ятками (наприклад, Великі Сорочинці, Лубни, Миргород), що можуть стати привабливими для туристів. Наявність численних заповідників, лісових масивів, річок та озер дозволяє

організовувати екологічні маршрути, пішохідні та велопоїздки. Традиційні промисли Полтавщини, зокрема вишивка, гончарство та ковальство, можуть стати основою для культурного туризму [3].

Економічний ефект для регіону полягає в наступному:

- розвиток зеленого туризму сприяє створенню нових робочих місць для місцевих жителів, особливо в сільській місцевості;
- стимулювання розвитку агротуризму допомагає підвищити попит на місцеву продукцію та сприяє розвитку малого бізнесу;
- туризм надає можливість для організації різноманітних майстер-класів, дегустацій, свят, що підвищують економічну активність у регіоні;
- туристи, які відвідують Полтавщину, можуть спонукати до розвитку інфраструктури, зокрема в сфері транспорту, готельного бізнесу та сервісу.

Розвиток зеленого туризму потребує підтримки на державному та місцевому рівні через програму розвитку сільського туризму, фінансування інфраструктурних проєктів, маркетинг регіону. Необхідно покращити дорожню інфраструктуру, забезпечити доступність транспортних шляхів та послуги високого рівня для забезпечення комфортного перебування туристів. Важливим є також навчання місцевих мешканців основам обслуговування туристів та організації екологічно чистих господарств [4].

Однією з основних проблем розвитку зеленого туризму є недостатня популяризація та маркетинг, що перешкоджає залученню туристів до Полтавської області. Слід розвивати мережу місцевих готелів, сільських садиб, організовувати туристичні маршрути та екскурсії.

У майбутньому розвиток «зеленого туризму» може стати важливою складовою екологічної стратегії регіону, допомогти зберегти місцеву природу та культуру, водночас залучити інвестиції в сільські райони.

Таким чином, зелений туризм є ефективним способом розвитку економіки Полтавської області, особливо в сільських районах. Полтавщина має великий

потенціал для розвитку цього напрямку, зокрема завдяки природним ресурсам, багатій культурній спадщині та традиціям. Розвиток інфраструктури, підвищення обізнаності про можливості зеленого туризму та державна підтримка стануть ключовими факторами успіху цього напрямку в майбутньому.

Список використаних джерел

1. Білецький В. С. Сільський зелений туризм в Україні: сучасний стан та перспективи розвитку. *Науковий вісник ЧНУ ім. Ю. Федьковича*. 2021. № 3. С. 57–64.
2. Зверев І. Д. Розвиток сільського туризму як інструмент сталого розвитку сільських територій України. *Економіка та держава*. 2020. № 9. С. 23–27.
3. Полтавська обласна державна адміністрація. Департамент культури і туризму. URL : <https://poltava-tourism.gov.ua>.
4. Дудар Т. М. Туристичний потенціал Полтавської області в контексті розвитку сільського туризму. *Регіональна економіка*. 2022. № 4. С. 45–51.

Топтун Софія,

здобувач вищої освіти першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

Рудич Алла,

к.е.н., доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування

Полтавський державний аграрний університет, м. Полтава

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Туристична діяльність є компонентом глобальної економіки, що охоплює широкий спектр послуг і забезпечує значний внесок у ВВП багатьох країн. Вона включає організацію подорожей, надання послуг розміщення, харчування, екскурсійного обслуговування, транспортування та інших супутніх послуг. Туризм виконує роль у створенні робочих місць, розвитку інфраструктури та стимулюванні міжнародного співробітництва. З економічної точки зору, туристична діяльність впливає на розвиток різних секторів економіки. Насамперед, вона сприяє зростанню малого та середнього бізнесу, оскільки більшість туристичних підприємств – це готелі, ресторани, транспортні компанії та туристичні агентства. Крім того, туризм є джерелом валютних надходжень, особливо в країнах, де він займає значну частку в структурі національного доходу. Наприклад, у популярних туристичних регіонах доходи від туризму можуть становити понад 10% ВВП [1].

Ще одним аспектом є мультиплікативний ефект туризму. Він полягає в тому, що доходи, отримані в туристичному секторі, розподіляються серед суміжних галузей, таких як будівництво, сільське господарство, виробництво сувенірної продукції тощо. Це сприяє зростанню внутрішнього виробництва та підвищенню рівня зайнятості населення.

Крім економічного значення, туристична діяльність виконує також соціальні та культурні функції. Вона сприяє міжкультурному обміну, зміцненню міжнародних зв'язків та популяризації культурної спадщини. Туризм також є інструментом регіонального розвитку, особливо для малих міст та сільських територій, де він може стати основним джерелом доходу місцевого населення.

Підвищення ефективності туристичних надходжень є аспектом для розвитку туристичної галузі та забезпечення сталого економічного зростання регіону або країни в цілому. Для досягнення цих цілей необхідно використовувати комплексний підхід, що включає вдосконалення управління, розвиток інфраструктури, покращення якості послуг, а також використання інноваційних технологій [2].

Одним із головних чинників підвищення ефективності туристичних надходжень є розвиток інфраструктури. Це включає як фізичні аспекти (дороги, транспортні системи, готелі, рекреаційні зони), так і нематеріальні (якість обслуговування, зручність бронювання, доступність інформації). Поліпшення інфраструктури дозволяє залучати більше туристів, збільшувати їхню тривалість перебування та витрати, що безпосередньо впливає на доходи від туризму. Зокрема, підвищення якості готельного сервісу, розвитку зеленого туризму та створення інноваційних рекреаційних зон може сприяти збільшенню кількості туристів та розширенню туристичних потоків. Також головним є покращення доступності туристичних локацій для людей з обмеженими можливостями, що розширює цільову аудиторію [1].

Впровадження новітніх технологій, таких як мобільні додатки для туристів, системи онлайн-бронювання, платформи для відгуків і рекомендацій, а також використання доповненої реальності для покращення досвіду туристів, дозволяє значно підвищити ефективність надання послуг. Інновації у галузі дозволяють оптимізувати процеси, зменшити витрати та покращити якість обслуговування клієнтів. Розвиток цифрових платформ для маркетингу та продажу турпослуг

дозволяє залучати туристів із різних регіонів та країн, що збільшує обсяги надходжень від іноземних туристів.

Для підвищення ефективності туристичних надходжень варто диверсифікувати види туризму, розвиваючи не тільки традиційні напрямки (пляжний, культурний туризм), але й нові – такі як екологічний, медичний, гастрономічний туризм, а також активні види відпочинку (спорт, пригодницький туризм). Таке розширення пропозиції допомагає залучати різні групи туристів і збільшувати сезонність надходжень. Особливу увагу варто приділити розвитку внутрішнього туризму, який може стати основою стабільних надходжень у випадку несприятливих міжнародних умов [3].

Ефективний маркетинг відіграє роль у залученні туристів. Потрібно не тільки активно рекламувати регіон чи країну на міжнародних платформах, але й створювати спеціалізовані кампанії для різних груп туристів. Це може включати соціальні мережі, кампанії через впливових блогерів або інші канали для досягнення молодіжної аудиторії, чи орієнтовані на більш старші категорії туристів через традиційні медіа.

Розвиток туристичних брендів і впровадження стратегій лояльності для повернення постійних клієнтів також може бути ефективним інструментом.

Збільшення ефективності туристичних надходжень можливе через розвиток співпраці між туристичним бізнесом та іншими секторами економіки, зокрема сільським господарством, харчовою промисловістю та локальними виробниками. Включення місцевих товарів і послуг у туристичні пакети дозволяє не тільки підвищити доходи від туризму, а й забезпечити сталий розвиток регіональних економік [3].

Підвищення ефективності туристичних надходжень є результатом комплексного підходу, що включає вдосконалення інфраструктури, використання інноваційних технологій, диверсифікацію туристичних послуг та покращення маркетингових стратегій. Головними аспектами є також розвиток

співпраці з іншими галузями та оптимізація сервісу для підвищення рівня задоволеності туристів. Всі ці заходи сприяють зростанню доходів від туризму та сталому розвитку туристичної сфери в цілому.

Таким чином, туристична діяльність є не лише економічним чинником, а й потужним інструментом соціального розвитку та міжнародного співробітництва. Її ефективне управління та розвиток здатні сприяти сталому економічному зростанню, підвищенню добробуту населення та покращенню міжнародного іміджу країни.

Список використаних джерел

1. Перспективи розвитку туризму в Україні та світі: управління, технології, моделі: колективна монографія: видання п'яте / за наук. ред. проф. Матвійчук Л. Ю. Луцьк : ІВВ Луцького НТУ, 2019. 320 с.
2. Помаза-Пономаренко А. Л. Розвиток туризму в Україні у воєнний та післявоєнний періоди. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія : Публічне управління та адміністрування*. 2022. Том 33 (72). № 5. DOI : <https://doi.org/10.32782/TNU-2663-6468/2022.5/02>.
3. Прокопишин-Рашкевич Л. М., Шадурська Б. О., Петрович Й. М. Індустрія туризму в Україні: перспективні напрями та виклики сучасності. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія «Проблеми економіки та управління»*. 2020. Т. 4. № 1. С. 72–82. DOI : <https://doi.org/10.23939/semi2020.01.072>

Тютюнник Світлана,

к.е.н., доцент, професор кафедри обліку і оподаткування,

Полтавський державний аграрний університет, м. Полтава

СТАЛИЙ РОЗВИТОК ТУРИЗМУ: СУТНІСТЬ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

В умовах трансформації економіки одним із актуальних питань є розвиток сталого та безпечного туризму. Метою сталого туризму є встановлення збалансованості між результатами туристичної діяльності та збереженням навколишнього середовища й культурного надбання. Регулювання сталого розвитку здійснюється відповідно до 17 Глобальних цілей (Цілей сталого розвитку), які були схвалені Резолюцією Генеральної Асамблеї ООН в 2015 році та закликають до скорочення бідності, захисту планети та сприяння до того, щоб до 2030 року все населення планети жило в мирі та достатку. Досягнення цілей сталого розвитку базується на застосуванні творчих підходів; ноу-хау; інноваційних технологій та фінансових ресурсів. Основними положеннями Цілей сталого розвитку визначено що сталий розвиток туризму – це здатність упродовж тривалого терміну підтримувати на достатньому рівні показники сталого зростання при цьому не змінюючи чи завдаючи шкоди навколишньому середовищу В. В. Любченко зазначає, що до туризму можна застосувати наступні цілі сталого розвитку [2]:

Ціль 8 «Гідна праця та економічне зростання» - передбачає сприяння безперервному та сталому економічному зростанню повній та продуктивній зайнятості й гідній праці для всіх.

Ціль 11 «Сталий розвиток міст і громад» - передбачає забезпечення відкритості, безпеки життєдіяльності та екологічної стійкості міст та населених пунктів.

Ціль 12 «Відповідальне споживання та виробництво» - передбачає забезпечення переходу на раціональні моделі споживання і виробництва.

Ціль 14 «Збереження морських ресурсів» - передбачає збереження та стале використання океанів, морів і морських ресурсів в інтересах сталого розвитку.

Ціль 15 «Захист та відновлення екосистем суші» - передбачає захист та відновлення екосистем суші та сприяння їх раціональному використанню, раціональному лісокористуванню; зупинення втрати біорізноманяття.

Розглянемо підходи щодо розкриття сутності сталого розвитку туризму. І. В. Єрко зазначає, що сталий розвиток туризму базується на оптимальному співвідношенні між екологічним навантаженням туристів на довкілля, соціальними потребами/відповідальністю та економічним розвитком. При цьому пропонується розглядати в системі сталого розвитку туристичної галузі такі співвідношення: охорона довкілля – соціальні потреби; соціальні потреби – економічний розвиток; економічний розвиток – охорона довкілля. Це сприятиме збалансованому розвитку туристичної галузі шляхом надання якісних туристичних послуг замовникам; охорони та збереження навколишнього середовища (зокрема туристичного потенціалу дестинацій); одержання доходу за результатами діяльності суб'єктів туристичної галузі [1]. Поряд з цим О. Р. Роїк вказує, що сфера надання туристичних послуг включає чотири складові сталого розвитку: екологічну, економічну, соціальну та політичну [3].

Організація та проведення сталого туризму повинна базуватися на принципах: заохочення до спілкування з природою; ознайомлення з місцевими звичаями, культурними надбаннями та живою природою; недопущення негативного впливу на навколишнє середовище та культурну спадщину; запровадження комплексу заходів щодо мінімізації негативних наслідків екологічного та соціо-культурного характеру, забезпечення екологічної стійкості; охорона навколишнього середовища, екологічне навчання; залучення

місцевих жителів до надання туристичних послуг з метою одержання доходів; зростання економічної ефективності та ін. [4].

Принципи сталого розвитку повинні сприяти забезпеченню раціонального використання ресурсів (їх мінімізація та утилізація відходів; сприяння використанню систем повторного використання води, матеріалів та інноваційних технологій, які забезпечать мінімізацію впливу на навколишнє та культурне середовище; перехід на альтернативні джерела енергії; перехід на екологічний транспорт та ін.). Економічна складова сталого розвитку туризму базується на принципах: синхронізації планування та управління розвитком туризму з іншими видами економічної діяльності; підтримка розвитку малого бізнесу та ін.

У довоєнний період Україна мала значний та різноманітний потенціал туристичних ресурсів, але порівняно з іншими країнами були низькі показники рівня їх освоєння чи експлуатації. В умовах війни зазнали пошкоджень та руйнувань туристичні ресурси, об'єкти інфраструктури та навколишнє природне середовище. Туристична галузь – це одна із галузей, яка зазнала значних втрат та руйнувань. Тому її відновлення повинно базуватись та враховувати основні напрямки концепції сталого розвитку. Одним із шляхів відновлення та розвитку туризму в Україні є залучення інвестицій. Інвестування в дану галузь, зокрема у відновлення та створення об'єктів туристичної інфраструктури, по завершенню воєнних дій є перспективним напрямком вкладання коштів. До нових напрямків розвитку сталого туризму можна віднести [2]: 1) туризм пам'яті – розробка нових туристичних маршрутів по місцях, які мають важливе значення у військовій історії України (даний напрямок буде цікавий і для іноземних туристів); екотуризм та природні заповідники – розробка туристичних маршрутів до природних територій, які не порушують цілісність екосистем (використання екологічного транспорту, відпочинок на природі); 3) культурний туризм – розробка відповідних маршрутів та програм, які передбачають вивчення об'єктів

місцевої культури; ознайомлення з місцевими звичаями та традиціями (наприклад, відвідування Етно-поселення «Старий хутір»; відвідування місцевих фестивалей та ярмарків (наприклад, відновлення проведення Сорочинського ярмарку); майстер-класи по вивченню ремесел (наприклад, гончарство в селищі Опішня); 4) туризм із спеціальною метою – розробка спеціалізованих туристичних маршрутів по відповідних запитах – для дослідників, вчених, журналістів, різних експертів; учнів та студентів; 5) кулінарний (гастрономічний) туризм – розробка спеціальних маршрутів щодо вивчення особливостей національної кухні певного регіону, а також проведення майстер-класів, фестивалів національної кухні тощо (наприклад, фестиваль борщу в Опішні; Полтавська галушка та ін.).

Особливої уваги у воєнний та і післявоєнний період потребує питання безпеки під час надання туристичних послуг (розробка стандартів безпеки для проживання туристів в готелях, під час поїздок на транспорті та ін.).

Таким чином, розвиток туристичної інфраструктури дозволить залучити більшу кількість туристів, що сприятиме залученню інвестицій, створенню робочих місць, розвитку обслуговуючих галузей, збільшенню доходів від наданих послуг та податкових надходжень. Але поряд з цим це обумовить додаткове екологічне навантаження на навколишнє середовище. Тому потрібно при розробці туристичних маршрутів враховувати питання сталого розвитку з метою дотримання збалансованого підходу між розвитком туристичної галузі та навколишнім середовищем, тобто дотримуватися політики сталого розвитку туризму.

Список використаних джерел

1. Єрко І. В. Сталий та безпечний розвиток туризму як один з критеріїв трансформації конкурентного потенціалу суб'єктів туристичної індустрії. *Підприємництво та інновації*. 2023. Випуск 29. С. 7–13. URL: <http://ei-journal.in.ua/index.php/journal/article/view/603>.

Стан та перспективи розвитку рекреаційно-туристичного комплексу України:
природний, соціальний, економічний та інноваційний аспекти:
збірник матеріалів Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Полтава, 15 травня 2025 р.)

2. Любченко В. В. Роль туризму у сталому розвитку в Україні: виклики та можливості для економіки. *Економіка та суспільство*. 2023. Випуск № 57. URL : <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3174>.

3. Роїк О. Р. Напрямки сталого розвитку туризму України в умовах післявоєнного відновлення. *Економічний простір*. 2023. № 184. С. 58 – 61. URL : <https://prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/1232>.

4. Соловій І. П., Адамовський О. М., Дубовіч І. А. Сталий туризм: сучасний стан та перспективи розвитку в Україні. *Економіка та суспільство*. 2023. Випуск № 50. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2433>.

Тютюнник Юрій,

к.е.н., доцент, професор кафедри фінансів, банківської справи та страхування,
Полтавський державний аграрний університет, м. Полтава,

Нужна Ірина,

директор Туристичного агентства «Iren Tour»

ІНВЕСТИЦІЙНО-ФІНАНСОВА СКЛАДОВА БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ У СІЛЬСЬКОМУ ЗЕЛЕНОМУ ТУРИЗМІ

Україна володіє достатніми передумовами і можливостями для успішного розвитку сільського зеленого туризму, зокрема за рахунок природних та кліматичних умов, а також наявності культурної та історичної спадщини. За три десятиліття розвитку сільський зелений туризм в Україні пройшов шлях від новаторської ідеї до важливої складової економіки сільських регіонів, унікального виду відпочинку, що поєднує природу, автентичну культуру та гостинність місцевих громад. Специфіка сільського туризму полягає не лише у задоволенні потреб споживачів у відпочинку, але й у його впливі на інші галузі сільського господарства [1].

Війна рф проти України завдала нищівного удару по інфраструктурі багатьох громад, позбавивши їх можливостей для розвитку. Водночас складна військово-політична та економічна ситуація посилює значення підприємництва у сфері сільського зеленого туризму як інструменту економічного відновлення та сталого розвитку регіонів, збереження культурної спадщини, боротьби з безробіттям у сільських районах та отримання додаткового доходу для місцевого населення.

Початок діяльності у сфері сільського зеленого туризму має спиратися на попередньо розроблений бізнес-план. Цей документ повинен мати як зовнішню спрямованість (представлення намірів громадам, потенційним інвесторам,

кредиторам), так і внутрішню (забезпечує успішний розвиток підприємництва на селі). В процесі підготовки бізнес-плану його розробники мають чітко структурувати зміст та правильно використовувати такі важливі економічні категорії, як фінансові ресурси, людські ресурси, туристичний продукт, туристичні послуги, їхня конкурентоздатність та відмінні риси від інших продуктів і послуг (характеристики унікальності), маркетинг, реклама, якість сервісу тощо [2].

Важливим елементом бізнес-планування у сільському зеленому туризмі є інвестиційно-фінансова складова. У разі інвестицій в проєкти, пов'язані з сільським зеленим туризмом, бізнес-план повинен включати графік повернення банківського кредиту, а також виходити з того, що кошти, які вкладаються у туристичний продукт та його рекламу, принесуть прибуток щонайменше через три роки після повного освоєння інвестицій. Впровадження бізнес-плану має передбачати отримання максимально можливого ефекту за результатами реалізації інвестиційного проєкту. Цей ефект може бути виражений у досягненні певного рівня економічних показників (максимізація прибутку, розширення надання туристично-рекреаційних послуг та ін.).

Тим, хто має намір започаткувати або розширити і диверсифікувати власний агротуристичний бізнес, рекомендується здійснювати комплексне оцінювання ефективності інвестиційних проєктів на підставі розрахунку системи показників, що дозволить забезпечити максимальне попередження потенційних збитків шляхом відхилення несприятливих проєктів, а також вжиття комплексу заходів, спрямованих на зменшення ризиків. Ключовими показниками при проведенні порівняльного аналізу ефективності альтернативних інвестиційних проєктів та визначенні комерційної ефективності конкретного проєкту є: чистий приведений дохід, індекс доходності, індекс рентабельності, термін окупності [2].

Важливим фактором у сільському зеленому туризмі є сезонність попиту на агротуристичні продукти та послуги і, як наслідок, необхідність вирішення

проблеми раціонального планування туристичних потоків. У зв'язку з цим слід ретельно підходити до планування обсягів надходжень і витрачань коштів за сезонами та місяцями календарного року.

Невід'ємною складовою системи планування сільського зеленого туризму є фінансове планування як основа ефективних бізнес-процесів. При цьому ключовими показниками оцінювання ефективності функціонування суб'єкту агротуризму є: собівартість наданих послуг – отриманий прибуток – рівень рентабельності.

Собівартість послуги у сфері агротуризму – це вартісна оцінка витрат матеріальних ресурсів та використаної праці на одиницю наданої послуги. При цьому важливо правильно розмежувати витрати на постійні та змінні. До постійних затрат відносяться, наприклад, амортизація основних засобів, орендні платежі, адмінвитрати, витрати на охорону тощо. Величина цих витрат не залежить від обсягу наданих послуг і прямо впливає на їхню собівартість. За умови розширення туристичного потоку величина постійних витрат, що припадає на одиницю послуги, буде зменшуватися, тобто за рахунок ефекту масштабу власник агрооселі може розраховувати на додатковий прибуток від надання одиниці тієї чи іншої туристичної послуги.

В економічних реаліях сьогодення пошук внутрішніх можливостей зменшення матеріальних і трудових витрат, що сприятиме зниженню собівартості агротуристичних послуг, – це ключове завдання у підвищенні конкурентоздатності бізнесу у сфері сільського зеленого туризму.

Існує універсальна формула визначення ціни на туристичний продукт: витрати на його створення + витрати на його реалізацію + підприємницька винагорода за витрачені зусилля, ризик тощо [2]. Встановлення ціни на послуги у сфері сільського зеленого туризму залежить, насамперед, від обраної стратегії формування загального рівня сервісу. Якщо власник агросадиби визначив пріоритетність пропозиції для клієнтів щодо «елітних» умов проживання та

респектабельного сервісу, ціни на такі послуги, закономірно, будуть вищими, ніж у звичайних садибах. Якщо ж орієнтуватися на обслуговування клієнтів, які більше схильються до помірних чи взагалі економних витрат, ціни за такий сервіс будуть нижчими. Загалом, чим обґрунтованіше власник підійде до формування стратегії розвитку свого агротуристичного бізнесу, тим простіше йому буде встановити адекватні ціни на пропоновані туристичні послуги.

Результативне (а не декларативне) планування у сільському зеленому туризмі, зокрема й інвестиційно-фінансової її складової, потребує кваліфікованого підходу на основі відповідних знань, вмінь та практичного досвіду. Тому до бізнес-планування у цій сфері слід залучати належно підготовлених фахівців приватного консалтингу, навчальних закладів, органів управління територіальними громадами тощо.

Список використаних джерел

1. Батиченко С. П., Мельник Л. В. Сільський зелений туризм в Україні – стратегічна складова розвитку сільських територій. *Конструктивна географія та раціональне використання природних ресурсів*. 2024. Випуск 4 (спец.). С. 56-62.
2. Методичні рекомендації власнику сільської садиби / Департамент культури і туризму Полтавської ОВА, 2024. 22 с.

Хвостик Данііл,

здобувач вищої освіти першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

Рудич Алла,

к.е.н., доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування

Полтавський державний аграрний університет, м. Полтава

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ПОТОКІВ

Туристичний потік передбачає сукупність людей, які мають намір подорожі з метою відпочинку, ознайомлення або бізнесу. В продовження дефініції поняття туризму, український туристичний потік набирає розмірів в'їзних, виїзних туристів, а також змішаних переміщень громадян у всіх напрямках. Це дієслово відображає сталий рух туристів з різних регіонів країни та за її межами, що має важливий вплив на внутрішньо-економічний розвиток та соціальний прогрес [1].

Основні характеристики туристичних потоків в Україні:

2018: Туристична галузь України показала зростання обсягів внутрішнього туризму. Сукупні надходження туристичного збору та податкових платежів з туристичної галузі зросли на 20,7% до 4,2 млрд грн порівняно з попереднім роком. Внутрішній туризм склав близько 74% від загального обсягу туристичних послуг [2].

2019-2020: Пандемія COVID-19 мала значний вплив на міжнародний туризм. В'їзні туристичні потоки значно скоротилися через обмеження на подорожі. Одночасно внутрішній туризм продовжував збільшуватися, але із специфічними проблемами через локдауни та обмеження на пересування.

2021: Поступове відновлення туризму, після пандемії. Позитивне зрушення у 13 % туристичних підприємств та агентств порівняно з попереднім періодом.

2022: Російське вторгнення в Україну призвело до значного зниження туристичної діяльності. Кількість іноземців, які відвідували Україну, суттєво

зменшилася через військові дії та обмеження на подорожі [3].

Основними напрямками формування туристичних потоків є :

1. В'їзний туризм: у 2018 році в Україні відмічалася суттєва кількість туристів, що приїжджали з Європи, США та деяких країн Азії. Серед областей, атрактивних для іноземців, найбільш популярними були Закарпатська, Одеська та Харківська. Проте через війну та пандемію обсяги порівняно зменшились.

2. Виїзний туризм: Українські туристи традиційно їздили в Туреччину та Єгипет, що складається понад 80 % виїзного туризму. У період 2015-2020 років ці дві вибіркові країни ставали лідерами виїзного туризму.

3. Внутрішній туризм: Українці найчастіше відвідують Київську, Львівську, Полтавську, Черкаську та Дніпропетровську області. Внутрішній туризм продовжував розвиватися навіть під час пандемії та війни, хоча і з певними обмеженнями.

Рекреаційний туризм продовжує бути ключовим сегментом ринку. Діловий туризм теж має помітну долю, зокрема у Харкові та Києві. Під час пандемії зафіксовано збільшення інтересу до внутрішнього туризму, особливо до екскурсій та культурних заходів. За регіональним розкладом: Львівщина й Київщина й далі тримають першість у внутрішньому туризмі. Харківщина набирає ваги як осередок ділового туризму. Чернівецька область теж показує відчутне збільшення податків з туризму, що підтверджує зростання вподобання регіону серед туристів [4].

У проміжок часу з 2018 по 2022 рік туристичні потоки в Україні зазнали помітних змін, спричинених зовнішніми впливами, зокрема, пандемією та військовими діями. Внутрішній туризм продовжував свій розвиток, у той час як міжнародний туризм зазнав відчутних втрат.

Динаміка розвитку вхідного і вихідного туризму: протягом періоду з 2018 по 2022 рік спостерігалися значні зміни у в'їзному туризмі України. Глобальні події, зокрема пандемія COVID-19 та військова агресія з боку Росії, призвели до

відчутного спаду кількості іноземних відвідувачів. Результат дослідження аналітиків акцентує увагу на впливі загальноекономічних та політичних факторів на туристичні потоки, особливо на в'їзний туризм, який характеризується високою чутливістю до зовнішніх умов.

Виїзний туризм до повномасштабного вторгнення, український виїзний туризм демонстрував певну стійкість. Провідними напрямками, як і раніше, були Туреччина та Єгипет – вони охоплювали приблизно 80 % від загального обсягу виїзних подорожей українців у 2015-2020 роках¹. У публікації про тенденції туристичних потоків України також зазначено, як глобальні події корегують структуру виїзного туризму [1].

Пандемія COVID-19: Світова криза COVID-19 залишила глибокий слід на українському туризмі, відчутно змінивши напрямки туристичних потоків. Насамперед, зазнав ударів в'їзний туризм. Різноманітні обмеження на пересування та карантинні протоколи спричинили різке зменшення числа іноземних гостей. У цій статті, присвяченій туристичній галузі України, основна увага приділяється аналізу впливу пандемії на склад туристичних маршрутів та фінансову складову туристичного сектору [4].

Російське вторгнення: збройна агресія радикально змінила туристичний ландшафт України. Потік туристів із-за кордону помітно скоротився, адже безпекові умови стали небезпечними, а мандрівки – обмеженими. Аналіз економічних втрат туристичної сфери від російської війни в Україні акцентує увагу на велетенських збитках, яких зазнала галузь через військові операції [3].

Популярність туристичних напрямків серед українців, завоювали Туреччина та Єгипет, ці дві країни продовжують утримувати першість у вподобаннях українських мандрівників. Протягом п'яти років, з 2015 по 2020, на їхню долю припадало приблизно 80 % туристичних виїздів з України. Аналіз статистичних даних щодо українського туризму додатково підкреслює, що ці напрямки залишаються найпривабливішими для тих, хто планує відпочинок за кордоном [1].

Вклад туризму у валовий внутрішній продукт: за офіційними даними, частка туристичної галузі у формуванні українського ВВП коливається в межах 3-4 %. Проте, міжнародні експерти дають більш оптимістичні оцінки, доводячи цей показник до 9 %. Спостерігається зменшення прямого впливу туристичного сектору на національний ВВП: з 2,1 % у 2012 році до 1,5 % у 2018 році. Сукупний вплив туристичної діяльності також продемонстрував спад, змінившись з 7,5 % до 5,6 % за аналогічний часовий проміжок.

Туризм відіграє важливу роль як роботодавець в Україні. Безпосередній вплив туристичної сфери на працевлаштування оцінювався приблизно в 1,3% у 2018 році, враховуючи сукупний вплив, цифра сягала близько 5 %. Збройний конфлікт та пандемія COVID-19 призвели до значних змін на ринку праці у сфері туризму, змусивши чимало підприємств вдатися до скорочення штату через складне становище в галузі (посилання на публікацію про туристичну індустрію України в умовах війни).

Інвестиції в інфраструктуру є ключем до розквіту туризму. Значні фінансові вливання в цю сферу мають вирішальне значення. У 2018 році, згідно з даними досліджень, обсяг інвестицій в туристичний сектор досяг приблизно 5,7 мільярда гривень. Це відповідало приблизно 1,9 % від загального обсягу інвестицій в економіку країни. Військові дії стали серйозним викликом для інвестиційного клімату в туризмі. Велика кількість туристичних об'єктів зазнала руйнувань, або серйозних пошкоджень (згідно з публікаціями про наслідки війни для туристичної інфраструктури) [3].

Статистичні методи застосовуються для збору та обробки інформації стосовно туристичних переміщень. Це охоплює отримання відомостей про число мандрівників, маршрути їхніх подорожей, а також про економічні наслідки туристичної діяльності для українських регіонів. У публікації, присвяченій туристичній статистиці України, наголошується на ключовій ролі точного статистичного аналізу у розумінні змін туристичних потоків та їхнього впливу на загальний економічний стан держави.

Список використаних джерел

1. Костинець В. В., Коваленко Ж. С., Овсяник К. М. Розвиток туристичного сектору регіонів України в сучасних умовах. URL : https://eco-science.net/wp-content/uploads/2022/02/4.21._topic_-Kostynets-V.V.-Kovalenko-Z.S.-Ovsianyk-K.M..26-35.pdf.
2. Ткаченко Т. І., Ведмідь Н. І., Гладкий О. В. Аналітичне дослідження втрат туристичної індустрії від війни в Україні. URL : <https://nto.ua/assets/files/ntou-library-war-%D0%86mpact-analysis.pdf>.
3. Погуда Н. В., Стрижак О. О. Туризм 2022 року: аналіз та перспективи розвитку. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління*. Том 34 (73). № 1, 2023. DOI : <https://doi.org/10.32782/2523-4803/73-1-4>.
4. Тарасюк Г. М., Горшкова Л. О. Сучасний стан туристичної індустрії України та перспективи повоєнного розвитку. *Причорноморські економічні студії*. Випуск 84/2023. URL: http://bses.in.ua/journals/2023/84_2023/30.pdf.

Цехмістер Ксенія,

здобувачка вищої освіти першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

Державний торговельно-економічний університет, м. Київ

Науковий керівник: **Гончаренко Олена**, к. е. н.

СТРАТЕГІЇ МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ ДЛЯ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

Туризм є важливим сектором економіки, що потребує розробки ефективних міжнародних маркетингових стратегій для забезпечення конкурентоспроможності на глобальному ринку. У сучасних умовах глобалізації країни активно змагаються за залучення туристичних потоків через інноваційні підходи в маркетингу. Для українського туризму стратегічна розробка таких маркетингових ініціатив є особливо актуальною, оскільки наявний потенціал ще не реалізований повною мірою. Внесок цієї галузі в ВВП України складає лише 1,4%, що значно поступається рівням Греції та Болгарії, де цей показник досягає 10-12%.

Україна володіє значним потенціалом для розвитку туристичної галузі та має можливості стати визнаною туристичною дестинацією на міжнародному рівні. Однак, Україну відвідали лише 0,26% туристів від загального обсягу світових туристичних потоків у 2022 р. [1]. Під час війни цей показник значно знизився. Активне розширення міжнародних зв'язків сприяє відкриттю нових каналів для просування національного туристичного продукту на світовому ринку, що дозволяє інтегрувати країну в глобальний інформаційний простір. Крім того, це створює умови для переносу передового досвіду у сфері туризму, що дає змогу підвищити якість туристичних послуг та сприяти сталому розвитку цієї галузі.

Український туристичний сектор стикається з низкою серйозних викликів, які обмежують його потенціал та розвиток у глобальному контексті. Найбільш критичним фактором є безпекова ситуація, спричинена війною, що значно

зменшує туристичну привабливість України. Додатковим викликом є економічна ситуація, яка погіршилася через глобальні кризи. Спад економічної активності та зниження фінансової спроможності населення негативно позначаються на попиті на туристичні послуги, як на внутрішньому, так і на міжнародному ринках. Обмеження у витратах на подорожі стали суттєвими, особливо в умовах економічної нестабільності. Іншою проблемою є неадекватний рівень розвитку інфраструктури через недостатню кількість сучасних готельних комплексів, транспортних зручностей, а також відсутність інвестицій у необхідну інфраструктуру, що обмежує здатність країни конкурувати на міжнародному ринку туризму.

Одним із суттєвих недоліків українського туристичного сектору є відсутність належних міжнародних маркетингових стратегій, що обмежує ефективне просування туристичного продукту на глобальних ринках. Крім того, існує значний дефіцит статистичних даних щодо потреб туристів, їх вподобань, а також характеристик відвідуваних локацій. Відсутність чіткої інформації про поведінку туристів ускладнює ефективне управління туристичними напрямками та оптимізацію бізнес-процесів. Без таких даних важко виявити тренди та потреби туристів, що є основою для створення нових туристичних маршрутів і формування конкурентоспроможної пропозиції. Визначення ключових потреб, таких як прагнення до нових емоцій, ознайомлення з культурною спадщиною та гастрономічними традиціями, є важливим аспектом для розвитку туризму в Україні.

Попри складні умови, туристична галузь України продовжує функціонувати, і існують можливості для подальшого відновлення та розвитку, особливо з огляду на збільшення попиту на внутрішні та міжнародні туристичні послуги.

Підвищення конкурентоспроможності України на світовому ринку туристичних послуг потребує комплексного підходу та реалізації низки стратегічних ініціатив, які сприятимуть розвитку та удосконаленню туристичної

галузі країни. Для успішного розвитку туристичного сектора України важливими є такі маркетингові стратегії:

- просування національного туристичного бренду за допомогою міжнародного маркетингу;
- участь у глобальних туристичних виставках та форумах для презентування туристичних можливостей;
- використання міжнародних цифрових платформ для просування туристичних послуг;
- залучення іноземних інвестицій у розвиток туристичної інфраструктури.

Важливим аспектом розвитку є вдосконалення туристичної інфраструктури, включаючи створення національних мереж готелів, аеропортів, залізничних шляхів та розважальних закладів. Забезпечення високих стандартів обслуговування на всіх етапах подорожі сприятиме підвищенню якості туристичного сервісу в Україні. Активний розвиток культурного туризму, через підтримку культурних подій та фестивалів, сприятиме глибшому ознайомленню туристів із багатою культурною спадщиною країни.

Окрім того, важливим є збереження природних резерватів та національних парків, що відповідають вимогам екологічної свідомості туристів, через розвиток еко-готелів та організацію еко-турів. Інтеграція новітніх технологій, таких як мобільні додатки для навігації та онлайн-бронювання, значно спрощує процес планування подорожей та робить туристичний досвід більш комфортним. Використання віртуальної реальності для створення віртуальних екскурсій дає можливість попередньо ознайомитись з туристичними об'єктами та приваблює потенційних мандрівників.

У свою чергу, просування українських туристичних локацій на міжнародних платформах, таких як веб-портал «Visit Ukraine», публікації в ЗМІ про визначні місця та події, а також участь у міжнародних туристичних виставках є важливими елементами міжнародного маркетингу. Завдяки таким ініціативам можна

залучити туристів, підвищити популярність туристичних напрямків України та сприяти позитивному іміджу країни на міжнародній арені. Враховуючи поточні виклики безпеки, необхідно також зосередитися на забезпеченні безпеки туристів, особливо на західних територіях України.

Для успішного розвитку туристичної галузі України необхідна комплексна реалізація стратегій міжнародного маркетингу, що дозволить підвищити конкурентоспроможність на глобальному туристичному ринку, сприяючи економічному розвитку та покращенню іміджу країни.

Список використаних джерел

1. Олійник А. А., Діченко Д. О. Туристичний ринок України: аналіз, виклики та можливості. *Економіка та суспільство*. 2023. Вип. 50. С. 445-451. DOI : <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-50-64>. (дата звернення 9.04.2025).

Черноусов Олексій,

аспірант

Ткачов Максим,

к.е.н., доцент

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»,
м. Харків

ЄВРОПЕЙСЬКЕ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩЕ ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ В УМОВАХ СОЦІАЛЬНОГО ПАРТНЕРСТВА

Європейське бізнес-середовище туристичного ринку відзначається різноманітністю, конкурентністю та постійними змінами. Туризм в Європі є однією з найбільших галузей економіки, забезпечуючи мільйонам людей робочі місця і приносячи значні прибутки. Європейське бізнес-середовище туристичного ринку включає в себе різноманітні аспекти, що визначають розвиток та функціонування туристичної індустрії в країнах Європи. Основні риси цього середовища включають економічні, соціокультурні, політичні та технологічні чинники, які впливають на туристичну діяльність в регіоні [1-5]. Проведене дослідження Європейського туристичного ринку дозволило виявити його ключові аспекти, до яких пропонується віднести наступні [1, 3, 5].

1. *Економічні умови.* Стан економіки країн Європи має великий вплив на туристичний ринок. Зміна валютних курсів, рівень безробіття, споживча платоспроможність і стабільність економічної ситуації впливають на попит на подорожі та туристичні послуги.

2. *Розвинена інфраструктура.* Європа має добре розвинену туристичну інфраструктуру, яка включає в себе широку мережу готелів, ресторанів, транспортних послуг, пам'яток культури, розважальних закладів та інші туристичні об'єкти.

3. *Культурне та історичне багатство.* Європа відома своїм культурним та історичним багатством, що привертає мільйони туристів щороку. Архітектурні пам'ятки, музеї, художні галереї, фестивалі та інші культурні події створюють неповторну атмосферу для подорожей.

4. *Різноманітність туристичних напрямків.* Європа пропонує широкий вибір туристичних напрямків, включаючи міський туризм, пляжний відпочинок, гірський туризм, винний туризм, культурні та історичні екскурсії, активний відпочинок та багато іншого.

5. *Тривалий сезон.* У багатьох країнах Європи є тривалий туристичний сезон, що дозволяє бізнесу працювати протягом більшої частини року і забезпечує стабільний потік туристів.

6. *Соціокультурні та демографічні чинники.* Різноманітні соціокультурні та демографічні тенденції в Європі (такі як зміна вікової структури населення, культурні звичаї, міграція, релігійні та соціальні тенденції) впливають на туристичні вподобання, напрямки подорожей та види послуг, які вимагаються на ринку.

7. *Політичне середовище.* Політична стабільність, законодавство щодо туризму, візовий режим, рівень безпеки та стабільність у країнах Європи впливають на прийняття рішень щодо подорожей. Наприклад, політичні конфлікти або кризи можуть негативно вплинути на рівень туристичного потоку.

8. *Технологічні інновації.* Розвиток технологій, особливо в сфері інтернету та мобільних засобів зв'язку, впливає на способи продажу та маркетингу туристичних послуг, дозволяючи створювати нові інтерактивні пропозиції та покращувати взаємодію з клієнтами. Розвиток нових технологій, таких як цифровий маркетинг, віртуальна реальність, додатки для подорожей та інші інновації, впливає на туристичну індустрію Європи, відкриваючи нові можливості для бізнесу та покращуючи досвід подорожей.

9. *Конкурентність та ринкова концентрація.* Ринок туризму в Європі

дуже конкурентний з великою кількістю туристичних операторів, готелів, агентств та інших учасників. Ринкова концентрація в певних регіонах може впливати на ціни та доступність послуг. Це стимулює розвиток і вдосконалення туристичних послуг і пропозицій.

10. *Сталість розвитку туризму.* У зв'язку зі зростанням світового туризму та розширенням глобальної мережі міжнародних маршрутів, важливо забезпечити сталий розвиток туристичної галузі з урахуванням екологічних, соціальних та економічних чинників. Сталість розвитку стає все більш важливим аспектом для туристичної індустрії в Європі. Бізнес повинен бути усвідомленим щодо екологічних питань, збереження природних ресурсів та розвитку сталого туризму в Європі.

11. *Міжнародна співпраця та маркетинг.* Багато європейських країн активно співпрацюють у плані маркетингу та просування своїх туристичних продуктів за кордоном, що сприяє розвитку міжнародного туризму в регіоні.

12. *Сезонність і популярні напрямки.* Сезонність та популярність певних туристичних напрямків впливають на розподіл туристичного потоку та роблять окремі регіони більш залежними від сезонних коливань.

13. *Транспортна доступність.* Європа має добре розвинену мережу транспортних зв'язків, що сприяє легкому пересуванню між країнами та регіонами, що робить її привабливою для туристів з усього світу.

14. *Регулювання та стандартизація.* Туристична індустрія в Європі піддана різним стандартам і правилам, що регулюють якість послуг, безпеку та здоров'я туристів, а також захист їхніх прав.

Розуміння цих факторів допомагає туристичним підприємствам адаптуватися до змін і забезпечити успішну діяльність на європейському ринку. Виявлені та обґрунтовані аспекти створюють унікальне та динамічне бізнес-середовище туристичного ринку в Європі, яке потребує постійного аналізу тенденцій, інновацій та пристосування до змін для успішної діяльності в галузі

туризму. Для ефективного розвитку та функціонування Європейського туристичного ринку, на наш погляд, слід враховувати вимоги і положення соціального партнерства в міжнародному туристичному бізнесі.

Соціальне партнерство в міжнародному туристичному бізнесі означає співпрацю між різними стейкхолдерами туристичної галузі - такими як уряди, громадські організації, міжнародні організації, бізнес-підприємства, місцеві спільноти та інші зацікавлені сторони - для досягнення спільних цілей і розв'язання складних проблем. На наш погляд, вимоги і положення соціального партнерства в міжнародному туристичному бізнесі включають в себе [2, 4]:

- взаєморозуміння та співпраця: соціальне партнерство передбачає взаєморозуміння та співпрацю між різними зацікавленими сторонами;
- спільні цілі та цінності: усі стейкхолдери повинні мати спільні цілі і цінності, спрямовані на стале та відповідальне розвиток туризму. Це може включати збереження природи, захист культурних цінностей, підвищення благополуччя місцевих спільнот та інші аспекти;
- взаємовигідність: соціальне партнерство повинно бути взаємовигідним для всіх учасників. Кожна сторона має отримувати певні переваги від співпраці, що може включати економічні вигоди, покращення умов життя місцевих жителів, підвищення рівня туристичних послуг тощо;
- залучення місцевих спільнот: важливо враховувати і включати інтереси та потреби місцевих спільнот у плануванні та реалізації туристичних проєктів. Це допомагає зберігати культурну спадщину, підтримувати традиції та забезпечувати стале економічне зростання;
- етичність і відповідальність: соціальне партнерство має базуватися на етичних принципах і відповідальному підході до бізнесу;
- транспарентність і обліковість: співпрацюючи в рамках соціального партнерства, учасники повинні бути транспарентними та відкритими у своїх діях і рішеннях. Це сприяє підвищенню довіри між стейкхолдерами;

– управління ризиками і проблемами: соціальне партнерство має враховувати можливі ризики і проблеми, пов'язані з розвитком туризму, такі як перенаселення, екологічні проблеми, соціокультурні зміни тощо;

– міжнародне співробітництво: у зв'язку з міжнародним характером туризму, соціальне партнерство може також передбачати співробітництво між країнами, міжнародними організаціями та іншими зацікавленими сторонами для спільного розв'язання глобальних проблем туризму.

Ці вимоги і положення є важливими для створення сталого, ефективного та етичного міжнародного туристичного бізнесу, який сприяє не лише економічному розвитку туризму, а і бізнес-розвитку підприємства, регіону, країни.

Список використаних джерел

1. Формування управлінської, маркетингової та інноваційної політики на підприємствах туристичної індустрії / П. Г. Перерва [та ін.]. *Вісник Національного технічного університету «ХПІ» (екон.науки): зб. наук. пр.* Харків : НТУ «ХПІ», 2018. № 47. С. 114-120.
2. Кобелєва Т. О. Комплаєнс-безпека промислового підприємства: теорія та методи: монографія. Харків : Планета-Принт, 2020. 354 с.
3. Матросова В. О., Перерва П. Г., Матросов О. Д. Кадрове забезпечення галузі туризму та гостинності. *Проблеми формування та розвитку інноваційної інфраструктури*: Матеріали V Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Львів, 23-25 травня 2019 р.). Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2019. С. 515-516.
4. Перерва П. Г., Борзенко В. І., Кобелєва Т. О. Інтелектуальна власність: магістерський курс: підручник. Харків: НТУ «ХПІ», 2019. 1002 с.
5. Pererva P.G., Kocziszky G., Szakaly D., Veres Somosi M. Technology transfer : monograph / P. G. Pererva [et al.] / ed.: P. G. Pererva, G. Kocziszky. Kharkiv : NTU "KhPI" ; Miskolc : University of Miskolc, 2012. 599 с.

Шевкун Анастасія,

здобувач вищої освіти першого (бакалаврського) рівня вищої освіти.

Державний університет «Київський авіаційний інститут», м. Київ

Науковий керівник: **Радомська Маргарита**, к. т. н., доцент

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В КОНТЕКСТІ ВІДПОВІДНОСТІ ПРИНЦИПАМ СТАЛОСТІ

Сьогодні туризм і рекреація змінюються дуже швидко. Це пов'язано з тим, що світ стикається з новими викликами – зміною клімату, розвитком технологій, пандемією, війнами, економічними кризами. Люди інакше подорожують, інакше обирають місця для відпочинку. Відповідно змінюються і туристичні послуги, і підходи до організації відпочинку [1].

Одна з головних сучасних тенденцій – це сталий або екологічно відповідальний туризм. Суть його в тому, щоб подорожувати так, щоб не шкодити природі, поважати місцеву культуру і підтримувати громади. Наприклад, популярними стають екоферми, зелені садиби, відпочинок у національних парках подорожі заради спостереження за природою. Ще одна напрямок з цієї сфери – wellness і відпочинок для ментального здоров'я. Люди шукають спокою, тиші, природу. Замість гучних курортів обирають походи, ретрити, медитації, цифровий детокс.

Разом з цим, перетворення природи як такої на туристичний продукт та основу формування туристичного продукту створює навантаження на природні комплекси, а не захищає їх. Постає питання про необхідність встановлення допустимих обсягів такого навантаження.

На даний момент доступні різноманітні методики, які дозволяють вирахувати допустиму кількість рекреантів. Але переважна більшість з них орієнтується на кількість площі, яка відводиться на одного відпочивальника або

ємність об'єктів гостинності, що розташовані на даній території. З нашої точки зору, доцільним при розрахунку допустимого рекреаційного навантаження виходити з екологічних параметрів, які можна поділити на нормативні та екосистемні.

Нормативні параметри ґрунтуються на допустимих значеннях забруднення атмосферного повітря, вод, утворення відходів та ерозії ґрунтів внаслідок реалізації туристичної діяльності даного типу.

Екосистемні покликані відобразити впливи на функціональність екосистем та їх здатність надавати екосистемні послуги. У даному контексті можна запропонувати розгляд наступних показників: фрагментація природної території туристичними екостежками та спорудами; зменшення лісистості території або зміна структури угруповань; збільшення ризику появи інвазійних видів; зміна землекористування. Доречним також є складання балансу екосистемних послуг; формування переліку та монетизація послуг, які надаються екосистемою за умов наявності туристичної діяльності та її відсутності.

Традиційний туризм зазвичай розглядається як протилежний до сталого розвитку загалом, але останнім часом з'явилися тенденції, що збільшують його відповідність принципам сталості. Перш за все це цифровізація. Зараз люди часто планують подорожі через додатки, замовляють готелі онлайн, користуються віртуальними гідами або AR/VR-екскурсіями. Також є сервіси, які підбирають оптимальні маршрути з точки зору часу та відстані. Крім безумовного збільшення комфортності подорожей, цей тренд дозволяє підвищити їх ресурсну ефективність та зменшити карбоновий слід.

Після пандемії зросла популярність внутрішнього туризму. Люди почали більше подорожувати Україною, відкривати для себе свій край. Це дало новий поштовх розвитку малих міст і сіл, з'явилося багато локальних ініціатив – гастротури, етнофестивалі тощо [2]. Це також сприяє зменшенню туристичних людино-кілометрів і, відповідно, екологічного сліду подорожей.

Важливим елементом обмеження негативного впливу на довкілля від традиційної туристичної діяльності є зростання популярності віртуального туризму, який по суті потребує ресурсів одноразово лише на етапі створення цифрового контенту.

На противагу цим тенденція, які рухають туризм у бік сталості є і варіанти, які претендують на відповідність принципам сталого розвитку, але не в повній мірі реалізують їх. Мова йде, зокрема, про створення «розумних міст» для туристів, де все максимально автоматизовано: транспорт, бронювання, навігація. Забезпечення функціонування таких систем потребує надміру великих енергетичних ресурсів, які повинні вироблятись з відновлювальних джерел енергії для забезпечення мінімального тиску на довкілля. Розумні міста також можуть створювати соціальні бар'єри, обмежуючи доступ до цифрових можливостей через фінансові та інші причини.

Глобальні виклики змінюють підходи до організації туризму. Майбутнє – за стійкими, екологічними та цифрового адаптованими моделями відпочинку. Україна має високий потенціал для розвитку інноваційного туризму, особливо через підтримку внутрішніх напрямків, використання цифрових інструментів та залучення молоді до просування регіональних особливостей.

Список використаних джерел:

1. Сталый розвиток туризму та рекреації: сучасні виклики й перспективи для України : монографія / Павліха Н. В., Цимбалюк І. О., Савчук А. Ю. Луцьк : Вежа-Друк, 2022.
2. Гусева О. О. Розвиток внутрішнього туризму в Україні: можливості та перспективи. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2022. № 2. С. 45–49.

Шейн Євген,

аспірант

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»,

м. Харків

Дороніна Майя,

д.е.н., професор

Науково-дослідний центр індустріальних проблем розвитку

Національної академії наук України, м. Харків

ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

Інноваційні технології в туризмі відіграють ключову роль у вдосконаленні та зміні цієї галузі, забезпечуючи покращення якості обслуговування, зручності для туристів, ефективності управління та розвитку туристичного бізнесу [1-6]. Проведене дослідження дозволило виявити фактори та положення, які характеризують сучасну сутність інноваційних технологій в туризмі і можуть бути зведені до наступних положень:

- зручність для туристів: інноваційні технології дозволяють туристам забронювати подорожі, готелі, квитки на транспорт, екскурсії та інші послуги онлайн, що робить процес планування і бронювання значно зручнішим і швидшим;
- персоналізація обслуговування: інноваційні технології дозволяють збирати дані про клієнтів і надавати індивідуально підібрані пропозиції та рекомендації на основі їхніх уподобань і історії подорожей;
- вдосконалення досвіду подорожей: використання віртуальної реальності (VR) та доповненої реальності (AR) дозволяє туристам перед подорожжю вивчати місцеві визначні пам'ятки, маршрути та екскурсії, що покращує їхній досвід [1, 4, 6];

- підвищення ефективності управління: технології управління готельними системами (PMS), системами бронювання, обліком та аналізом даних дозволяють готелям і туроператорам підвищити ефективність управління і планування [2, 5];
- створення нових туристичних продуктів: інноваційні технології, такі як дрони, віртуальна реальність, інтерактивні додатки, дозволяють створювати нові туристичні продукти і послуги, які раніше були неможливі або складно доступні;
- сприяння сталому туризму: технології допомагають впроваджувати сталі практики в туризмі, наприклад, зменшення викидів вуглецю, ефективне використання ресурсів та підтримка місцевих спільнот;
- підвищення безпеки та комфорту: використання інноваційних технологій допомагає покращити безпеку подорожей, наприклад, за допомогою систем контролю доступу, моніторингу глобальних подій та електронних систем нагляду;
- розвиток дестинацій: інтеграція сучасних технологій дозволяє розвивати туристичні дестинації, створюючи інтерактивні і цифрові маршрути, експозиції та простори для відпочинку.

Інноваційні технології мають значний потенціал для розвитку туристичного бізнесу [3, 15]. Впровадження інновацій може допомогти туристичним компаніям підвищити свою конкурентоспроможність, персоналізувати досвід клієнтів, підвищити ефективність та збільшити свої продажі.

Нами сформовано основні напрямки розробки, впровадження та використання інноваційних технологій в туристичному бізнесі.

1. *Впровадження штучного інтелекту.* Цей інноваційний напрямок передбачає створення чат-бота для підтримки клієнтів та персоналізації досвіду; формування системи аналізу даних для прогнозування попиту та оптимізації ціноутворення; розробку та використання роботів-гідів для проведення екскурсій та надання інформації та ін.

2. Використання віртуальної (VR) та доповненої (AR) реальності (VR/AR).

Розробка цього інноваційного напрямку в туристичному бізнесі передбачає створення VR-турів для віртуального знайомства з туристичними об'єктами; розробку AR-додатків для накладання додаткової інформації на реальний світ; відвідування інтерактивних музеїв та ознайомлення з їх експонатами.

3. *Розвиток блокчейн-технологій.* Дозволяє туристичним підприємствам здійснювати децентралізовані бронювання та платежі; створювати «цифрові паспорти» для туристів»; робити токенизацію (конвертацію прав) туристичних активів.

4. *Інтеграція з платформами соціальних мереж.* Є надзвичайно важливим напрямком для розвитку маркетингового просування туристичних продуктів; створення спільнот туристів; використання відгуків та рекомендацій.

5. *Застосування мобільних додатків.* Надає широкі можливості для бронювання квитків, готелів та інших послуг; дозволяє здійснювати навігацію та орієнтування на місцевості; надає доступ до інформації про туристичні об'єкти.

Інноваційні технології в туристичному бізнесі мають низку важливих переваг, до яких ми рекомендуємо віднести:

- підвищення конкурентоспроможності, так як інновації допомагають туристичним компаніям виділитися на ринку та залучити нових клієнтів;
- персоналізувати досвід роботи туристичних підприємств. Інноваційні технології дозволяють краще зрозуміти потреби та побажання клієнтів і пропонувати їм персоналізовані продукти та послуги;
- підвищити рівень ефективності своєї виробничо-комерційної діяльності. Інновації допомагають туристичним компаніям оптимізувати свої операції та знизити витрати;
- збільшення комерційних обсягів надання туристичних продуктів на цільовому ринку. Інноваційні технології допомагають туристичним

компаніям збільшити свої продажі та доходи.

По результатах проведеного дослідження авторами виявлено деякі з основних викликів, пов'язаних з інноваціями в туризмі:

- технологічна складність: багато інновацій в туризмі, такі як використання віртуальної реальності (VR), штучного інтелекту (AI), додатків мобільних технологій тощо, вимагають великих інвестицій у розвиток та впровадження;
- культурні та правові перешкоди: у деяких країнах інновації можуть стикатися з культурними або правовими перешкодами;
- безпека даних і приватність: використання технологій збирання та аналізу даних у туризмі може породжувати проблеми щодо безпеки і захисту приватності клієнтів;
- нерівномірний доступ до технологій: нерівномірний рівень доступу до технологій може створювати нерівності у конкурентоспроможності різних гравців на ринку туризму;
- зміна попиту і очікувань клієнтів: швидкий розвиток технологій призводить до зміни очікувань туристів щодо якості обслуговування, персоналізації і використання інтерактивних технологій;
- впровадження інновацій в традиційні структури: деякі туристичні підприємства можуть зіткнутися з опором або складністю при впровадженні інновацій через традиційні методи управління або відсутність технічної готовності переходу до нових рішень;
- необхідність постійного оновлення: технологічні інновації швидко розвиваються, і туристичні бізнеси повинні постійно оновлювати свої технології і підходи, щоб залишатися конкурентоспроможними.

Незважаючи на ці виклики, інновації в туризмі пропонують значні можливості для покращення якості обслуговування, ефективності бізнесу та задоволення потреб сучасних туристів. Ключовою є гнучкість і готовність до адаптації до нових технологічних тенденцій і вимог клієнтів у туристичній галузі.

Список використаних джерел

1. Приходько Є. Г., Перерва П. Г. Формування положень маркетингу вражень в індустрії туристичного бізнесу. *Авіація, промисловість, суспільство: матеріали 2-ї Міжнар. наук.-практ. конф.*, Кременчук, 12 травня 2021 р.: у 2 ч. Ч. 2. Харків : ХНУВС, 2021. С. 476-478.
2. Формування управлінської, маркетингової та інноваційної політики на підприємствах туристичної індустрії / П. Г. Перерва [та ін.]. *Вісник Національного технічного університету «ХПІ» (екон.науки): зб. наук. пр.* Харків : НТУ «ХПІ», 2018. № 47. С. 114-120.
3. Матросова В. О., Перерва П. Г., Матросов О. Д. Кадрове забезпечення галузі туризму та гостинності. *Проблеми формування та розвитку інноваційної інфраструктури: Матеріали V Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Львів, 23-25 травня 2019 р.)*. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2019. С. 515-516.
4. Носирєв О. О., Перерва П. Г., Долина І. В., Кобелєва Т. О., Ткачова Н. П. Менеджмент та маркетинг на ринку туристичних та готельно-ресторанних послуг [Електр. ресурс]: консп. лекцій / Нац. техн. ун-т «ХПІ». Харків, 2020. 37 с.
5. Перерва П. Г., Борзенко В. І., Кобелєва Т. О. Інтелектуальна власність: магістерський курс: підручник. Харків: НТУ «ХПІ», 2019. 1002 с.
6. Pererva P.G., Kocziszky G., Szakaly D., Veres Somosi M. Technology transfer : monograph / P. G. Pererva [et al.] / ed.: P. G. Pererva, G. Kocziszky. Kharkiv : NTU "KhPI" ; Miskolc : University of Miskolc, 2012. 599 с.

Шеїн Олексій,

аспірант

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»,

м. Харків

Перерва Петро,

д.е.н., професор

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», м.

Харків

ТУРИСТИЧНИЙ ПРОДУКТ: УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСАМИ РОЗРОБКИ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ

Управління процесами розробки та реалізації туристичного продукту є ключовим аспектом успішного функціонування туристичної індустрії. Цей процес включає кілька важливих етапів, кожен з яких має свою вагомість у створенні привабливих та конкурентоздатних туристичних продуктів. Нами виявлено та обґрунтовано основні етапи управління процесами розробки та реалізації туристичного продукту, які включають в себе наступні організаційно-економічні положення:

- аналіз туристичного ринку: визначення попиту та можливостей на ринку, вивчення тенденцій та потреб споживачів. Це допомагає зрозуміти, які продукти будуть популярними серед туристів;
- розробка концепції продукту: визначення унікальності та цільової аудиторії туристичного продукту. Вибір тематики, маршрутів, послуг та інших аспектів, що визначають його характер;
- створення програми та плану дій: розробка детальної програми реалізації продукту, включаючи усі етапи від розробки до маркетингу та продажу;

- маркетинг та просування: розробка стратегії маркетингу та просування туристичного продукту. Використання інструментів просування для привертання цільової аудиторії;
- реалізація та контроль якості: проведення реалізації та виконання запланованих програм, а також контроль якості над послугами та програмами;
- оцінка результатів: аналіз ефективності та результатів реалізації туристичного продукту. Виявлення позитивних та негативних аспектів для подальших вдосконалень.

Управління процесами розробки та реалізації туристичного продукту вимагає відповідальності, творчого підходу та пильного контролю за кожним етапом. Враховуючи конкурентне середовище туристичної галузі, ефективне управління цими процесами допоможе забезпечити успіх туристичного бізнесу та задоволення потреб туристів. Успішне управління процесами розробки та реалізації туристичного продукту потребує комплексного підходу, який включає в себе чітке розуміння потреб та попиту цільової аудиторії; розробку якісного та конкурентоспроможного туристичного продукту; ефективне просування та продаж туристичного продукту; забезпечення високого рівня обслуговування туристів; постійне вдосконалення туристичного продукту [1-6]. Завдяки ефективному управлінню можна мінімізувати ризики, оптимізувати ресурси та максимізувати результати.

Створення туристичного продукту – складний процес. Процес створення продукту починається з первинних ресурсів, таких як ресурси, сировина, інші будівельні матеріали, енергія та паливо [1, 5, 6]. Це також може включати сільськогосподарські продукти, необхідні для приготування їжі для туристів.

Потім первинні вхідні матеріали обробляються далі шляхом виробництва або будівництва в проміжні (або оброблені) вхідні матеріали. Проміжними ресурсами є не що інше, як туристичні об'єкти, такі як сади, парки, музеї, художні галереї, торгові центри, конференц-центри, житло, ресторани та

магазини подарунків чи сувенірів [2, 3]. Вони сприяють і підтримують туризм.

Проміжні входи додатково вдосконалюються за допомогою експертного менеджменту, робочої сили та технічних служб, а також упаковки в проміжні результати [4]. Проміжна продукція - це не що інше, як послуги, пов'язані з індустрією туризму.

Наприклад, проміжний ресурс, такий як готельний номер, залишається лише товаром, якщо він не зайнятий туристом і не перетворюється на частину туристичного продукту шляхом включення досвіду мешканця. Подібним чином, їжа в ресторанах повинна бути приготована та подана персоналом будь-якого ресторану, а також її потрібно замовляти та споживати туристам.

Кінцеві результати – це не що інше, як особистий досвід, який турист отримує від використання послуг і здійснення різноманітних заходів, пов'язаних із туризмом [1, 3]. Туристи використовують проміжні результати (або послуги) для створення нематеріального, але високоцінного досвіду, такого як задоволення, відпочинок і завершення ділового завдання або підтримання контакту з друзями чи родичами.

Чітка та продумана система розробки та реалізації туристичного має багато переваг і забезпечую сталий розвиток туристичного підприємства. Цьому процесу сприяє ряд важливих результатів інноваційної діяльності. По-перше, ефективне використання ресурсів, так як завдяки плануванню та контролю можна мінімізувати витрати та максимізувати прибуток. По-друге, зниження комерційних ризиків. Вивчення ринку та конкурентів, а також тестування продукту дозволяють знизити ризики, пов'язані з його випуском на ринок. По-третє, підвищення конкурентоспроможності туристичного підприємства та його продукції. Продукт, який відповідає потребам та попиту цільової аудиторії, має більше шансів на успіх у конкурентному середовищі. По-третє, підвищення задоволеності клієнтів. Якісний туристичний продукт, що відповідає очікуванням клієнтів, може призвести до їх повторних звернень та позитивних відгуків.

Ефективність управління створенням туристичного продукту визначається його здатністю досягати мети шляхом оптимального використання ресурсів, забезпечення якості продукту та задоволення потреб клієнтів. Ефективне розподілення ресурсів є важливим для успішного створення туристичного продукту. Це допомагає уникнути зайвих витрат і запізнень у реалізації. Важливо залучити всіх зацікавлених сторін, таких як клієнтів, партнерів, місцеві органи влади тощо, на різних етапах процесу створення туристичного продукту. Їхні відгуки та участь можуть покращити якість продукту та забезпечити його відповідність потребам ринку. Загалом, ефективне управління процесом створення туристичного продукту базується на системному підході до планування, виконання та контролю, спрямованому на досягнення бажаного результату з мінімальними витратами і максимальним задоволенням клієнтів.

Список використаних джерел

1. Nagy S., Pererva P.G. Formation of an innovative model of the Hungarian business economy // *Marketing of innovations. Innovations in marketing: materials of the Intern. Sci. Internet Conf.*, December 2021. Bielsko-Biala. P. 51-54.
2. Носирєв О. О., Перерва П. Г., Долина І. В., Кобєлева Т. О., Ткачова Н. П. Менеджмент та маркетинг на ринку туристичних та готельно-ресторанних послуг [Електр. ресурс]: консп. лекцій / Нац. техн. ун-т «ХПІ». Харків, 2020. 37 с.
3. Tkachova N., Kobieliava T., Pererva P. Formation of competitive advantages of machine-building enterprises on the basis of the benchmarking concept. *International Marketing and Management of Innovations: Global Sci. E-Journal*. Bielsko-Biala, 2021. № 6. 10 p.
4. Формування управлінської, маркетингової та інноваційної політики на підприємствах туристичної індустрії / П. Г. Перерва [та ін.]. *Вісник Національного технічного університету «ХПІ» (економ. науки): зб. наук. пр.* Харків : НТУ «ХПІ», 2018. № 47. С. 114-120.

*Стан та перспективи розвитку рекреаційно-туристичного комплексу України:
природний, соціальний, економічний та інноваційний аспекти:
збірник матеріалів Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Полтава, 15 травня 2025 р.)*

5. Перерва П. Г., Борзенко В. І., Кобелєва Т. О. Інтелектуальна власність: магістерський курс: підручник. Харків: НТУ «ХПІ», 2019. 1002 с.

6. Pererva P.G., Kocziszky G., Szakaly D., Veres Somosi M. Technology transfer : monograph / P. G. Pererva [et al.] / ed.: P. G. Pererva, G. Kocziszky. Kharkiv : NTU "KhPI" ; Miskolc : University of Miskolc, 2012. 599 с.

Шелудько Вікторія,

к. т. н., доцент

Полтавський державний аграрний університет, м. Полтава

КОНЦЕПЦІЯ SLOW FOOD У ГАСТРОНОМІЧНИХ ТРАДИЦІЯХ ПОЛТАВЩИНИ

Рух Slow Food виник у 1986 році в Італії як відповідь на глобалізацію харчової індустрії, стандартизацію смаку та швидкого харчування. Його основні принципи – збереження гастрономічної спадщини, підтримка локальних виробників та екологічна стійкість. Сьогодні Slow Food – це міжнародний рух, який об'єднує мільйони людей у понад 160 країнах світу, сприяючи розвитку гастрономічного туризму та рекреації. Концепція Slow Food базується на трьох ключових принципах: «Good», «Clean», «Fair», які формують її філософію та вплив на гастрономічний туризм. Принцип «Good» означає високу якість і смак продукту, що досягається застосуванням автентичних рецептів та традиційних методів приготування. «Clean» підкреслює важливість екологічно чистого виробництва, яке не завдає шкоди навколишньому середовищу та сприяє збереженню природних ресурсів. Нарешті, «Fair» зосереджується на справедливості – підтримці місцевих товаровиробників, забезпеченні належної оплати їхньої праці та справедливого розподілу прибутку[1].

Slow Food відіграє важливу роль у розвитку гастрономічного туризму, зокрема через популяризацію локальних продуктів і традиційних технологій приготування. Ця концепція сприяє стимулюванню розвитку фермерських господарств і малих виробників, що забезпечує сталий розвиток місцевих економік і підтримку дрібного бізнесу. Також Slow Food активно сприяє відродженню традиційної кухні як частини культурної спадщини, зберігаючи автентичність регіональних страв та рецептур. Важливою складовою є

підвищення якості гастрономічного досвіду для туристів, оскільки філософія Slow Food пропагує вживання екологічно чистих та здорових продуктів. Slow Food також сприяє створенню автентичних туристичних маршрутів, організації гастрономічних фестивалів та кулінарних майстер-класів, що дають можливість туристам глибше усвідомити місцеву культуру та традиції. Ці ініціативи не тільки покращують досвід відвідувачів, але й сприяють збереженню та популяризації культурної спадщини через гастрономію.

Slow Food інтегрується в туристичні маршрути різних країн, пропонуючи місцеві страви, що сприяють глибшому розумінню культури та гастрономії серед мандрівників. Асоціація «Cittaslow», яка була створена в Італії, об'єднує 303 міста по всьому світу, що розвивають Slow Food-туризм [2]. В Італії створені численні гастрономічні маршрути, наприклад, «Дорога вина і трюфелів» у П'ємонті, що популяризує місцеві продукти. Щороку проходить «Salone del Gusto» – міжнародний фестиваль локальних продуктів. Франція розвиває концепцію «Terroir» – зв'язок між продуктом, його місцем походження та культурною традицією. Вінні тури в Бордо, Провансі, Бургундії мають велику популярність серед туристів, адже надають можливість ознайомитись із виробничими процесами і прийняти участь в дегустації вин. Каталонія та Країна Басків розвивають регіональні кулінарні шляхи (дороги вина, хамону, оливкової олії). Фестиваль Slow Food у Барселоні, що залучає міжнародних гостей, щорічно відбувається у березні. Slow Food став основною концепцією New Nordic Cuisine, популярною серед шеф-кухарів Данії, Швеції, Норвегії. Ця концепція вирізняється використанням локальних продуктів: морепродуктів, ферментованих продуктів, місцевих їстівних рослин. Окінава – регіон довгожителів Японії, де Slow Food є частиною культури (натуральні продукти, сезонні продукти). Традиційна кухня кайсекі є прикладом повного, гармонійного споживання їжі.

Рух Slow Food в Україні набуває популярності завдяки багатій гастрономічній спадщині, заснованій на натуральних продуктах, локальному

виробництві та сезонності. Українська кухня, зокрема кухня Полтавщини, природньо відповідає ключовим принципам «Good», «Clean», «Fair», і ґрунтується на домашньому фермерському виробництві, використанні локальних продуктів та дотриманні традиційних методів приготування. Українська кухня завжди базувалася на використанні натуральних інгредієнтів, які доступні у відповідний сезон зі збереженням автентичності став. Це відображається в таких традиційних стравах, як: борщ (із сезонними овочами та буряковим квасом); вареники та галушки із місцевої сировини (гриби, сир, картопля, ягоди); домашні ковбаси, сири та копченості. В Україні існує сильна традиція домашнього сироваріння, фермерського виробництва м'яса, хлібопекарського ремесла. Це відповідає принципу «Fair» – підтримка малих виробників. Ферментація – один із головних методів збереження продуктів на традиційній українській кухні, що відповідає концепції «Clean» (екологічно та корисно). Прикладами є квашені овочі (огірки, капуста, помідори), ферментовані напої (квас, узвар), ремісничі сири (бринза, будз, гуцульська вурда).

Полтавщина – один із найбільш автентичних гастрономічних регіонів України, де збережено давні традиції приготування страв, що відповідають концепції Slow Food. Полтавські галушки – символ регіону, які готують із місцевої сировини та подають із м'ясом, сметаною чи часниковою підливою. Щорічний фестиваль «Полтавська галушка» у Полтаві – важливий елемент гастрономічного туризму [3]. Полтавський борщ із сушеними грушами – різновид борщу, що готується на буряковому квасі та має унікальний солодкий присмак. Особливістю технології є використання традиційних методів ферментації (буряковий квас, сушені груші). А на міжнародному етнофестивалі «Борщик у глиняному горщику» є можливість продегустувати біля дев'яноста видів борщу, які зварені за автентичними рецептурами місцевого краю [4]. Полтавщина znana як центр бджільництва, тут виробляють мед із різнотрав'я, гречки, акації, і в технологіях таких напоїв як медовуха і збитень відображено концепцію Slow Food.

Група компаній RDS, яка входить до складу Національної асоціації дорожників України, започаткувала ініціативу «Дороги гурманів», що є об'єднанням крафтових виробників з їхніми споживачами. Розроблено гастрокарту, яка допоможе гурманам познайомитись з українськими крафтовими продуктами та напоями безпосередньо на місці їх виробництва, а виробникам – знайти поціновувачів їхньої продукції [5]. Згідно з інформацією, яка представлена на гастрокарті, в Полтавській області зосереджено сім крафтових місць, що надають послуги гастротуризму, які відповідають концепції Slow Food: екоферма на Посуллі, сироварня Блонських, ферма «ДОБРО-КРАФТ», етнопоселення «Старий Хутір», гостьовий будинок «Весела садиба», сімейна равликова ферма «Лісовий равлик», молочна ферма та сироварня «Леляківська сироварня».

Перспективами Slow Food-туризму на Полтавщині є розвиток фермерських гастро-турів (відвідування сироварень, пасік, м'ясних господарств), популяризація старовинних рецептів у ресторанах регіону, організація Slow Food-дегустацій та кулінарних майстер-класів для туристів, включення Полтавщини в міжнародні гастрономічні маршрути Slow Food.

Полтавщина має великий потенціал для розвитку гастрономічного туризму в рамках концепції Slow Food. Її кулінарні традиції органічно відповідають ключовим принципам «Good», «Clean», «Fair», а сучасні виклики можуть стати можливими для відродження та популяризації регіональної кухні на міжнародному рівні. Інтеграція Полтавщини в глобальний рух Slow Food сприяє не лише розвитку туризму, а й підтримці локальних виробників, культурної спадщини та гастрономічної автентичності регіону.

Список використаних джерел

1. Slow food movement: history, principles and reasons to embrace it. URL: <https://slowlivingldn.com/journal/gather-feast/what-is-the-slow-food-movement/> (дата звернення: 27.02.2025).

Стан та перспективи розвитку рекреаційно-туристичного комплексу України:
природний, соціальний, економічний та інноваційний аспекти:
збірник матеріалів Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Полтава, 15 травня 2025 р.)

2. CittaSlow Experiences. URL: <https://www.cittaslow.org/> (дата звернення: 27.02.2025).

3. Фестиваль «Полтавська галушка». URL: <https://www.visitpoltava.com/uk/festdata/view?id=2> (дата звернення: 27.02.2025).

4. 90 видів борщу на фестивалі «Борщик у глиняному горщику 2023». URL : <https://kuda.poltava.ua/afisha/borsh2023/> (дата звернення: 27.02.2025).

5. Дороги гурманів. URL : <https://dorogygurmaniv.com/uk/> (дата звернення: 27.02.2025).

Шуліка Елеонора,

здобувач вищої освіти першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

Полтавський державний аграрний університет, м. Полтава

Науковий керівник: **Краснікова Оксана**, к. е. н., доцент

НАПРЯМКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Туристична галузь України відіграє вагомий роль у розвитку національної економіки, будучи джерелом інвестицій, створення робочих місць та підвищення соціального добробуту. Туризм виконує не лише економічну, а й культурну місію, просуваючи Україну на міжнародній арені. Основу функціонування галузі складають туроператорська та турагентська діяльність, які є взаємодоповнюючими елементами: туроператори формують комплексний туристичний продукт, а турагенти забезпечують його ефективне просування до кінцевого споживача [1]. Сучасний ринок туристичних послуг України зазнав значного впливу зовнішніх факторів, насамперед пандемії та війни, але водночас виявив здатність до адаптації та відновлення, демонструючи активізацію внутрішнього туризму, переорієнтацію компаній на нові напрямки та впровадження інноваційних підходів до обслуговування клієнтів.

Нормативно-правове забезпечення галузі є ключовим фактором стабільності та прозорості ринку. Законодавча база, яка включає закони «Про туризм», «Про захист прав споживачів» та інші нормативні акти, регулює всі аспекти діяльності учасників ринку, забезпечуючи високий рівень захисту прав туристів [2, 3]. Важливою складовою ефективного функціонування галузі є система ліцензування, яка вимагає фінансової стійкості, гарантій відповідальності перед споживачами та відповідності міжнародним стандартам. Також слід відзначити важливість цифровізації туристичних послуг. Впровадження новітніх технологій, зокрема онлайн-бронювання, мобільних додатків, віртуальних

екскурсій і цифрових гідів, значно покращило якість сервісу, розширило доступ до туристичних продуктів та зробило їх більш персоналізованими.

Інноваційність стала важливою характеристикою сучасної туристичної індустрії. Використання big data, автоматизація внутрішніх процесів, активна взаємодія в соціальних мережах та створення інтерактивних платформ комунікації з клієнтами сприяють підвищенню лояльності та задоволеності споживачів. Зміни у споживчих уподобаннях, зростання популярності екологічного, медичного, військового та волонтерського туризму відкривають нові можливості для розвитку галузі в умовах воєнного часу [4].

Основні тренди у внутрішньому та виїзному туризмі формуються під впливом воєнних подій, економічних реалій, безпекових умов та соціальних змін. Війна суттєво обмежила можливості виїзного туризму через логістичні складнощі, закритий повітряний простір і фінансові труднощі населення, тоді як внутрішній туризм в умовах обмеженої мобільності почав розглядатися як реалістична та перспективна альтернатива. Зростає інтерес до екологічного, культурного, агро- та wellness-туризму, з особливим акцентом на короткотермінові подорожі у безпечні регіони. Значну увагу приділено новим форматам – віртуальному туризму, соціальному та ветеранському туризму, які мають як гуманітарне, так і економічне значення.

У напрямку розвитку внутрішніх туристичних продуктів виділяється необхідність орієнтації на безпечні локації, здатні забезпечити якісний прийом туристів. Успішна реалізація інфраструктурних проєктів (ремонт доріг, реконструкція готелів, створення веломаршрутів, облаштування музеїв) та державних програм підтримки, таких як «Відновлення», відіграє вирішальну роль у формуванні привабливої пропозиції на внутрішньому ринку. Участь громад у розвитку локального туризму через збереження культурної самобутності та створення автентичного продукту сприяє не лише економічному відновленню, а й підвищенню соціальної стійкості. Туроператори, які зможуть

запропонувати гнучкі маршрути, інтегрувати цифрові сервіси, налагодити співпрацю з місцевим бізнесом і забезпечити високу якість сервісу, стануть важливими в розвитку внутрішнього туризму.

Прогноз розвитку виїзного туризму та залучення іноземних гостей в Україну має стратегічне значення у повоєнний період. Відновлення в'їзного потоку потребуватиме ефективної багаторівневої стратегії, що включає інфраструктурні покращення, іміджеві кампанії, участь у міжнародних туристичних форумах. Просування нових напрямків, таких як військово-історичний, волонтерський, сільський туризм, дозволить не лише урізноманітнити туристичну пропозицію, а й залучити нові цільові аудиторії з-за кордону. Важливим чинником стане відновлення довіри до України через прозору систему інформування, сертифікації та підтримки туристів. Якщо всі ці зусилля будуть реалізовані скоординовано, Україна зможе повернути втрачені позиції й заявити про себе як про сучасну, безпечну, привабливу для світу країну з глибоким змістом та автентичним досвідом для мандрівників.

Список використаних джерел

1. Чорна Н. М. Стан та основні тренди розвитку туристичної галузі України в умовах сьогоденних викликів. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі*. 2023. Вип. 8. С. 72-78. URL : <https://doi.org/10.32782/tourismhospsee-8-10>.

2. Про туризм : Закон України від 15.09.1995 р. № 324/95–ВР. URL : <https://zak-n.rada.g-v.ua/laws/sh-w/324/95-%D0%B2%D1%80#Text>.

3. Про захист прав споживачів : Закон України від 12.05.1991 р. № 1024-XII «Про захист прав споживачів». URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12#Text>.

4. Влащенко Н. М., Тонкошкур М. В. Інноваційні технології в туризмі : навч. посіб. Харків : Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова, 2022. 214 с.

Шуліка Елеонора,

здобувач вищої освіти першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

Полтавський державний аграрний університет, м. Полтава

Науковий керівник: **Єгорова Олена**, к.е.н., доцент

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

Український туристичний сектор зазнав значних змін через повномасштабне російське вторгнення. Попри виклики, галузь демонструє адаптивність та прагнення до відновлення.

З початком повномасштабної війни (2022 рік) різко зменшився виїзний туризм – завантаженість туристичних операторів у різних регіонах країни знизилася до 15–35% у порівнянні з попереднім роком. Туроператори змушені були оперативно адаптуватися, пропонуючи внутрішні тури та впроваджуючи нові стандарти безпеки. З часом внутрішній туризм почав демонструвати ознаки відновлення. У перші місяці після початку повномасштабного вторгнення готелі та інші заклади розміщення в західних і центральних областях були заповнені майже на 100%, оскільки мешканці постраждалих регіонів шукали тимчасовий притулок у безпечніших частинах країни.

Туроператори, які раніше орієнтувалися на популярні міжнародні напрямки, змушені були переорієнтовуватися на інші ринки або тимчасово призупиняти діяльність. Натомість внутрішній туризм почав розвиватися у нових форматах, таких як екотуризм, волонтерські тури та подорожі для переміщених осіб.

До кінця 2022 року внутрішній туризм частково стабілізувався, досягнувши приблизно 50% від обсягів попереднього року. Натомість в'їзний туризм майже зник – кількість іноземних відвідувачів з туристичною метою скоротилася на 85–90%, що стало ще одним свідченням глибокого впливу воєнних дій на туристичну сферу України. [3]

До початку війни в Україні діяли численні туроператори, які пропонували різноманітні туристичні послуги. Станом на 2020 рік найбільшу частку туристичного ринку України займали: Anex – 26%; Join UP! – 23%; TUI – 14%; Coral Travel – 10%; Pegas Touristik – 7,5%; TEZ Tour – 5%; Компас – 4,5%; TPG – 4%. [2] З початком війни багато туроператорів були змушені призупинити або скоротити свою діяльність, адаптуючись до нових умов, але найбільшими туроператорами залишаються ANEX Tour та Join UP!.

ANEX Tour є одним із провідних туроператорів в Україні, що спеціалізується на організації пакетних турів до популярних курортів, таких як Туреччина, Єгипет, Іспанія та інші. ANEX Tour відомий своєю стабільністю та високим рівнем обслуговування клієнтів. [4]

Український туроператор Join UP! пропонує різноманітні туристичні продукти, включаючи пляжний відпочинок, екзотичні подорожі та автобусні тури Європою. Стратегічним партнером Join UP! є SkyUp Airlines, таке співробітництво дозволяє забезпечувати конкурентоспроможні ціни та широкий вибір напрямків. Компанія активно розвиває мережу франчайзингових агентств, що сприяє зручності для клієнтів у різних регіонах України. [5]

Загалом, обидві компанії-лідери українського ринку є надійними туроператорами з широким спектром послуг та високим рівнем обслуговування. Вибір між ними залежить від індивідуальних вподобань клієнта, бажаного напрямку подорожі та бюджету.

Туристичні компанії в Україні функціонують у різних форматах, формуючи структуру туроператорської діяльності. Частина з них спеціалізується на організації закордонних поїздок, орієнтуючись на виїзний туризм і пропонуючи мандрівки до різних куточків світу. Інші, навпаки, зосереджуються на внутрішньому ринку, активно розвиваючи національні маршрути й відкриваючи нові принади українського туризму. Водночас на ринку присутні компанії, які вдало поєднують обидва напрями, адаптуючи свою діяльність до потреб клієнтів та умов часу.

Якщо розглянути актуальні тенденції у сфері туризму в Україні особливо виділяються медичний туризм і туризм катастроф. Завдяки високій кваліфікації українських лікарів та значно нижчим (на 40–70 %) цінам у порівнянні з європейськими клініками, наша країна приваблює дедалі більше іноземних пацієнтів. Серед туризму катастроф, або як його ще називають «темного туризму» в Україні до 2022 року мав попит на відвідування зони Чорнобильської АС, а останніми роками набуває популярності військовий туризм. Паралельно набирає обертів екотуризм – інтерес до відпочинку в сільській місцевості стимулює розвиток локальної інфраструктури та створює нові можливості для сільських громад. Також розвивається промисловий і діловий туризм: відвідування підприємств індустріального сектору не лише зміцнює ділові зв'язки, а й сприяє формуванню позитивного іміджу українського виробництва на міжнародному рівні.

Незважаючи на складні умови, українська туристична галузь демонструє стійкість та адаптивність, шукаючи можливості для розвитку та відновлення.

Список використаних джерел

1. Бондаренко Л. А. Інструменти підвищення якості туристичних послуг в умовах конкуренції. *Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. Серія Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм*. 2021. Вип. 13. С. 167–173. DOI : 10.26565/2310- 9513-2021-13-17.
2. Рейтинг туроператорів літнього сезону 2020. Туроператор Join UP! URL : <https://joinuplviv.com/rejtyng-turoperatoriv-sezon-lito-2020/>
3. Чорна Н. М. Стан та основні тренди розвитку туристичної галузі України в умовах сьогоденних викликів. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі*, 2023. Вип. 8. С. 72-78. DOI : <https://doi.org/10.32782/tourismhospcee-8-10>.
4. ANEX Tour. URL: <https://www.anextour.com.ua/page/272/about-us-ua>.
5. SkyUp Airlines. URL: <https://joinup.ua/uk/>.

Стан та перспективи розвитку
рекреаційно-туристичного
комплексу України: природний,
соціальний, економічний та
інноваційний аспекти: зб. матеріалів
Всеукр. наук.-практ. конф.
(м. Полтава, ПДАУ, 15 травня 2025 р.)