

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького
Навчально-науковий інститут економіки і права
Кафедра туризму і готельно-ресторанної справи

ТУРИЗМ І ГОСТИННІСТЬ: СТАН, ПРОБЛЕМИ, ПЕРСПЕКТИВИ

*Матеріали VI Міжнародної
науково-практичної конференції*

(18 листопада 2021 р., м. Черкаси)

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького
Черкаська обласна державна адміністрація;
Університет Марії Кюрі-Складовської (Польща);
Варшавський університет Туризма и Иностранных языков
Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины.
ISMA Высшая школа менеджмента информационных систем
Краківський економічний університет, м. Краків, Польща;
Государственный Университет им. А. Руссо, Молдова
Київський національний університет імені Тараса Шевченка;
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»;
Центральноукраїнський національний технічний університет.
Уманський національний університет садівництва;
Всеукраїнська громадська організація «Туристична палата України»

ТУРИЗМ І ГОСТИННІСТЬ: СТАН, ПРОБЛЕМИ, ПЕРСПЕКТИВИ

*Матеріали VI Міжнародної
науково-практичної конференції*

(18 листопада 2021 р., м. Черкаси)

Черкаси
Видавець Юлія Чабаненко
2021

УДК 338.48:33214

ББК 65.43

Т 88

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

*Рекомендовано до друку на засіданні Вченої ради
Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького
(протокол № 3 від 13 грудня 2021 року)*

2

Відповідальні за випуск Красномовець В. А., Пасека С. Р.

Т 88 Туризм і гостинність: стан, проблеми, перспективи : матер. VI Міжнар. наук.-практ. конф. (18 листопада 2021 р., м. Черкаси). – Черкаси : Вид-ць Юлія Чабаненко, 2021. – 105 с.

У збірнику представлені статті вчених, молодих дослідників, представників туристського бізнесу, присвячені теоретичним і прикладним питанням туризму і гостинності, маркетингу та менеджменту у сфері туризму і гостинності, економічним проблемам у розвитку туризму і готельно-ресторанного бізнесу, професійному розвитку персоналу і корпоративній культурі, формуванню соціального капіталу у сфері туризму та готельно-ресторанного бізнесу, інфраструктурі туризму, аспектам конкурентоспроможності підприємств туристичної галузі, розвитку окремих видів туризму, організації дозвілля та відпочинку туристів, міжнародному співробітництву в галузі туризму.

ББК 65.43

© ЧНУ імені Богдана Хмельницького, 2021

ЗМІСТ

Секція 1. Туризм і гостинність: теорія і практика

Братіцел М. Л. Екокультурна практика закладів ресторанного господарства: прикладний аспект.....	7
Даниленко О.В. «Зелені» новації закладів ресторанного господарства: різновиди веганського м'яса.....	10
Дмитрієва М. В. Гірськолижний туризм як вид екстремального відпочинку.....	12
Дьоміна К. Є., Бровенко Т.В. Практики екологічних бізнес-моделей закладів ресторанного господарства.....	14
Кампов Н. С. Сталий (збалансований) розвиток туризму: сутність, принципи, критерії	16
Касинець О.В., Кампов Н.С. Потенціал сталого розвитку туризму на Закарпатті.....	19
Кирилюк І. М. Інклюзивний туризм як вид реабілітації для людей з особливими потребами.....	22
Литвин О. В. Туристична привабливість Черкаського регіону.....	25
Мисан Ю. С. Вплив COVID – 19 на туристичний бізнес в Україні.....	27
Панченко М.В. Сфера гостинності під час пандемії COVID-19.....	30
Перепелиця В.В., Бровенко Т. В. Впровадження нових систем харчування школярів	32
Скіданов О. А. Суть та види міжнародної співпраці в галузі туризму на регіональному рівні.....	35

Секція 2. Маркетинг і менеджмент у сфері туризму і гостинності

Вінник В.І., Дроботова М. В. Застосування ревеню менеджменту в готельній сфері.....	38
Грабевник С. Реалізація технології SMART CITY у містах Тернопільської області...	40
Дзюбло К., Дроботова М. В. Анімаційні послуги у формуванні привабливості санаторно-курортного комплексу «Миргород».....	43

Катеринич В. Р.	
Психологічні особливості при оформленні меню закладу ресторанного господарства.....	45
Карнаушенко Т. В.	
Рівне - розумне місто у контексті маркетингових комунікацій.....	47
Курылюк О. V.	
Advertising as an effective way of promoting a tourist product.....	49
Кривобок А. О., Бровенко Т.В.	
Особливості застосування маркетингу вражень в закладах ресторанного господарства.....	51
Скавронська О. І.	
Маркетинг у сфері гостинності.....	53

Секція 3. Економічні проблеми у розвитку туризму і готельно-ресторанного бізнесу

Влаборолучна А. Н.	
Economic and social problems of development of the tourism industry.....	57
Поворознюк І.М.	
Роль індустрії гостинності в розвитку економіки країни.....	59
Рейс Т.Т., Кампов Н.С.	
Тенденції транскордонної співпраці в контексті сталого розвитку Закарпатської області.....	62
Слатвінська Л. А.	
Інституційне забезпечення розвитку грантового фінансування туризму в Черкаському регіоні.....	65
Яценко В. М.	
Інвестиційна діяльність та бізнес-планування на підприємствах туристичної сфери	68

Секція 4. Професійний розвиток персоналу і корпоративна культура

Барвінок Н. В., Барвінок М. В.	
Управління персоналом як один з важливих напрямів в туристичному бізнесі.....	71
Босецька Н. Г.	
Людський фактор у запровадженні інноваційних технологій у ресторанному бізнесі.....	74
Веценура Н.В., Земліна Ю.В.	
Роль індустрії гостинності у формуванні людського капіталу.....	77
Пасека С.Р., Малий А.О.	
Характеристика трудового потенціалу туристичної галузі	79
Штик Емма Д.	
Професійний розвиток персоналу і корпоративна культура.....	83

Секція 5. Інфраструктура туризму

Бондаренко А. Ю.

Дослідження рекреаційного потенціалу та інфраструктурного забезпечення культурно-пізнавального туризму в Україні..... 86

Бутенко Л. Ю.

Особливості надання послуг у винних готелях..... 89

Карпенко Ю. В., Прокопенко І. Р.

Дослідження інфраструктурної забезпеченості туристичної діяльності в Одеській області..... 91

Красномовець В. А.

Програми екологічної сертифікації готелів як інструмент сталого розвитку у сфері туризму..... 94

Нещадим Л. М.

Інформаційні технології на підприємствах індустрії гостинності..... 97

Поліщук Я.

Еко посуд як нова тенденція в кейтеринговому обслуговуванні..... 99

Радченко О.М.

Музеєфікація пам'яток морської археології: досвід Великої Британії..... 101

Сухорукова А.

Порівняння обслуговування клієнтів у підприємстві ресторанного господарства та при кейтерингу..... 103

рекреації та підвищення їх професійного рівня, вивчення іноземних мов; розширення виробництва продукції із застосуванням символіки Закарпаття [2].

На подальший розвиток туризму безпосередньо впливає розвиток транспортної інфраструктури та зв'язку. Пріоритетними напрямками розвитку транспорту та зв'язку в Закарпатській області є: підвищення конкурентоспроможності транспортної системи шляхом доведення її до міжнародних вимог і стандартів з метою збільшення міжнародних транзитних вантажних і пасажирських потоків; створення дійових умов комунікаційної інформації, координації суб'єктів транспортних засобів області із прикордонними територіями суміжних держав, освоєння нових форм транспортно-складських та торговельних послуг для завантаження незадіяних потужностей та ефективного використання технічних, технологічних можливостей всіх видів функціонуючої транспортної системи; розвиток матеріально-технічної бази через реалізацію інвестиційних проектів, програм TACIS, PHARE, кредитів ЄБРР та інших; оновлення рухомого складу; будівництво залізничного тунелю на дільниці Бескид-Скотарське; будівництво нових та розширення і технічне переобладнання діючих АТС т; розширення можливості підключення споживачів до мережі Інтернет; збільшення парку універсальних карткових таксофонів; створення конкурентного середовища на ринку мобільного зв'язку; розширення існуючих і впровадження нових видів поштового зв'язку, реконструкція діючих об'єктів та створення кущових відділень на їх базі; створення технічних умов, в тому числі з використанням супутникових систем передачі інформації, для покриття програмами телебачення високогірних населених пунктів.

Список використаних джерел

1. Доктрина сталого розвитку. URL: <http://www.semenets.soborna.org.ua>.
2. Кампов Н.С., Касинець О.В., Медвідь Л.І. Економічні основи рекреаційного природокористування. *Науковий вісник Мукачівського державного університету*: журн. наук. пр. Мукачево: Вид-во МДУ, 2015. № 18 (13). С. 247-255

Кирилюк І. М.

*кандидат економічних наук, доцент
Уманський державний педагогічний
університет імені Павла Тичини
м. Умань, Україна*

ІНКЛЮЗИВНИЙ ТУРИЗМ ЯК ВИД РЕАБІЛІТАЦІЇ ДЛЯ ЛЮДЕЙ З ОСОБЛИВИМИ ПОТРЕБАМИ

Туризм стає стилем життя для багатьох сучасних людей, в тому числі і для людей з обмеженими можливостям, які потребують додаткової уваги

суспільства та створення й забезпечення особливих умов на шляху до самореалізації. Туристи з особливими потребами займають важливий сегмент туристичного ринку. На сучасному етапі в цьому сегменті туристичного ринку відбуваються динамічні зміни, оскільки зростає його соціальна значущість, яка зумовлена, зокрема, тим, що кількість осіб із різними видами інвалідності зростає.

Динаміку кількості осіб з інвалідністю відображено в табл.1.

Таблиця 1 - Кількість осіб з інвалідністю (на початок року)*

	Роки										
	2001	2006	2011	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Усього, тис. осіб, в т. ч.:	2597,5	2495,2	2710,0	2831,7	2568,5	2614,1	2603,0	2635,6	2659,7	2703,	2724,1
I групи	337,7	337,7	310,5	291,3	251,8	250,3	240,6	235,4	226,3	222,3	215,0
II групи	1337,0	1128,4	1078,7	1042,3	915,9	9919,0	900,5	899,2	896,1	900,8	897,1
III групи	768,5	906,5	1155,7	1329,8	1249,7	1291,2	1306,2	1341,9	1375,7	1416,0	1449,1
діти з інвалідністю	154,3	122,6	165,1	168,3	151,1	153,5	156,1	159,0	161,6	163,9	162,9

*Джерело: [1]

Представлені в таблиці дані свідчать, що протягом досліджуваного періоду спостерігається тенденція щодо збільшення кількості осіб з інвалідністю. Інклюзивний туризм є процесом, який зменшує ізоляцію особи з інвалідністю в суспільстві за рахунок збільшення участі кожного окремого інваліда в усіх процесах життєдіяльності сучасного суспільства. Соціально-психологічній реабілітації людей цієї категорії сприяє створення середовища, в якому вони могли б комфортно себе почувати, реалізувати можливості подорожувати, пізнавати світ, розширювати кругозір, відновлювати духовні сили та душевний спокій.

Для осіб з обмеженими можливостями туризм є одним із видів реабілітації та відіграє як лікувальну роль, забезпечуючи рухову активність, так і соціальну, створюючи середовище повноцінного спілкування та забезпечуючи відносини між здоровими особами й інвалідами в сучасному суспільстві.

В Україні з'явилася нова категорія громадян, які потребують реабілітації й оздоровлення – учасники та постраждалі внаслідок АТО, варто зауважити, що інклюзивний туризм може стати для них одним із видів реабілітації, оскільки сприятиме покращенню фізичного та психологічного самопочуття, спілкуванню з людьми, ліквідації наявних психологічних бар'єрів, виходу зі стресової ситуації, отриманню психологічного задоволення від занять руховою активністю та позитивних вражень [2, с.224].

Інклюзивний туризм структурно включає в себе різні види реабілітації і соціальних послуг (рис.1).

В Законі України «Про туризм» зазначено, що державна політика у галузі туризму повинна здійснюватися на основі «забезпечення доступності туризму та екскурсійних відвідувань для дітей, молоді, людей похилого віку, осіб з інвалідністю та малозабезпечених громадян шляхом запровадження пільг стосовно цих категорій осіб» [3].



Рис. 1. – Структурні складові інклюзивного туризму

Основними компонентами доступного середовища інклюзивного туризму є: інституційний, просторовий, інформаційний, комунікативно-організаційний [4, с.79]. Забезпечення інструментів формування доступного середовища є необхідною умовою для здійснення подорожей людей з обмеженими можливостями, зокрема:

- доступність до туристичних ресурсів;
- адаптація інфраструктурного середовища до безбар'єрного доступу відповідно до потреб (наявність спеціалізованих засобів перевезення, спеціально облаштованих місць у залізничному, громадському транспорті, наявність засобів спеціального розміщення тощо);
- соціальна та інформаційна підтримка туризму та відпочинку;
- забезпечення відповідного набору туристських послуг і туристських дестинацій.

Для розвитку інклюзивного туризму необхідна підтримка як державних, так і на місцевих органів влади, які повинні забезпечувати реалізацію конституційних прав для осіб з обмеженими можливостями, сприяти створенню нормативно-правових, соціально-економічних, медичних, психологічних, організаційних умов і гарантій для забезпечення їхнього розвитку та інтеграції у суспільне життя.

Список використаних джерел:

1. Соціальний захист населення України у 2020 році. Державна служба статистики України. Київ, 2021. URL: http://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2021/zb/07/zb_szn_2020.pdf (дата звернення: 05.10.2021).

2. Кирилюк І. М. Інклюзивний туризм: особливості та перспективи розвитку. *Економіка України в умовах євроінтеграції: виклики та перспективи розвитку* : матер. І Всеукраїнської наук.-практ. конф., 19 квітня 2018 р., м. Умань, 2018. С. 223-225.

3. Закон України «Про Туризм». URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/324/95-> (дата звернення: 8.10.2021).

4. Матвійчук Л. Ю., Чепурда Л. М. Формування доступного середовища інклюзивного туризму. *Економічний форум*, 2020. №2. С.74–81.

Литвин О. В.

ст. викладач

*Уманський державний педагогічний
університет імені Павла Тичини*

м. Умань, Україна

ТУРИСТИЧНА ПРИВАБЛИВІСТЬ ЧЕРКАСЬКОГО РЕГІОНУ

Черкащина надзвичайно приваблива для туристів, оскільки має високий природно-рекреаційний та туристичний потенціал. Наявність значної кількості історичних, культурних, архітектурних та природних пам'яток, рекреаційних ресурсів, зручне географічне положення викликають туристичний інтерес як у вітчизняних, так і іноземних туристів. Проте, попри сприятливі передумови розвитку туризму, ефективність використання природно-ресурсного, рекреаційного, соціально-економічного та історико-культурного потенціалу регіону є значно меншою від потенційних можливостей.

Ефективний розвиток національного та міжнародного туризму в країні залежить від розвитку туризму в його регіонах. Туристичний регіон являє собою територію, що характеризується наявністю туристичного потенціалу, має туристичні об'єкти та набір послуг такої якості, на яку очікує клієнт (турист). Як туристичний регіон можуть розглядатися: окремий комплекс, місцевість, район, область, країна або навіть група країн, які турист обирає за мету своєї подорожі [1].

Але як зробити регіон впізнаваним та популярним серед туристів? Для цього обласним департаментом регіонального розвитку було ініційовано створення власного брендингу за допомогою якого Черкащина має стати більш відомою, а кількість туристів – збільшитися.

Бренд – це імідж та впізнаваність регіону, це історія, яку ми розповідаємо світу про себе. Вдалий бренд дає можливість Черкаській області ефективніше будувати власні конкурентні переваги, залучати інвестиції, туристів і таланти, експортувати власні продукти та змінювати стереотипи.

У серпні 2020 року відбулася презентація айдентики бренду «Черкащина – місце сили». Черкаська область володіє значною кількістю об'єктів історико-культурної спадщини та рекреаційних територій, а також в регіоні зростає