

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ЛЬВІВСЬКИЙ ІНСТИТУТ ЕКОНОМІКИ І ТУРИЗМУ

# ВІСНИК

ЛЬВІВСЬКОГО ІНСТИТУТУ  
ЕКОНОМІКИ І ТУРИЗМУ

**Серія: «Економічні науки»**

12/2017



Львів  
2017

# **Міністерство освіти і науки України**

## **Львівський інститут економіки і туризму**

ББК 65

В 53

Вісник Львівського інституту економіки і туризму [Текст] : зб. наук. ст. / М-во освіти і науки України. Львів. інст-т економіки і туризму ; [редкол. : І. О. Бочан та ін.]. — Львів : ЛІЕТ, 2017. — № 12. — 204 с : іл., табл.

Bulletin of Lviv Institute of Economics and Tourism [Text] : collection of scientific works / Ministry of Education and Science of Ukraine, Lviv Institute of Economics and Tourism ; [editor-in-chief Bochan I. O.]. — Lviv : LIET, 2017. — # 12. — 204 p.

Висвітлюються актуальні питання теоретичних і прикладних аспектів економіки, розвитку туристичної індустрії в Україні і, зокрема, в Західному регіоні; аналізуються підходи до створення туристичного продукту й організації спеціальних видів туризму. Особлива увага звертається на вивчення краєзнавства, екологічного супроводу туристичної діяльності та підготовки фахівців для даної галузі.

Для фахівців туристичної галузі, науково-педагогічних працівників, аспірантів і студентів навчальних закладів туристичного профілю.

Topical issues of theoretical and practical aspects of economics of the tourist industry development in Ukraine and particularly in Western region are reflected; approaches to design of tourist product and organizing special kinds of tourism are analyzed. Special attention is given to local studies issues, ecological accompaniment of tourist activity and training specialists for the given branch.

For specialists of tourist sphere, scientific and pedagogical workers, post-graduates and students of tourist educational institutions.

### **РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ:**

1. *Бочан І. О.*, д. е. н., професор — головний редактор;
2. *Паньків Н. С.*, к. б. н. — заступник головного редактора;
3. *Берест Р. Я.*, д. і. н., доцент;
4. *Білонога Ю. Л.*, д. т. н., професор;
5. *Бомба М. Я.*, д. с.-г. н., професор;
6. *Білій Л. А.*, д. т. н., професор;
7. *Васильчак С. В.*, д. е. н., професор;
8. *Доманцевич Н. І.*, д. т. н., професор;
9. *Марцин В. С.*, д. е. н., професор;
10. *Скаско О. І.*, д. е. н., професор;
11. *Лозовецька В. Т.*, д. п. н., професор;
12. *Лихолат С. О.*, к. е. н., доцент;
13. *Майкова С. В.*, к. т. н., доцент;
14. *Майовець Є. Й.*, д. е. н., професора;
15. *Миськів Г. В.*, д. е. н., професор;
16. *Михасюк І. Р.*, д. е. н., професор;
17. *Присяжнюк Ю. І.*, д. е. н., професор;
18. *Реверчук С. К.*, д. е. н., професор;
19. *Федина Л. О.*, к. т. н., доцент;
20. *Тринько Р. І.*, д. е. н., професор, академік УААН;
21. *Безручко Л. С.*, к. геогр. н., доцент — відповідальний секретар

Рекомендовано до друку  
вченого радою Львівського інституту  
економіки і туризму (протокол № 7 від 24.05.2017 р.)

© Львівський інститут  
економіки і туризму, 2017  
© Автори статей, 2017

## ЗМІСТ

### *Розділ 1. ЕКОНОМІКА І ПІДПРИЄМНИЦТВО В УКРАЇНІ*

<i>Ковтун Г. І. Стан та перспективи розвитку франчайзингу в Україні .....</i>	9
<i>Самохвал О. О. Українські реалії в умовах глобалізації міжнародного ринку туристичних послуг .....</i>	19
<i>Кучеренко А. В., Гуляєва Н. М. Правові механізми стимулювання розвитку фінансового інжинірингу в Україні .....</i>	28
<i>Лихолат Є. О., Лихолат Н. Є. Трудові ресурси в системі соціально- економічного розвитку туристичних підприємств .....</i>	37
<i>Самодай В. П. Особливості регіональної інфраструктури Сумської області .....</i>	42
<i>Самохвал О. О. Українські реалії в умовах глобалізації міжнародного ринку туристичних послуг .....</i>	

### *Розділ 2. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ТУРИЗМОЛОГІЇ*

<i>Бочан І. О. Туристична освіта в умовах сучасних соціально-економічних викликів .....</i>	50
<i>Гальків Л. І., Кулиняк І. Я. Теоретико-прикладні аспекти розвитку освітнього туризму в Україні .....</i>	55

### *Розділ 3. СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ТА УПРАВЛІНСЬКІ ОСНОВИ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ*

<i>Кушнірук Г. В., Косик А. Ю. Тенденції формування туристичних потоків України на міжнародному туристичному ринку .....</i>	62
<i>Миськів Г. В., Килин О. В. Визначення чинників, що впливають на розвиток туризму в Україні та основні напрями мінімізації їх негативного впливу .....</i>	67
<i>Кушнірук Г. В., Солдат О. А. Роль туризму в розвитку економіки Львівської області .....</i>	73
<i>Батьковець Н. О. Дослідження процесу формування та управління туристичними потоками Львівської області .....</i>	77
<i>Кушнірук Г. В., Пінчук О. В., Ткачишин М. Я. Регіональний брендинг — перспектива для туристичного розвитку локальних територій .....</i>	82

### *Розділ 4. ТОВАРОЗНАВСТВО І ТОРГІВЛЯ: ТЕНДЕНЦІЇ, ПРОБЛЕМИ ТА НАПРЯМКИ*

<i>Павлишин М. Л., Микитів Н. С., Озимок Г. В., Луців Н. В. Експертні аспекти у формуванні компетентностей фахівців з підприємства, торгівлі і біржової діяльності .....</i>	86
<i>Луців Н. В. Стан та перспективи розвитку вітчизняного ринку спортивних товарів .....</i>	92
<i>Гущак О. М., Семак З. М., Семак Б. Д. Вітчизняний і зарубіжний досвід використання рослинних барвників у текстильному виробництві .....</i>	98

---

**Розділ 5. ХАРЧОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА РЕСТОРАННИЙ СЕРВІС**

<i>Островська Г. В. Проблеми підвищення ефективності використання потенціалу підприємств готельно-ресторанного господарства України .....</i>	104
<i>Майкова С. В. Використання харчових волокон у технології виготовлення січених мас із яловичини .....</i>	111

**Розділ 6. КРАЄЗНАВСТВО, КУЛЬТУРА І ТУРИЗМ**

<i>Попович С. І., Фастовець О. О. Активізація використання потенціалу історико-культурних заповідників у сфері туризму .....</i>	116
<i>Ледвій О. І., Мартинишин Г. Р. Виховна діяльність сестер чину Святого Василія Великого: короткий огляд історії .....</i>	121
<i>Франків І. Я. Греко-католицьке духовенство — організатор українського шкільництва в Канаді .....</i>	126

**Розділ 7. РЕКРЕАЦІЙНИЙ ТУРИЗМ І РЕАБІЛІТАЦІЯ**

<i>Фастовець О. О. Програми розвитку оздоровчого туризму в Угорщині .....</i>	133
<i>Панько О. І., Главацька М. С. Посттравматичний синдром та соціально-психологічна реабілітація ветеранів АТО .....</i>	138

**Розділ 8. ІНФРАСТРУКТУРА ТУРІНДУСТРІЇ  
ТА ПИТАННЯ ЕКОЛОГІЇ**

<i>Дідович І. І., Подвірна Х. Є. Застосування екологічного маркетингу у сфері готельно-туристичного бізнесу .....</i>	144
<i>Вівчарук О. М., Бурса О. В. Світовий досвід управління розвитком ресторанних підприємств .....</i>	150
<i>Тучапець А. А., Удуд І. Р. Інноваційні екологізації закладів готельного бізнесу на прикладі Швейцарії та Південної Африки .....</i>	156
<i>Ладик С. Р. Перспективи створення туристичних ГІС в Україні .....</i>	160
<i>Лозинський Р. М., Аль-Хамес Є. Т., Петришин Д. Р., Скрипай К. В. Інноваційні тренди в розвитку туристичної галузі (за матеріалами дослідницької компанії «Trend Hunter») .....</i>	164
<i>Клапчук М. В., Липна К. П. Технічні енергоощадні інновації в закладах розміщення (на прикладі готелю «Львів») .....</i>	170

**Розділ 9. АУДИТОРІЯ**

<i>Івашків Л. Я. Сучасний досвід організації навчання в сфері вищої освіти .....</i>	178
<i>Ташак М. С., Саніцька А. О. Педагогічні умови формування професійних та особистісних якостей майбутніх фахівців сфери туризму .....</i>	185
<i>Баглай О. І., Тучапець А. А. Питання ділового етикету на заняттях з іноземної мови за професійним спрямуванням .....</i>	191

**Розділ 10. ПОДІЇ. ІНФОРМАЦІЯ. РЕЦЕНЗІЙ**

<b>Паньків Н. Є. Міжнародна науково-практична конференція «Стратегія інвестиційно-інноваційного розвитку економіки України в умовах глобалізації: стан та шляхи становлення» .....</b>	196
<b>Паньків Н. Є. Підсумкова студентська науково-практична конференція II етапу конкурсу студентських наукових робіт з напряму «Туризм» .....</b>	200
<b>V всеукраїнська науково-практична конференція молодих вчених і студентів «розвиток українського етнотуризму: проблеми та перспективи» .....</b>	202

## TABLE OF CONTENTS

### **Section 1. ECONOMY AND ENTREPRENEURSHIP IN UKRAINE**

<i>Kovtun G. I.</i> Status and prospects of franchising development in Ukraine .....	9
<i>Samohval O. O.</i> Ukrainian realities within globalization of international market of tourism .....	19
<i>Kucherenko A. V., Gulaeva N. M.</i> Legal mechanism of financial engineering stimulation .....	28
<i>Lykholat Ye. O., Lykholat N. Ye.</i> Manpower in social and economic development tourism enterprises .....	37
<i>Samoday V. P.</i> Features of regional infrastructure Sumy region .....	42

### **Section 2. THEORETICAL AND METHODOLOGICAL FUNDAMENTALS OF TOURISM STUDIES**

<i>Bochan I. O.</i> Tourist education in the conditions of today social and economic challenges .....	50
<i>Halkiv L. I., Kulyniak I. Ya.</i> Theoretical and applied aspects of educational tourism development in Ukraine .....	55

### **Section 3. SOCIAL-ECONOMIC AND MANAGEMENT FUNDAMENTALS OF TOURISM ACTIVITY**

<i>Kushniruk H. V., Kosyk A. Y.</i> Trends in the formation of the tourist flows of Ukraine on the international tourist market .....	62
<i>Myskiv G. V., Kylyn O. V.</i> Determination of factors affecting the development of tourism in Ukraine and main trends minimize their negative impact .....	67
<i>Kushniruk H. V., Soldat O. A.</i> The role of tourism in the development of economy of Lviv region .....	73
<i>Batkovets N. O.</i> Study of formation and control tourist flow Lviv region .....	77
<i>Kushniruk H. V., Pinchuk O.V., Tkachyshyn M. Y.</i> Regional branding — a prospect for the tourist development of the local areas .....	82

### **Section 4. COMMODITY OF GOODS AND TRADE: TENDENCIES, PROBLEMS AND APPROACHES**

<i>Pavlyshyn M. L., Mykytiv N. S., Ozymok H. V., Luciv N. V.</i> Expert aspects in the formation of the competence of experts in enterprise, trade and exchange activities .....	86
<i>Lutsiv N. V.</i> Conditions and possibilities of sport products development on domestic market .....	92
<i>Hushchak O. M, Semak Z. M., Semak B. D.</i> Domestic and foreign experience in the use of vegetable dyes in the textile industry .....	98

---

**Section 5. NUTRITIONAL TECHNOLOGIES  
AND RESTAURANT SERVICE**

<i>Ostrovska G. V. Problems of enhance the efficiency potential of enterprises of hotel and restaurant management in Ukraine .....</i>	104
<i>Maykova S. V. The use of dietary fiber in the manufacturing technology of the masses chopped beef .....</i>	111

**Section 6. COUNTRY STUDY, CULTURE AND TOURISM**

<i>Popovich S. I., Fastovets O. O. Activation of historical and cultural reserves use in tourism .....</i>	116
<i>Ledvij O. I., Martynyshyn G. R. Educate activity of sisters of rank Sainted of Vasiliya Velikoho: short review of history .....</i>	121
<i>Frankiv I. Ya. Greek Catholic clergy — the organizer of Ukrainian education in Canada .....</i>	126

**Section 7. RECREATIONAL TOURISM AND REHABILITATION**

<i>Fastovets O. O. Programs of recreational tourism development in Hungary .....</i>	133
<i>Panko O. I., Glavatska M. S. Post-traumatic syndrome and socio-psychological rehabilitation of veterans ATO .....</i>	138

**Section 8. TOURISM INDUSTRY INFRASTRUCTURE  
AND ECOLOGY ISSUES**

<i>Didovych I. I., Podvirna H. Ye. Applying of ecological marketing in the hotel and tourism business .....</i>	144
<i>Vivtharuk O. M., Bursa O. V. World experience of management of development of the restaurant businesses .....</i>	150
<i>Tuchapets A. A., Udud I. R. innovative greening of hospitality establishments using example of switzerland and south africa .....</i>	156
<i>Ladyk S. R. Prospects of creating travel GIS in Ukrainian travel .....</i>	160
<i>Lozynskyy R. M., Al-Hames E. T., Petryshyn D. E., Skrypnyk K. V. Innovative trends of tourism development (according to data from research company «Trend Hunter») .....</i>	164
<i>Klapchuk M. V., Lypna K. P. Energy saving technical innovation in accommodation establishments (for example at hotel «Lviv») .....</i>	170

**Section 9. AUDITORIUM**

<i>Ivashkiv L. Ya. The modern experience in organization of learning activities in higher education .....</i>	178
<i>Tashak M. S., Sanytska A. O. Pedagogical conditions of formation of professional and personal qualities of future specialists in tourism .....</i>	185
<i>Baglay O. I., Tuchapets A. A. The issue of business etiquette during a foreign language for professional purposes lesson .....</i>	191

---

***Section 10. EVENTS. INFORMATION. REVIEWS***

<b>Pankiv N. Ye. International scientific-practical conference «Strategy of investment and innovative development of Ukraine's economy in globalization conditions: state and ways of development» .....</b>	196
<b>Pankiv N. Ye. Final student scientific and practical conference of the 2nd stage of the student scientific research competition in «Tourism» .....</b>	200
<b>V Allukrainian scientific and practical conference of young scientists and students «The development of Ukrainian ethnic tourism: problems and perspectives» .....</b>	202

*Розділ 1.*  
**ЕКОНОМІКА І ПІДПРИЄМНИЦТВО В УКРАЇНІ**

УДК 334.726

*Ковтун Галина Іванівна, старший викладач,*

*Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка*

**СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ФРАНЧАЙЗИНГУ В УКРАЇНІ**

*У статті автором розкрито сучасний стан, динаміку та структуру вітчизняного й світового, зокрема, американського, ринків франчайзингу. Схарактеризовано тенденції розвитку франчайзингу в США та в Україні. Визначено основні проблеми, що гальмують розвиток франчайзингових відносин в Україні та означені шляхи їх подолання.*

*Ключові слова:* франчайзинг, франчайзер, франчайзі, малий бізнес.

Євроінтеграційний вектор розвитку України передбачає формування ринкових відносин в Україні на цивілізованих началах, що передбачає збільшення долі малого і середнього бізнесу, оскільки цей сектор динамічно реагує на ринкову кон'юнктuru як на національному, так і на міжнародному рівні. Світовий досвід показує, що малий бізнес, частка якого в розвинених країнах у виробництві ВВП становить понад 50 %, позитивно впливає на розвиток економіки в цілому. У 2015 році в Україні доля реалізованої продукції малими підприємствами становила 18,2 % до загального обсягу реалізації відповідного виду діяльності, а доля зайнятого населення в малому бізнесі — всього 26 % [6; 11]. Тому на сьогодні важливого значення набуває забезпечення сприятливих умов щодо динамічного поширення малого підприємництва.

Розвиток малого і середнього бізнесу потребує переходу суб'єктів господарювання нашої країни на інноваційні форми організації та ведення бізнесу, однією з яких є франчайзинг. Застосування франчайзингу дозволить розв'язати значну кількість проблем малого бізнесу, зокрема зменшення витрат, розширення можливостей щодо реалізації продукції, збільшення інвестицій для модернізації та оновлення обладнання, необхідного для виробництва високоякісних товарів, виконання робіт і надання послуг. Так, на кінець 2015 року в США — 80 % підприємств працювало за франчайзингом, в Європі — 67 %, в Україні — лише 23 % підприємств [12].

Становлення сучасного підприємництва в Україні відбувається в умовах нестабільної політичної та економічної ситуації, зростання рівня безробіття. Враховуючи кризові явища в економіці України, обмеженість бюджетних коштів, відсутність фінансування й ефективної державної підтримки малого бізнесу, а також наявність недосконалості системи кредитування та страхування, варто відзначити, що франчайзинг є однією з перспективних форм бізнесу на вітчизняному ринку. На початок 2016 року на українському ринку функціонувало понад 20 тисяч франчайзингових торговельних підприємств, а їх річний валовий дохід перевищив 1,3 трлн. дол. [17, 6]. Це доводить, що в Україні ринок франчайзингу існує й позитивно впливає на динаміку підприємництва в Україні.

Дослідженням франчайзингу, як особливій формі ділового співробітництва, займалися такі зарубіжні науковці як Ж. Дельтей, Ф. Котлер, Ж. Ламбен, М. Менделльсон,

С. Шейн та інші. У публікаціях вітчизняних учених, таких як Г. Андрощук [1], В. Базилевич, З. Варналій [3], В. Денисюк, В. Дергачова, І. Килимник, Н. Ковальчук, О. Корольчук [7], Н. Косар, О. Кузьміна, В. Ляшенко, І. Рикова, Н. Широбокова та ін. розкрито сутність поняття франчайзингу, його особливості; висвітлено різні підходи до класифікації франчайзингу; окреслено основні переваги та недоліки бізнесу на умовах франчайзингу.

У дослідженнях багатьох учених аналізуються окремі сфери застосування франчайзингу: особливості функціонування франчайзингу на ринку фінансових послуг України аналізує М. Дубина [4]; використання франчайзингу в діяльності промислових підприємств розглядає І. Семененко [14]; моніторинг ринку франшиз у сфері громадського харчування та торгівлі товарами легкої промисловості в Україні, сегментація ринку франшиз за показниками: інвестиції, вартість франшизи, термін окупності, кількість персоналу, технологічні вимоги до ведення бізнесу здійснені Я. Лісун та виявлено основні тенденції та перспективи подальшого розвитку франчайзингу в Україні [9]; стан розвитку франчайзингових систем у туристичній індустрії України, особливості життєвого циклу франчайзингових систем та методичні підходи до оцінки вартості франчайзингу схарактеризовано Т. Ткаченко та С. Костіним [15]; негативні фактори впливу на здійснення франчайзингової підприємницької діяльності у сфері туризму, основні тенденції економічного розвитку туризму в Україні та світі висвітлено Т. Ткачук [16]; сутність та зміст франчайзингових відносин між суб'єктами туристичної діяльності, переваги та недоліки франчайзингових угод як для франшизерів, так і для франчайзі, сучасний стан розвитку франчайзингу в Україні та за кордоном характеризуються В. Самодай [13].

Вітчизняні вчені значну увагу приділяють дослідженням проблем розвитку франчайзингу в Україні, аналізують досвід його поширення у світі й оцінюють перспективи та тенденції розвитку на національному ринку. Так, А. Костюк, розкриває сутність та особливості поняття франчайзингу як форми інтеграції малого, середнього та великого бізнесу та визначає основні причини, що перешкоджають успішному розвитку франчайзингу в Україні [8].

Закономірності функціонування та сучасні тенденції розвитку франчайзингової системи розвинених країн в умовах глобалізації бізнесу; порівняльний аналіз франчайзингу за галузевою ознакою в США, Європі та Україні; основні чинники, що стимулюють розвиток національного ринку франчайзингових послуг розкрито В. Мазуренко [10]. Тенденції поширення франчайзингових мереж в Україні, вигоди, що можуть отримати підприємці, продаючи або купуючи франшизу схарактеризовано О. Трегубовим.

Незважаючи на значну кількість наукових досліджень, присвячених франчайзингу, внаслідок постійної зміни економічного середовища, аналіз сучасного стану вітчизняного та світового ринків франчайзингу, перспектив подальшого розвитку франчайзингу в Україні, встановлення факторів, що перешкоджають цьому розвитку є актуальним і на сьогодні.

Мета статті — дослідження світового досвіду розвитку франчайзингу в розвинених країнах, визначення основних проблем, що гальмують розвиток франчайзингу в Україні та окреслення шляхів їх вирішення.

У сучасних глобалізаційних та інтеграційних умовах однією з найбільш ефективних форм організації бізнесу є франчайзинг, що характеризується стабільним рівнем прибутковості, відносно низьким рівнем ризику, коротким періодом окупності. Інтерес до франчайзингової моделі розвитку бізнесу зумовлений тим, що підприємці зацікавлені в реальному зростанні доходів та можливостях формування накопичень з їх подальшим інвестуванням у виробництво.

Світова практика бізнесу свідчить про те, з одного боку, що франчайзинг є ефективним способом отримання за певну плату організаційних, маркетингових, технологічних інновацій, а з іншого — франчайзинг виступає як інноваційний вид бізнесу, від

якого виграють усі його учасники та інші зацікавлені сторони. Інновації виступають основним і важливим інструментом у технологічному домінуванні, особливо в епоху глобалізації економіки [1, с. 71].

Бурхливий розвиток франчайзингу у світі почався в 70-х роках ХХ століття та впевнено зростає і в наш час. Так, на сьогодні в США функціонують понад 800 тис. франшиз, які становлять більше 3 % всієї економіки і де працюють 9,1 мільйони зайнятих, а в сфері послуг франчайзингові підприємства контролюють 35 % ринку [27].

Дані щодо найбільших франчайзингових мереж, наведені у Top 100 Global Franchises-Rankings (2016), свідчать, що країною з найбільшою кількістю популярних франчайзингових компаній є США, і перші позиції в рейтингу посідають підприємства, що належать до сегменту ресторанів швидкого обслуговування (табл. 1).

*Таблиця 1*  
**Найбільші франчайзингові мережі світу [26]**

Ранг	Назва франшизи	Країна	Галузь
1	McDonald's	США	Харчова (фаст-фуд)
2	SUBWAY®	США	Харчова (фаст-фуд)
3	KFC	США	Харчова (фаст-фуд)
4	Burger King	США	Харчова (фаст-фуд)
5	Pizza Hut	США	Харчова (піцерія)
6	7 Eleven	США	Супермаркет
7	Wyndham Hotels and Resorts	США	Готельні послуги
8	InterContinental Hotels and Resorts	Великобританія	Готельні послуги
9	Hilton Hotels & Resorts	США	Готельні послуги
10	Marriott International	США	Готельні послуги

Критеріями при визначенні Top 100 Global Franchises є такі показники: кількість відкритих точок, дохід мережі компаній у цілому, стабільність і зростання, кількість років діяльності на ринку, темпи розширення ринку, провідний досвід у галузі підтримки і навчання франчайзі, екологічна політика, соціальна відповідальність бізнесу [29].

Так, американська компанія Subway має 42 064 ресторани в 107 країнах по всьому світу, серед яких понад 4375 знаходяться в Європі, їх чисельність продовжує зростати, а компанія продовжує розширювати міжнародний напрям своєї діяльності [28].

За прогнозом Міжнародної франчайзингової Асоціації кількість франчайзингових підприємств у США зросте на 1,7 % у 2016 році порівняно з 2015 роком, доля сектору франчайзингу зросте на 5,6 % до 552 трлн. дол., що перевищить зростання валового внутрішнього продукту США в номінальному доларовому вираженні, який прогнозується на рівні 4,4 %. Як роботодавець франчайзинг надає понад 7 мільйонів робочих місць. Очікується, що в 2016 році зайнятість на підприємствах сектору франчайзингу зросте на 3,1 %, а загальний обсяг зайнятості в приватному секторі в не сільськогосподарському секторі збільшиться тільки на 1,9 %. Починаючи з 2011 року по 2016 рік, середньорічне зростання кількості робочих місць в секторі франчайзингу відбувається на рівні 2,7 %, що на 0,5 процентних пункту вище, ніж на всіх підприємствах в масштабі всієї економіки [23].

Особливістю становлення франчайзингу в умовах незалежної Україні є те, що перші франчайзингові мережі створювалися не вітчизняними, а зарубіжними підприємствами. У 1993 році в Україні почала функціонувати перша франчайнзингова точка під швейцарською торговою маркою «Kompass», під цим брендом у Європі продавалися бази даних підприємств. Пізніше, у 1994 році, на ринку з'явилися підприємства швидкого харчування мережі McDonald's.

Перехід до ринкових відносин, існування приватної власності та конкуренція стимулювали підприємців до створення власного бізнесу. І тільки в 1999 році в Києві було відкрито першу вітчизняну франчайзингову точку — піцерія «Pizza Celentano», власники якої довели ефективність франчайзингової діяльності не лише за умов співпраці з іноземними бізнесменами.

Сучасний процес становлення і розвитку малого бізнесу в Україні відбувається в умовах неефективної системи фінансування, кредитування й страхування підприємницької діяльності, підвищення податкового тиску на суб'єктів підприємницької діяльності, що ускладнює організацію бізнесу за системою франчайзингу в тісній співпраці малого бізнесу, котрий формує конкурентне середовище та характеризується високою мобільністю, і великого бізнесу, що вирізняється стабільністю та визначає рівень науково-технічного і виробничого потенціалу, з метою отримання прибутку та розв'язання спільних проблем щодо їх функціонування.

На сьогодні, в Україні вже існує позитивний досвід функціонування суб'єктів підприємницької діяльності за системою франчайзингу в різних сегментах бізнесу. Так, у 2015 році функціонувало 565 франчайзерів, з яких 431 — це відомі й солідні компанії (табл. 2).

Таблиця 2  
Динаміка кількості франчайзерів в Україні (2001–2015 pp.) [17]

Рік	Кількість франчайзерів	Темп зростання (до попереднього року), %
2001	48	
2002	70	+46
2003	100	+43
2004	140	+40
2005	226	+61
2006	268	+19
2007	303	+13
2008	382	+26
2009	247	-35
2010	369	+45
2011	411	+14
2012	530	+29
2013	540	+2
2014	532	-1,5
2015 (за 8 місяців)	565	+6

Дані таблиці показують, що, починаючи з 2009 року, в Україні спостерігається стійка тенденція до зростання кількості франшиз (не враховуючи незначне зменшення їх кількості у 2014 році внаслідок економічної кризи).

Однак можна відмітити і позитивну роль економічної кризи 2014 року: хоча кількість франчайзерів скоротилася, проте кількість власників франшиз продовжувала зростати. Виживання компаній залежало від їх здатності розвивати й удосконалювати свої бізнес-проекти. Така динаміка свідчить про швидкий розвиток ринку франчайзингу в Україні, його прибутковість, а відтак, і про зростання зацікавленості українських підприємців у використанні франчайзингових технологій. При цьому, експерти запевняють, що франчайзинг може бути цікавим як великим операторам, так і невеликим регіональним мережам.

Зарах у світі близько 50 % всіх франчайзингових мереж працюють у сфері торгівлі (заклади фаст-фуд, ресторани, магазини промислових і продовольчих товарів). Фран-

чайзинг у світі найбільш поширений в таких сферах економіки: фаст-фуд — близько 20 %, роздрібна торгівля — 15 %, сфера послуг — близько 12 %, автомобільні перевезення та обслуговування — 8 %, будівництво — 7 % [12].

В США поширюється франчайзинг у сфері послуг, особливо таких, як ресторани швидкого обслуговування, послуги з підтримки і ремонту будинків, автомобілів [2]. У рейтингу Top 100 Global Franchises у 2016 році за кількістю лідирують франшизи з надання послуг харчування (фаст-фуду) — 32, прибирання — 11, автомобілебудування — 8, здоров'я і краси — 6, послуги готелів — 5 [22]. Необхідно зазначити, що франчайзингові підприємства з надання послуг харчування забезпечують понад 25 млрд. дол. валового національного доходу і обслуговують біля 70 мільйонів клієнтів кожного дня [24].

Окрім вищепереліканих сфер бізнесу, франчайзинг дедалі частіше охоплює інші галузі економіки, такі як виробництво і складання комп'ютерів, відеопрокат, продаж програмного забезпечення для бізнесу, продаж комплектуючих до комп'ютерів та іншої техніки, клінінгові компанії, послуги зв'язку, автремонт. В 2016 році високими темпами розвивалися в США високотехнологічні франшизи у вигляді сервісних центрів із ремонту дронів або пунктів 3D-Селфі, справжній бум такого роду бізнесів очікується в 2017 році. На піку популярності в 2016 році в підприємців також були і франшизи в давно сформованих ринкових нішах: фітнес, автосервіс, догляд за людьми похилого віку, домашній і офісний сервіс [20].

В Україні найбільш привабливими та приутковими галузями економіки, в яких розвиваються та функціонують франчайзингові компанії є роздрібна торгівля, громадське харчування, послуги для вітчизняного бізнесу. Більше чотирьох з десяти франчайзингових точок в Україні функціонують у роздрібній торгівлі продуктами харчування, чотири з десяти — в секторі послуг, дві з десяти — в ресторанному бізнесі (табл. 3).

Таблиця 3  
Кількість франчайзингових точок в Україні (за секторами економіки)  
(серпень 2015 року) [18]

Сектор економіки	Кількість франчайзингових точок	Доля в загальній кількості торгових точок, %
Роздрібна торгівля	8376	42
Ресторани/громадське харчування	4027	20
Споживчі послуги	7731	28

Поширення франчайзингових точок в Україні обумовлено тим, що франчайзинг проявив себе на ринку позитивно щодо зменшення операційних ризиків і можливостей виживання в довгостроковій перспективі. Згідно з статистичними даними, із всіх вітчизняних підприємств 77 % приватних підприємців йде з ринку після 7 років роботи, а після 10 років роботи на ринку залишаються тільки 18 %. А тільки 8 % франчайзингових підприємств йдуть з ринку через 5 років, і 90 % зберігають свої позиції на ринку після 10 років роботи [17, 16].

Сучасний етап розвитку франчайзингу в світі характеризується побудовою більшістю франчайзингових компаній за моделлю бізнес-формату, котра, окрім використання продукції франчайзера та його торгової марки, передбачає також управління бізнесом за методом, встановленим франчайзером. Ця модель франчайзингу включає розробку й реалізацію маркетингових планів, навчання, рекламу та оперативну сервісну підтримку.

Виникнення франчайзингу бізнес-формату обумовлено необхідністю виживання в умовах спадів ділової активності, тому з метою мінімізації збитків франчайзери здійс-

нюють стратегічне й тактичне планування за підтримки франчайзі, що включає посиленний маркетинг, удосконалення технологічної системи, впровадження інновацій, пошук джерел фінансування для франчайзі. Варто зазначити, що інновації виступають основним фактором підвищення конкурентоспроможності продукції, що забезпечує збільшення доходів суб'єктів підприємницької діяльності, завоювання нових ринків, покращення свого позиціонування на вже опанованих.

Міжнародна франчайзингова Асоціація прогнозувала зростання бізнес-послуг в 2016 році порівняно з 2015 роком: професійні та технічні послуги — на 4,5 % (в тому числі бухгалтерського обліку та бухгалтерських послуг до 2,0 %), архітектурні та інженерні послуги — на 4,4 %. Франшизи бізнес-послуг для промисловості у 2016 році були лідерами серед франчайзингових бізнес-напрямів у створенні робочих місць (+2,0 %) і збільшенні зайнятості (+3,3 %) [23] (табл. 4).

**Таблиця 4**  
**Кількість франчайзингових підприємств США, що надають бізнес-послуги  
(2007–2016 pp.) [25]**

Рік	Кількість франчайзингових підприємств
2007	102370
2008	96289
2009	89691
2010	89147
2011	90035
2012	91746
2013	93581
2014	95268
2015	97130
2016	99029

Пропонування франчайзингових бізнес-послуг постійно зростає, урізноманітнюються їх види: послуги бухгалтерського обліку, бізнес-коучингу, маркетингові послуги, кадрові, послуги друку.

Виробництво франчайзингових бізнес-послуг у США в 2016 році, за оцінками Statista, становитиме понад 175 млрд. дол., що збільшиться на 33 % порівняно з 2007 роком і зросте на 36,5 % порівняно з найнижчою точкою економіки періоду спаду ділової активності [25] (табл. 5).

**Таблиця 5**  
**Річний об'єм виробництва франчайзингових бізнес-послуг у США,  
(2007–2016 pp. млрд. дол.) [26]**

Рік	Річний об'єм виробництва франчайзингових бізнес-послуг (млрд. дол.)
2007	132
2008	134
2009	129
2010	133
2011	137
2012	143
2013	149
2014	156
2015	166
2016	176

Такий оптимістичний прогноз пояснюється тим, що у цій галузі підприємства малого і середнього бізнесу можуть отримати найбільшу прибутковість, оскільки, маючи менше ресурсів порівняно з іншими видами бізнесу, що функціонують в інших сферах економіки, вони змушені постійно пристосовуватися до змін у бізнес-середовищі.

На українському ринку франчайзингу на сьогодні домінують вітчизняні франшизи, що контролюють 66 % ринку, інші 34 % контролюють іноземні франшизи із Західної та Східної Європи, Китаю, Росії та США [17]. Це — «McDonald's», «Coca-Cola», «Ford», «Zinger», «PepsiCo», ТМ «Pizza Celentano», «Форнетті», «Дім кави», «Картопляна Хата», ТМ «Михайло Воронін», ТМ «ZARINA», «Галопом по Європам», «Наша Ряба» та інші.

Інтерес вітчизняного бізнесу до франчайзингових ліцензій, вартість яких виражається в національній валюті та які не прив'язані до іноземного виробничого обладнання, зростає також і внаслідок постійної девальвації національної валюти щодо іноземних валют.

Отже, динаміка франчайзингу в Україні яскраво відзеркалює позитивні ринкові тенденції. Відповідно до галузевого аналітичного звіту, підготовленого Комерційною службою США та компанією Franchise Group, більшість (65,2 %) франчайзингових компаній повідомляють про збільшення річної виручки навіть за умови негативного зростання економіки в цілому. На думку експертів, головною причиною стійкості франчайзингової моделі є її здатність щодо створення ефекту економії на масштабах виробництва і зниження властивих роздрібній торгівлі ризиків шляхом застосування стандартних операційних практик у франчайзингових торгових точках [21].

Але, незважаючи на переваги, що зменшують операційні витрати та підвищують ефективність виробничої діяльності, ринок франчайзингу має значну кількість факторів, що стримують його поширення в Україні.

По-перше, для впровадження і функціонування франчайзингу, як економічного інструменту, необхідні певні економічні передумови, котрі в Україні або не сформувалися взагалі, або тільки частково: нестабільність економічного розвитку країни (економічні кризи, податкове навантаження на бізнес, часті зміни у вітчизняному законодавстві); відсутність стартового капіталу для реалізації бізнес-проектів і, відповідно, входження до франчайзингової системи; проблеми фінансово-кредитного характеру, що проявляються у складності процедури кредитування малих підприємств та високій кредитній ставці; монополізація ринку й відсутність конкурентного середовища для розвитку франчайзингових систем.

По-друге, російська військова, економічна та інформаційна агресія, і, як наслідок — знищена інфраструктура та промисловість на Донбасі; втрата економічного потенціалу Криму, військові дії на сході країни, що збільшує ризики для потенційних інвесторів, в той час як франчайзингові схеми вимагають наразі стабільності та передбачуваності економіки.

По-третє, гальмування розвитку франчайзингу відбувається через недосконалість нормативно-законодавчої бази України. У вітчизняному законодавстві відсутній термін «франчайзинг», воно оперує терміном «комерційна концесія». За ініціативи Федерації розвитку франчайзингу в Україні тільки 12 лютого 2015 року Верховною Радою України було прийнято Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо спрощення умов ведення бізнесу (дерегуляція)», згідно з яким було внесено зміни до статті 367 Господарського кодексу України про скасування реєстрації договорів комерційної концесії, що суттєво полегшило процедуру створення підприємницьких структур, що функціонують на умовах франчайзингу [5].

По-четверте, слабка обізнаність підприємців щодо умов заснування та ведення бізнесу як у ролі франчайзера, так і в ролі франчайзі; низький рівень прозорості франчайзингової системи та її елементів для контролюючих органів; недостатнє інформаційно-технічне забезпечення та відсутність відповідних консультаційних структур.

По-п'яте, відсутність значного вітчизняного досвіду та високий рівень ризику ведення ділової активності суб'єктів франчайзингової системи; небезпека втрати франчайзингової самостійності підприємця та менеджера; відсутність належної поваги до інтелектуальної власності.

Аналізуючи стан сучасного ринку франчайзингу у світі, зокрема в США, та в Україні, можна визначити такі заходи, що сприятимуть усуненню проблем на шляху розвитку франчайзингу в Україні:

- прийняття Верховною Радою спеціального закону, що регулюватиме відносини франчайзингу загалом, та особливості правового регулювання окремих його видів: товарного, виробничого, ділового франчайзингу;
- забезпечення зручності застосування законодавчих актів для всіх суб'єктів франчайзингової системи;
- створення прозорості франчайзингової системи та її елементів;
- розроблення державних програм з підтримки малого підприємництва та включення до неї заходів щодо розвитку системи франчайзингу;
- надання податкових пільг для франчайзі та можливості застосування спрощеної системи бухгалтерського обліку;
- надання на пільгових умовах кредитів для заснування малого бізнесу взагалі, в тому числі, і для франчайзі, особливо на етапі створення франчайзингової системи;
- заснування мережі навчально-консультаційних центрів з франчайзингу, читання лекцій з франчайзингу в центрах зайнятості, проведення тренінгів щодо створення власного бізнесу.

Практично в усьому світі активно використовується франчайзингова форма організації бізнесу та спостерігається стрімке зростання франчайзингу. На сьогодні у США 10 % всіх бізнесів є франшизами і до 2020 року цей показник подвоїться. Більш ніж 80 індустрій використовують концепцію франчайзингу в продажу своїх послуг і товарів [19]. Це свідчить, що франшизи в США є успішними завдяки високій купівельній спроможності населення та стійкій мотивації підприємців щодо розширення свого бізнесу.

Сьогодні ринок франчайзингу в Україні розвивається, незважаючи на існування певних проблем, пов'язаних, в першу чергу, з недосконалістю законодавчої бази та недостатньою купівельною спроможністю потенційних франчайзі.

Реформування вітчизняної економіки потребує проведення активної державної політики щодо підтримки такої форми організації бізнесу, як франчайзинг. Для економіки України франчайзинг — це реальна можливість для пожвавлення і розвитку малого підприємництва інноваційного характеру, створення нових робочих місць, залучення іноземних інвестицій у національну економіку. У перспективі прогнозується розширення франчайзингових мереж, що працюватимуть у сфері надання послуг бізнес-формату.

Комплексне розв'язання вищевказаних проблем активізує вітчизняних підприємців інвестувати у створення власних бізнес-проектів на інноваційній основі через використання такої форми організації бізнесу, як франчайзинг.

#### Література

1. Андрощук Г. Инновационная политика глобальных фирм [Текст] / Г. Андрощук // Актуальные проблемы охраны интеллектуальной собственности: 9-я междунар. науч.-практ. конф., 5–9

сентября 2005 г., Алушта : материалы выступлений. — К. : ТОВ «НВП Поліграф-сервіс», 2005. — С. 58–73.

2. Глушаченко Н. А. Міжнародний франчайзинговий бізнес / Н. А. Глушаченко [Електронний ресурс]. — Режим доступу : [http://dspace.uabs.edu.Ua/jspui/bitstream/123456789/8608/1/term%20paperJE\\_Glushachenko.pdf](http://dspace.uabs.edu.Ua/jspui/bitstream/123456789/8608/1/term%20paperJE_Glushachenko.pdf).

3. Варналій З. Франчайзинг як ефективна форма інтеграційних зв'язків суб'єктів малого бізнесу та корпорацій [Текст] / З. Варналій // Актуальні проблеми економіки. — 2002. — № 3. — С. 47–53.

4. Дубина М. В. Сучасний стан використання франчайзингу на ринку фінансових послуг України / М. В. Дубина // Науковий вісник: Фінанси, банки, інвестиції. — 2012. — № 5. — С. 46–52. [Електронний ресурс]. — Режим доступу : [http://www.nbuu.gov.ua/old\\_jrn/Soc\\_Gum/Nvfbi/2012\\_5/06.pdf](http://www.nbuu.gov.ua/old_jrn/Soc_Gum/Nvfbi/2012_5/06.pdf).

5. Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо спрощення умов ведення бізнесу (дерегуляція)» // Відомості Верховної Ради (ВВР). — 2015. — № 21. [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/191-19>.

6. Кількість зайнятих працівників на підприємствах за їх розмірами за видами економічної діяльності у 2015 році [Електронний ресурс]. — Режим доступу : [http://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2013/fin/kp\\_ed/kp\\_ed\\_u/kzp\\_ed\\_u\\_2015.htm](http://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2013/fin/kp_ed/kp_ed_u/kzp_ed_u_2015.htm).

7. Корольчук О. Формування та розвиток вертикальних маркетингових систем в Україні [Текст] : моногре. / О. Корольчук. — К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2004. - 217 с.

8. Костюк А. К. Перспективи розвитку сучасних підприємств на умовах франчайзингу / Костюк А. К., Дергачова В. В. // Актуальні проблеми економіки та управління: збірник наукових праць молодих вчених. — 2014. — Вип. 8. [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://ela.kpi.ua/handle/123456789/13945>.

9. Лісун Я. Статистичний аналіз франчайзингу сфери громадського харчування та торгівлі в Україні [Текст] / Я. В. Лісун // Економічний аналіз : зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет; редкол. : В. А. Дерій (голов. ред.) та ін. — Тернопіль : Видав.-поліграф. центр Тернопільського нац. економ. універ. «Економічна думка», 2015. — Том 20. — С. 45–52.

10. Мазуренко В. П. Розвиток франчайзингових відносин у міжнародному бізнесі / В. П. Мазуренко [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://journals.uran.ua/nvgeci/article/viewFile/21638/19273>.

11. Обсяг виробленої продукції (товарів, послуг) підприємств за їх розмірами за видами економічної діяльності у 2015 році [Електронний ресурс]. — Режим доступу : [http://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2016/fin/ovpp/ovpp\\_2015\\_u.htm](http://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2016/fin/ovpp/ovpp_2015_u.htm).

12. Про франчайзинг [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://franchisegroup.com.ua/about-company/franchising/>.

13. Самодай В. П. Франчайзингові відносини в туристичній індустрії як перспективний напрямок розвитку бізнесу [Текст] / В. П. Самодай, А. О. Носова // Вісник Сумського державного університету. — 2012. — № 2. — С. 116–122.

14. Семененко І. М. Використання франчайзингу в діяльності промислових підприємств [Текст] / І. М. Семененко // Бізнес Інформ. — № 7. — 2012. — С. 102–104.

15. Ткаченко Т. І. Франчайзинг як інноваційна форма бізнесу в туристичній індустрії України [Текст] / Т. І. Ткаченко, С. О. Костін // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского, Серия «Экономика и управление». — Том 23 (62). — 2010. — № 3. — С. 291–301.

16. Ткачук Т. М. Сучасні тенденції розвитку франчайзингових туристичних мереж [Текст] / Т. М. Ткачук // Збірник наукових праць Черкаського технологічного університету. Серія : Економічні науки. — 2015. — Вип. 40 (3). — С. 80–87.

17. Франшизы в Украине устойчивы к кризису. Общий обзор сектора франчайзинга и его показатели на основе анкетирования. Осень 2015 г. Специальный отчет. — Коммерческая служба США, Киев : [Електронний ресурс]. — Режим доступу : [http://2016.export.gov/ukraine/build/groups/public/@eg\\_ua/documents/webcontent/eg\\_ua\\_097193.pdf](http://2016.export.gov/ukraine/build/groups/public/@eg_ua/documents/webcontent/eg_ua_097193.pdf).

18. Франшизы в Украине 2015 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://franchisegroup.com.ua/news/100-dniv-do-vistavki-franchayzing-2017/>.

19. Что такое франчайзинг в США сегодня? Эффективный путь в США [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://franchise.growgrow.us/>.
20. 20 найпопулярніших франшиз США в 2016 році [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://franchisegroup.com.ua/news/20-naupopulyarnishikh-franshiz-ssha-v-2016-rotsi/>.
21. 100 днів до виставки «Франчайзинг 2017» [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://franchisegroup.com.ua/news/100-dniv-do-vistavki-franchayzing-2017/>.
22. 2016 Top 100 Global Franchises: Overview & Headlines [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.franchisedirect.com/information/2016top100globalfranchisesoverviewheadlines/?r=5189>.
23. Franchise Business Economic Outlook for 2016. Prepared for: International Franchise Association Educational Foundation By: IHS Economics January. — 2016. [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://emarket.franchise.org/FranchiseOutlookJan2016.pdf>.
24. McDonald's Showing Gains Again...Finally [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.franchisedirect.com/information/2016top100globalfranchisesoverviewheadlines/?r=5189>.
25. Number of business services franchise establishments in the United States from 2007 to 2016 [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <https://www.statista.com/statistics/217532/number-of-business-services-franchise-establishments-in-the-us/>.
26. Output of the business services franchise industry in the United States from 2007 to 2016 (in billion U.S. dollars) [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <https://www.statista.com/statistics/252131/economic-output-of-the-us-business-services-franchise-industry/>.
27. Siebert M. Why Trump should be huge for the franchise industry [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.chicagobusiness.com/article/20170105/OPINION/170109959/why-trump-will-be-good-for-franchising-siebert-of-ifranchise>.
28. Subway з жадібністю продовжує розширювати міжнародний напрямок. Може справа дійде і до України? [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://fdf.org.ua/news/383-subway>.
29. Top 100 Global Franchises-Rankings (2016) / [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.franchisedirect.com/top100globalfranchises/rankings/>.

*Ковтун Г. І.*

## **СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ФРАНЧАЙЗИНГА В УКРАИНЕ**

*В статье автор анализирует современное состояние, динамику и структуру национального и мирового, в частности, американского рынков франчайзинга. Характеризуются тенденции развития франчайзинга в США и в Украине. Определены основные проблемы, которые препятствуют развитию франчайзинговых отношений в Украине и представлены пути их разрешения.*

*Ключевые слова:* франчайзинг, франчайзер, франчайзи, малый бизнес.

*Kovtun G. I.*

## **STATUS AND PROSPECTS OF FRANCHISING DEVELOPMENT IN UKRAINE**

*In the article author analyzes current state, dynamics, structure of national and world, in particular American markets franchise. Author determined trends of franchising in the USA and Ukraine. The main problem hindering the development of franchise relations in Ukraine and ways for overcoming them.*

*Key words:* franchising, the franchisor, franchisee, small business.

УДК: 339.9:338.48(477)

Самохвал Олеся Олександрівна, к. п. н.,  
 Вінницький державний педагогічний університет  
 імені Михайла Коцюбинського

## УКРАЇНСЬКІ РЕАЛІЇ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ МІЖНАРОДНОГО РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

*У статті аналізуються тенденції та структурні зміни ринку туристичних послуг у контексті глобалізації міжнародного туристичного бізнесу; оцінюється стан та визначаються передумови для підвищення ефективності ринку туристичних послуг України в умовах євроінтеграційних процесів.*

*Ключові слова:* міжнародний туризм, туристичні послуги, Всесвітня туристична організація, туристичні напрями, індекс конкурентоспроможності подорожей і туризму

Туризм в контексті глобальних світових викликів — багатогранне явище, яке поєднує економічні, соціальні, культурні та екологічні аспекти, має практично невичерпний потенціал для постійного зростання, характеризується високими темпами розвитку, сприяє прискоренню економічного розвитку регіонів і країн та підвищенню рівня життя населення. Впродовж останніх шести десятиліть туризм демонструє постійне покращення макроекономічних показників, і є одним з найбільш динамічних секторів економіки у світі.

Аналізуючи перспективи розвитку туристичного бізнесу в Україні, необхідно підкреслити, що сучасний туризм — це сфера економіки та життєдіяльності суспільства, яка загалом тією чи іншою мірою інтегрує практично в усі галузі, а саме економічну, соціальну, освітню. Саме такий підхід має стати головним у формуванні нової державної політики, визначаючи пріоритетний розвиток туризму як галузі, що може позитивно вплинути на економічне і соціальне становище країни, стимулювати важливі галузі економіки, сприяти зміцненню позитивного іміджу України на світовій арені.

В останні роки в Україні посилюється увага вчених та фахівців, які досліджують проблеми розвитку туризму, до формування національної туристичної індустрії, підвищення економічної ефективності туристичної сфери, підготовку фахівців сфери гостинності. Дослідження туристичного потенціалу української держави здійснено у працях Л. Агафонової, І. Антоненко, О. Бейдика, М. Бойко, І. Волошина, В. Данильчука, В. Євдокименка, Л. Забурannoї, В. Кифяка, О. Короля, О. Любіщевої, М. Мальської, С. Мельничченко, Г. Михайліченко, Т. Сокол, Д. Стеченка, Т. Ткаченко, В. Федорченка, І. Школи та ін. Тенденції розвитку ринку туристичних послуг досліджували В. Азар, М. Біржаков, Д. Боуен, Ю. Веденін, Н. Восковович, В. Гуляєв, І. Зорін, М. Кабушкін, В. Квартальнов, А. Мазаракі, Д. Мейкенз, Г. Папірян, В. Преображенський, В. Сенін, Г. Харріс, А. Чудновський, Л. Шульгіна та ін.

Стратегічні орієнтири державної політики в туристично-рекреаційній та курортній сферах України було окреслено у Державній цільовій програмі розвитку туризму і курортів на період до 2022 року [1]. У ній зазначено, що необхідно підвищити рівень конкурентоспроможності вітчизняної туристичної індустрії на міжнародному туристичному ринку, забезпечити якість національного туристичного продукту та підготовки висококваліфікованих фахівців туристичної сфери діяльності.

Метою дослідження є аналіз тенденцій та структурних змін ринку туристичних послуг у контексті глобалізації міжнародного туристичного бізнесу; оцінка стану та визначення передумов для підвищення ефективності ринку туристичних послуг України в умовах євроінтеграційних процесів.

Міжнародний туризм під впливом процесів глобалізації та інтеграції стає одним із впливових чинників, від яких залежить зростання економіки, підвищення конкурентоспроможності країни на світових ринках.

У грудні 2015 року Генеральна Асамблея ООН затвердила прийняття 2017 року Міжнародним роком сталого розвитку туризму. У резолюції, що прийнято 4 грудня, наголошується на важливості розвитку міжнародного туризму, а також висловлюється надія, що оголошення 2017 року «Міжнародним роком сталого розвитку туризму» сприятиме кращому взаєморозумінню між народами в усьому світі. За словами Генерального секретаря ЮНВТО Талеба Ріфаї, декларування ООН 2017 року «Міжнародним роком сталого розвитку туризму» являє собою унікальну можливість для просування вкладу туристичного сектора в економічну, соціальну та екологічну стійкість, а також для підвищення обізнаності про справжні розміри сектора, який часто недооцінюється». Це рішення слідує за визнанням світовими лідерами на Конференції ООН зі сталого розвитку (Rio+20) того, що добре продуманий та добре скерований туризм може сприяти трьом аспектам сталого розвитку, створенню робочих місць та розвитку торгівлі [1].

Незважаючи на геополітичні та економічні проблеми індустрія туризму та подорожей навіть в умовах світової нестабільності фінансового становища демонструє стабільні позитивні тенденції. Так, за даними Барометра міжнародного туризму Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО), кількість міжнародних туристичних прибуттів в 2015 році зросла на 4,4 %, склавши в цілому 1184 млн., тим самим фіксуючи зростання шостий рік поспіль. У 2014 році число міжнародних туристичних прибуттів зросло на 4,3 % і склало 1138 млн. туристичних прибуттів, що на 51 млн. туристів більше, ніж 2013 року. ЮНВТО прогнозує на 2016 рік збільшення числа міжнародних прибуттів на 4,0...4,5 %, що перевищує попередній довгостроковий прогноз (+3,8 % щорічно в період 2010–2020 pp.) [10].

Упродовж довгого часу у туристичній галузі можна спостерігати практично безперервне зростання. Не дивлячись на випадкові потрясіння, туризм демонструє міцність і стійкість сектора. Прибутки від міжнародного туризму прибуття зросли з 674 мільйонів в 2000 році, і 1186 млн. в 2015 році, що безперечно вказує на перспективність розвитку та бажання кваліфікованих кадрів працювати у туристичній галузі [10].

Розглянемо найбільш популярні світові туристичні напрями у 2014–2015 роках наведені у табл. 1 [9].

*Таблиця 1*  
**Країни-лідери за обсягами туристичних прибуттів у 2014–2015 pp.**

Країна	Кількість міжнародних туристичних прибуттів, млн. осіб		Динаміка зростання за період	
	2014	2015	2013/2014	2014/2015
Франція	83,7	84,5	0,1	0,9
Сполучені штати	75,0	77,5	7,2	3,3
Іспанія	64,9	68,2	7,0	5,0
Китай	55,6	56,9	0,1	2,3
Італія	48,6	50,7	1,8	4,4
Туреччина	39,8	39,5	5,3	-0,8
Німеччина	33,0	35,0	4,6	6,0
Великобританія	32,6	34,4	5,0	5,6
Мексика	29,3	32,1	21,5	9,4
Росія	29,8	31,3	5,3	5,0

За даними табл. 1 видно, що у сучасному світі традиційні лідери туристичного бізнесу певною мірою поступаються новим активним гравцям ринку. До першої десятки потрапили Китай, Туреччина, Російська Федерація та Мексика. Також значне зростання туристичних потоків спостерігається у Іспанії, Італії та Німеччині.

Згідно даних ВТО, загалом у Європі спостерігається абсолютне та відносне зростання туристичних потоків та прибутків від туристичної діяльності у порівнянні з іншими континентальними лідерами міжнародного туризму, незважаючи на нестабільне становище грошової одиниці Євро порівняно з Американським доларом. Більша частина нових прибуттів припадає саме на Європу, загальна кількість прибуттів у цьому регіоні у 2014 році склала 581,1 млн. осіб, у 2015 році — 609 млн. (+5,0%). Тому Європейський континент лідирує як за обсягами туристичних потоків, так і за темпами зростання в абсолютному вираженні. Відносне зростання на +2,7 % у 2014 році та +5 % у 2015 році є значимим на фоні нестабільної міжнародної та регіональної економічної ситуації, міграційної кризи та того факту, що у 2011–2013 рр. не відмічалося суттєвої позитивної динаміки. Серед субрегіонів кращі результати спостерігаються в Північній Європі (+7 %), Південно-Середземноморській частині Європейського континенту (+5 %) та в Західній частині Європи (+3 %) [9].

Проаналізуємо найбільш популярні європейські туристичні напрями та їхню динаміку змін 2010–2015 рр. наведені у табл. 2 [9].

Таблиця 2

**Європейські країни-лідери за обсягами туристичних прибуттів 2010–2015 рр.**

Країна	Кількість міжнародних туристичних прибуттів, млн. осіб				Динаміка зростання за період		
	2010	2013	2014	2015	13/12	14/13	15/14
Франція	77,6	83,6	83,7	84,4	2,0	0,1	0,9
Іспанія	52,6	60,6	64,9	68,2	5,6	7,0	5,0
Італія	43,6	47,7	48,5	50,7	2,9	1,8	4,4
Туреччина	31,3	37,7	39,8	39,4	5,9	5,3	-0,8
Великобританія	28,2	31,0	32,6	34,4	6,1	5,0	5,7
Пімеччина	26,8	31,5	33,0	34,9	3,7	4,6	6,0
Росія	20,2	28,3	29,8	31,3	10,2	5,3	5,0
Австрія	22,0	24,8	25,2	26,7	2,7	1,9	5,6
Греція	15,0	17,9	22,0	23,5	15,5	23,0	7,1
Польща	12,4	15,8	16,0	16,7	6,5	1,3	4,6

Аналізуючи динаміку зростання туристичних потоків, необхідно відзначити одну країну, в якій спостерігається постійне зростання показників, а саме Німеччину. В усіх інших країнах, незважаючи на постійний приріст кількості туристів, динаміка зростання не є стабільною. Причиною можна вважати як політичні, так і економічні події, що відбуваються всередині країни. Однак, позитивна динаміка туристичних потоків не завжди супроводжується зростанням надходжень від туристичного експорту (табл. 3) [9].

Безперечним лідером є Іспанія, а також знову варто відзначити Францію та Великобританію. Країни — традиційні центри туризму демонструють зниження доходів (Італія, Росія) у вартісному виразі. Поясненням може бути превалювання різних видів в'їзного туризму. Адже, наприклад, рекреаційно-оздоровчий туризм приносить значно більші прибутки, аніж трудовий туризм.

Вклад туризму в економічний добробут залежить від якості й різноманітності туристичних ресурсів країни, рівня розвитку туристичної інфраструктури, наявності горизонтальних та вертикальних економічних зв'язків, ефективності приватно-публічного партнерства, підтримки туристичної галузі на всіх рівнях державної влади.

Таблиця 3  
Європейські країни-лідери за надходженнями від міжнародного туризму 2010–2015 рр.

Країна	Обсяги надходжень від міжнародного туризму (млн. дол.)			
	2010	2013	2014	2015
Іспанія	54,6	62,6	65,1	56,5
Франція	47,0	56,5	58,1	45,9
Великобританія	32,8	41,6	46,5	45,4
Італія	38,7	43,9	45,4	39,4
Німеччина	34,6	41,2	43,3	36,8
Туреччина	22,5	27,9	29,5	26,6
Австрія	18,5	20,2	20,8	18,3
Греція	12,7	16,1	17,7	15,6
Польща	9,5	11,3	11,2	9,7
Росія	8,8	11,9	11,7	8,4

Одним з основних показників, що характеризує привабливість країни з погляду міжнародного туризму, є індекс конкурентоспроможності подорожей і туризму, впроваджений для оцінки впливу різноманітних факторів та політичних подій на зміни тургалузі в певній країні.

Конкурентний статус країн експерти Всесвітнього економічного форуму разом з фахівцями «Booz & Company», «Deloitte», Міжнародної асоціації повітряного транспорту (IATA), Міжнародного союзу охорони природи (IUCN), Всесвітньої туристичної організації (UNWTO) і Всесвітньої Ради з подорожей і туризму (WTTC) розраховують індекс конкурентоспроможності країн у сфері подорожей і туризму (TTCI) [8].

Світовий Економічних Форум кожні два роки звітує про проведене дослідження конкурентоспроможності країн у сфері подорожей і туризму. Звіт надає платформу і стратегічний інструмент бенчмарку для бізнесу та урядів країн з розвитку сектора подорожей і туризму. За допомогою надання міжкраїнового аналізу та оцінки прогресу країн у конкурентоспроможності сектора, доповідь надає інформацію для стратегічних та інвестиційних рішень, пов’язаних з розвитком сектора подорожей і туризму. У звіті 2015 р. методика визначення індексу конкурентоспроможності країн у секторі подорожей і туризму зазнала значних змін. У той час як деякі з основних чинників конкурентоспроможності сектора залишаються незмінними, деякі інші фактори стають більш актуальними, а способи вимірювання, доступність і якість даних поліпшуються. Це викликало необхідність удосконалення і еволюціонування методології розрахунку індексу. Оновлена методика складання Індексу конкурентоспроможності сектору подорожей і туризму включає в себе чотири субіндекси, які ґрунтуються на 90 показниках, згрупованих у 14 складових, тоді як формула розрахунку кожного показника залишилась незмінною.

Отже, основу методології складають чотири субіндекси, які розраховані на основі 14 складових на підставі даних, отриманих за допомогою опитування понад 15 тис. керівників та лідерів туристичного бізнесу і кількісних даних з інших джерел [8]:

Оцінки в балах присвоюється індикаторам в межах інтервалу від 1 до 7, причому оцінка «7» відповідає максимально можливій. Кожна із 14 складових розраховується як незважене середнє значення окремих змінних складових (індикаторів). Субіндекси, у свою чергу, розраховуються як незважене середнє відповідних складових.

За географічною ознакою усі країни рейтингу можна поділити на 5 регіонів: Європа, Америка, Азіатсько-Тихоокеанський регіон, Близький Схід і Північна Африка, Африка на південь від Сахари.

**Таблиця 4**  
**Складові Індексу конкурентоспроможності сектору подорожей і туризму**

Субіндекс	Складові субіндекса	Кількість індикаторів
«Сприятливе середовище»	— діловий клімат; — безпека та охорона; — здоров'я і гігієна; — людські ресурси та ринок праці; — стан інформаційно-комунікаційних технологій	— 12 — 5 — 6 9 — 8
«Політика та сприятливі умови для сектора»	— пріоритетизація в секторі; — міжнародна відкритість; — цінова конкурентоспроможність; — екологічна стабільність	— 6 — 3 — 4 — 10
«Інфраструктура»	— інфраструктура повітряного транспорту; — наземна та портова інфраструктура; — інфраструктура туризму	— 6 — 7 — 4
«Природні та культурні ресурси»	— природні ресурси (5 індикаторів); — культурні ресурси і ділові поїздки (5 індикаторів)	— 5 — 5

Шість країн європейського регіону домінують в рейтингу найкращих у 2015 році, завдяки світовому класу обслуговування, інфраструктурі туризму, відмінних гігієнічних умов, і, зокрема, завдяки міжнародній відкритості та інтеграції (табл. 5) [8].

**Таблиця 5**  
**Країни-лідери за Індексом конкурентоспроможності сектору подорожей і туризму**

№	Країна/економіка	Оцінка
1	Іспанія	5,31
2	Франція	5,24
3	Німеччина	5,22
4	США	5,12
5	Великобританія	5,12
6	Швейцарія	4,99
7	Австралія	4,98
8	Італія	4,98
9	Японія	4,94
10	Канада	4,92
11	Сінгапур	4,86
12	Австрія	4,82

Необхідно зазначити, що 5 країн, досліджених у 2012 р., не увійшли до рейтингу 2015 р. через відсутність вірогідних даних, серед яких і Україна.

Аналізуючи показники, можна зробити висновок, щодо узагальненого рейтингу країн світу за індексом конкурентоспроможності сектору подорожей і туризму 2015 р. порівняно з попередніми роками, адже список країн-лідерів зазнав кардинальних змін (табл. 6.) [8].

Таким чином, Іспанія вперше лідує за індексом конкурентоспроможності сектору подорожей і туризму, піднявшись з 4-го місця у 2013 році та зайнявши 15-те місце у 2007 році. У лідерах також з'являється Франція, покращивши свій результат та піднявшись з 5-го місця у 2013 році. Нижче розташувалися Німеччина, США та Велико-

Таблиця 6

**Рейтинг країн світу за індексом конкурентоспроможності сектору подорожей і туризму,  
10 країн-лідерів, 2007–2015 рр.**

Країна	Рейтинг/ індекс	Регіональний ранг	Рейтинг				
			2013	2011	2009	2008	2007
Іспанія	<b>1 / 5,31</b>	в Європі: 1	4	8	6	5	15
Франція	<b>2 / 5,24</b>	в Європі: 2	7	3	4	10	12
Німеччина	<b>3 / 5,22</b>	в Європі: 3	2	2	3	3	3
США	<b>4 / 5,12</b>	у Північній та Південній Америці: 1	6	6	8	7	5
Великобританія	<b>5 / 5,12</b>	в Європі: 4	5	7	11	6	10
Швейцарія	<b>6 / 4,99</b>	в Європі: 5	1	1	1	1	1
Австралія	<b>7 / 4,98</b>	в Азіатсько- Тихоокеанському регіоні: 1	3	4	2	2	2
Італія	<b>8 / 4,98</b>	в Європі: 6	26	27	28	28	33
Японія	<b>9 / 4,94</b>	в Азіатсько- Тихоокеанському регіоні: 2	14	22	25	23	25
Канада	<b>10 / 4,92</b>	у Північній та Південній Америці: 2	8	9	5	9	7

britанія. Необхідно зазначити, що Німеччина втримується у трійці країн-лідерів за індексом конкурентоспроможності сектору подорожей і туризму з 2007 року, що свідчить про неабиякі успіхи в розвитку сфери туризму та заслуговує уваги зі сторони країн, які лише розвиваються у вказаному напрямку. У 2015 році вперше за усі роки у десятці найкращих країн за індексом конкурентоспроможності сектору подорожей і туризму з'являються Італія та Японія, що може свідчити про покращення економічного клімату та умов для розвитку сфери туризму у цих державах (піднявшись з 26-ої та 14-ої позицій у 2013 році відповідно). Загалом у рейтингу країн-лідерів представлено 6 європейських держав, які засвідчують високу конкурентоспроможність національних економік у світі, а також величезний досвід і знання розвитку та просування у розвитку туристичної сфери діяльності.

Як зазначалось вище, Україна не увійшли до рейтингу країн світу за індексом конкурентоспроможності сектору подорожей і туризму у 2015 р. через відсутність вірогідних даних.

Проаналізувавши дані 2013 року, необхідно зазначити, що Україна покращила свій показник на дев'ять пунктів, піднявшись у рейтингу з 85 сходинки на 76 з оцінкою 3,98. Загальний рейтинг України за роками подано нижче (табл. 7) [3; 4; 5; 6; 7].

Таблиця 7

**Рейтинг України за індексом конкурентоспроможності сектору подорожей  
і туризму, 2007–2013 рр.**

Країна	Рейтинг/ індекс				
	2013	2011	2009	2008	2007
Україна	76/3,98	85/3,83	77/3,84	77/3,76	78/3,89

Отже, можна зробити висновок що, незважаючи на значний потенціал, туристична галузь України має проблеми, нагальне вирішення може покращити перспективи її розвитку вже найближчим часом.

Для ретельного аналізу та оцінки проблем у туристичній галузі України, ми вважаємо за необхідне розглянути детально складові Індексу конкурентоспроможності країни у секторі подорожей і туризму 2007–2013 рр. (табл. 8) [3; 4; 5; 6; 7].

Таблиця 8

**Динаміка індексу конкурентоспроможності у сфері подорожей та туризму  
для України в аспекті субіндексів за 2007–2013 рр.**

Субіндекси ІККС1Г	Рейтинг/індекс				
	2013	2011	2009	2008	2007
Субіндекс 1. Політика та нормативно-правова база туризму	60/4,73	64/4,63	62/4,66	59/4,55	76/4,00
Субіндекс 2. Розвиток бізнесу та інфраструктури	71/3,65	76/3,53	72/3,77	78/3,24	73/3,20
Субіндекс 3. Людські, культурні та природні ресурси	99/3,59	118/3,33	103/3,50	100/3,51	89/4,40

Нагадаємо, що у 2015 році було оновлено методику складання Індексу конкурентоспроможності сектору подорожей і туризму, яка включає чотири субіндекси. Попередня методика (в тому числі методика 2013 року) ґрунтувалася приблизно на 80 показниках, які було згруповано в 14 складових. Ці складові, у свою чергу, утворювали 3 субіндекси: регуляторне середовище в туристичному секторі, середовище та інфраструктура для бізнесу, а також людські, культурні та природні ресурси в секторі подорожей і туризму.

Аналізуючи динаміку індексу конкурентоспроможності у сфері подорожей та туризму для України в аспекті субіндексів за 2007–2013 рр. можна стверджувати про недостатній рівень використання туристичного потенціалу в Україні, особливо низькі результати представлено за субіндексом «Людські, культурні та природні ресурси». Необхідно наголосити, що складовими даного субіндексу є людські ресурси; освіта та навчання; наявність кваліфікованої робочої сили; безпека та благополуччя працівників; національне сприйняття туризму; природні та культурні ресурси.

Отже, задля поліпшення стану туристичної сфери України необхідна реалізація системних заходів щодо сталого розвитку туризму, подолання наявних негативних тенденцій, створення ефективних умов для роботи туристичних підприємств, установ та організацій, що, в свою чергу, потребує:

- удосконалення нормативно-правового регулювання туристичної сфери;
- створення сприятливого інвестиційного клімату для розвитку і модернізації туристичної інфраструктури;
- підтримки малого та середнього підприємництва в сфері туризму, забезпечення чесної конкуренції;
- підвищення ефективності використання рекреаційних ресурсів та об'єктів культурної спадщини;
- вдосконалення інформаційного та рекламного забезпечення туризму, застосування сучасних маркетингових технологій просування національного турпродукту на міжнародному та внутрішньому ринках;
- впровадження ефективної інноваційної діяльності, розроблення та впровадження прогресивних методів і стандартів туристичного обслуговування, пошуку інноваційних форм і методів створення туристичного продукту на основі ефективного використання існуючих туристичних ресурсів;
- поліпшення кадрового забезпечення у сфері туризму;

— розширення міжнародної співпраці в туристичній галузі та покращення іміджу держави на міжнародному рівні.

Зважаючи на євроінтеграційні устремління України, державна політика у сфері туризму, на наше переконання, мала б бути скоригована згідно з документами ВТО, а також прийнятими на їх основі рекомендаціями Ради Європи з питань сталого розвитку туризму, серед яких: «Генеральний курс для сталого і екологічно-безпечного розвитку туризму», «Політика сталого туризму на природоохоронних територіях», «Політика розвитку сталого та екологічно безпечного туризму на прибережних територіях». Прийняття світових та європейських стандартів розвитку туризму сприяло б не тільки соціально-економічному зростанню України, а й створенню передумов для сприйняття її світовим співтовариством як рівноправного партнера.

#### **Література**

1. Офіційний веб-сайт Міністерства економічного розвитку та торгівлі [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.me.gov.ua/Documents/Print?lang=uk-UA&id=ffc9a9b9-4ce5-439b-aa44-c4f26e86abbb>.
2. Стратегія розвитку сфери туризму і курортів України на період до 2022 року: проект Постанови Кабінету Міністрів України [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://zakon.nau.ua/doc/?code=v0839361-01>.
3. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2007 : Furthering the process of economic development [Text]. — Geneva : World Economic Forum, 2007. — 491 p. — ISBN-13 : 978-92-95044-01-2.
4. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2008 : Balancing economic development and environmental sustainability [Text]. — Geneva : World Economic Forum, 2008. — 505 p. — ISBN-13 : 978-92-95044-04-3.
5. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2009 : Managing in time turbulence [Text]. — Geneva : World Economic Forum, 2009. — 526 p. — ISBN-13 : 978-92-95044-18-0.
6. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011 : Beyond the downturn [Text]. — Geneva : World Economic Forum, 2011. — 531 p. — ISBN-13 : 978-92-95044-48-7.
7. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013 : Reducing barriers to economic growth and job creation [Text]. — Geneva : World Economic Forum, 2013. — 517 p. — ISBN-13 : 978-92-95044-40-1.
8. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015 : [Text]. — Geneva : World Economic Forum, 2015. — 519 p. — ISBN-13 : 978-92-95044-48-7.
9. UNWTO Tourism Highlights 2016 Edition [E-resource]. — Access mode : <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418145>.
10. World Tourism Organization : UNWTO Annual Report 2015 [Text]. — Madrid : UNWTO, 2016. — 92 p. — ISBN 978-92-844-1802-2.

*Самохвал О. А.*

## **УКРАИНСКИЕ РЕАЛИИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ МЕЖДУНАРОДНОГО РЫНКА ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ**

*В статье анализируются тенденции и структурные изменения рынка туристических услуг в контексте глобализации международного туристического бизнеса; оценивается состояние и определяются предпосылки для повышения эффективности рынка туристических услуг Украины в условиях интеграционных процессов.*

*Ключевые слова:* международный туризм, туристические услуги, Всемирная туристическая организация, туристические направления, индекс конкурентоспособности путешествий и туризма.

*Samohval O. O.*

## **UKRAINIAN REALITIES WITHIN GLOBALIZATION OF INTERNATIONAL MARKET OF TOURISM**

*The trends and structural changes of tourism market in the context of globalization of international tourism business are analyzed in this article; the state of Ukrainian tourism and the prerequisites for improving the tourism market in Ukraine within the processes of European integration are valued and defined in the research.*

*Key words: international tourism, tourist services, the World Tourism Organization, tourist destinations, the index of competitiveness Travel and Tourism*

УДК 34:[336.1:005:942]

Кучеренко Анастасія Владиславівна, аспірант,  
Гуляєва Наталія Миколаївна, к. е. н., Київський національний  
торговельно-економічний університет

## **ПРАВОВІ МЕХАНІЗМИ СТИМУЛОВАННЯ РОЗВИТКУ ФІНАНСОВОГО ІНЖИНІРІНГУ В УКРАЇНІ**

*В статті досліджено теоретичні аспекти фінансового інжинірингу, надано видову його характеристику, проведено аналіз стану правового забезпечення фінансового інжинірингу в Україні, визначено основні проблеми розвитку фінансового інжинірингу та його похідних інструментів, а саме — факторингу та деривативів в контексті правового регулювання цих процесів.*

*Ключові слова:* правове засади, правові механізми стимулювання, фінансовий інжиніринг, фінансові стратегії, інновації, факторинг.

Ускладнення процесу розвитку фінансово-господарської діяльності на сучасному етапі підприємств, яка комплексно поєднує різні напрями і сфери здійснення, адекватні зовнішньому середовищу, вимагає суттєвого переосмислення основних моделей функціонування, методів та інструментів управління. Саме такі можливості дає методологічно нова система управління — фінансовий інжиніринг, який вводить в управлінський оборот сучасні прийоми і методи, технології фінансового менеджменту, в тому числі в контексті управління ризиком, особливо в частині їх попередження та нейтралізації. Фінансовий інжиніринг спрямований на оптимізацію показників руху фінансових потоків, формування фінансової позиції суб'єктів господарювання в різних сферах діяльності, в тому числі в сфері обертання цінних паперів. Впровадження фінансового інжинірингу в Україні можливе, по-перше, при достатній правовій базі, яка має спиратись на прогресивний досвід інших країн щодо законодавчого забезпечення цієї діяльності. Нагальна потреба у створенні базисних правових умов впровадження фінансового інжинірингу в Україні об'єктивно актуалізує дослідження в цьому напрямку.

Питання впорядкованих державних правових норм імперативної сфери композиційних бізнес-процесів фінансового інжинірингу та їх врегулювання в сфері становлення й розвитку фондового ринку України, інвестиційної привабливості та механізмів державного регулювання досліджувалось такими вченими як: О. Барановський, І. Бланк, . Денисенко, А. Калина, М. Карлін, В. Клименко, В. Корнєєв, М. Крупка, Д. Лук'яненко, І. Лютий, О. Мендрул, О. Мозговий, М. Назарчук, В. Опарін, В. Оскольський, І. Павленко, Р. Рак, В. Столяров, Г. Терещенко, Н. Ткаченко, В. Шелудько й ін.

Метою роботи є аналіз основних теоретичних і нормативно-правових положень забезпечення фінансового інжинірингу в Україні у складі проблем становлення і розвитку фондового ринку в Україні.

Попри наявності в економічній літературі великої кількості визначення фінансового інжинірингу, залишається проблема однозначності його формулювання. Так, наприклад, І.А. Бланк розглядає фінансовий інжиніринг як процес цілеспрямованої розробки нових фінансових інструментів або нових схем здійснення фінансових операцій [1, 359].

Б. П. Рапорт та А. І. Субченко тлумачать це поняття як процес розробки системи фінансового управління в контексті мінімізації фінансових ризиків [2, 109]. Дане визначення є більш загальним та відображає реалії господарювання на сучасному етапі в Україні.

Стівен Росс вбачає фінансовий інжиніринг технологією управління фінансовими ризиками суб'єкта господарювання на фондовому ринку на основі, наприклад, операцій хеджування, при роботі з форвардними, ф'ючерсними та опціонними контрактами, прак-

тичне застосування яких вже поширюється на українському ринку цінних паперів. С. Росс вважав, що фінансовий інжиніринг передбачає навіть створення нових похідних інструментів, а також комбінування існуючих деривативів для виконання особливих завдань хеджування [3, 678].

Фінансовий інжиніринг гармонійно оперує як похідними, так і традиційними (первинними) фінансовими інструментами, що обертаються на фінансовому ринку і мають інноваційний характер. [2, 111]. Тобто, за сутністю фінансовий інжиніринг, полягає у створенні нових фінансових послуг (інструментів), які використовуються у взаємодії з фінансовими інститутами для перерозподілу грошових ресурсів, ризиків, ліквідності, доходів та інформації відповідно до фінансових потреб клієнтів і змін в макро- і мікроекономіку середовищі. Фактично, нові фінансові послуги уособлюють елементи механізму перерозподілу грошових ресурсів [1, 362].

Таким чином, процес розвитку фінансового інжинірингу детермінований факторами, що відбувають загальні закономірності розвитку фінансового ринку, такі як науково-технологічний прогрес, в тому числі розвиток інформаційних технологій, податкова асиметрія, волатильність цін у більшості секторів ринку, вплив глобалізації фінансових та інших ринків, тощо.

Спектр чинників включає і ті що відносяться до ендогенних: потреба суб'єктів господарювання у ліквідності, зменшення їх схильності до ризику. Пошук шляхів підвищення ефективності управління фінансами суб'єктів господарювання стимулює розвиток як фінансової науки, так і практичної сфери управлінського впливу. У системі, елементи якої взаємодіють, об'єктивні тенденції розвитку вимагають створення нових фінансових продуктів, які в свою чергу наповнюють економічні відносини нового рівня, провокуючи нові потреби, у наступних фінансових інноваціях [2, 116].

На потребу у збереженні балансу ринкової кон'юнктури, фінансові інститути реагують створенням фінансових інструментів нового покоління, будучи вмотивованими збереженням наявних та створенням нових основних принципом організації роботи: поєднання творчого підходу з аналітичною спрямованістю при стратегічному плануванні. Розробка новітніх фінансових продуктів може бути структурована у відповідності до прийнятих в практиці фінансового інжинірингу критеріїв:

**Таблиця 1**  
**Структурна характеристика фінансових інструментів**

Критерій	Види фінансових інструментів
За цілями	— фінансові інструменти, які зменшують вартість залучення або збільшують ефективність інвестицій;
	— фінансові інструменти, які перерозподіляють ринкові ризики;
	— фінансові інструменти, які зменшують тиск регулятивних, бухгалтерських і податкових обмежень;
	— фінансові інструменти, спрямовані на ефективне використання ситуації сегментованості чи неефективності ринків в поточному періоді.
За видами інструментів	— фінансові інструменти, засновані на «технології» форвардів і свопів;
	— фінансові інструменти, засновані на опціонних «технологіях»;
	— боргові фінансові інструменти.
За операційно-продуктивним принципом (класифікація Фіннерті) [2]	— фінансові інструменти, побудовані на продуктах споживання і цінних паперах;
	— фінансові інструменти, побудовані на фінансових процесах;
	— фінансові інструменти, побудовані на фінансових стратегіях і рішеннях.

На наш погляд, необхідно додати до наведеного переліку фінансові інструменти, орієнтовані на конкретні потреби інвестора або емітента, що виникають внаслідок диспропорції рівня інвестиційної привабливості наявних продуктів, та можливостей і потенціалу інвесторів.

Виходячи із завдань, фінансовий інжиніринг розрізняють за часовим контуром як: поточний, що забезпечує збереження наявних контрагентів користувачів, та прогнозний, що спрямований на залучення потенційних користувачів нового фінансового продукту.

Фінансовий інжиніринг проектується на процеси залучення капіталу та фінансування капітальних, нематеріальних та фінансових активів, інструментального забезпечення аналізу та оцінки ефективності інвестиційних проектів як реальних, так і портфельних.

Не зважаючи на те, що фінансовий інжиніринг зосереджений в основному на фінансових продуктах сфери ринку цінних паперів, його практичне застосування може охоплювати багато інших сфер ринкового характеру — економіка, фінанси, право, промисловість, маркетинг, банківська справа, будівництво, корпоративні фінанси, фінанси населення, а також в неринкових відносинах — державні та місцеві бюджети та податки [4]. Найбільша активність фінансового інжинірингу в поточному періоді спостерігається саме у бюджетно-податковий та банківський сферах.

Проте, інституційне закріплення статусу фінансового інжинірингу у нормативно-правових документах обмежене лише загальним визначенням його як фінансової послуги. Наприклад, Законом України «Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг» № 222-VIII від 02.03.2015 р., фінансовий інжиніринг взагалі статусно не ідентифікуються навіть як складова переліку визначених фінансових послуг [5].

Така стриманність законодавців щодо визначення фінансової послуги у нормативно-правовій літературі значно обмежує поле досліджень та допускає нечітке трактування пов'язаних категорій — «фінансовий актив», «фінансовий інструмент», «фінансова послуга» та «фінансовий продукт» — перш за все, з точки зору їх економічної сутності [9]. Згаданий правовий акт лише називає інструменти, які можуть бути віднесені до фінансових активів.

Регуляторна дія законодавчих положень у сфері науково-технологічного прогресу та розвитку фінансових інновацій та інжинірингу в Україні значно послаблена і тим, що навіть вже прийняті не виконуються, не знаходять в них відбиття довгострокові програми розвитку національної економіки на інноваційній базі, не забезпечується їх системний характер вже на етапі розробки і затвердження [4; 10; 13].

Так, закони щодо регулювання наукової та науково-технологічної, інноваційної діяльності, в тому числі фінансових інновацій, трансферу технологій автономізовані і не повязані в комплексній моделі. Ухвалення науково-технічних програм різного рівня (горизонтального та галузевого) здійснюється в різних часових форматах, і не передбачає їх співставність в тому числі за пріоритетами науково-технологічної та інноваційної діяльності.

Процедури відбору проектів, проведення експертизи та їх фінансування надмірно заорганізовані органами виконавчої влади на фоні відсутності ефективних антикорупційних механізмів.

Не тільки не створені сучасні механізми державного впливу (фінансових, кредитних, податкових) для досягнення тих чи інших пріоритетів, але й призупинені чи скасовані механізми підтримки науково-технологічної діяльності, в тому числі інноваційної.

Хоча під час парламентських слухань в Комітеті Верховної Ради України з питань науки і освіти, засідань РНБО України приймалися рішення щодо зобов'язань органів виконавчої влади розробити необхідну базисну нормативно-правову документацію. Відсутність політичної волі щодо розвитку фінансового інжинірингу та фінансових іннова-

цій, гальмування процесу підтримки інноваційної діяльності, і навіть пряма протидія цьому, коли міжнародне оточення України інтенсивно розвиває цей напрям (насамперед держави — члени ЄС) — вимагає дослідження соціальної та економічної природи створеного прецеденту.

Виходячи з того, що в Україні досі ухвалювались нормативно-правові акти за відсутності інноваційно спрямованої економічної стратегії України, не знайшли в ньому тим паче питання фінансового інжинірингу і таким чином фактично не створювались інструменти реалізації навіть поточної потреби.

Майже десятирічний досвід розвитку інноваційної діяльності, в тому числі фінансових інновацій, в державах — членах ЄС, особливо східноєвропейських країнах, які є новими членами ЄС, свідчить, що параметри розвитку інжинірингової та інноваційної діяльності, як правило доводились в середньострокових планах та програмах науково-технологічного та інноваційного розвитку, в контурах горизонтальних та галузевих взаємоз'язків. Причому планування ув'язане з конкретними обсягами фінансування, індикаторами, виконавцями, системами моніторингу та звітності.

Вважається, що виконанням плану є досягнення в країні визначених індикаторів розвитку. У статусі національних стратегій, політики і планів створені такі документи:

- стратегія Федеративної Республіки Німеччини у сфері високих технологій, 2006 рік;
- операційна програма «Інноваційна економіка» Польщі на 2007–2013 роки;
- національний план Іспанії з наукових досліджень, розвитку і технологічних інновацій на 2008–2011 роки;
- національна політика Чеської Республіки в галузі досліджень, розробок та інновацій на 2009–2015 роки;
- рамкова програма інвестицій Великої Британії у науку та інновації на 2004–2014 роки;
- національна стратегія Австрії у галузі науки, технологій та інновацій 2020;
- національна інноваційна стратегія 2007–2011 роки Фінляндії та національний план «Інтернаціоналізація освіти, науки досліджень та інновацій 2010–2015» [14].

Нова редакція Закону України «Про наукову і науково-технічну діяльність» № 848-VIII від 26.11.2015 р. передбачає розроблення і затвердження Верховною Радою України Стратегії розвитку наукової, науково-технічної, інноваційної діяльності та фінансового інжинірингу в сфері інновацій на 8–10 років, а також ухвалення Кабінетом Міністрів України відповідно до Стратегії національних планів розвитку наукової та науково-технічної діяльності, затвердження в межах Національних планів обсягів фінансування програм реалізації середньострокових пріоритетних напрямів наукових досліджень і науково-технічних розробок. Пріоритетними завданнями Стратегії та Плану у галузі фінансових інновацій визначені:

- реалізація економічної стратегії розвитку держави (забезпечення енергоефективності, енерго-забезпечення, переходу на альтернативні джерела енергії, реструктуризація виробництв з низькою доданою вартістю, відновлення та посилення експортної орієнтації галузей машинобудування, літакобудівної, космічної, суднобудівної, виробництва військової техніки);
- створення та розвиток системи фінансування інноваційної діяльності та інноваційної інфраструктури;
- підтримка інноваційної діяльності наукових колективів та підприємств, що здійснюють розробки рівня п'ятого та шостого технологічних укладів.

Врахування успішного досвіду країн ЄС, вимагає комплексного характеру реалізації заходів державної підтримки суб'єктів фінансового інжинірингу та інновацій через застосування інструментів прямого фінансування, пільгового оподаткування і кредитування.

Розробка довгострокової програми економічного розвитку України з інноваційною спрямованістю, Стратегії науково-технологічного та інноваційного розвитку має базуватись на компетенції і повноваження органів виконавчої влади як в частині конкретних функцій, так і ідеології організації цього процесу. Заслуговує на увагу досвід Казахстану щодо спільних дій у забезпеченні індустріально-інноваційного розвитку країни.

В Україні вже помітні конкретні етапи прискорення інноваційних процесів — ст. 44 проекту Закону України «Про внесення змін до Закону України «Про наукову і науково-технічну діяльність» № 848-VIII від 26.11.2015р. щодо застосування в період до 2025 року державою фінансово-кредитних та податкових важелів для створення економічно сприятливих умов для ефективного здійснення наукової й науково-технологічної діяльності, зростання обсягів фінансування науки за рахунок усіх джерел до 3 % валового внутрішнього продукту. Зазначене має привести рівні фінансування в Україні у відповідність до орієнтирів розвитку науково-технологічної та інноваційної діяльності в Європейському Союзі, інших країн світу. В тому ж напрямі спрямовують постанови Верховної Ради України «Про рекомендації парламентських слухань на тему: «Про стан та законодавче забезпечення розвитку науки та науково-технічної сфери держави» № 182-VIII від 11.02.2015 р. та рекомендації слухань у Комітеті Верхової Ради України з питань науки й освіти на тему: «Про стан та законодавче забезпечення фінансування наукової і науково-технічної діяльності» (до протоколу № 6 від 17.04.2013 р.), в яких визначено конкретні напрями вдосконалення законодавчого забезпечення фінансування науково-технічної діяльності.

Відбиває досвід держав — членів ЄС введення в дію в Україні трьох фондів фінансування досліджень та інновацій за рахунок бюджетних коштів:

- Державного фонду фундаментальних досліджень (діє відповідно до ст. 35 Закону України «Про наукову і науково-технічну діяльність» № 922-VIII від 25.12.2015 р.);
- проектів з проведення прикладних досліджень та науково-технічних розробок науковими установами та вищими навчальними закладами для потреб підприємств та організацій за рахунок спільного фінансування коштами Фонду та зазначених підприємств);
- Фонду технологічного розвитку (забезпечує фінансову та матеріально-технічну підтримку заходів, спрямованих на впровадження пріоритетних науково-технічних розробок та новітніх технологій у виробництво, його технічне переоснащення, освоєння випуску нових видів конкурентоспроможної продукції малими та середніми підприємствами).

Статусно, Фонд має бути фінансово-кредитною установою, що бере участь: у формуванні статутних фондів малих та середніх підприємств, які випускають конкурентоспроможну продукцію; на пільгових засадах у кредитуванні проектів з упровадження у виробництво науково-технічних розробок і новітніх технологій, технічне переоснащення малих та середніх підприємств; на компенсаційних засадах у кредитуванні банківськими установами проектів з впровадження у виробництво науково-технічних розробок та новітніх технологій, технічне переоснащення малих та середніх підприємств; у наданні гарантій за кредитами для малих та середніх підприємств й співучастників є наукові установи, вищі навчальні заклади [15].

Мають ознаки вдосконалення системи фінансування науково-технічної та інноваційної діяльності в Україні наступні зміни у відповідних законодавчих актах:

- зміни до Бюджетного кодексу України щодо можливостей бюджетних установ отримувати дивіденди від діяльності наукових парків, господарських товариств, створених для використання об'єктів права інтелектуальної власності, в межах дії права;
- зняття обмежень щодо використання коштів науковими установами та вищими навчальними закладами, які вони отримують від виконання спільних науково-дослідних робіт з підприємствами та у вигляді грантів, одержаних від міжнародних та іноземних організацій;

— зміни до законодавства щодо зняття обмежень при розміщенні в банківських установах вищими навчальними закладами і науковими установами власних надходжень, отриманих від плати за послуги від наукової та науково-технічної діяльності;

— зміни до Закону України «Про інноваційну діяльність» № 5460-VI (5460-17) від 16.10.2012 р., що запроваджують механізми реалізації пріоритетних напрямів інноваційної діяльності, визначені Законом України «Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні» № 5460-VI (5460-17) від 16.10.2012 р., Законом України «Про загальнодержавну комплексну програму розвитку високих наукових технологій» № 1676-IV від 9.04.2004 р., з реалізації зазначених пріоритетних напрямів.

Продукти фінансового інжинірингу, зокрема похідні фінансові інструменти, мають високий потенціал активізації інтернаціонального економічного співробітництва та інтеграції національних економік і це системно стимулює його удосконалення в розвинутих країнах світу.

Певне місце в арсеналі продуктів фінансового інжинірингу посідають факторингові послуги. В Україні ринок цих послуг перебуває на етапі становлення. Станом на 31.12.2015 р. у Державному реєстрі фінансових установ містилася інформація про 231 фінансові компанії, які мали право надавати послуги факторингу. Протягом 2015 року, фінансові компанії уклали 2725 договорів факторингу на загальну суму 3928,9 млн. грн., виконали 2616 договорів на суму 5048,8 млн. грн. Чинними на кінець 2015 рік — залишалося 6968 договорів факторингу. Динаміка надання банками та фінансовими компаніями послуг факторингу залишається нестійкою, а співвідношення обсягу факторингових послуг до ВВП є значно меншим (0,71 %), ніж в провідних європейських країнах ( $\approx 10\%$ ). Надання факторингових послуг пов'язане зі значними ризиками, що потребує застосування потужної системи інструментів щодо їх мінімізації [5].

Основними проблемами розвитку ринку факторингових послуг в Україні, в контексті глобальних і національних тенденцій, є забезпечення стандартів та вартості, а також проблеми чіткості нормативно-правового регулювання факторингових операцій формування обґрунтованих внутрішніх та зовнішніх бар’єрів факторингових операцій. Використання в Україні європейського досвіду управління факторингом може прискорити вирішення основних проблем факторингового обслуговування, а також створити сприятливі умови для інтеграції у європейський фінансовий простір.

Принципово заважають інтенсивному впровадженню нормативно-правових актів щодо регулювання факторингової практики такі положення [9; 11; 15; 16]:

— обмеження правових переваг для клієнта через наявність в сфері регулювання факторингових операцій, а саме: фінансування на реальний час товарного кредиту, не визначена принципова наявність забезпечення та оформлення покупцем документів, що надають можливість стежити за платежами покупців;

— відсутність законодавчих норм щодо гібридних банківських послуг, наприклад, застосування лізингу у схемі факторингу. За практикою інших країн у цьому випадку застава віддається позичальникам у лізинг, а компанія-фактор таким чином знижує свої ризики, адже застава залишається в її власності й може бути повернута від позичальника без судових процедур, якщо той так і не розпочне платити за кредитом [13];

— є нечітким з економіко-правової точки зору механізм списання кредитів у українській банківській системі, оскільки фінансовим установам дозволено відносити кошти (дисконт) від продажу боргів на валові витрати. В реаліях банки продають портфелі проблемних кредитів колекторам, які намагаються стягнути з позичальників запозичені кошти, однак повернення повних сум боргів ускладнюється. Подібна ситуація сприяє уникненню обовязку погашення кредитів боржниками [13];

- не врегульовано законодавчо зобов'язання банків надавати факторинг як комплексну послугу — фінансування, інформаційно-аналітичне обслуговування, робота з дебіторами клієнта, що спрямована на дотримання умов договору з дотримання строків оплати, кваліфіковане кадрове забезпечення [13];
- відсутність правової регламентації надання та стандартизації якості факторингового обслуговування;
- відсутність мотивуючих інструментів в сфері оподаткування факторингових операцій, в тому числі щодо забезпечення зниження вартості такої послуги для клієнтів;
- нечіткість методичних рекомендацій з відображення операції факторингу в бухгалтерському обліку, яка веде до неоднозначності їх відбиття підприємством;
- не врегульоване питання відповідальності контрагента боржника перед фактором за невиконання або неналежне виконання своїх зобов'язань, якщо даний договір є безрегресним (згідно із статтею 1081 Цивільного Кодексу України). Тому частіше за все банки надають перевагу послугам факторингу з регресом, який передбачає наявність поручительства клієнта за свого дебітора. Вбачаючи факторинг одним із найпоширеніших інструментів фінансового інжинірингу і напрямом активізації його впровадження в Україні, сприяючими цьому можна вважати наступні заходи:



Рис. 1. Напрями сприяння широкого впровадження факторингу в Україні в контексті євроінтеграції фінансового ринку

Не набула ще чіткого контура практика використання класичних деривативів в Україні, як найпоширенішого в світі продукту фінансового інжинірингу. Навіть більше, на сучасному етапі відбувається лише становлення ринку інструментів. Такий стан в Україні, певною мірою склався через недосконалу законодавчу базу регулювання цього ринку, відносно провідних країн світу. Наразі функціонування ринку деривативів регулюється Податковим кодексом України, Цивільним кодексом України, Законом України «Про цінні папери та фондовий ринок» № 701-VIII (701-19) від 17.09.2015р., Законом України «Про державне регулювання ринку цінних паперів в Україні» № 901-VIII (901-19) від 23.12.2015р., Постановою Кабінету Міністрів України «Про затвердження Положення про вимоги до стандартної (типової) форми деривативів» № 632 від 19.04.1999 р. та іншими нормативними документами.

Існуюча база регулювання занадто бюрократизована великою кількістю документів, які, на жаль, є неузгодженими між собою, містять суттєві помилки, невизначеності чи навіть суперечать один одному та нормам загальноприйнятої міжнародної практики

виходячи із трактування економічної природи деривативів, а також меж регулювання, вимог фінансового та податкового обліку з урахуванням спрямованості угод [2].

Сучасна вітчизняна практика стикається зі створеними штучно колізіями, що призводять до неможливості використання деривативів за їх безпосереднім призначением. Ця фактична відсталість гальмує процес інтеграції країни у світовий економічний простір і процес залучення іноземного капіталу [2].

Розглядаючи систему фінансового інжинірингу, як повноцінний проект, ефективна реалізація якого дозволить оживити оперативне управління підприємством включаючи багатограний механізм виходу на арену біржової торгівлі похідними фінансовими інструментами, базовим активом яких є товар, на сьогоднішній день є нагальною потребою вирішення проблем організаційно-правового характеру, головними з яких є [4; 10; 13]:

- створення в Україні організованого спот-ринку;
- вдосконалення законодавчого регулювання операцій з деривативами за досвідом провідних країн світу;
- забезбечення інформаційної симетрії на ринку похідних фінансових інструментів. Сучасний стан фондового ринку в Україні не сприяє розвитку сектору похідних фінансових інструментів.

Отже, актуальним стимулюючим фактором практичного впровадження та подальшого розвитку інноваційних фінансових інструментів на українському фінансовому ринку є прогресивні нормативно-правові інструменти, що сприятимуть локальному розвитковідданню Інтернет-технологій, зацікавленості венчурних інвесторів, активне обертання похідних фінансових інструментів. Останні продовжують забезпечувати позитивні зрушенні, примножуючи інвестиційні можливості економіки та конкретних ринкових агентів зокрема. Тому постає необхідність удосконалення системи нормативно-правового регулювання фінансового інжинірингу, впровадження європейського досвіду в управління та законодавчого регулювання сфери послуг фінансового інжинірингу, що забезпечить вирішення основних проблем фінансового обслуговування й створить сприятливі умови для інтеграції вітчизняного ринку у європейський фінансовий простір.

### **Література**

1. Бланк И. А. Словарь справочник фінансового менеджера [Текст] / И. А. Бланк. — К. : Ніка-Центр, 2011. — 481 с.
2. Рапопорт Б. М. Инжиниринг и моделирование бизнеса [Текст] / Б. М. Рапопорт, А. И. Субченко. — М. : Тандем, 2014. — 239 с.
3. Росс С. Основы корпоративных финансов [Текст] / С. Росс ; пер. с англ. — М. : Лаборатория базовых знаний, 2010. — 720 с.
4. Звіт про діяльність Національної комісії, що здійснює Державне регулювання у сфері ринків Фінансових послуг, за 2015 рік [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.dfp.gov.ua>.
5. Національне рейтингове агентство «Рюрік». Ринок небанківських фінансових послуг [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.rurik.com.ua/our-research/branchreviews/1191>.
6. Офіційний сайт IFG. GlobalIndustry Activity Reports [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.ifggroup.com/>
7. Про Національну програму сприяння розвитку малого підприємництва в Україні : Закон України № 2157-III [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2157-14>.
8. Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні : Закон України р. № 4618-VI [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua>.
9. Прохорова Ю. В. Дослідження стану ринку фактoringу в Україні / Ю. В. Прохорова, М. О. Терновська [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.nbuvgov.ua>.

10. Стратегія реформування системи захисту прав споживачів на ринках фінансових послуг на 2012-2017 роки № 867-р [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/867-2012-p>.
11. Тригуб О. В. Специфіка діяльності вітчизняних банків на ринку факторингових послуг [Текст] / О. В. Тригуб // Проблеми економіки. — 2014. — № 1. — С. 284–291.
12. Трошина О. В. Проблеми розвитку факторингу в Україні / О. В. Трошина, Г. С. Тодосейчук [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.rusnauka.com>.
13. Українське агентство фінансового розвитку. Ринок факторингових послуг: тенденції розвитку та перспективи [Електронний ресурс]. — Режим доступу : [http://www.ufin.com.ua/analit\\_mat/strah\\_tynok/116.htm](http://www.ufin.com.ua/analit_mat/strah_tynok/116.htm).
14. Фаринович І. В. Світові та вітчизняні тенденції розвитку фінансового інжинірингу та фінансових інновацій / І. В. Фаринович [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://irbis-nbuv.gov.ua>.
15. Кузьмін О. Є. Іноземний досвід інжинірингової діяльності / О. Є. Кузьмін, В. Й. Жежуха, Н. А. Городська // Проблеми економіки. — 2014. — № 3. — С. 240–245. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу : [http://www.problecon.com/pdf/2014/3\\_0/240\\_245.pdf](http://www.problecon.com/pdf/2014/3_0/240_245.pdf).
16. Баторшина А. Ф. Перспективи розвитку фінансового інжинірингу в Україні та світі [Електронний ресурс] / А. Ф. Баторшина, Т. Ю. Лебедєва // Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка» включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Наказ Міністерства освіти і науки України від 29.12.2014 № 1528). — Режим доступу : <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=882>.

Кучеренко А. В., Гуляєва Н. Н.

## ПРАВОВЫЕ МЕХАНИЗМЫ СТИМУЛИРОВАНИЯ ФИНАНСОВОГО ИНЖИНИРИНГА

*В статье исследованы теоретические аспекты финансового инжиниринга, предложена его видовая характеристика, проведен анализ состояния правового обеспечения финансового инжиниринга в Украине, определены основные проблемы развития финансового инжиниринга и его производных инструментов, а именно — факторинга и деривативов в контексте проводного регулирования этих процессов.*

*Ключевые слова:* правовые основы, правовые механизмы, финансовый инжиниринг, финансовые стратегии, инновации, факторинг.

Kucherenko A. V., Gulaeva N. M.

## LEGAL MECHANISM OF FINANCIAL ENGINEERING STIMULATION

*In the article are researched the theoretical aspects of financial engineering, characteristics by type are suggested, analysis of legal maintenance of financial engineering in Ukraine is made, basic problems of financial engineering development and its derivatives, — namely, factoring and derivatives are defined concerning context of legal management of these processes.*

*Keywords:* legal basis, legal mechanism, financial engineering, financial strategies, innovation, factoring.

УДК 338.485: 314

*Лихолат Євген Олексійович, к. е. н., доцент,  
Львівський інститут економіки і туризму  
Лихолат Наталія Євгенівна*

## **ТРУДОВІ РЕСУРСИ В СИСТЕМІ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

*Розглядаються поняття, роль та потенціал трудових ресурсів рекреаційних регіонів в системі соціально-економічного розвитку. Обґрунтовується необхідність управління трудовими ресурсами та їх оцінка з урахуванням особливостей туристичної індустрії.*

*Ключові слова:* трудові ресурси, індустрія туризму, рекреаційно-туристична система, потенціал трудових ресурсів, управління трудовими ресурсами, персонал.

За даними Всесвітньої туристської організації по всьому світу з'являється все більше можливостей для інвестицій в галузі туризму, перетворивши туризм на ключовий напрямок соціально-економічного прогресу за рахунок доходів від експорту, створення робочих місць і підприємств, а також розвиток інфраструктури.

Незважаючи на природні катаklізми, міжнародні туристичні подорожі безперервно зростають — з 25 млн. в 1950 році до 278 млн. в 1980 році, 528 млн. в 1995 р і 1087 млн. в 2013 році [4].

Соціально-економічний розвиток рекреаційно-туристичних територій визначається ефективністю функціонування держави, та можливістю реалізації її функцій. Значну роль у формуванні соціально-економічних показників відіграє діагностика потенціалу трудових ресурсів рекреаційних регіонів.

Одним з найважливіших елементів забезпечення ресурсами та розвитку туристичного підприємства є його персонал, нарівні з капіталом, оборотними коштами та інвестиційними ресурсами.

Проблеми процесу формування туристичної інфраструктури регіонів та впровадження маркетингових підходів у розвитку туристичного ринку розглядалися на державному рівні та досліджували науковці: Гаврилюк А. М. та Пірен М. І., вивчають питання менеджменту і маркетингу державного регулювання туристичної галузі в Україні [3, 6], Рябова Т. А. — маркетинг рекреаційно-туристичної системи [9], Борисюк О. та Кифяк В. Ф. — організацію туристичної діяльності, перспективи розвитку туризму в світі і в Україні, та особливості застосування суспільно-географічної методології для регіональних туристичних ринків [1, 5], Василиха Н. В. — інформаційну підтримку розвитку Карпатського економічного регіону [2]. Однак питання потенціалу трудових ресурсів рекреаційних регіонів розглянуті не повною мірою, що не дозволяє всеобічно досліджувати ефективність функціонування регіональної системи в цілому.

Туристична діяльність підприємств пов'язана з іншими галузями економіки, де також формуються трудові ресурси.

Дослідження управління трудовими ресурсами туристичного підприємства пояснюються підвищеними вимогами споживачів послуг. Персонал підприємства є вагомою складовою туристичного продукту. А якість наданих послуг залежить від фаховості працівників. Тому, ефект від управління трудовими ресурсами є однією з найважливіших функцій туристичного підприємства, в системі його соціального та економічного розвитку.

Всесвітня туристична організація ООН зазначає, що туристична галузь повинна продовжувати зростати, як і протягом цих останніх років. Міжнародні туристські подорожі досягли рекордної позначки 1,14 млрд. в 2014 році, що на 51 млн. більше, ніж у 2013 році. Світові подорожі та рада з туризму (WTTC) оцінює, що сектор T & T в

даний час складає 9,5 % світового ВВП, загалом 7 трлн. доларів США і 5,4 % світового експорту США. Стимулювання розвитку сектора подорожей і туризму стає більш важливим, оскільки туристична галузь продовжує відігравати важливу роль в економіці. Ключова роль та рушійна сила економічного зростання і створення нових робочих місць, є зростання на рівні 4 % в 2014 році і забезпечення 266 мільйонів робочих місць, прямо і побічно. Це означає, що туристичній галузі в даний час припадає одне з 11 робочих місць на планеті, і це число може навіть зрости до одного з 10 робочих місць до 2022 року, відповідно до Всесвітньої ради подорожей і туризму (WTTC) [4].

Трудові ресурси — це активне населення країни, яке може реалізувати передбачені Конституцією трудові права, та забезпечує своїми фізичними й інтелектуальними даними матеріальні блага та послуги. Конституція України забезпечує захист інтересів працездатного населення, жінок у віці до 60 років і чоловіків — 62 років, а також особи пенсійного віку та підлітки (14–15 років), котрі працюють.

Управління трудовими ресурсами базується на принципах, методах і формах впливу для максимального їх використання, що є важливим в системі туристичного підприємства.

Розглядаючи трудові ресурси та управління ними на державному рівні доцільно дослідити питання: в якій мірі регулювання ринку праці заважає наймання іноземної робочої сили? В якій мірі зарплата, впливає на продуктивність працівників? Яке співвідношення жінок і чоловіків в робочій силі? (Цей показник являє собою відсоток жінок у віці 15–64 років участь в робочій силі, поділеній на відсоток чоловіків 15–64 участь в робочій силі).

Трудові ресурси туристичного підприємства формуються, та повною мірою залежать від внутрішніх і зовнішніх факторів. Внутрішні, це технологія й організація створення туристичного продукту, сервісу чи послуг, та інше. Зовнішні це — демографічні процеси, правові та соціальні норми суспільства, сформований ринок праці, культурна та історична спадщина території та інше. Зовнішні фактори характеризуються кількістю трудових ресурсів та їх професійною здатністю.

Зайнятість у туризмі залежить від кількості працівників та характеризується рівнем їх кваліфікації. Туристична галузь залучає некваліфікованих працівників: швейцари, підношувачі багажу, покойники, кур'єри та ін., та висококваліфікованих фахівців: PR менеджер, guest relation гід-перекладач, шеф-кухар. Під час туристичного сезону зайнятість у туристичній сфері зростає, оскільки залучаються молодь та студенти.

Відповідно до Ст. 17 Закону України «Про зайнятість населення» від 05.07.2012 р. № 5067-VI «...основні напрями реалізації державної політики у сфері зайнятості населення розробляються на підставі основних прогнозних параметрів соціально-економічного розвитку України, державних, галузевих та регіональних програм у частині їх впливу на сферу зайнятості населення, на розвиток трудового потенціалу з визначенням механізму їх реалізації» [7].

Відповідно до проведених досліджень Всесвітньою туристичною організацією, на 1 тис. туристів, котрі зупиняються в готелях, створено 279 робочих місць у туризмі та 107 місць, в інших галузях економіки, котрі обслуговують туризм, зокрема на будівництві та ремонті готелів, хостелів та інші, у закладах харчування, в сільському господарстві, у транспортній галузі, в культурно-розважальних та видовищних заходах.

Працівників туристичного підприємства можна вважати ключовим трудовим ресурсом. Показник кількості людських ресурсів туризму, спрямований на забезпечення галузі працівниками, яких вона потребує. Тому необхідні заходи, для розвитку, а саме вдосконалення навичок, шляхом освіти і професійної підготовки, а також підвищення кваліфікації. Розподіл цих навичок забезпечується шляхом ефективного ринку праці.

По-перше сюди включають формальні навчальні курси і досягнення, залучення приватного сектора в модернізацію людських ресурсів, таких як бізнес-інвестиції в послуги з навчання та обслуговування клієнтів. По-друге, це гнучкі заходи, ефективність і відкритість ринку праці і залучення жінок, що дає можливість оцінити реальний кадровий резерв і його здатність виділяти людські ресурси для їх найкращого використання.

На сучасному етапі розвитку туризму запроваджуються е-технології, що сприяє полегшенню людської праці. Але їх наявність не впливає радикально на зменшення кількості трудових ресурсів в туризмі. Динамічний розвиток туризму і туристичного ринку сприяє зростанню кількості працевлаштованих у цьому секторі.

У звіті про конкурентоспроможність подорожей і туризму 2015 р. Всесвітньої туристської організації наводиться докладний перелік всіх за такими критеріями: участь жінок, як робоча сила, наявність навчальних послуг, ступінь підготовки персоналу, ймовірна тривалість життя.

60 % в структурі туристичного підприємства адміністративні працівники (керівники, спеціалісти, службовці), а 40 % — робітники. Фактор розподілу персоналу впливає на кінцеві результати діяльності підприємства, і встановлює структурні зміни, що дає можливість формувати реальну стратегію розвитку трудових ресурсів. Управління трудовими ресурсами сприяє зайнятості трудового населення й відповідності робочих місць.

У світовій практиці управління трудовими ресурсами передбачає взаємозв'язок функцій: планування та організація роботи, мотивація (стимулювання), контроль (чи оцінка).

В управлінському процесі трудові ресурси мають певні риси, складність та багатофункціональність управління, і мають певні особливості: міграційні процеси, зміна форми власності, старіння населення та інші. Процес управління включає формування, розподіл та використання трудових ресурсів.

Управління трудовим ресурсами забезпечується сукупністю відповідних законодавчих, адміністративних, економічних та соціально-психологічних факторів. З допомогою цих факторів регламентується і спрямовується діяльність туристичного підприємства. Соціально-економічні важелі держави обумовлюють суть та особливості управління трудовими ресурсами. Ринок диктує певні принципи на ринку праці та впливає на зміни в механізмі управління трудовими ресурсами.

Економіка України ринкового типу є соціально-орієнтована, тому управління трудовими ресурсами здійснюється на державному рівні, і на рівні ринкового механізму регулювання.

Забезпечення кадрами туристичної компанії полягає в тому, щоб знайти співробітників з необхідними навичками для їх потреб бізнесу. В Україні кадри для туризму готують понад 150 навчальних закладів.

Відповідно до ст. 5 Закону України «Про Туризм» перелік посад фахівців туристичного супроводу, кваліфікаційні вимоги до них та порядок видачі дозволів на право здійснення туристичного супроводу визначаються центральним органом виконавчої влади в галузі туризму [8].

Отже, управління трудовими ресурсами спрямоване на формування, розподіл і використання трудових ресурсів для їх ефективного функціонування. Система управління трудовими ресурсами поєднує в собі завдання та функції для удосконалення формування, розподілу і використання трудових ресурсів.

В період економічної кризи, коли знижуються потоки клієнтів, для власників туристичних підприємств та підприємств що обслуговують туристичну сферу, важливо організовувати навчання власного персоналу, рівень яких повинен відповідати сучасним вимогам.

Стимулювання розвитку туристичної галузі стає щоразу важливішим, оскільки туристична галузь продовжує відігравати важливу роль у розвитку економіки. Ключова роль та основна рушійна сила економічного зростання і створення нових робочих місць, це зростання кількості подорожей і забезпечення населення мільйонами робочих місць, прямо і побічно.

### **Література**

1. *Борисюк О.* Особливості застосування суспільно-географічної методології до вивчення регіональних туристичних ринків [Електронний ресурс] : стаття / І. Дудник, О. Борисюк, І. Заря // Національний авіаційний університет. — Київ, 2016. — Режим доступу : www.URL: <http://www.visnyk-geo.univ.kiev.ua/wp-content/uploads/2016/04/06-63.pdf>.
2. *Василиха Н. В.* Інформаційна підтримка розвитку Карпатського економічного регіону [Електронний ресурс] : стаття / Н. В. Василиха, І. М. Мельник. — Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка» включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки. — 2012. — № 12. — Режим доступу : www.URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=1623>.
3. *Гаврилюк А. М.* Маркетингова парадигма державного регулювання туристичної індустрії в Україні [Електронний ресурс] : стаття / Електронне наукове фахове видання України з питань державного управління «Державне управління: удосконалення та розвиток». — 2014. — № 3. — Режим доступу : www.URL: <http://www.dynayka.com.ua/?op=1&z=690>.
4. Звіти Всесвітньої туристської організації ... [Електронний ресурс]. — Все про туризм. — 2014. — Режим доступу : www.URL: [http://infotour.in.ua/WTO\\_highlights\\_2014.pdf](http://infotour.in.ua/WTO_highlights_2014.pdf).
5. *Киляк В. Ф.* Організація туристичної діяльності в Україні [Електронний ресурс] : підручник / Киляк В. Ф. — Все о туризме — образовательный туристический портал. — 2002–2016. — Режим доступу : www.URL: [http://www.tourlib.net/books\\_ukr/kyfjak\\_13.htm](http://www.tourlib.net/books_ukr/kyfjak_13.htm).
6. *Пірен М. І.* Менеджмент і маркетинг у діяльності державної влади [Текст] : навч. посібник / М. І. Пірен. — К. : Талком, 2013. — С. 96
7. «Про зайнятість населення» Закон України від 05.07.2012 р. № 5067-VI [Електронний ресурс]. — Режим доступу : www.URL: <http://www.zakon.rada.gov.ua/go/5067-17>.
8. «Про Туризм» Закон України від 15.09.1995 № 324/95-ВР [Електронний ресурс]. — Режим доступу : www.URL: <http://www.zakon.rada.gov.ua/go/324/95-vr>.
9. *Рябова Т. А.* Маркетингове забезпечення розвитку рекреаційно-туристичної системи. [Електронний ресурс] : стаття / Економіка. Управління. Інновації. — 2012. — № 1 (7). — Режим доступу : www.URL: [http://www.tourlib.net/statti\\_ukr/ryabova.htm](http://www.tourlib.net/statti_ukr/ryabova.htm).

*Лыхолат Е. А., Лыхолат Н. Е.*

## **ТРУДОВЫЕ РЕСУРСЫ В СИСТЕМЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКИХ КОМПАНИЙ**

*Рассматриваются понятие, роль и потенциал трудовых ресурсов рекреационных регионов в системе социально-экономического развития. Обосновывается необходимость управления трудовыми ресурсами и их оценка с учетом особенностей туристической индустрии.*

*Ключевые слова:* *трудовые ресурсы, индустрия туризма, рекреационно-туристическая система, потенциал трудовых ресурсов, управления трудовыми ресурсами, персонал.*

*Lykholat Ye. O., Lykholat N. Ye.*

**MANPOWER IN SOCIAL AND ECONOMIC DEVELOPMENT  
TOURISM ENTERPRISES**

*The concept, role and potential workforce recreation areas in the social and economic development.  
The necessity of human resources and their evaluation in allowing for the tourism industry.*

*Keywords: human resources, tourism industry, tourism and recreation system, the potential of manpower, workforce management, staff.*

УДК 338.49(477.52)

Самодай Валентина Петрівна, к. е. наук, доцент,  
Навчально-науковий інститут фізичної культури Сумського державного  
педагогічного університету ім. А. С. Макаренка

## ОСОБЛИВОСТІ РЕГІОНАЛЬНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ СУМСЬКОЇ ОБЛАСТІ

У статті розкрито сутність регіональної інфраструктури та розглянуто особливості інфраструктури Сумської області, також виділено пріоритетні напрями розвитку даної складової економіки регіону.

**Ключові слова:** регіональна інфраструктура, економіка, ресурси, інвестиції, підсистема, розвиток.

Тематика інфраструктурного регіонального розвитку України актуалізується з кожним днем, зважаючи на той факт, що наразі Україна крокує шляхом втілення широкого спектру реформ, які націлені на покращення добробуту громадян України. Сучасний аналіз інфраструктури України засвідчив певні диспропорції та нерівномірність її розвитку. Дані проблема є комплексною, об'єднуючи цілу когорту передумов.

Своєчасний доступ до інформаційних ресурсів, становище наявних телекомуникаційних систем, збільшення обсягів вантажопотоків усіма видами транспорту, оптимізація транспортних коридорів, активізація транзитного потенціалу, створення логістичних платформ є справжнім каталізатором модернізації не лише національної економіки, але й регіонів. В свою чергу економічно атрактивні регіони відіграють важливу роль у житті країни. Виходячи із цього, викликає інтерес дослідження основних тенденцій розвитку регіонів: з одного боку — децентралізація, зростання економічних можливостей, з іншого — глобалізація економіки, підвищення ролі міждержавного рівня у прийнятті рішень щодо впливу певних чинників на конкурентні переваги регіонів [1]. Тому, на сьогоднішній день є актуальну проблема щодо застачення інвестицій в інфраструктурний регіональний розвиток.

Мета статті — дослідити регіональну інфраструктуру Сумської області та визначити її особливості.

Розвитком та дослідженням регіональної інвестиційної інфраструктури в Україні займалися науковці: І. Бланк, М. Бутко, І. Вахович, З. Герасимчук, О. Другов, Ю. Качаєв, М. Козоріз, Я. Крупка, М. Могильницька, М. Недашківський, Т. Савостенко, М. Савлук, Г. Фетисов та багато інших.

В ряді наукових робіт вітчизняних та зарубіжних вчених актуалізувалися питання ринкової інфраструктури, досліджувалася роль фінансової інфраструктури в економіці країн та визначався її вплив на фінансову стабільність. М. Горелик, Е. Голубицька, С. Носова розглядають функції та особливості виробничої інфраструктури, її народногосподарську ефективність [6].

Рядом вітчизняних науковців, останніми роками досліджувалися окремі аспекти розвитку інфраструктури. Так З. Лапішко приділила увагу формуванню інфраструктури регіонального ринку цінних паперів [7]. Механізми державного управління розвитком соціально-економічної інфраструктури регіону — систематично розглядала І. Алфьорова. Під час вивчення організаційного механізму формування та зростання інвестиційного потенціалу регіону, В. Ткачуком було розроблено інвестиційний маркетинг регіону та запропоновано моделі інвестиційної інфраструктури. Досліджуючи питання покращення системи регулювання економічних процесів регіонального сектору фондового ринку, В. Журавель сформував показники завантаженості інфраструктури. Аналізуючи регіонально-інтеграційні пріоритети країн в процесі глобалізації економіки, С. Коваленко

визначив місце інфраструктурної складової в процесі об'єднання до світової економічної системи [2]. Визнаним є аналіз інфраструктури аграрно-промислового комплексу та сільської місцевості.

Л. Потравка, займалась питанням розвитку інфраструктури аграрного ринку Південного регіону, розвитку регіональної інфраструктури аграрного ринку. Також І. Проданова розкрила питання формування ринкової інфраструктури аграрних підприємств, І. Сембай підіймала питання роботи сільськогосподарських підприємств у рамках розвитку сільських територій. О. Томашівський аналізуючи розвиток регіонального ринку продукції скотарства, визначив схему роботи інфраструктури ринку продукції скотарства [5].

Загалом інфраструктура будь якої території, визначається діяльністю комплексу галузей міського господарства, що обслуговують населення регіону і виробництва. На сьогоднішній день основні напрямки ринкової трансформації інфраструктури міст нашої країни базуються на відповідних основах Постанови Кабінету Міністрів України «Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на період до 2020 року». Елементи інфраструктурного комплексу є основними складовими, що спроможні допомогти нашій державі вийти на нову щабель розвитку з оновленням та модернізацією економічних процесів. Регіональна інфраструктура — це комплекс споруд та видів діяльності, що забезпечує створення необхідних умов для ефективного функціонування матеріального виробництва, вільного руху всіх видів товарів і ресурсів, а також нормальної життєдіяльності населення на території регіону.

До інфраструктури, перш за все, повинні бути включені такі складові: транспортне забезпечення, зв'язок, житлово-комунальне господарство, освіта, медицина і рекреаційна система, соціальний стан населення, культура, екологія як одні з найбільш впливових систем для оптимального розвитку як регіону і країни, в цілому (рис. 1). Складові сучасної інфраструктури слід розуміти як дуже цікавий для інвестицій вид бізнесу. В якому інтерес держави полягає саме в наявності інфраструктури, розвитку її та функціонуванні, а роль держави безпосередньо проявляється у створенні правил певної поведінки ринкових суб'єктів, контролі та нагляді за їх станом [9].



Рис. 1. Складові регіональної інфраструктури

Сумщина — перспективний і потужний промислово-аграрний регіон з розвиненою інфраструктурою. Далеко за межами України вона відома своєю промисловістю. Доволі розвиненим є аграрний сектор — тут збирають високі врожаї, а багаті природні пасовища створюють сприятливі умови для інтенсивного розвитку тваринництва. В області родючі

грунти і надзвичайно багаті ліси. Завдяки географічному розташуванню, сусіству з розвиненими промислово-аграрними центрами України, Сумщина завжди приваблювала ділових людей. Сумська область на сьогодні входить у десятку найекологічно успішних регіонів України [3].

Нараховується в області 15 міст (із них 7 — обласного підпорядкування: Суми, Конотоп, Шостка, Охтирка, Глухів, Ромни, Лебедин), 20 селищ міського типу, 1,5 тис. сільських населених пунктів. 65 % (більша частина) — мешкає в містах, до того кількість міських жителів постійно зростає. Сумщина — багатонаціональний регіон. Тут, у добробуті та добросусідстві, проживають представники більш ніж 50 національностей. Найбільше українці — 86 % та росіяни — 13 %. Питома вага чоловіків у загальній чисельності населення складає 46 %, жінок — 54 % [8].

Сумщина завдяки виробничому потенціалу, а також за рівнем техногенного навантаження території посідає місце в першій десятці регіонів України. У промисловості, відповідно до щорічних моніторингів створюється майже половина валової доданої вартості. В сфері економіки області зайніято близько 33 % працюючих. Відповідно родовищ природних ресурсів, то на Сумщині видобувається 41 % нафти (від загального видобутку України), а також виробляється газовий конденсат, 8 % газу, 31 % сірчаної кислоти.

Серед всіх складових промисловості обробна промисловість займає передові позиції — 66 %, в якій 27,1 % — машинобудування, 22,6 % — харчова промисловість та переробка сільськогосподарських продуктів, 9,6 % — хімічна та нафтохімічна промисловість, 31 % — добувна промисловість. Інноваційна діяльність активізувалась, запроваджено 66 новітніх прогресивних технологічних процесів у промисловості [8].

Для Сумщини провідними в рослинництві є вирощення продовольчого зерна, озимого і ярого ріпаку, олійної редьки, льону, круп'яних культур, соняшника, картоплі, цукрових буряків. На території області працюють ряд наукових установ з метою підвищення результативності сільськогосподарського виробництва. Дослідна станція Іванівська активно втілює методики районування та покращення сортів озимої пшениці. Як постачальник високоякісного насіння багаторічних трав агрофірма «Суминасіння» відома не тільки в Україні, але і в Західній Європі [8]. Спеціалізацією тваринництва є вирощування свиней, птиці, великої рогатої худоби молочного та м'ясного спрямування. Постачальником високопродуктивних великих свиней білого та чорного окрасу стали племзаводи «Тернівський» та «Василівка».

На даний час 5320 малих підприємств діє в області. За останні роки їх кількість зросла в 1,9 разів. За 3 роки майже в 1,5 рази піднялась зайніятість у галузі малого бізнесу, який забезпечив працевлаштування 47000 громадян, це становить 17 % від загальної кількості працюючих регіону.

Весь житловий фонд області — 27,9 млн. м<sup>2</sup> загальної площа, забезпеченість жителів області житлом становить 23,6 м<sup>2</sup> на одного жителя. В області прийнято в експлуатацію 142,6 тис. м<sup>2</sup> загальної площа житла, що становить 72,8 % рівня 2014 р. В області житловий сектор перейшов на ринкові відносини і головною проблемою будівництва (одержання) житла громадянами із середніми достатками є надто висока вартість кредитної ставки, зростання вартості будівництва 1 м<sup>2</sup> загальної площа житла, зменшення обсягу державного фінансування в будівництві житла. Так, щороку забезпечувалися житлом лише 0,3–0,4 % тих, що перебували в черзі. Змінилася структура введених в експлуатацію будинків за формами власності і фінансуванням. Більш деталізовано: радикальні зміни відбулися в системі фінансування будівництва житла. Вагомий сектор в ринковій сегментації набувають індивідуальні забудовники. Звідси, для соціально незахищених верств населення проблема забезпечення житлом саме в

цьому. Необхідним є впровадження програм зменшення вартості іпотечних кредитів та цільових програм індивідуального будівництва житла.

Основою стабільного росту економіки Сумщини стало створення новітньої ринкової інфраструктури, забезпечення розвинутим конкурентоспроможним промисловим процесом, примноженням зовнішньої торгівлі, непрямою зовнішньоекономічною діяльністю членів господарювання — підприємницьких та виробничих ділянок, учасників малого та середнього бізнесу [3].

Близько 89 держав є партнерами зовнішньої торгівлі, але найголовнішу частину торгового звороту забезпечує 10 країн. Суттєві експортні поставки здійснюються в Іран, Китай, Туркменістан, Індію, Білорусь, Німеччину. Основну частину товарів, що експортуються становлять машини і устаткування (56,5 % загального обсягу) та запасні частини до них, деревина, продукція хімічної промисловості, продукція тваринництва — це перелік товарного експорту регіону. Вагоме імпортне постачання надходить з Білорусі, Німеччини, Туркменістану, Сполучених Штатів Америки, Нідерландів, Ірландії, Швейцарії.

Орендарями обробляється 221 000 земельних ділянок, що складає 83 % пайв, загальною площею 850 000 га і 156 000 га земель резервного фонду та запасу, таким чином 7000 селян обробляли власні земельні пай власноруч. Орендування земель дало змогу активізувати землекористування 850 фермерських господарств. Було використано близько 55 000 га сільськогосподарських земель.

Як було зазначено вище Сумська область має розвинений виробничий потенціал, по рівню інфраструктури займає місце в середині рейтингу серед інших областей України, це свідчить про належне забезпечення послугами населення. Водночас, рівень об'єктів інфраструктури в більшості підсистемах характеризується довговічністю, зношеністю, потребує модернізації та капітальних вкладень, можна засвідчити що оновлення об'єктів помітне в транспортній сфері, зв'язку та телекомунікаціях.

Транспортна система області знаходиться на належному рівні. Попри цьому в транспортній галузі скоротився вантажообіг на 8,1 % за рахунок зменшення перевезень як залізничним так і автомобільним транспортом. На території області налічується 7,21 тис. км автомобільних доріг — із них державного значення 2,1 тис. км, місцевого — 5,1 тис. км. Дороги з твердим покриттям становлять — 6,7 тис. км (93 %). Суми, Смородино, Конотоп, Ромні, Ворожба — найбільші залізничні вузли [8]. Проблемами у транспортній системі слід вважати: неналежний стан автомобільних доріг місцевого значення, скорочення кількості пасажирів на приміських маршрутах. Зазначені аспекти призводять до зниження рентабельності перевезень [4], або взагалі їх припинення; також недостатня якість надання послуг пасажирам (переповненість автомобілів пасажирами в певні години або дні в міському та приміському транспорті, зношеність автомобілів), вагома залежність ринку транспортних послуг в містах від приватних автоперевізників (маршрутні таксі). Перспективи покращення в майбутньому пов'язані зі зростанням економіки, в цілому прогнозується збільшення обсягів вантажообігу всіма видами транспорту, пасажирообороту залізничним транспортом, але поряд із цим будуть залишатися нерентабельними перевезення в сільській місцевості.

На території області зафіксовано 68 колективних засобів розміщення, у тому числі готелі та аналогічні засоби розміщування (туристичні бази та студентські літні табори — 52, спеціалізовані засоби розміщування, із них санаторії та пансіонати з лікуванням, санаторії-профілакторії, бази відпочинку — 18). Кількість суб'єктів туристичної діяльності — 59, у тому числі юридичні особи — 23. Проблемами рекреаційної підсистеми є: певна кількість об'єктів, перебуваючи на балансі певних закладів та установ, стала нерентабельною. Помітний високий рівень оплати за послуги закладів розміщення,

відсутність належних капіталовкладень в модернізацію та ремонт об'єктів. Розвиток туристичної галузі для національних та міжнародних туристів стимулює відсутність належної інфраструктури, незадовільний стан доріг, їх невідповідність сучасним транспортним навантаженням, потребують реконструкції об'єкти туристичних екскурсій, насамперед пам'ятки культурної спадщини. Маючи перспективний туристичний потенціал області, необхідно модернізувати об'єкти для оптимальності їх використання туристами та інвестиційної привабливості для розвитку туристичної індустрії в регіоні.

Електрозв'язок регіону займає найвищий щабель: працюють 4 оператори. Вагомішою є Сумська дирекція ВАТ «Укртелеком». На січень 2016 року в регіоні працювало більш ніж 510 станцій телефонного зв'язку, що складає 25 % цифрових, які надають громадянам різноманітні сервісні послуги. Діяльність у сфері послуг пошти та зв'язку у Сумській області здійснює 41 підприємство і ця цифра має тенденцію зросту. Так провідне місце у загальному обсязі наданих послуг належить мобільному зв'язку (44,4 %): доходи від його споживання склали 205,5 млн. грн., а кількість користувачів перевишила 1,3 млн. абонентів. Кількість абонентів мережі Інтернет склали 61,3 тисячі, постійно збільшується коло користувачів мережі «Інтернет». Якщо розглянути проблеми у підсистемі зв'язку, то протягом останніх років, помітна тенденція скорочення споживання основних поштових послуг, конкретно письмової кореспонденції, проблематична доступність мережі Інтернет у сільській місцевості. Але поряд із цим помітний стрімкий розвиток мобільного зв'язку, мережі Інтернет; на ринку доставки кореспонденції — діятимуть альтернативні «Укрпошті» оператори «Нова пошта» та інші, проте їх діяльність зосереджується в основному в регіонах із достатньою кількістю населення.

Якщо розглянути екологічну підсистему як складову інфраструктури області, то можна зазначити, що у 2015 р. в атмосферу надійшло 30 532,0 т шкідливих речовин, що на 1,0 % більше, ніж у 2014 р. Щільність викидів забруднюючих речовин від стаціонарних джерел на 1 км — 1281,1 кг, на 1 особу — 26,8 кг. До найбільших забруднювачів повітря у Сумській області відноситься філія управління магістральних газопроводів «Київтрансгаз» дочірньої компанії «Укртрансгаз» НАК «Нафтогаз України» — 10 548,8 т (34,5 % від загального обсягу), ТОВ «Сумітеплоенерго» — 5228,7 т (17,1 %), ПАТ «Укрнафта» — 4483,5 т (14,7 %), НГВУ «Охтирканфтогаз» ПАТ «Укрнафта» — 2160,0 т (7,1%), ПАТ «Суміхімпром» — 2121,9 т (6,9 %) та інші. Відсутність локальних систем, що виявляють загрози виникнення надзвичайних ситуацій, надійної системи оповіщення та інформування громадян; недостатній вплив та відсутність оперативного реагування органів влади на проблематичні суб'єкти господарювання та забруднювачі довкілля є проблемами для Сумського регіону. Слід зазначити, що не зважаючи на досить низький рівень забруднення навколошнього середовища, існують місця, де беручи до уваги відсутність модернізованого обладнання рівень забруднення погіршується, це стосується насамперед підприємств з видобутку нафти та промислових підприємств.

Банківська система займає передові позиції в інвестиційній діяльності. Її сьогодення представлено 45 філіями, серед яких 20 регіонального рівня і 25 їм підпорядкованих. Центральні офіси більшості комерційних банків розташовані в Дніпрі, Харкові, Луцьку, Києві, які мають розгалужену ресурсну базу для проведення кредитування [3].

Якщо розглянути освітню підсистему, то кількість дітей дошкільного віку — 53,4 тис. В свою чергу кількість дошкільних закладів в області щороку збільшується — 534 місць. Кількість загальноосвітніх навчальних закладів — 545, учнів — 92,3 тис. Важливу роль в освітянській ниві посідають вищі навчальні заклади (Сумський національний аграрний університет, Сумський державний університет, Сумський педагогічний університет, Глухівський державний педагогічний університет), де навчаються студенти із різних

країн світу. Зупинимося на недоліках в даній сфері, які необхідно нивеливати, або вирішити: це перевантаження груп дошкільних навчальних закладів у містах обласного значення; недостатня кількість шкільних автобусів, велика кількість малокомплектних класів в школах сільської місцевості і відсутність необхідного фінансування на матеріально-технічне обладнання, що впливає на якість навчального процесу. В свою чергу необхідно провести модернізацію навчального процесу не тільки в міських школах, але й підняти якість сільської освіти з використанням нових технологій у тому числі через базові опорні школи. В містах проблема недоступності в високоекективні дошкільні навчальні заклади потребуватиме вирішення за рахунок місцевих бюджетів.

Достатнє фінансування дало змогу не тільки зберегти, але й розширити мережу закладів медицини — 790 лікарень: 25 обласних, 16 міських, 19 центральних районних лікарень, 43 сільських дільничних лікарень, 86 сільських лікарняних амбулаторій, 577 фельдшерсько-акушерських пунктів та фельдшерських пунктів. Активізація розвитку денних стаціонарів в амбулаторіях та поліклініках дала можливість одержати економію фінансів в розмірі 2,6 мільйона грн. Це сприяло росту кадрового професіоналізму. Показники атестації лікарського складу зросли з 56,2 % до 58,4 %, середнього медичного персоналу з 44,8 % до 49,3 %. Сумщина пишається досягненнями лікарів в галузі медичних дисциплін, серед яких 39 Заслужених лікарів України, 15 докторів та кандидатів медичних наук [8]. Але поряд із зазначенним існують певні проблеми в галузі: низька матеріально-технічна база лікувальних закладів (близько 70 % діагностичної апаратури вичерпали свій ресурс), залишається недостатнім кадрове забезпечення закладів охорони здоров'я в сільській місцевості (укомплектованість лікарських посад в сільських амбулаторіях та дільничних лікарнях становить 66 %, середніх медичних працівників фельдшерських та фельдшерсько-акушерських пунктів — 98 %). Перспективами для медичної галузі є: за існуючої практики зберігатиметься неналежна якість медичних послуг, існує необхідність розвитку екстреної та особливо первинної медичної допомоги, оптимізації мережі закладів охорони здоров'я, модернізації їх лікувально-діагностичної бази.

Національна культурна спадщина Сумської області має вагомі історичні корені. Щорічно на Сумській землі проводиться міжнародний музичний фестиваль органного мистецтва «Органум» і «Бах-фест», а також всеукраїнських фестивалів: Всеукраїнського сільського фестивалю мистецтв «Боромля», Міжнародного дитячого, молодіжного фестивалю аудіовізуальних мистецтв «Кришталеві джерела», Міжнародного літературно-мистецького фестивалю «Кролевецькі рушники». Започатковано Всеукраїнський фестиваль сільського мистецтва «Мистецькі береги Ворскли» в Охтирському районі.

Загальний культурний розвиток регіону здійснюють два театри (драми та музичної комедії) імені М. С. Щепкіна, обласний театр для дітей та юнацтва), обласна філармонія, 674 клубних та 615 бібліотек, 35 музичних шкіл, 11 державних музеїв, училище мистецтв і культури імені Д. Бортнянського, обласний центр народної творчості [3]. Проблемами в культурній підсистемі є недостатній рівень фінансування галузі: 11 закладів культурної сфери зараз в аварійному стані, 230 — вимагають капітального ремонту; в осінньо-зимовий період опалюється лише 83 % закладів; неповні тарифні ставки одержують 1210 працівників культурних закладів, з них 343 особи відповідно до нормативів потребують переведення на повні ставки. Перспективами для подальшого розвитку слугують: зберігається належна мережа об'єктів масових закладів культури для задоволення потреб людей, але існуюча інфраструктура об'єктів в сільській місцевості потребує певного фінансування з місцевих бюджетів (ремонт, модернізація та належна заробітна плата).

Інфраструктура займає провідне місце в економічному розвитку, так як вона тісно пов'язана зі станом продуктивних сил і територіальним поділом праці, вона впливає на

ефективність функціонування виробничої сфери. З одного боку інфраструктурне забезпечення економіки держави залежить від темпів модернізації, а з іншого належна інфраструктура гарантує економічне зростання. Зміни в інфраструктурі зумовлені специфікою регіонів і галузевих особливостей території і здійснюються відповідно до змін у виробничій сфері. Беручи до уваги, що інфраструктура істотно впливає на ефективність функціонування суб'єктів господарювання через участь виробничих та соціальних послуг у створенні споживної вартості і ціни продукту. Дані аспекти актуальні саме у регіональних системах господарювання.

Створення привабливого інвестиційного клімату, як в цілому в державі, так і в регіонах, складне питання, яке необхідно вирішувати в комплексі соціально-економічних та політичних проблем. За результатами аналізу інвестиційної діяльності регіонів України по загальному рейтингу інвестиційної привабливості Сумщина займала 22 місце. Разом з тим, економічний потенціал області за обсягом промислового і сільськогосподарського виробництва, доходам та видаткам місцевих бюджетів та інших економічних показниках відносить Сумську область в так звану групу «основного масиву» — на 13 місце.

В процесі проведеного дослідження було здійснено:

- аналіз сучасного стану основних складових інфраструктурного комплексу Сумського регіону, а саме: транспортної підсистеми, підсистеми зв’язку, екологічної підсистеми, рекреаційної підсистеми, підсистеми житлово-комунального господарства, освітньої підсистеми, медичної та культурної підсистеми;
- виявлено ряд проблем та загроз для нормального функціонування інфраструктури;
- дано характеристику перспектив розвитку складових інфраструктури Сумської області та запропоновані заходи, які дозволяють покращити стан певних складових інфраструктури.

Можна зробити висновок, що практично в кожному регіону нашої країни всі складові інфраструктури знаходяться в неналежному стані. Особливо це стосується транспортної підсистеми, основними проблемами якої є: нездовільний стан доріг, високий рівень морального та фізичного зносу матеріально-технічної бази, не відповідає сучасним вимогам. Основними проблемами підсистеми зв’язку виступає зношеність основних фондів, а також недостатній рівень покриття мережею Інтернет в певних областях, особливо в сільській місцевості. Проблемами екологічної підсистеми є не достатній контроль за дотриманням нормативів викидів найбільшими вже існуючими промисловими забруднювачами, а також відсутній постійний облік відходів; не завжди дотримання санітарно-епідеміологічних норм при будівництві нових об’єктів, а також належна фінансова підтримка заходів направлених на покращення навколишнього природного середовища. Що стосується підсистеми житлово-комунального господарства то проблеми, що гальмують її нормальний розвиток є недостатній рівень фінансування даної галузі, що унеможливлює використання сучасних технологій у процесі роботи. Освітня, медична та культурна підсистема мають схожі проблеми, такі як недофінансування даних галузей, брак висококваліфікованих кадрів, низька обізнаність населення стосовно послуг, які надають ці підсистеми та ін. Розвиток підсистеми соціального забезпечення гальмує роздроблення фінансових ресурсів на здійснення пільгових виплат в незначних розмірах великій кількості пільговиків, враховуючи при цьому матеріальні затрати на здійснення нарахування та перерахування пільг.

Загальною тенденцією проведених у регіонах досліджень є визначення необхідності впровадження партнерських зasad у процес розвитку регіональної інфраструктури, що насамперед має реалізовуватись через механізми співробітництва із залученням різних джерел фінансування. У контексті реформи місцевого самоврядування та тери-

торіальної організації влади в Україні найбільша увага у стратегіях регіонального розвитку щодо стану та перспектив функціонування місцевої інфраструктури має зосереджуватись на освітній, медичній, культурній складовій та підсистемі соціального забезпечення. В сучасних умовах реформування державної регіональної політики відбувається перегляд стратегічних зasad розвитку регіонів. Розробка нових стратегій регіонального розвитку на відміну від існуючих на даний час має ґрунтуватись на реалістичності їх інвестиційної складової, а також поєднання різних фінансових механізмів є реальним шляхом посилення конкурентоспроможності економіки держави та її регіонів, підвищення рівня добробуту населення та сприяння інтегрованості її простору.

#### **Література**

1. Ахматова М. В. Теоретические модели конкурентоспособности [Текст] / М. В. Ахматова // Маркетинг. — 2013. — № 4. — С. 25–38.
2. Джаман М. О. Теорія економіки регіонів [Текст] : навч. посіб. / М. О. Джаман. — К. : Центр учебової літератури, 2014. — 384 с.
3. Інвестиційне забезпечення соціально-економічного розвитку Сумщини [Текст] : моногр. / За заг. редакцією д-ра екон. наук А. О. Єспіфанова та д-ра екон. наук Т. А. Васильєвої; [А. О. Єспіфанов, Т. А. Васильєва, С. В. Леонов та ін.]. — Суми : ДВНЗ «УАБС НБУ», 2011. — 125 с.
4. Козлов В. С. Діагностика та оцінка сегментів транспортного потенціалу регіону [Текст] / В. С. Козлов // Економіка розвитку. — 2013. — № 4. — С. 27–32.
5. Кондратьев В. Б. Инфраструктура как фактор экономического роста [Текст] / В. Б. Кондратьев // Российское предпринимательство. — 2010. — № 11. — Вып. 2 (171). — С. 29–36.
6. Нехайчук Д. В. Розбудова інвестиційно-фінансової інфраструктури регіонів: теорія, методологія, практика [Текст] : моногр. / Д. В. Нехайчук. — Сімферополь : ТАРПАН. — 2014. — 360 с.
7. Сотниченко Л. Л. Обґрунтування впливу інфраструктурного забезпечення на формування конкурентоспроможності регіону [Текст] / Л. Л. Сотниченко // Інвестиції: практика та досвід. — 2014. — № 20. — С. 33–40.
8. Сумська область [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.rada.com.ua/ukr/RegionsPotential/Sumy/> (дата звернення 19.12.2016).
9. Яковлева С. И. Функциональное определение инфраструктуры в региональных науках [Текст] / С. И. Яковлева // Регионология. — 4/2001–1/2002. — С. 256–263.

*Самодай В. П.*

## **ОСОБЕННОСТИ РЕГИОНАЛЬНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ СУМСКОЙ ОБЛАСТИ**

*В статье раскрыта сущность региональной инфраструктуры, рассмотрено особенности инфраструктуры Сумской области, а также выделено приоритетные направления развития этой составляющей экономики региона.*

*Ключевые слова:* региональная инфраструктура, экономика, ресурсы, инвестиции, подсистема, развитие.

*Samoday V. P.*

## **FEATURES OF REGIONAL INFRASTRUCTURE SUMY REGION**

*The article reveals the essence of the regional infrastructure, especially infrastructure considered Sumy region, as well as priority directions of development of this part of the region's economy.*

*Keywords:* regional infrastructure, economy, resources, investments, subsystem development.

*Розділ 2.*  
**ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ТУРИЗМОЛОГІЇ**

УДК 338.48-6:37+330.341.4

Бочан І. О., д. е. н. професор,  
ректор Львівського інституту економіки і туризму

**ТУРИСТИЧНА ОСВІТА В УМОВАХ СУЧASNIX  
СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ ВИКЛИКІВ**

*У статті охарактеризовано тенденції розвитку туристичної освіти в Україні. Окреслено особливості становлення індустрії туризму в контексті соціально-економічних викликів сучасності. Проаналізовано законодавчо-нормативну базу підготовки фахівців за спеціальностями «Туризм», «Готельно-ресторанна справа». Охарактеризовано сучасні компетентнісні підходи до підготовки висококваліфікованих фахівців та проаналізовано сучасні системи оцінювання результатів навчання.*

*Ключові слова:* туристична освіта, туризм, Болонський процес, проект TUNING, професійні компетентності, фахівець, якість вищої освіти.

Ми живемо в єдиному глобалізованому світі, який зароджує якісно нові принципи організації економічного і соціального життя. Туризм — одне з важливих соціально-економічних явищ сучасності, що підпорядковане дії об'єктивних законів розвитку людського суспільства.

За прогнозами ВТО (Всесвітньої туристичної організації) основними чинниками розвитку туризму у ХХІ столітті будуть:

- розвиток науково-технічного прогресу;
- підвищення якості життя і добробуту людей;
- збільшення тривалості вільного часу;
- покращення навколишнього середовища;
- мир і спокій між народами і країнами тощо.

Туризм є однією із найбільш високодохідних галузей світової економіки, що інтенсивно розвивається. За інформацією ВТО (ЮНВТО) за останні п'ять років щорічно міжнародний туристичний потік зростав на 3,8–5 %, що вище середньорічних темпів зростання світової економіки, які становили 2,2 %. У 2030 р. чисельність туристів у світі буде становити 1809 млн. осіб, а надходження від туризму — 1,9 трлн. дол. США [1, 76–77].

Туризм посідає друге місце у світовій економіці після комп'ютерної та електронної промисловості. На частку туризму припадає близько 10–12 % світового валового національного продукту, 7 % світових інвестицій, кожне 16-те робоче місце, 30–35 % світової торгівлі послугами [3]. Це найдинамічніша галузь сфери послуг.

Україна має значний туристичний та рекреаційний потенціал: вигідне географічне розташування у центрі Європи, сприятливі кліматичні умови, як рівнинні, так і гірські ландшафти, багатство флори і фауни та достатньо розвинену мережу наземних і водних шляхів, що створює передумови стати туристичною дестинацією європейського і світового значення.

Розширення туристичної діяльності і його стійкий розвиток можливі лише при наявності відповідних ресурсів та умов (природно-географічних, історико-культурних,

соціально-економічних, політичних, демографічних), які склалися у суспільстві, та фактів, що їх зумовлюють. Серед них найважливішим є людський ресурс, що володіє високою професійною кваліфікацією, компетенцією і філософією туристичного бізнесу.

Згідно з Принципом IX Гаазької декларації по туризму «... якість туризму залежить від якості наданих послуг...», які можуть надати професіонали з туризму, підготовку котрих вже більше як 12 років здійснює наш державний Львівський інститут економіки і туризму, нині провідний з розвитку науки про туризм та підготовки фахівців з конкурентними перевагами по фаховому володінню іноземними мовами та інформаційними технологіями.

За позитивної тенденції зростання частки послуг у сфері світової та вітчизняної економіки, це є потужним мотивом навчання в інституті задля успішного працевлаштування у туристичній індустрії. Досвід туристичної діяльності підтверджує, що більша половина дохідності у туристичному бізнесі залежить від висококваліфікованого персоналу.

Україна прагне бути європейською державою, тому модернізація її системи вищої освіти має відбуватися в межах Болонського процесу, метою якого є створення європейського простору вищої освіти. Досягнення мети Болонського процесу — це підвищення можливостей випускників ВНЗ європейських країн до працевлаштування через їх здатність виконувати завдання та обов'язки певної роботи у відповідності до їх професійних компетентностей.

Компетентність — це здатність застосовувати набуті знання, вміння, навички, способи діяльності, власний досвід у нестандартних ситуаціях з метою розв'язання певних життєво важливих проблем.

Вирішення завдань Болонського процесу можливе лише за умов використання стандартів вищої освіти, що ґрунтуються на вимогах документів Європейської системи праці. У зв'язку з прийняттям нової редакції Закону України «Про вищу освіту» (2014 р.), оновленням нормативної бази (Переліку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюються підготовка здобувачів вищої освіти (2015 р.); Методичних рекомендацій щодо розроблення стандартів вищої освіти (2016 р.)), ця проблема у нас є дуже актуальною. В розробці попередніх стандартів із спеціальностей «Туризм», «Готельно-ресторанна справа» наш ЛІЕТ брав участь, як автор при МОН України.

Стандарт вищої освіти нового покоління повинен характеризувати лаконізм, досягнутий за рахунок визначення змісту освіти у вигляді компетентностей випускників та відповідних результатів навчання. За теперішніх умов зміст навчання стандартом не регламентується, його мають визначити вищі навчальні заклади самостійно в освітніх програмах за кожним рівнем вищої освіти.

В центрі діяльності ВНЗ є забезпечення якості вищої освіти і якість конкурентоспроможного випускника. Сукупність якостей випускника відображає її професійну компетентність, ціннісну орієнтацію, соціальну спрямованість і обумовлює здатність задовольняти як особисті, духовні й матеріальні потреби, так і потреби суспільства.

Філософія вимог до фахівця за компетентнісним підходом закладена в основу Болонського процесу за міжнародним проектом Європейської комісії «Гармонізація освітніх структур в Європі» (Tuning Educational Structures in Europe, TUNING).

Нам відомо, що на шляху до європейської інтеграції не ставиться за мету копіювання досвіду щодо забезпечення якості вищої освіти (Єреванська конференція, травень 2015 р. — з питань стандартів та рекомендацій щодо якості вищої освіти). Залишається гасло «Єдність у різноманітностях!» Важливіше виробити єдину методологію.

Корисно нам поглянути на приклад Кембриджського університету, який не наслідує підходи проекту Tuning щодо розроблення компетентностей і дотримується власної системи оцінювання результатів навчання (табл. 1).

Таблиця 1

**Порівняльна характеристика загальних компетентностей  
Кембриджського університету та проекту Tuning [2, с. 45–46]**

Система ключових навичок (key skills) Кембриджського університету	Перелік загальних компетентностей проекту Tuning, які розробники Методичних рекомендацій НМР МОН України обрали за основу для проектування стандартів
<p><b>1. Міждисциплінарні програмні навички</b> Інтелектуальні навички (критичні, аналітичні, синтетичні, навички розв'язання проблем). Комуникативні навички (письмо, говоріння, невербальне спілкування, академічне спілкування та активне слухання). Міжособистісні навички (навички працювати з іншими або мотивувати інших, гнучкість, адаптивність). Організаторські навички (навички самостійно працювати, володіти ініціативою, розраховувати час і фінанси, врівноважене поєднання академічних і соціальних контактів).</p> <p><b>2. Міждисциплінарні позапрограмні вміння (волонтерське навчання, позапрограмова діяльність або досвід роботи)</b> Комп'ютерна грамотність (навички персонального користувача ЕОМ, працювати у програмі EXCEL, використовувати презентаційні програми, зокрема Power Point, користуватися Інтернетом для досліджень, електронною поштою для академічних і професійних цілей). Дослідницькі навички (навички працювати з першоджерелами, аналізувати дані, будувати наукову роботу, навички критичного аналізу). Математичні навички (рудиментне знання з математики). Навички використовувати іноземну мову</p>	<p>1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>2. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>3. Здатність планувати та управляти часом.</p> <p>4. Знання та розуміння предметної галузі та розуміння професійної діяльності.</p> <p>5. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.</p> <p>6. Здатність спілкуватися іноземною мовою.</p> <p>7. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p>8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.</p> <p>9. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.</p> <p>10. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.</p> <p>11. Здатність бути критичним і самокритичним.</p> <p>12. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.</p> <p>13. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).</p> <p>14. Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми.</p> <p>15. Здатність приймати обґрунтовані рішення.</p> <p>16. Здатність працювати в команді.</p> <p>17. Навички міжособистісної взаємодії.</p> <p>18. Здатність мотивувати людей та рухатися до спільноНої мети.</p> <p>19. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня.</p> <p>20. Цінування та повага до різноманітності та мультикультурності.</p> <p>21. Здатність працювати в міжнародному контексті.</p> <p>22. Здатність працювати автономно.</p> <p>23. Здатність розробляти та управляти проектами.</p> <p>24. Навики здійснення безпечної діяльності.</p> <p>25. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.</p> <p>26. Здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів).</p> <p>27. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.</p> <p>28. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.</p> <p>29. Прагнення до збереження навколошнього середовища.</p> <p>30. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.</p> <p>31. Здатність усвідомлювати рівні можливості та гендерні проблеми.</p>

На нашу думку, запропонований проектом TUNING перелік загальних компетентностей, який береться за основу МОН України є недосконалім, особливо його абстрактність та неконкретність, що не дасть можливість їх перевірити, тим більше оцінити. На

нашу думку, компетентність має бути цілісною, логічною, зрозумілою і такою, що забезпечує вагомий результат і може бути вимірюною та реалізованою за змістом конкретної навчальної дисципліни чи за певною освітньо-професійною чи освітньо-науковою програмою.

Визначальною ознакою компетентнісного підходу в освіті є спрямованість на досягнення заданих результатів. В основу яких спрямовано діяльність за Арістотелем, що «Благо всюди і повсякчас» залежить від дотримання двох умов:

- правильно встановленої (визначененої) кінцевої мети будь-якої діяльності;
- відповідних заходів, які ведуть до неї.

Правильне визначення компетентностей і результатів навчання засвідчує реалістичність навчальної програми. Первінною ознакою якості діяльності викладача є успішна реалізація навчальної програми викладачем і студентом. Кожен викладач в інституті має знати структуру інноваційної моделі (дерево фаху) підготовки фахівців за кожною спеціальністю. Вміти мотивувати зміст свого предмету, формувати компетенцію для майбутнього успіху у професійній діяльності.

Після реалізації навчальної програми викладач проводить публічну презентацію сформованих компетентній і наданих освітніх послуг студентам, а зі сторони споживачів цих послуг (студентів) доводяться результати соціологічного опитування досягнутих результатів «очима студентів».

На п'ятому магістерському рівні навчальні заняття проводяться за інтегрованими інноваційними технологіями у формі круглих столів, наукових семінарів, конкурсів, ділових ігор.

Сучасні глобалізаційні виклики вимагають серйозних змін у підходах до навчання, структури і змісту навчального процесу, мотивації навчання студентів. Вивчаючи досвід європейського співтовариства нас цікавить механізм участі студентів і викладачів у програмах мобільності, можливості навчатися за програмами подвійних дипломів. Ми би хотіли бачити нашими партнерами у цій діяльності вищі навчальні заклади із Польщі. Серед переваг викладачі і студенти більше відкриють для себе Польщу — країну Європейського Союзу. Через ефективну наукову діяльність ми хочемо брати участь із польськими вищими закладами-партнерами у міжнародних грантових програмах. Без цієї діяльності у майбутньому не зможе успішно розвиватися жоден ВНЗ України.

### **Література**

1. Босовська М. В. Інтеграційні процеси в туризмі [Текст] : моногр. — К. : КНТЕУ, 2015. — 832 с.
2. Вітченко А. Стандартизація вищої освіти в Україні: стан, проблеми, перспективи вдосконалення [Текст] // Вища школа : наук.-практ. видання. — Київ : Знання, 2016. — № 9 (146). — С. 36–56.
3. Стан і прогноз розвитку міжнародного туризму [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <https://kommersant.ua/docn.html8solocld=12299238cissuelid>

*Бочан І. О.*

## **ТУРИСТИЧЕСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННЫХ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ВЫЗОВОВ**

*В статье охарактеризованы тенденции развития туристического образования в Украине. Определены особенности становления индустрии туризма в контексте социально-экономических вызовов современности. Проанализирована законодательно-нормативная база подготовки специалистов по специальностям «Туризм», «Гостинично-ресторанное дело». Охарактеризованы современные компетентностные подходы к подготовке высококвалифицированных специалистов и проанализированы современные системы оценивания результатов обучения.*

*Ключевые слова: туристическое образование, туризм, Болонский процесс, проект TUNING, профессиональные компетентности, специалист, качество высшего образования.*

Bochan I. O.

## **TOURIST EDUCATION IN THE CONDITIONS OF TODAY SOCIAL AND ECONOMIC CHALLENGES**

*The trends in the development of tourism education in Ukraine are described in the paper. The peculiarities of the tourism industry in the context of social and economic challenges of our time are outlined. The legal and regulatory basis of training the specialists in specialties of «Tourism», «Hotel and restaurant business» is analyzed. Modern competence approaches to training the highly qualified specialists are characterized and the current systems of assessment of learning results are analyzed.*

*Keywords:* tourism education, tourism, Bologna process, TUNING project, professional competences, specialist, quality of higher education.

УДК 379.85:338.48(477)

Гальків Любов Іванівна, д. е. н., професор,  
 Кулинський Ігор Ярославович, к. е. н., доцент,  
 Національний університет «Львівська політехніка»

## ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ОСВІТНЬОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

*У статті за даними електронного ресурсу вітчизняних наукових періодичних видань Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського виокремлено основні напрями досліджень освітнього туризму. Обґрунтовано доцільність оцінювання його сучасного стану розвитку в Україні. Здійснено аналітичний огляд та наведено порівняльний аналіз динаміки розподілу туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, за службовою, діловою та навчальною метою поїздки. Наголошено на чинниках, які сприяють поживленню розвитку освітнього туризму в Україні.*

**Ключові слова:** освітній туризм, суб'єкти туристичної діяльності, людський капітал, туристичні потоки, експорт освітніх послуг.

Сучасний етап розвитку України проходить під впливом впровадження в економічних та соціальних сферах життя суспільства реформ, маркером котрих є поступ країни на засадах усебічної збалансованості, коеволюційності, зорієнтованості на цінності й практики провідних країн світу. Так, Указом Президента України від 12.01.2015 р. № 5/2015 схвалено Стратегію сталого розвитку «Україна–2020» [1], мета якої полягає у втіленні європейських стандартів життя у нашій країні та зміцнення її позиції на світовій арені. Задля цього рух уперед здійснюватиметься за чотирма векторами: розвитку, безпеки, відповідальності, гордості. У рамках названих векторів руху передбачена реалізація 62 реформ та програм розвитку держави, зокрема і Програми розвитку туризму.

Парадигма сталості індустрії туризму передбачає гармонізацію бізнес-процесів її суб'єктів із суспільними процесами екологічно-, соціо-, культурно- і економічного характеру. Себто, сталою вважається така діяльність на ринку туристичних послуг, яка має позитивний вплив на суспільство, інтегруючи синергію екології, економіки і соціо-культурного розвитку й вибудовуючи стратегію попередження втрат ресурсів, на яких базується індустрія туризму.

Погляди наукових шкіл ХХІ ст. сходяться на визнанні продуктивних спроможностей людини у якості ключового ресурсу всіх суспільних систем. Відтак, людський капітал — набір здібностей, навичок, задатків людини, розвиток яких вимагав певних затрат, і які у процесі використання дозволяють людині отримувати дохід, величина якого залежить від можливостей суспільства у конкретних просторово-часових умовах [2, 23] — позиціонується як наріжний камінь та активатор розвитку суспільства. Якісні параметри людського капіталу особистості формуються у процесі навчання. З огляду на це, особливої актуальності набувають наукові розвідки урізноманітнених форм освітньої діяльності. Окрім іншого, уваги потребує дослідження освітнього туризму (ОТ), отримувачі послуг якого акумулюють ефекти поєднання навчання з відпочинком.

Новітні результати досліджень провідних наукових шкіл України знаходять своє відображення у періодичних фахових виданнях. Станом на 1 березня 2017 р. за пошуковим запитом «освітній туризм» веб-портал наукової періодики Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського видав лише чотири позиції: у [3] досліджується культурно-освітній потенціал етнотуризму; у [4] — термінологія ОТ в українській, російській і німецькій мовах; у [5] — ОТ як історико-культурне явище; у [6] — специфіка ОТ в Австралії. Використання цього ж пошукового запиту в інших відмінках показало, що

тематика ОТ також розглядалася з позицій його педагогічного потенціалу (симбіоз мотиваційних та інтелектуально-творчих характеристик особистості, які сприяють її реалізації як в соціальній так і професійній сферах) [7]; тенденцій ОТ серед студентства в умовах інтернаціоналізації освіти [8], можливостей і форми ОТ у розвитку професійних компетентностей менеджера [9]. Змістовний аналіз сутнісного наповнення доступної бази статей на досліджуваному сайті виявив, що недостатньо представлені аналітичні огляди сучасного стану розвитку ОТ в Україні.

Мета статті полягає в аналізуванні структурно-динамічних параметрів розвитку ОТ в Україні та окресленні передумов його активізації.

Освітній туризм поєднує туристичні й освітні послуги. Виходячи із домінуючої позиції однієї з цих послуг, виділяють два основних сегменти ринку (рис.1). У сегменті «Education First» переважає освітня (навчальна) складова подорожі, у сегменті «Tourism First» — відпочинково-розважальна складова.

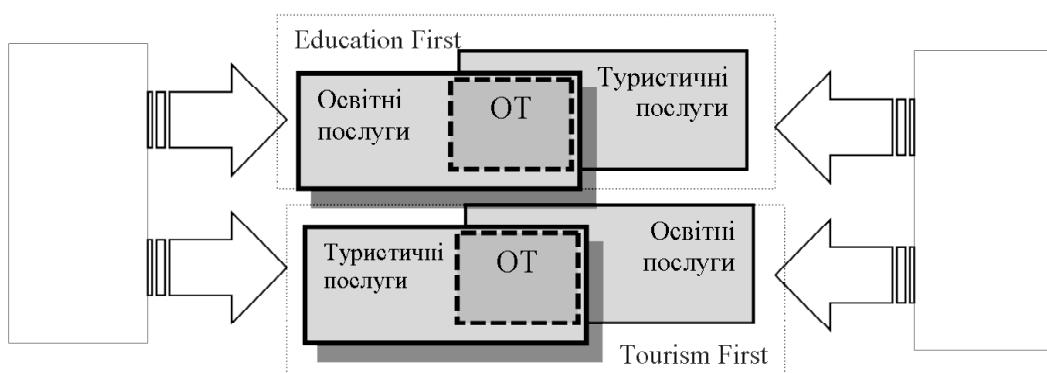


Рис. 1. Концептуалізація ОТ на основі сегментування ринку освітніх і туристичних послуг ( побудовано авторами за [11])

Розглядаючи ОТ з позиції сегменту «Education First», виділимо найбільш популярні види подорожей: навчальні поїздки з метою опанування загальноосвітніх чи спеціальних предметів; ознайомлювальні поїздки до установ, організацій, підприємств; наукові і навчальні стажування; участь в семінарах, конференціях, з'їздах, конгресах, творчих майстернях і майстер-класах, метою яких є обмін досвідом і отримання нової професійно важливої інформації [10, 148].

Окрему нішу серед напрямів ОТ посідає мовний. Зазвичай він передбачає вивчення іноземної мови у автентичному середовищі за межами країни. Кращі мовні школи, які спрямовані на вивчення англійської мови, знаходяться в Великій Британії, США, Канаді, Новій Зеландії та на Мальті. В останні роки географія подорожей з метою вивчення/удосконалення мов доповнилися новими напрямами — австралійським, малайзійським, новозеландським.

Представники бізнес-середовища орієнтуються на туристичні продукти, які уможливлюють набуття нового досвіду підприємницької діяльності чи вдосконалення способів господарювання. Найчастіше обираються тренінги, що дають змогу опанувати сучасними методиками роботи з людьми чи самоорганізації. Це тайм-менеджмент, керування в стресових умовах, використання емоційної складової в роботі з людьми, ефективна комунікація, делегування обов'язків [9, 92].

Освітня діяльність трансформується в ОТ за умови організовування турів, які диференціюються на загальноосвітні (здійснюються шляхом застосування інтерактивних форм і видів пізнавальної діяльності, які поєднуються з відпочинком), професійно-

орієнтовані (спрямовується на досягнення професійного/розвиваючого завдання, без отримання прибутку в місці перебування), спортивно-орієнтовані (орієнтується на досягнення компетентностей в ігрових видах спорту). З огляду на це видається не зовсім логічним віднесення Л. Устименко [5, 104] до форм ОТ заочних екскурсій.

Державна служба статистики України у складі туристичних потоків за метою поїздки окремо не виділяє освітньої складової, а включає її у групу, яка містить також службові і ділові поїздки (табл. 1). В Україні цей вид туризму на другому місці за популярністю, перевищуючи за кількістю туристів сумарну величину лікувального, спортивного, спеціалізованого, іншого різновидів. Натомість він суттєво відстает від туризму, метою якого є дозвілля та відпочинок (9,1 % проти 84,3 % у 2015 р.)

**Таблиця 1**  
**Розподіл туристів в Україні за метою поїздки у 2015 р.**

Показники	Обслуговано туристів залежно від мети поїздки					
	службова, ділова, навчання	дозвілля, відпочинок	лікування	спортивний туризм	спеціалі- зований туризм	інші
Обслуговано туристів туроператорами та турагентами — юридичними особами, осіб	178 832	1 510 668	29 865	2019	1174	92 269
Структура обслугованих туристів юридичними особами, %	9,9	83,2	1,6	0,1	0,1	5,1
Обслуговано туристів турагентами — фізичними особами-підприємцями, осіб	4824	192 272	6574	837	51	191
Структура обслугованих туристів фізичними особами-підприємцями, %	2,4	93,9	3,2	0,4	0,0	0,1
Разом обслугованих туристів, осіб	183 656	1 702 940	36 439	2856	1225	92 460
Структура обслугованих туристів, %	9,1	84,3	1,8	0,1	0,1	4,6

Джерело: складено за [12]

Упродовж 2011–2015 рр. спостерігається тенденційне зростання частки туристів за службовою, діловою та навчальною метою поїздки (табл. 2). Для юридичних осіб приріст загалом склав 4,9 в.п., у т.ч. для групи туроператорів — 5,8 в.п., турагентів — 3,3 в.п., а для фізичних осіб-підприємців — 1,6 в.п.

Серед підприємницьких структур домінують юридичні особи. За показником кількості туристів їх випередження щодо фізичних осіб-підприємців складало: 2011 р. — 38,3 раза; 2012 р. — 76,8 раза; 2013 р. — 48,4 раза; 2014 р. — 80,8 раза; 2015 р. — 37,1 раза. Відповідно частка юридичних осіб на ринку такого роду туристичних послуг перевищувала частку фізичних осіб-підприємців (2011 р. — 2,4 в.п.; 2012 р. — 6,8 в.п.; 2013 р. — 5,4 в.п.; 2014 р. — 3,2 в.п.; 2015 р. — 7,6 в.п.). Приріст за період 2011-2015 рр. загальної кількості туристів на 89,5 % зумовлений внутрішнім потоком. Кількість іноземців, що подорожували у службових, ділових та навчальних цілях й скористалися послугами вітчизняних туроператорів, турагентів і фізичних осіб-підприємців скоротилася на 49,7 %, 66,1 % і 87,5 % відповідно. Натомість виїзний потік цього виду туризму за досліджуваний період по юридичних особах збільшився у 3,5 раза (у тому числі по туроператорах — у 4,5 раза, по турагентах — у 2,3 раза), на тлі скорочення по фізичних особах-підприємцях — на 21,5 %. У межах ж країни українці за службовою, діловою та навчальною метою поїздки збільшили кількість придбаних турів на 53,9 % у юридичних осіб (у тому числі в туроператорів — на 40,5 % в турагентів — на 104,1 %), у фізичних осіб-підприємців — у 2,6 раза.

*Таблиця 2*  
**Кількість та частка туристів за службовою, діловою та навчальною метою позиції, обслугованих туроператорами та турагентами України протягом 2011–2015 рр.**

Показники	2011		2012		2013		2014		2015	
	кількість турристів, осіб	до загальної кількості, %								
<i><b>Юридичні особи</b></i>										
Усього обслуговано	94 469	5,0	186 050	6,9	192 873	6,3	147 488	6,7	178 832	9,9
турристів	69 148	5,1	122 892	5,9	125 977	5,3	68 918	4,2	125 449	10,9
туроператорами	25 321	4,7	63 158	10,3	66 896	9,7	78 570	13,7	53 383	8,0
турагентами	3	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
з них	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
в'їзних (іноземних) туристів	4641	2,0	11 446	4,4	7614	3,4	3719	22,4	2195	15,1
у тому числі обслуговано	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
туроператорами	3 786	1,8	6621	2,8	5174	3,1	1050	8,4	1905	18,1
турагентами	855	5,2	4825	16,1	2440	4,5	2669	64,8	290	7,3
військових туристів	19 829	1,8	27 540	1,6	57 368	2,5	70 590	3,7	68 905	4,6
у тому числі обслуговано	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
туроператорами	10 160	1,5	15 499	1,1	29 563	1,6	36 504	2,5	46 009	5,0
турагентами	9 669	2,4	12 041	2,9	27 805	6,0	34 086	7,2	22 896	4,0
внутрішніх туристів	69 999	12,3	147 064	22,9	127 891	22,2	73 179	26,6	107 732	35,7
у тому числі обслуговано	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
туроператорами	55 202	12,2	100 772	21,5	91 240	22,7	31 364	17,2	77 535	35,4
турагентами	14 797	12,7	46 292	26,5	36 651	21,1	41 815	45,4	30 197	36,5
<i><b>Фізичні особи-підприємства</b></i>										
Усього обслуговано	2466	0,8	2424	0,8	3949	1,0	1825	0,9	4324	2,4
турристів турагентами	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
з них	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
в'їзних (іноземних) туристів	112	2,6	6	0,1	101	0,9	16	3,5	14	2,3
військових туристів	920	0,6	1764	1,0	3134	1,3	1030	0,6	722	0,5
внутрішніх туристів	1434	1,0	654	0,5	714	0,6	779	1,6	4088	7,4

Джерело: складено за [12]

Серед областей України найбільша частка обслугованих туристів у 2015 р. за службовою, діловою та навчальною метою поїздки припадала на м. Київ (95,0 %), Одеську (2,3 %), Сумську (0,9 %), Херсонську (0,5 %), Чернівецьку (0,4 %), Запорізьку (0,3 %) та Львівську області (0,2 %).

Зміни у функціонуванні освітньої, наукової та науково-технічної системи відбулись із прийняттям Законів України «Про вищу освіту» (від 01.07.2014 р.) та «Про наукову і науково-технічну діяльність» (від 26.11.2015 р.), що стало одним з кatalізаторів формування сприятливого середовища у зазначеній сфері. Крім цього, варто зазначити й інші чинники, які сприяють пожвавленню розвитку освітнього туризму в Україні:

- посилення міжнародних зв'язків, зокрема розвиток партнерських взаємовідносин між Європейським Союзом та Україною;
- участь України у європейських освітніх програмах обмінів студентів, викладачів та науковців;
- підвищення доступності та збільшення можливостей для навчання, проходження стажування чи викладання в інших країнах;
- посилення фінансування науки та інновацій в рамках наукових програм Європейського Союзу;
- розширення участі вітчизняних науково-дослідних інститутів та університетів у європейських наукових дослідженнях;
- адаптація навчальних програм ВНЗ до міжнародних стандартів та нових викликів часу;
- активізація вивчення громадянами (зокрема, студентами та науковцями) англійської мови як мови міжнародного спілкування.

В Україні досить багато міжнародних організацій здійснюють активну діяльність у сфері освіти (наприклад, ENACTUC, Edu Active, CFA тощо). У 2014–2020 роках у Євросоюзі діятиме програма Erasmus+. Еразмус (англ. Erasmus) — програма обмінів студентів, викладачів та науковців країн-членів Євросоюзу, а також Ісландії, Ліхтенштейну, Македонії, Норвегії, Туреччини. Вона поєднує сім діючих європейських програм у сфері освіти, науки та спорту, зокрема й Erasmus та Erasmus Mundus. У рамках Erasmus+ надаються стипендії з метою фінансування для забезпечення більш активної мобільності, міжнародних партнерств та спільних науково-дослідних проектів, а також для розширення можливостей та розвитку кадрів у країнах-партнерах по всьому світу [13]. Упродовж останніх років вітчизняна система освіти суттєво змінює свій стандартний вигляд. Щораз більше уваги приділяється самоосвіті, серед продуcentів освітніх послуг посилюється конкуренція, реалізуються міжнародні освітні проекти, поширюється освітня мобільність. Такі трансформації сприяють укріпленню позиції України на світовому ринку, зростання економіки.

Підставою для нарощення в'їзного потоку ОТ слугує той факт, що в Україні збереглися традиції, сформовано кадрове забезпечення, відпрацьовані методики й здійснюються навчання іноземців (табл. 3). Потенціал вітчизняних ВНЗ у цьому руслі можна використовувати для опанування туристами з-за кордону спеціальних дисциплін, проходження наукових стажувань та участі в освітніх заходах. Розвиток таких практик буде корисним і для внутрішніх туристів.

Освітні тури в Україні також варто розвивати у рекреаційних зонах, привабливі природно-кліматичні умови та розвинута туристична інфраструктура яких слугуватимуть додатковим стимулом для «притягування» туристів. В етнографічних центрах — Бойківщині, Буковині, Гуцульщині, Поліссі та ін. — варто розвивати туристичні послуги, які охоплюють майстер-класи, вивчення технологій виготовлення сувенірів, побутових

Таблиця 3  
Навчання іноземних студентів у ВНЗ України на початок навчального року, осіб

Навчальний рік	Коледжі, технікуми, училища			Університети, академії, інститути			Усього		
	Усього навча-стися	Прийнято на початковий цикл навчання	Випущено після завершення повного циклу навчання	Усього навча-стися	Прийнято на початковий цикл навчання	Випущено після завершення повного циклу навчання	Усього навча-стися	Прийнято на початковий цикл навчання	Випущено після завершення повного циклу навчання
2012/2013	110	35	23	48 934	9281	7628	49 044	9316	7651
2013/2014	165	88	21	59 226	11270	8442	59 391	11358	8463
2014/2015	122	38	54	56 811	6908	7133	56 933	6946	7187
2015/2016	121	27	38	53 372	5522	8454	53 493	5549	8492
2016/2017	128	53	35	52 019	6698	10 038	52 147	6751	10 073

та культових речей. Осередки екологічного туризму також варто адаптувати для додаткового отримання освітніх послуг, адже етно- та екотуризм апріорі сприяють поширенню відповідних знань.

Підсумовуючи зауважимо, що соціально-економічне значення розвитку ОТ вічається підвищенні якості людського капіталу. Урізноманітнення видового складу, укорінення традицій, виокремлення усталених географічних локацій засвідчують доцільність розвитку освітнього сегменту туристичного ринку.

Дані ДССУ про подорожі з освітньою метою агреговані з даними про поїздки службового і ділового характеру. Цьому виду туризму в Україні притаманні: висока популярність (поступається лише подорожкам, мета яких дозвілля і відпочинок); домінантна позиція в отриманні турпослуг від юридичних осіб; висхідна тенденція частки туристів в загальному туристичному потоці; прискорене зростання потоку виїзного туризму на тлі повільнішого збільшення внутрішнього потоку і скорочення в'їзного потоку.

В Україні існують передумови для активізації ОТ, що пов'язані передусім з низкою інституційних змін міжнародного й національного характеру, а також з наявністю рекреаційних, інфраструктурних, навчально-методичних, трудових ресурсів.

У подальших наукових дослідженнях особливості ОТ в Україні доцільно аналізувати у регіональному звізі.

### Література

1. Про Стратегію сталого розвитку «Україна–2020» : Указ Президента України № 5/2015 від 12 січня 2015 р. [Електронний ресурс]. — <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/5/2015>.
2. Гальків Л. І. Оцінка втрат людського капіталу: теорія, методологія, практика [Текст] : монографія / Л. І. Гальків. — Львів : ІРД НАН України, 2011. — 444 с.
3. Устименко Л. М. Культурно-освітній потенціал етнографічного туризму [Текст] / Л. М. Устименко // Вісник Маріупольського державного університету. Сер. : Філософія, культурологія, соціологія. — 2012. — Вип. 4. — С. 90–96.
4. Ляховин О. Мовний, освітній і науковий туризм: формування розвиток термінології (на матеріалі української, російської і німецької мов) [Текст] / О. Ляховин // Вісник Львівського університету. Серія філологічна. — 2011. — Вип. 52. — С. 164–170.
5. Устименко Л. М. Освітній туризм як історико-культурне явище [Текст] / Л. М. Устименко / Культура і мистецтво у сучасному світі. — 2014. — Вип. 15. — С. 102–108.
6. Шилкіна А. О. Освітній туризм в Австралії [Текст] / А. О. Шилкіна // Географія та туризм. — 2010. — Вип. 8. — С. 76–82.

7. Дудка Т. Педагогічний потенціал освітнього туризму [Текст] / Т. Дудка // Вісник Інституту розвитку дитини. Сер. : Філософія, педагогіка, психологія. — 2014. — Вип. 33. — С. 81–87.
8. Ушенко Н. В. Тенденції студентського освітнього туризму в умовах інтернаціоналізації освіти [Текст] / Н. В. Ушенко // Держава та регіони. Серія : Економіка та підприємництво. — 2014. — № 5. — С. 141–147.
9. Міщук К. С. Можливості і форми освітнього туризму в розвитку професійних компетенцій менеджера [Текст] / К. С. Міщук, В. В. Стадник // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. — 2012. — № 4. — Т. 1. — С. 91–94.
10. Ткачук Л. М. Освітній туризм у світі й в Україні [Текст] / Л. М. Ткачук // Науковий вісник Інституту міжнародних відносин НАУ. Серія «Економіка, право, політологія, туризм». — 2010. — Т. 2, № 2. — С. 147–153.
11. Brent R., Cooper C., Carr N. Managing educational tourism Clevedon: Channel View Publications [Текст]. — CHANNELVIEW PUBLICATIONS, 2003. — 302 р.
12. Офіційний сайт Державної служби статистики України. Туристична діяльність в Україні [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
13. Офіційний сайт Erasmus+ [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <https://www.erasmusplus.org.uk>.

Гальків Л. І., Кулінняк І. Я.

## **ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНЫЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА В УКРАИНЕ**

*В статье по данным электронного ресурса отечественных научных периодических изданий Национальной библиотеки Украины им. В. И. Вернадского выделены основные направления исследований образовательного туризма. Обоснована целесообразность оценки его современного состояния развития в Украине. Осуществлен аналитический обзор и приведен сравнительный анализ динамики распределения туристов, обслуженных туроператорами и тур-агентами, по служебной, деловой и учебной целями поездки. Отмечено факторы, способствующие оживлению развития образовательного туризма в Украине.*

*Ключевые слова:* образовательный туризм, человеческий капитал, туристические потоки, экспорт образовательных услуг. субъекты туристической деятельности.

Halkiv L. I., Kulyniak I. Ya.

## **THEORETICAL AND APPLIED ASPECTS OF EDUCATIONAL TOURISM DEVELOPMENT IN UKRAINE**

*The article outlines the main research directions of educational tourism according to the electronic database of national scientific periodicals of the Vernadsky National Library of Ukraine. It substantiates the feasibility of evaluation of its current state of development in Ukraine. The article also makes analytical review and presents comparative analysis of the dynamics on distribution of tourists serviced by tour agents and tour operators for the official, business and educational purposes of trip. It emphasizes the factors that contribute to the expansion of educational tourism in Ukraine.*

*Keywords:* educational tourism, human capital, tourist flows, export of educational services, subjects of tourist activities.

*Розділ 3.*  
**СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ТА УПРАВЛІНСЬКІ ОСНОВИ  
ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

УДК 338.48(100):338.488

*Кушнірук Галина Володимирівна, к. е. н.,  
Косик Анастасія Юріївна, студентка,  
Львівський інститут економіки і туризму*

**ТЕНДЕНЦІЇ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ПОТОКІВ УКРАЇНИ  
НА МІЖНАРОДНОМУ ТУРИСТИЧНОМУ РИНКУ**

*Стаття присвячена актуальності та необхідності вивчення туристичних потоків як важливого індикатора розвитку туризму. Здійснено аналіз структури міжнародних туристичних потоків. Розглянуто основні тенденції формування туристичних потоків України на міжнародному туристичному ринку.*

*Ключові слова:* зарубіжний туризм, іноземний туризм, міжнародний туризм, міжнародний туристичний ринок, турист, туристичні потоки, структура.

Туризм сьогодні динамічно розвивається у складі галузей обслуговування і займає все більш помітне місце у світовій економіці за показником швидкості обігу капіталу, кількістю знятих, обсягом експорту послуг, є джерелом доходів для національних бюджетів. Перетворення України на туристичну державу світового значення вимагає забезпечення координації діяльності різних галузей економіки, від яких залежить якісне надання туристичних послуг, зокрема транспорту, торгівлі, виробництва сувенірної продукції, видавничо-рекламної діяльності.

Вигідне географічне розташування України, культурна та історична спадщина дають всі підстави для розвитку в'їзного та виїзного туризму. Адже в умовах глобалізації економічного, політичного, культурного та соціального просторів сучасної світової економіки міжнародний туризм є однією з найдохідніших та найдинамічніших галузей, що розвиваються.

Дослідження проблематики розвитку міжнародного туризму набули значної актуальності з другої половини ХХ — початку ХХІ ст. Проблеми міжнародного туризму досить глибоко досліджували такі російські та українські вчені, як Л. І. Гонтаржевська, А. Ліманський, Я. Ружковський, Г. А. Панірян, Л. Ф. Хадоркова, В. Ф. Кифяк, О. О. Бейдик, Л. П. Дядечко та інші.

Метою статті є дослідження місця України на міжнародному туристичному ринку та виокремлення перспектив розвитку міжнародного туризму. Зокрема, це дослідження присвячено визначеню основних тенденцій та особливостей формування міжнародних туристичних потоків.

У сучасному світі туризм — це явище, яке тісно пов’язане з історією, економікою, архітектурою, географією, медициною, спортом, культурою та іншими науками. Але жодна з них не може повністю охарактеризувати його як об’єкт власних досліджень, і жоден з існуючих соціально-економічних інститутів не в змозі самостійно розв’язати комплекс його проблем [2, 289].

Міжнародний туризм посідає вагоме місце у світовому господарстві та зовнішньоекономічних зв'язках. В його основі лежить задоволення постійних людських потреб до пізнання навколошнього світу.

На думку Гонтаржевської Л. І., туристичні операції є важливою складовою світової та національної економіки. Дедалі більша взаємозалежність країн, взаємопроникнення їх економічних інтересів, відкриття національних господарств зовнішньому світові сприяють інтенсивному розвитку міждержавних туристичних потоків, поглибленню міжнародного поділу праці на ринку послуг [3, 16].

Міжнародний туризм досяг нових висот у 2015р. За останні 15 років туристичні потоки у світі зросли майже в 1,6 рази, з 674 млн. осіб в 2000 р. до 1184 млн. осіб у 2015 р. (табл. 1).

Таблиця 1  
Динаміка розвитку міжнародного туризму за 2000–2015 pp.

Регіон	Кількість міжнародних туристів (прибуття), млн осіб.						Структура, %
	2000 р.	2005 р.	2010 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	
Світ, загалом	674	809	950	1088	1134	1184	100
у тому числі:							
Розвинені країни	420	466	513	585	619	643	54,7
Країни, що розвиваються	254	343	437	503	515	536	45,3
у тому числі за регіонами:							
Європа	386,6	453,2	489,4	566,8	580,3	609,1	51,4
в т. ч. Україна	6,4	17,6	21,2	24,6	12,7	12,4	1,1
Азія і Тихоокеанський регіон	110,4	154,0	205,5	249,9	264,4	277,0	23,4
Америка	128,2	133,3	150,2	167,6	181,7	190,7	16,1
Африка	26,2	34,8	50,4	54,7	54,9	53,1	4,5
Близький Схід	22,4	33,7	54,7	49,1	52,4	54,1	4,6

Джерело: [5]

За даними Всесвітньої туристичної організації, міжнародні туристичні потоки зросли на 4,4 %, порівняно з попереднім роком, і становили 1,184 млн. осіб. У 2014 р. темпи зростання світового ринку міжнародного туризму склали 4,2 %. Найбільша частка іноземних туристів припала на Європейський регіон і склала 51,4 %. У 2015 р. частка України у світовому ринку туристичних послуг займала близько 1,1 % натурального обсягу та продемонструвала падіння на 0,3 % порівняно з 2014 р., що було зумовлено кризовим станом країни.

Загальний приріст світового ринку туристичних послуг у натуральному вираженні за період 2000–2015 pp. склав 76 %. Причому змінився приріст потоку в'їзних туристів, як і в розвинених країнах, так і в країнах, що розвиваються, їх приріст склав відповідно 53,1 % та 111 %. Отже, зростання частки світового ринку туристичних послуг відбулося за рахунок збільшення туристичних потоків саме у країн з економікою, що розвивається.

При вивчені суккупності умов, які характеризують співвідношення попиту і пропозиції на певні туристичні послуги є кон'юнктура ринку. Саме в кон'юнктурі основним показником вважається його структура.

На рис. 1 подано динаміку структури світового ринку туристичних послуг з виокремленням частки України.

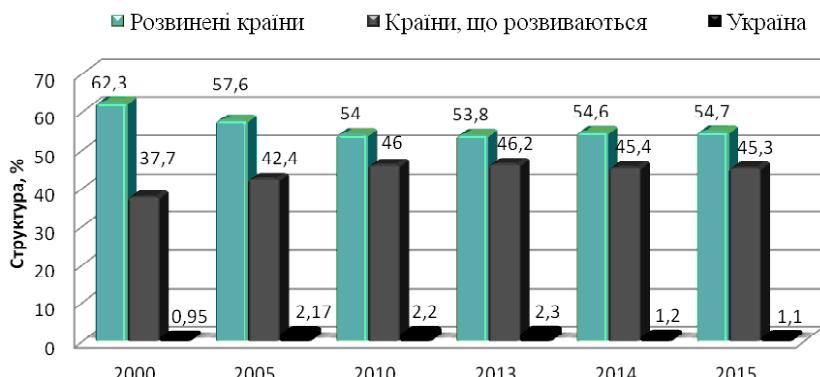


Рис. 1. Динаміка структури світового ринку туристичних послуг

Аналізуючи рис. 1, слід зазначити, що з 2000 по 2015 рр. відбувалося зростання частки країн, що розвиваються приблизно з 38 % до 45 % відповідно. Ці результати свідчать про більшу динаміку розвитку туристичної галузі, ніж у розвинених країнах. Така динаміка обумовлена зростанням привабливості для туристів країн з економіками, що розвиваються. З 2010 р., структура в цих країнах стабілізувалася та практично коливається в межах 1,5 %.

Так як Україна теж відноситься до країн, що розвиваються, наша держава повинна більше фінансувати галузь туризму. Потрібно підвищувати національну свідомість та інтерес до туристичної спадщини, а також ефективно реалізовувати державну соціальну політику.

Якщо проаналізувати доходи світового ринку туризму, то можна побачити, що раніше близько 2/3 доходів отримували розвинені країни. Проте за останнє десятиріччя ситуація змінилася, і сьогодні їх доходи практично однакові в різниці 5 %. Тобто частка економічно розвинених країн у структурі, у вартісному вираженні, раніше була значно більше частки країн, що розвиваються. Тому за останні роки саме ці країни сприяли подальшому розвитку туризму, в тому числі спрощення процедур поїздок і стійкість на міжнародному туристичному ринку.

Туристичний ринок України має певну особливість, а саме перевагу туристів з сусідніх країн (табл. 2). Адже до 2013 р. на українському ринку в'їзного туризму майже 90 % іноземних туристів прибували з країн-сусідів, насамперед, для відвідування знайомих та рідних. І практично решту 10 % припало на всі інші туристичні напрями туристичних потоків.

Та після подій на сході України потоки іноземних громадян значно скоротилися. Це відображається в структурі в'їзних туристичних потоків України, а саме іноземних громадян, які відвідали нашу країну. Також в структурі в'їзного туризму в Україні можна побачити зміни з 2014 року. Ці зміни відбулися внаслідок фінансової та воєнно-політичної кризи [1, 149]. За 10 років структура значно змінилася, наприклад, кількість поляків збільшилася на 20 %, а туристів з Молдови зменшилося вдвічі. Події на сході значною мірою зменшили кількість громадян з Російської Федерації та Білорусії, а саме на 16 % та 5% відповідно.

Кількість українських туристів, які виїжджають за кордон, також щороку збільшується, незважаючи на окремі перешкоди на шляху здійснення туристичних поїздок (рис. 2).

Порівнюючи динаміку виїзних туристичних потоків в нашій країні, а саме кількість громадян України, які виїжджали за кордон, можна сказати, що для більшості українців

Таблиця 2

## Структура в'їзного туризму в Україні з 2006 по 2015 рр.

Країни	Структура, %									
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Польща	21,0	19,16	20,60	12,24	10,0	8,0	6,10	5,10	8,84	41
Російська Федерація	33,95	31,40	30,0	33,49	37,0	42,1	41,40	41,69	18,59	17,6
Білорусь	11,23	12,62	13,38	14,35	14,0	12,3	13,44	13,59	12,53	5,72
Угорщина	6,12	5,40	4,06	3,92	5,0	4,0	3,23	3,13	6,88	10,55
Молдова	16,14	17,30	17,36	20,86	19,0	19,0	21,07	21,96	34,37	7,5
Словаччина	2,67	2,9	2,53	2,58	3,0	2,6	2,07	1,72	3,27	3,3
Румунія	1,84	4,4	5,66	5,18	4,0	3,4	3,44	3,56	4,6	2,93
Інші країни	7,05	6,82	6,41	7,38	8,0	8,4	9,25	9,25	10,92	11,4
Всього	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Джерело: [4]



Рис. 2. Динаміка туристичних потоків в Україні, млн осіб.

Джерело: [4]

ці поїздки були недоступними. Для українських туристів перешкодою відвідання зарубіжних країн стало зростання валютного курсу, що призвело до зростання загальної вартості туристичного продукту в гривневому еквіваленті.

Таким чином, сучасний туризм — це та сфера економіки країни та життєдіяльності суспільства в цілому, яка в значній мірі інтегрує практично всі галузі. Ось чому ж туризм займає одне з перших місць у світовій економіці. Тому під час формування нового державного підходу до розвитку туризму в Україні потрібно зрозуміти, що саме ця галузь стимулюватиме розвиток економічного та соціального стану країни та сприятиме зміцненню нового, вже позитивного, іміджу України на світовому туристичному ринку.

Тільки за підтримки виконавчих органів влади буде можливо нарощувати темпи та підвищувати ефективність роботи туристичних підприємств. Політика туризму України на міжнародному туристичному ринку базується на маркетинговій стратегії. Ця стратегія повинна стимулювати іноземних туристів відвідати нашу країну шляхом створення позитивного туристичного іміджу. Через події на сході маркетологи та міністерство закордонних справ повинні висвітлити Україну, як країну безпечну та комфортну для перебування в ній. Головною метою повинно бути розбудова індустрії туризму та підвищення рівня обслуговування до міжнародних стандартів.

Отже, за своїм потенціалом Україна має всі можливості для того, щоб стати туристичною державою світового рівня. Але для цього, перш за все, необхідно визначити

туризм як пріоритетну галузь економіки України, яка сприятиме економічному та соціальному розвитку, створенню нових робочих місць, розвитку міжнародних відносин.

#### Література

1. Атаманчук З. А. Вплив девальвації гривні на розвиток туристичної галузі України [Текст] / З. А. Атаманчук // Матеріали міжнародної наук.-практ. конф. «Сучасні особливості формування і управління інноваційним потенціалом регіонального розвитку туризму та рекреації із застосуванням молодіжного ресурсу», 15–17 жовтня 2015 р. — Тернопіль : ТНТУ, 2015 — С. 149–150.
2. Бейдик О. О. Фактори формування туристичних регіонів і центрів в'їзного туризму України [Текст] : зб. наук. статей / О. О. Бейдик, Н. О. Новосад // Проблеми міжнародного туризму. — К. : ППНВ, 2010. — С. 285–299.
3. Гонтаржевська Л. І. Ринок туристичних послуг в Україні [Текст] : навч. посібник / Л. І. Гонтаржевська. — Донецьк : Східний видавничий дім, 2008. — 180 с.
4. Туристична діяльність в Україні у 2015 році: статистичний бюллетень / Державна служба статистики України. — К. : ДССУ, 2016. — 272 с. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
5. World Tourism Organization UNWTO [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www2.unwto.org>.

Кушнирук Г. В., Косык А. Ю.

### ТЕНДЕНЦИИ ФОРМИРОВАНИЯ ТУРИСТИЧЕСКИХ ПОТОКОВ УКРАИНЫ НА МЕЖДУНАРОДНОМ ТУРИСТИЧЕСКОМ РЫНКЕ

*Статья посвящена актуальности и необходимости изучения туристических потоков как важного индикатора развития туризма. Осуществлен анализ структуры международных туристических потоков. Рассмотрены основные тенденции формирования туристических потоков Украины на международном туристическом рынке.*

*Ключевые слова:* зарубежный туризм, иностранный туризм, международный туризм, международный туристический рынок, турист, туристические потоки, структура.

Kushniruk H. V., Kosyk A. Y.

### TRENDS IN THE FORMATION OF THE TOURIST FLOWS OF UKRAINE ON THE INTERNATIONAL TOURIST MARKET

*The article is devoted to the relevance and necessity of studying the tourist flows as an important indicator of the tourist development. The structure of the international tourist flows are analyzed. The article discussed major trends in the formation of the tourist flows in Ukraine on the international tourist market.*

*Keywords:* outbound tourism, inbound tourism, international tourism, international tourist market, tourist, tourist flows, structure.

УДК 338.48

*Миськів Галина Василівна, д. е. н.,  
Килин Оксана Василівна, к. е. н., доцент,  
Львівський інститут економіки і туризму*

## **ВИЗНАЧЕННЯ ЧИННИКІВ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА РОЗВИТОК ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ ТА ОСНОВНІ НАПРЯМИ МІНІМІЗАЦІЇ ЇХ НЕГАТИВНОГО ВПЛИВУ**

*В статті досліджено сукупність позитивних та негативних чинників, що впливають на розвиток туризму в Україні. Запропоновано напрями мінімізації негативного впливу на вітчизняну туристичну діяльність, що дасть змогу підвищити ефективність діяльності туристичних підприємств та туристичної галузі загалом.*

*Ключові слова:* ефективність діяльності, туристичні підприємства, туристична дестинація, чинники розвитку ринку туристичних послуг, конкурентні переваги, інвестиційна привабливість.

Туризм є однією з найбільш динамічних галузей економіки, яка завдяки специфіці своєї діяльності, інтегрує з багатьма іншими галузями та сферами, позитивно впливаючи на їх розвиток. За умов висхідного розвитку, туристична діяльність для держави може стати важливою бюджетоформуючою галуззю, а на міжнародному ринку — створити позитивний імідж та забезпечити конкурентоспроможність.

Однак результативність туристичної діяльності залежить від великої кількості чинників, які позитивно або негативно впливають на неї, загалом формуючи достатньо ризикове бізнес-середовище. У підсумку, туризм буде або ефективно розвиватися у тому чи іншому регіоні або неефективно.

Значний внесок у вивчення особливостей провадження туристичної діяльності в Україні та, зокрема, чинників, що впливають на розвиток вітчизняної туристичної індустрії, зробили вчені: О. В. Апілат, Р. І. Балашова, О. Є. Гарбера, Л. П. Дядечко, М. Й. Рутинський, С. В. Білоус, Н. Л. Мандюк, О. О. Колесник, В.Ф. Кифяк, О. І. Кочерга, М. П. Мальська, П. Р. Пущентейло, Х. Й. Роглева, І. О. Сидоренко, І. Г. Смирнов, В. Т. Списак, Т. І. Ткаченко, Н. В. Чорненька, І.М. Школа та ін.

Метою статті є дослідження сукупності позитивних та негативних чинників, що впливають на розвиток туризму в Україні та запропонувати можливі напрями мінімізації їх негативного впливу та ризиків, що вони створюють, задля активізації вітчизняної туристичної діяльності, посилення її конкурентоздатності та досягнення позитивного ефекту від її провадження.

Розвиток туризму в цілому залежить від комплексу умов: природно-географічних, історико-політичних, соціально-економічних, демографічних, що склалися у суспільстві і чинників, які їх визначають. Чинники, що впливають на розвиток туризму, різноманітні й багатогранні. Наявність сприятливих чинників призводить до лідерства окремих держав і регіонів у світовому туризмі, а негативні чинники скорочують туристичний потік.

Чинники макро- та мікрорівнів впливають на внутрішнє середовище й процеси у туристичній сфері, визначають її результативність. Тобто прослідковується безпосередня залежність між позитивним і негативним впливом різноманітних чинників на туристичні підприємства та ефективністю їх діяльності.

Чинник у туризмі — це момент, суттєва обставина туристської практики [10].

У науковій літературі автори виокремлюють велику сукупність чинників, які у тій чи іншій мірі впливають на розвиток туризму. Зокрема, Дядечко Л. П. та Пущентейло П. Р. запропонували наступний перелік позитивних та негативних чинників для розвитку туристичної діяльності країни (табл. 1).

Таблиця 1

## Чинники впливу на ринок туристичних послуг [4, 8]

Позитивні	Негативні
— стабільність і відкритість політики та економіки;	— напруженість у міжнародних відносинах;
— зростання суспільного багатства і доходів населення;	— нестабільність політики та закритість економіки;
— скорочення робочого і збільшення вільного часу;	— стагнація економіки та падіння добробуту населення;
— розвиток транспорту, засобів комунікацій та інформаційних технологій;	— невпорядкованість туристичних ресурсів;
— побудова інтелектуального суспільства;	— нерозвинутість індустрії туризму в країні;
— заохочення національних та іноземних інвестицій у розвиток індустрії туризму;	— нерациональне використання культурно-історичної спадщини й довкілля;
— зміцнення позицій країни на світовому туристичному ринку;	— низький рівень доходів населення та нестача вільного часу;
— спрощення та гармонізація податкового, валютного, митного, прикордонного та інших форм регулювання;	— забруднення довкілля та екологічна небезпека;
— стимулювання туризму для дітей, молоді, людей похилого віку, інвалідів і малозабезпечених сімей шляхом надання пільг;	— недооцінка ролі туристичного бізнесу в наповненні бюджету;
— сприяння розвитку індустрії пріоритетної туристичної діяльності.	— відсутність ефективних стимулів інвестування розвитку індустрії туризму на рівні світових стандартів.

Прийнявши до уваги запропонованій авторами перелік позитивних та негативних чинників, та на основі опрацювання низки наукових праць з даної проблематики, розподілимо усі чинники на групи: зовнішні, внутрішні, екстенсивні, інтенсивні, стимулюючі та стримуючі (рис. 1.).



Рис. 1. Групи чинників, що впливають на розвиток туризму.

Джерело: розроблено на основі [2, 10, 11]

Аналіз груп чинників показав, що усі вони можуть позитивно або негативно впливати на розвиток туризму у країні. Водночас, вплив негативних чинників буде набагато сильнішим, аніж позитивних: наскільки б туристично привабливо не була б країна, з багатою культурно-історичною спадщиною, коли у ній ведуться військові дії та має місце зростаюче зубожіння, вона не буде користуватися туристичним попитом.

Вважаємо, що дослідження впливу чинників зовнішнього та внутрішнього середовища на діяльність туристичних підприємств, буде неповним без виокремлення низки особливих чинників сьогодення, які є деструктивними на сучасному етапі для розвитку туризму в Україні.

#### *1. Відсутність загальнодержавної політики розвитку туризму в Україні*

Для успішного розвитку туристичної сфери потрібно чітко визначити пріоритети і здійснювати послідовну державну політику в сфері туризму. За останні десять років повноваження управління сферою туризму неодноразово переходили від одного органу влади до іншого. Відбувалася багаторазова трансформація центрального органу виконавчої влади у сфері туризму, що призводило до застою та невиконання зобов'язань, внаслідок чого багато важелів управління туристичної сферою перестали діяти [7].

Зокрема, було скасовано ліцензію на турагентську діяльність та дозвіл на туристичний супровід, що призвело до дерегуляції цих питань у туристичній сфері держави.

#### *2. Відсутність державного фінансування туризму*

У переважній більшості країн туризм є тією галуззю економіки, в яку вкладаються гроші і яка здійснює промоцію держави на міжнародному рівні. В Україні урядовці недооцінюють значення туризму для розвитку держави, а тому уже декілька років поспіль (2014–2016 рр.) не планують витрат із Державного бюджету на розвиток туризму. Чиновники радять робити це за рахунок волонтерів і ринку. Держава не до оцінює масштаб проблеми, незважаючи на те, що в «Стратегії–2020» Президента України присутній розвиток туризму як вектор гордості.

#### *3. Відсутність контролю якості туристичних послуг*

На сьогодні в Україні відсутній контроль якості туристичних послуг, який дозволив би привабити міжнародних туристів та отримувати достатній прибуток й збільшувати туристичний потік.

Ця проблема є однією з найактуальніших у розвитку туризму. Якість послуг у сучасних умовах розвитку сфери туризму є однією з найважливіших складових конкурентоспроможності, ефективності та рентабельності суб'єктів туристичної індустрії. Стратегією держави та туристичного підприємства повинні бути стандартизація та сертифікація як ефективний засіб підвищення конкурентоспроможності, якості, безпеки продукції та послуг [12]. Якість обслуговування у підсумку сприяє підвищенню економічної ефективності туризму [9].

#### *4. Незначна популяризація України як туристичної дестинації*

На сьогодні Україна недостатньо популяризує себе як туристичну дестинацію, що призводить до відсутності інформації у іноземних туристів та незадовільного обсягу туристичного потоку. Навіть за невеликого бюджету Україна в змозі використати можливості для проведення Днів України в кожній європейській столиці за допомогою дипломатичних представництв, а також представників приватного турбізнесу. Потрібно постійно презентувати Україну туристичну на виставках та ярмарках, демонструвати проморолики, розробляти та рекламиувати державу через друковану продукцію.

Важливим кроком також стала б лібералізація візового режиму України для багатьох країн, зацікавлених у туристичній співпраці з нами, зокрема для Китаю та Індії.

Вважаємо, що навіть незначні зусилля у цьому напрямку значно підвищили б попит на туризм в Україну, що спонукало б зростання туристичного потоку у нашу державу.

*5. Відсутність розвиненої якісної транспортної мережі*

Якісна транспортна мережа — це необхідний елемент подорожі. Її відсутність або незадовільна якість виступає значимим стримуючим чинником відмови від подорожі у таку країну. А на сьогодні ця проблема є відкритою для України: стан автомобільних доріг здебільшого є незадовільним, недостатня кількість залізничних та авіарейсів й неналежна якість обслуговування на них, відсутність належного (прямого) сполучення з найважливішими туристичними об'єктами України. Усе це, звісно ж, обмежує туристопотоки та виступає стримуючим чинником, знижуючи ефективність туризму у регіонах з неналежним транспортним сполученням.

*6. Територіальні втрати та воєнні дії на території України, що вносять нестабільність у політичне та економічне життя*

Саме цей чинник став визначальним для іноземних туристів та спонукав більшість з них відмовитися від подорожі до України. Країна буде туристично привабливою та конкурентоспроможною у туризмі, коли вона буде безпечною для туристів. У нашому випадку: недостатня популяризація країни як туристичної дестинації, постійна інформаційна атака проросійських ЗМІ та військові дії на сході держави зумовили занепад іноземного туристопотоку в Україну, що, своєю чергою, негативно відобразилося на прибутках суб'єктів туристичної діяльності, державному бюджеті України через скорочення податкових відрахувань та на ВВП держави.

Ситуація в Україні просто лякає іноземців. Необхідно якомога швидше мінімізувати негативну психологічну складову, яка зараз є основною причиною відмови туристів від поїздок в Україну. Для цього можна скористатися досвідом Єгипту, влада якого організувала масштабну роз'яснювальну компанію по всьому світі.

Попри вплив негативних чинників на розвиток туризму в Україні, пропонуємо низку заходів, які мали б частково активізувати вітчизняну туристичну діяльність та підвищити її ефективність як на макро-, так і на мікрорівнях.

*1. Відкрити Україну для самих українців*

Українці не знають своїх пам'яток та визначних місць, недооцінюють їх. Українці мало мандрують своїм краєм, своєю Батьківщиною. Потрібно спочатку відкрити Україну для самих українців. Пізнавальні екскурсії Україною та вивчення власної країни має стати обов'язковим для кожного. Потрібно пропагувати та рекламиувати внутрішній туризм. Це б дозволило переорієнтувати грошові потоки туризму з експортних — на внутрішні. Водночас, розвиток внутрішнього туризму міг би компенсувати скорочення іноземного туристичного потоку та забезпечити достатню ефективність туристичної діяльності для підприємств туристичної індустрії.

*2. Підтримати створення та розвиток туристичних кластерів*

Туристичний кластер — це ключова організаційна основа, яка поєднує підприємства туристичної та інших суміжних галузей у єдину систему, що дає змогу реалізувати пріоритетні завдання, які стоять перед підприємствами, установами, організаціями, та сприятиме посиленню конкурентних переваг цього регіону [6]; це найбільш оптимальна форма соціального діалогу, яка дозволяє об'єднати зусилля всіх учасників управління туристичної галузі, підвищуючи таким чином ефективність територіальної організації продуктивних сил суспільства [3].

Саме кластеризація у туризмі повинна створити умови для підвищення ефективності діяльності усіх суб'єктів-учасників кластеру. Інтеграція їх діяльності у рамках кластеру зумовлює досягнення синергетичного ефекту, який відсутній при окремій діяльності туристичних підприємств, та спонукає підвищення загальної ефективності діяльності усіх об'єднаних у кластер підприємств.

### *3. Впровадити використання інформаційних технологій*

Задля підвищення ефективності діяльності туристичних підприємств на ринку туристичних послуг необхідно створити туристичний портал, який би забезпечив потенційним туристам можливість оперативного доступу до даних про стан маршрутів, надходження інформації від турагентів, аналіз даних про потоки туристів на маршрутах. Okрім того, потрібно через інтернет-ресурси популяризувати Україну, оскільки у світовому інформаційному просторі про нас майже відсутня об'єктивна та актуальна інформація. У результаті Україна стрімко втрачає популярність як туристична держава, бо в уяві потенційних туристів складається враження про повномасштабну війну в державі, а вся країна сприймається виключно як гаряча точка.

Упровадження нових технологій повинно забезпечити автоматизацію таких процесів, як електронне резервування квитків на транспорт, розміщення в готелях, облік путівок на групових маршрутах, оптимізація процесу формування турів за індивідуальними запитами клієнтів, забезпечення довідкової інформації про регулярні рейси авіа- та залізничного транспорту, одержання оперативної інформації про наявність вільних місць, їх бронювання [1]. Наразі такі технології в Україні працюють лише частково і лише від деяких суб'єктів туристичної індустрії.

### *4. Забезпечити залучення інвестицій*

Залучення інвестицій для підприємств туристичної індустрії є важливою передумовою їх розвитку, зважаючи на фактичну відмову держави фінансувати цю галузь.

Інвестування у розвиток підприємств туристичної індустрії забезпечить створення організаційно-економічних засад розвитку туризму та його інфраструктури. Передумовою підвищення інвестиційної привабливості підприємств туризму України є покращення інформованості потенційних інвесторів про об'єкти інвестування та інвестиційні проекти в туристичній галузі [5].

Залучення додаткових інвестицій дозволило б покращити стан багатьох історично-архітектурних пам'яток, побудувати нові об'єкти туристичної інфраструктури та модернізувати вже функціонуючі туристичні об'єкти (до прикладу, готелі, музеї, театри, палаци).

### *5. Посилити співпрацю з ВТО*

Вважаємо, що підтримка ЮНВТО розвитку туристичної галузі України була б дуже доречною. Досвід провадження туристичної діяльності та її промоція, здійснювана ЮНВТО, є безцінними на даному етапі розвитку туристичної індустрії України. Тому будь-яка пропозиція про співпрацю від цієї світової організації повинна вітатися та невідкладно реалізовуватися. Загалом це посилює конкурентні позиції України на світовому ринку туристичних послуг та дозволить привабити нових туристів, що позитивно вплине на ефективність діяльності туристичних підприємств держави та забезпечить збільшення надходжень до державного бюджету.

Отож, хоча Україна і займає одне з провідних місць в Європі за рівнем забезпечення культурно-історичними об'єктами та природно-рекреаційними ресурсами, привабливими для туристів, існує велика кількість перепон для пересічних туристів, як вітчизняних, так і іноземних, у вигляді сукупності чинників, які не сприяють туризму та подорожкам нашою державою. Недосконалість нормативно-правового регулювання, зокрема, правил і умов перетину кордонів іноземцями, відсутність необхідних інвестицій для розвитку туризму на тлі тривалої політико-економічної кризи і несприятливого інвестиційного клімату стримують розвиток туристичної діяльності та знижують її ефективність. Загалом зазначені чинники спричинюють істотне відставання України від провідних туристичних країн.

Водночас, реалізація на державному рівні низки запропонованих заходів забезпечила б новий етап розвитку туристичної індустрії України, покращила б її конкуренто-спроможність та підвищила ефективність діяльності туристичних підприємств.

### Література

1. Балашова Р. І. Методологічне забезпечення і концептуальні положення ефективної діяльності туристичних підприємств [Текст] / Р. І. Балашова // Вісник ДГТБ. — 2011. — № 15. — С. 119–124.
2. Гарбера О. Є. Місце міжнародного туризму в системі світового ринку послуг [Текст] / О. Є. Гарбера // Економічна наука. — 2009. — № 12. — С. 5438.
3. Гонтаржевська Л. І. Зовнішньоекономічна діяльність туристичних предприятий України: [Електронний ресурс] : автореф. дисер. на здоб. наукового ступеня к. е. н. — Режим доступу : [http://tourlib.net/aref\\_tourism/gontarjevska.htm](http://tourlib.net/aref_tourism/gontarjevska.htm).
4. Дядечко Л. П. Економіка туристичного бізнесу [Текст] : навч. посіб. / Л. П. Дяченко. — К. : Центр учебової літератури, 2007. — 224 с.
5. Колесник О. О. Оцінка інвестиційного забезпечення розвитку туризму в Україні [Текст] / О. О. Колесник // Економіка. Управління. Інновації. — 2011. — № 2 (6).
6. Корольчук Л. В. Механізм запровадження кластерної моделі розвитку туризму в транскордонному регіоні [Електронний ресурс] / Корольчук Л. В. — Режим доступу : <http://irbis-nbuu.gov.ua>.
7. Постанова Верховної Ради України Рекомендації парламентських слухань на тему «Розвиток туристичної індустрії як інструмент економічного розвитку та інвестиційної привабливості України», від 13 липня 2016 року № 1460-VIII.
8. Пущентейло П. Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємства [Текст] : навч. посіб. / П. Р. Пущентейло. — К. : Центр учебової літератури, 2007. — 344 с.
9. Смирнов І. Г. Про привабливість та логістичність рекреаційно-туристичних об'єктів та ресурсів (в контексті логістичної моделі сталого розвитку туризму) [Текст] / І. Г. Смирнов // Географія та туризм. — 2010. — Вип. 4. — С. 106–114., С. 110–112.
10. Смолій В. А. Енциклопедичний словник-довідник з туризму [ Текст] / В. А. Смолій, В. К. Федорченко, В. І. Цибух. — Видавничий Дім «Слово», 2006. — 372 с.
11. Сокол Т. Г. Основи туристичної діяльності [ Текст] : підруч. / За заг. ред. В. Ф. Орлова. — К. : Грамота, 2006. — 264 с.
12. Чорненька Н. В. Організація туристичної індустрії [Текст] : навч. посіб. / Н. В. Чорненька. — К. : Атіка, 2006. — 264 с.

Мыскив Г. В., Килин О. В.

## ОПРЕДЕЛЕНИЕ ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В УКРАИНЕ И ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ МИНИМИЗАЦИИ ИХ НЕГАТИВНОГО ВЛИЯНИЯ

*В статье исследованы совокупность положительных и отрицательных факторов, влияющих на развитие туризма в Украине. Предложены направления минимизации отрицательного влияния на отечественную туристическую деятельность, что позволит повысить эффективность деятельности туристических предприятий и туристической отрасли в целом.*

*Ключевые слова:* эффективность деятельности, туристические предприятия, туристической дестинации, факторы развития рынка туристических услуг, конкурентные преимущества, инвестиционная привлекательность.

Myskiv G. V., Kylyn O. V.

## DETERMINATION OF FACTORS AFFECTING THE DEVELOPMENT OF TOURISM IN UKRAINE AND MAIN TRENDS MINIMIZE THEIR NEGATIVE IMPACT

*In the article the set of positive and negative factors affecting the development of tourism in Ukraine. Directions to minimize the negative impact on domestic tourism activities that will help improve the efficiency of tourism enterprises and tourism industry in general.*

*Keywords:* efficiency of tourist businesses, tourist destination, the factors of tourism market, competitive advantages, investment attractiveness.

УДК 338.48(477.83)

*Кушнірук Галина Володимирівна, к. е. н.,  
Солдат Оксана Андріївна, студентка,  
Львівський інститут економіки і туризму*

## **РОЛЬ ТУРИЗМУ В РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ ЛЬВІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ**

*У статті проаналізовано роль туризму в розвитку економіки Львівської області. Досліджено чинники впливу та місце туризму в економіці регіону. Розкрито проблеми та перспективи розвитку туристичної галузі Львівської області.*

*Ключові слова:* економіка, Львівська область, туризм, туристична індустрія, туристична інфраструктура, туристичні потоки.

Туризм надзвичайно поширений у сучасному світі та набуває особливого характеру. Це багатогранна та розвинена галузь господарства, що є однією з головних елементів доходу в країні, і впливає на розвиток економіки та світового співробітництва. Сфера туризму забезпечує зростання зайнятості населення, сприяє міжнародній співпраці, розвитку ринкових відносин, збереженню народних промислів і національної культури.

Актуальність цієї теми полягає у тому, що для Львівщини туристична індустрія являється однією з головних напрямів розвитку бізнесу. Так як туристичні підприємства є основою туристичної діяльності, то вони долучаються до системи національного і міжнародного поділу праці, що забезпечує частку країни у світовому туристичному обміні.

Шляхи вирішення проблем туристичного розвитку Львівщини, туристично-рекреаційного потенціалу регіону представляють праці таких авторів як: Бейдик О. О.[1], Кифяк В. Ф.[4], Король О. Д., Любіщева О. О., Мальська М. П. [5], Філоненко І. М. та інші.

Мета статті — дослідження ролі туризму в економіці Львівської області. Для досягнення поставленої мети розкрито економічну сутність туризму та розглянуто чинники, що впливають на розвиток туризму в регіоні, а також досліджено проблеми та перспективи розвитку туристичної галузі Львівської області.

Туризм — це галузь економіки невиробничої сфери, підприємства та організації якої задоволяють потреби туристів в матеріальних і нематеріальних послугах, основна функція якого — забезпечити людину повноцінним і раціональним відпочинком.

На розвиток туристичної сфери впливають чинники, які можна поділити на дві основні групи — статистичні та динамічні. До динамічних відносять: культурні, соціально-економічні, міжнародні та науково-технічний прогрес. Статистичні включають: географічні, природно-кліматичні, культурно-історичні та інші.

Туризм сприяє розвитку елементів інфраструктури — ресторанів, готелів, кафе, інших підприємств торгівлі. Це, в свою чергу, збільшує доходну частину бюджету за рахунок прямих і непрямих податків. Також туризм має великі можливості для залучення інвестицій та іноземної валюти. Крім того, збільшується ділова активність та розширяється виробництво товарів та послуг у результаті підвищення платоспроможного попиту за рахунок туристичної привабливості для місцевих та іноземних екскурсантів.

Так у 2015 році Львів відвідало близько 2 млн. гостей міста. Порівняно з 2007 роком цей показник зрос удвічі [3]. Найбільше туристів генерує з Польщі, Білорусії та Латвії, відтак найменше туристів до м. Львова прибуває з Угорщини, Ізраїлю та Італії [6, 4].

Туризм відіграє важливу роль у забезпеченні зайнятості населення регіону. Включаючи велику кількість секторів економіки, важко визначити точну кількість працівників, які зайняті у сфері туризму. Вона є однією з галузей економіки, яка не призводить до зменшення робочих місць при залученні новітніх технологій. Це відіграє важливе значення, тому що при зростанні працюючого персоналу, туризм зменшує соціальну напругу в суспільстві.

До інфраструктури туристичної галузі Львівської області входить: 500 садиб зеленого туризму, 124 санаторно-курортних приміщень, близько 280 закладів проживання та харчування, 12 туристично-інформаційних центрів, понад 160 музеїв та галерей, 10 театрів, 37 природних комплексів, 320 найпопулярніших архітектурних пам'яток і туристичних об'єктів та інші туристичні заклади. У Львівській області надають послуги для підготовки фахівців туристичного супроводу 8 організацій, розміщено 3 консультаційні установи та 14 громадських туристичних організацій [7]. 354 туристичних підприємств надають туристичні послуги та 750 кваліфікованих екскурсоводів і гідів обслуговують екскурсійні маршрути.

Серед областей України Львівська область посіла друге місце у 2014 році після Києва, за кількістю реалізованих туристичних путівок — 73119 од. та третє — за кількістю суб'єктів туристичної діяльності (143 од.) після м. Києва та Одеської області.

Туризм на Львівщині швидкими темпами входить у світову туристичну індустрію. Не враховуючи декількох кризових років, туристична галузь має сталий та позитивний розвиток в регіоні. Оскільки, туристичні потоки є генераторами туризму, то їх динаміку за 2011–2015 роки наведено у табл. 1.

Таблиця 1  
Динаміка туристичних потоків Львівської області за 2011–2015 pp., осіб

Показник	Роки					Відхилення	
	2011	2012	2013	2014	2015	+,-	%
Кількість обслужжених туристів	128 709	124 013	188 520	92 128	112 472	20 344	122,08
Кількість іноземних туристів	12 955	19 033	16 162	2 015	3 057	1 042	171,71
Кількість туристів, що виїжджали за кордон	81 000	63 706	131 530	61 465	60 830	-635	98,97
Кількість внутрішніх туристів	34 754	41 274	40 828	28 648	48 585	19 937	169,6
Кількість екскурсантів	17 974	33 508	22 184	26 901	15 002	-11 890	55,8
Частка іноземних у загальній кількості обслужжених туристів, %	10,1	15,3	8,6	2,2	2,7	0,5	—

Джерело: [8]

З даних таблиці бачимо, що збільшуються обсяги туристичних потоків. Суб'єкти туристичної діяльності у Львівській області за 2015 рік обслужили на 22,08 % більше туристів, порівняно з попереднім періодом. За обсягами туристичних потоків України Львівська область займає близько 6 %. Туристичні підприємства Львівщини у 2015 р. обслужили на 71,71 % іноземних туристів більше, ніж у 2014 р. Щодо туристів, які виїжджали за кордон, то їх кількість зменшилась лише на 1,03 %. Кількість внутрішніх туристів за 2014–2015 рр. мала тенденцію до зростання на 69,6 %, в той час як кількість екскурсантів відповідно зменшилась на 44,2%. Частка іноземних туристів у загальній кількості обслужжених туристів незначна і становить 2,7 %, що на 0,5 % вище від рівня минулого року.

Дозвілля та відпочинок являється найбільш популярною метою для екскурсій та туристичних подорожей. У 2015 році з цією метою подорожувало 76,7 % туристів від загальної кількості.

Кількість туристичних підприємств зменшилась за 2014–2015 рр. на 6 %, водночас кількість туристів за цей період зросла на 22,1 %. У 2015 р. 112,5 тис. осіб скористались

послугами суб'єктів туристичної діяльності Львівщини, в той час як у 2014 році — 92,1 тис. осіб. Серед них 97,3 % були громадянами України [2]. На рис. 1 відображені динаміку обсягу реалізованих послуг від в'їзного та виїзного туризму, а також екскурсійних програм за 2011–2015 pp.



Рис. 1. Динаміка обсягу реалізованих послуг з організації подорожей у Львівській області, млн. грн.

Варто зазначити, що при сумарних надходженнях від туризму за 2014 р., що потрапили в економіку регіону в розмірі 420,3 млн. грн., прямі податкові надходження, спрямовані в бюджет, склали всього 7,9 млн. грн. (табл. 2), що може означати значну тінізацію доходів туристичних фірм.

**Таблиця 2**  
**Фінансові надходження від туристичної діяльності у Львівській області**

Показники	Роки				Відхилення 2014 р. до 2013 р.	
	2011	2012	2013	2014	+,-	%
Обсяг наданих туристичних послуг, млн. грн.	309,9	418,6	327	420,3	93,3	128,5
Платежі до бюджету, млн. грн.	6,167	7,887	6,149	7,982	1,833	129,8
Заборгованість перед бюджетом, тис. грн.	239,6	70,9	82,5	113,6	31,1	137,7
Надходження валюти від надання послуг нерезидентами України	4,674	5,285	3,74	945,21	-2,79	25,3
	млн. \$	млн. \$	млн. \$	тис. \$	млн. \$	

Незважаючи на те, що роль туризму у розвитку економіки Львівської області має важоме значення, існують певні проблеми, які стимулюють його розвиток: низький рівень транспортних послуг та поганий стан доріг; незадовільний стан туристичних об'єктів та відсутність під'їздів до багатьох з них; недостатня кількість фінансових та податкових стимулів для розвитку сфери туризму; брак кваліфікованих спеціалістів для відновлення історико-культурних та архітектурних пам'яток; невідповідність світовим стандартам інституційного та законодавчого забезпечення розвитку туризму; недостатній рівень забезпечення та підготовки фахівців у сфері туризму та інші.

З метою підвищення туристичної привабливості Львівщини та збільшення частки туризму в економіці регіону доцільно:

- розповсюджувати інформацію про проведення заходів різноманітного характеру, щоб завантажити заклади розміщення та харчування туристів, а також розвивати внутрішній, соціальний, діловий, спортивний та інші види туризму;
- збільшити обсяги використання інструментів державно-приватного партнерства для просування різноманітних програм з удосконалення транспортної та туристичної інфраструктури, збереження природних ресурсів та реконструкції пам'яток архітектури;
- сприяти збільшенню інвестицій для реалізації програм у рекреації та туристичній галузі на Львівщині;

— популяризувати туристично-рекреаційний комплекс Львівської області шляхом участі у ярмарках, фестивалях, виставках, форумах.

Запропоновані заходи значно покращать потоки іноземних та внутрішніх туристів, а відповідно зростуть надходження у бюджет.

Таким чином, високий рівень розвитку туризму сприятиме зростанню малого та середнього бізнесу, підвищить зайнятість висококваліфікованими працівниками в туристичній індустрії.

#### **Література**

1. Бейдик О. О. Методологія та методика аналізу рекреаційно-туристських ресурсів України [Текст] : автореф. д-ра геогр. наук: 11.00.02 / О. О. Бейдик / Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. — К., 2004. — 36 с.
2. Діяльність підприємств сфери послуг Львівської області у 2015 р. [Текст] : статистичний збірник / За ред. М. М. Кармазина. — Львів : Головне управління статистики у Львівській області, 2016.
3. Звіт управління туризму Львівської міської ради (в тому числі ЛКНП «Центр розвитку туризму м. Львова») за 2015 р. [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <https://cityadm.lviv.ua/lmrdownloads/Zvityzvitturyzm2015.doc>.
4. Кифяк В. Ф. Організація туризму [Текст] : навч. посіб. / В. Ф. Кифяк. — Чернівці : Книги. XXI, 2008. — 344 с.
5. Мальська М. П. Міжнародний туризм і сфера послуг [Текст] : підруч. / М. П. Мальська. — К. : Знання, 2008. — 661 с.
6. Організований відпочинок та туризм у Львівській області у 2014 р. [Текст] : доповідь / За ред. С. І. Зимовіної. — Львів : Головне управління статистики у Львівській області, 2015. — 11 с.
7. Рекреаційний потенціал Львівщини [Текст] / Статист. збірник. — Львів : Головне управління статистики у Львівській обл., 2012. — 96 с.
8. Туристичні потоки у Львівську область [Електронний ресурс] / Головне управління статистики у Львівській області. — Режим доступу : [http://www.lv.ukrstat.gov.ua/ukr/si/year/2015/t249910\\_1.pdf](http://www.lv.ukrstat.gov.ua/ukr/si/year/2015/t249910_1.pdf).

*Кушнирук Г. В., Солдат О. А.*

## **РОЛЬ ТУРИЗМА В РАЗВИТИИ ЭКОНОМИКИ ЛЬВОВСКОЙ ОБЛАСТИ**

*В статье проанализирована роль туризма в развитии экономики Львовской области. Обращено внимание на факторы влияния и место туризма в экономике региона. Раскрыты проблемы и перспективы развития туристической отрасли Львовской области.*

*Ключевые слова:* экономика, Львовская область, туризм, туристическая индустрия, туристическая инфраструктура, туристические потоки.

*Kushniruk H. V., Soldat O. A.*

## **THE ROLE OF TOURISM IN THE DEVELOPMENT OF ECONOMY OF LVIV REGION**

*In the article the role of tourism in the development of economy of Lviv region is analysed. The factors of influence and place of tourism in the economy of the region are investigated. Problems and prospects of the development of the tourist industry of Lviv region are exposed.*

*Keywords:* economy, Lviv region, tourism, tourist industry, tourist infrastructure, tourist flows.

УДК 338.48.

*Батьковець Наталія Олегівна, к. е. н., доцент,  
Львівського інституту економіки і туризму*

## **ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОЦЕСУ ФОРМУВАННЯ ТА УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНИМИ ПОТОКАМИ ЛЬВІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ**

*У статті проведено дослідження туристичних потоків Львівської області, визначено основні тенденції та проблеми сучасного стану процесу формування та управління туристичними потоками, здійснено аналіз виїзних і в'їзних туристичних потоків обґрунтовано виявлені зміни.*

*Ключові слова:* туристична індустрія, туристичний потік, в'їзний туристичний потік.

Розглядаючи та аналізуючи сучасний стан туристичної індустрії, спостерігається ряд негативних тенденцій та відсутність сталого розвитку цієї галузі. За наданими статистичними даними Всесвітньої ради туризму й подорожей WTTC, можна констатувати, що в 2015 році внесок туристичної галузі в світовий ВВП наблизився до 8000 млрд. дол, а прогнозний показник 2025 року може підвищитися до 11,4 трлн дол. [3]. Попри досить сприятливі реальні показники та прогнози на майбутній період, туристична галузь України зазнає стагнації. Це проявляється, в першу чергу, у серйозних змінах щодо структури, географії та кількості туристичних потоків. Наразі мова йде не лише про в'їзні, але і про внутрішні туристичні потоки, проблеми управління якими повинні розв'язуватися як на місцевих, так і на вищих (державних) рівнях.

Проблемами розвитку туристичної індустрії займається велика кількість як вітчизняних, так і закордонних вчених. Вагомі наукові вклади у дослідження проблем формування туристичних потоків зробили такі вчені як: Л. Воронкова, І. Карташевська, М. Мальська, О. Петренко, В. Корейченко та ін.

Основними цілями написання статті є проведення моніторингу туристичних потоків Львівської області, виявлення основних тенденцій туристичного потоку до Львівщини та визначення вузьких, проблемних місць в процесі їх формування та управління.

В програмі розвитку туризму та курортів у Львівській області на 2014–2017 роки вказано, що «область має передумови для перспективного розвитку культурно-пізнавального, лікувально-оздоровчого, гірськолижного, природничо-пізнавального, науково-освітнього, релігійного, мисливського, сільського, екологічного, водного, етнічного, спортивно-оздоровчого, ділового, відпочинково-розважального видів туризму» [4].

В переліку основних завдань та заходів вищевказаної програми, визначальними є заходи, пов’язані із популяризацією туристичної привабливості Львівщини, при чому мова йде не тільки про вітчизняний туристичний ринок, але і світовий.

Звертаючись до статистичних даних, можна констатувати, що станом на 1.08.2016 року чисельність населення України складала 42 480 549 осіб, з них 2513373 осіб постійного населення Львівської області, що становить 5,9 % відповідно до всіх областей, без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим і м. Севастополя.

За даними Головного управління статистики у Львівській області [5] підприємства Львівської області та їх структурні підрозділи у II кварталі 2016 року реалізували населенню послуг на 1920,9 млн. грн, що становить 20 % від загального обсягу реалізованих послуг. Послуги з тимчасового розміщування та організації харчування становили 380,0 млн. грн. [5]. Загальна структура наданих послуг наведена на рис. 1, який свідчить про те, що послуги з розміщення та харчування займають лише 5,3 % відповідно до загального підсумку.

Цікава динаміка прослідковується щодо туристичних потоків. Як видно, із наведених нижче даних (табл. 1.), за 2013–2015рр. структура туристичних потоків змінювалася. Факторами негативної тенденції стали:



Рис. 1. Структура реалізованих послуг за видами економічної діяльності

*Таблиця 1*  
**Туристичні потоки**

Роки	Кількість громадян України, які виїжджають за кордон		Кількість іноземних громадян, які відвідали Україну		Кількість туристів, обслуговуваних суб'єктами туристичної діяльності України	
	Усього	Львівська обл.	Усього	Львівську обл.	Усього	Львівська обл.
2013	23761287	131530	24671227	16162	3454316	188520
2014	22437671	61465	12711507	2015	2425089	92128
2015	23141646	60830	12428286	3057	2019576	112472

- зменшення кількості іноземних туристів через бойові дії в зоні антитерористичної операції;
- зменшення потоків внутрішніх туристів через обмеження доступу до привабливих туристичних регіонів України;
- через анексію Криму відсутня співпраця з представниками туристичного бізнесу на півдні. За цифрами Асоціації індустрії гостинності України у 2015 році півострів відвідало лише 1,5 млн туристів на противагу 12 млн у 2011 році.
- відсутність розгалуженої системи інформаційно-рекламного забезпечення діяльності галузі та туристичних представництв за кордоном;
- відсутність цивілізованих умов перетину кордону та несприятливий візовий режим для іноземних туристів;
- податкове законодавство в туристичній галузі, яке з однієї сторони обмежує розвиток туристичних підприємств, а з другої — не сприяє вкладенню інвестицій.

Динаміка туристичних потоків із загальної кількості туристів за 2013–2015 рр. наведена на рис. 2.

Динаміка кількості розміщених у готелях та аналогічних закладах розміщування Львівської області також свідчить про критичне зменшення кількості іноземних туристів, особливо якщо порівнювати останніх три роки. Для аналізу ми порівняли аналітику щодо кількості громадян України, які виїжджають за кордон. Попередня діаграма яскраво вказує на позитивні тенденції в цьому напрямку і дає можливість визначати чільне місце в структурі туристичних потоків України. Так, 2013р це 73%, 2014р - (існує тенденція до зменшення) 56%, 2015 р. - стрімке зростання - 81,5%.

Дослідженнями проблеми управління туристичними потоками, доцільно проаналізувати питому вагу країн, яким відають перевагу українці. Так, за останні



Рис. 2. Структура туристичних потоків за 2013–2015 pp.

три роки досить чітко змінилася географія туристичних потоків по Львівській області (рис. 3.). У 2015 році суб’єктами туристичної діяльності Львівської області було надано послуг 60830 особам. Найбільша кількість осіб у 2015 році (10 636 осіб) віддала перевагу відпочинку у Болгарії, 8347 осіб — Єгипету, 8047 осіб — Туреччині. У порівнянні із 2014 роком зменшення туристів прослідковується щодо наступних країн: Греція, США, Чехія, Франція, Ізраїль. На рис. 3. наведено структурну характеристику географії туристичних потоків у найбільш відвідувані країни громадянами України що проживають у Львівській області за 2015 рік.

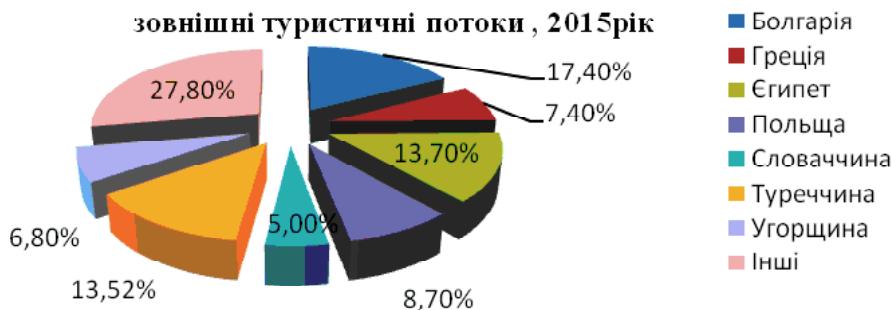


Рис. 3. В’їзні туристичні потоки за географією походження

Логістика управління туристичними потоками ґрунтуються на використанні аналітичних методів, основними з яких є: порівняння, групування, агрегування. Застосування цих методів дає можливість визначити на основі моніторингу основні тенденції, зміни та особливості стану і структури туристичних потоків.

Характеристика туристичних потоків буде не повною, якщо не аналізувати туристичні потоки в’їзного туризму. Об’єкти туристичних аtrakцій щороку змінюються та доповнюються, відповідно до потреб та попиту споживачів, а відтак кількість та зміни у в’їзному туризмі є показниками загального розвитку туристичної галузі. Якщо аналізувати показники загальної чисельності іноземних туристів обслугованих підприємствами туристичної діяльності, то загальна динаміка є негативною, оскільки прослідковується зменшення кількості іноземних туристів у Львівській області з 19033 осіб у 2012 році до 3057 осіб у 2015 році. Особливі зменшення туристичних потоків відбулися з нас-

тупних країн: Білорусь, Італія, Німеччина, Польща, Російська федерація, Франція, США. Питома вага обслугованих суб'єктами туристичної діяльності іноземних туристів від загальної кількості в порівнянні 2012/2015 рр., наведена в табл. 2.

**Динаміка в'їзних туристичних потоків у Львівській області**

Роки	Загальна кількість туристів обслуговуваних суб'єктами туристичної діяльності (осіб)	Кількість іноземних туристів (осіб)	Питома вага (%)
2011	128709	12955	10,1
2012	124013	19033	15,3
2013	188520	16162	8,6
2014	92128	2015	2,2
2015	112472	3057	2,7

Зрозуміло, що як кількісні, так і відносні показники в'їзного туристичного потоку стрімко ідуть на спад. Це призводить до уповільнення розвитку туристичної інфраструктури області, зменшення грошових потоків, які залишають туристи.

Як показує досвід, мета приїзду до України іноземних туристів це пізнавальний, діловий, а подекуди культурно-розважальний туризм. Якщо, у 2010–2012 р.р. в'їзni туристичнi потоки були представленi такими країнами як: Польща, Білорусь, США, Росія, Молдова, Угорщина, то у 2015 р. цi країни мають найвищий рівень зменшення показникiв табл. 3.

**Динаміка в'їзних туристичних потоків за географічною складовою**

Країна	Кількість туристів 2012 р., осіб	Кількість туристів 2015 р., осіб	Відхилення (+, -)
Білорусь	3093	514	-2579
Італія	20	5	-15
Німеччина	2268	506	-1762
Польща	2569	20	-2549
Російська Федерація	5819	77	-5742
Франція	111	4	-107
США	147	13	-134

До основних проблем, які озвучували фахівці щодо негативних змiн в'їзних туристичних потокiв, на сьогоднiшнiй день додаються i психологiчнi чинники, якi мiнiмiзують зниження турпотоку з-за кордону [2].

Вiдповiдно до проведеного аналiзу туристичних потокiв, необхiдно системно вживати ряд заходiв, якi будуть сприяти залученню iноземних туристiв, а саме [1]:

- постiйно та системно проводити популяризацiю туристично-привабливих регiонiв України;
- пiдприємствам туристичної iндустрiї необхiдно активiзувати дiальнiсть щодо участi у riзного роду мiжнародних та вiтчизняних заходах;
- акцентувати увагу на унiкальних об'єктах, розробляти iнновацiйнi тур продукти;
- не зменшувати активнiсть через сезоннiсть, а впроваджувати послуги, якi актуальнi i популлярнi не залежно вiд сезону;
- активiзувати формування та використання адресної реклами для пропаганди туристичних можливостей;
- розробляти асортименту полiтику з врахуванням специфiчних потреб та вимog споживачiв.

**Література**

1. Бейдик О. О. Фактори формування туристичних регіонів і центрів в'їзного туризму України [Текст] : зб. наук. статей / О. О. Бейдик, Н. О. Новосад // Проблеми міжнародного туризму. - К. : ППНВ, 2010. - С. 285-299.
2. Карташевская И. Ф. Туристские потоки как управляемая категория базисной модели рекреационной системы [Текст] / И. Ф. Карташевская // Культура народов Причерноморья. - 2013. - № 63. - С. 53-57.
3. Іщенко Яна. "Туризм в Україні: пацієнт скоріше мертвий, аніж живий?" [Електронний ресурс]: 2016р - Режим доступу : <http://uk.vnews.agency/exclusive/16735-turizm-v-ukrayin-pacient-skorshe-mertviy-anzh-zhiviy.html>
4. Програми розвитку туризму та рекреації у Львівській області. [Електронний ресурс]: - Режим доступу: [http://gw1.oblrada.lviv.ua/rada/rishennialor.nsf/.../\\$FILE/1087\\_dod.doc](http://gw1.oblrada.lviv.ua/rada/rishennialor.nsf/.../$FILE/1087_dod.doc)
5. Головне управління статистики у Львівській області Режим доступу : [http://www.lv.ukrstat.gov.ua/ukr/sr/accounting.php?ind\\_page=sr](http://www.lv.ukrstat.gov.ua/ukr/sr/accounting.php?ind_page=sr).

*Батьковець Н. О.*

## **ИССЛЕДОВАНИЕ ПРОЦЕССА ФОРМИРОВАНИЯ И УПРАВЛЕНИЯ ТУРИСТИЧЕСКИМИ ПОТОКАМИ ЛЬВОВСКОЙ ОБЛАСТИ**

*В статье проведено исследование туристических потоков Львовской области, определены основные тенденции и проблемы современного состояния процесса формирования и управления туристическими потоками, осуществлен анализ выездных и въездных туристических потоков обоснованно обнаруженные изменения.*

*Ключевые слова: туристическая индустрия, туристический поток, въездной туристический поток.*

*Batkovets N. O.*

## **STUDY OF FORMATION AND CONTROL TOURIST FLOW LVIV REGION**

*The paper studied tourism flows Lviv region, the main trends and challenges of the current state of formation and management of tourist flows, the analysis of exit and entry tourist flows reasonably detected changes.*

*Keywords: tourist industry, the tourist flow, inbound tourist flow.*

УДК 338.48(477.83)

Кушнірук Галина Володимирівна, к. е. н.,  
Пінчук Олександр Володимирович, студент,  
Ткачишин Марія Ярославівна, студентка,  
Львівський інститут економіки і туризму

## РЕГІОНАЛЬНИЙ БРЕНДИНГ — ПЕРСПЕКТИВА ДЛЯ ТУРИСТИЧНОГО РОЗВИТКУ ЛОКАЛЬНИХ ТЕРИТОРІЙ

*У статті розглянуто значення бренда міста як фактора регіонального розвитку туризму. Досліджено основні принципи та підходи до управління формуванням туристичного бренда міста Львова. Окреслено перспективи туристичного розвитку локальних територій Львівщини.*

*Ключові слова:* бренд міста, локальна територія, ребрендинг, регіональний брендинг, туристичний розвиток.

В умовах глобальної та локальної конкуренції міста стають суб'єктами соціально-економічних відносин і вступають у конкурентну боротьбу за економічні, фінансові та трудові ресурси. В реалізації своїх конкурентних переваг, спрямованих на залучення ресурсів, території спираються на сформований позитивний імідж і добру репутацію. Тому створення позитивного іміджу міста, в саме розвиток його бренду є одним з важливих завдань органів місцевого самоврядування. Саме формування, розвиток і просування бренду території тепер стає потенційним ресурсом успішного розвитку території, її благополуччя та процвітання. Проте серйозною проблемою формування нової практики муніципального управління є відсутність розробленої системної методології формування позитивного іміджу та регіонального брендингу.

Посилується увага науковців і практиків до впровадження елементів маркетингу, зокрема брендингу територій, в діяльність державних інститутів та органів влади на місцях. Теоретичним основоположником брендингу є С. Арнхольт. Також окремі аспекти зазначененої проблеми розглянуто у працях як вітчизняних учених (В. М. Вакуленко, В. В. Гомольська, О. І. Гонта, Д. І. Ємельянцева, М. І. Макаренко та ін.), так і закордонних авторів (П. Гувер, О. М. Алісов, О. Л. Гапоненко, О. П. Панкрухін). Однак, незважаючи на це, детальнішого дослідження потребують питання висвітлення елементів потенціалу території щодо її можливого позиціонування та формування бренду.

Метою дослідження є вивчення особливостей іміджевих, репутаційних та брендових характеристик території, та окреслення перспектив для туристичного розвитку локальних територій в Україні, зокрема на прикладі міста Львова.

Для досягнення поставленої мети основну увагу зосереджено на вирішенні таких завдань: характеристика концептуального осмислення регіонального бренду в сучасних умовах; виокремлення особливостей формування та перспектив розвитку регіонального бренду на прикладі міста Львова.

Сьогодні бренд та брендинг є необхідною умовою успішного розвитку територіальної громади, оскільки ці складові територіального маркетингу сприяють соціальній стабільності, інвестиціям, туризму.

Звісно, брендинг використовують для популяризації територій. Корисним при цьому є зарубіжний досвід. Адже технології брендингу, що давно апробовані у бізнесі, де вони забезпечують стабільний прибуток, сьогодні активно розвиваються у просуванні конкретних міст і територій [1, 18]. Брендинг територій в сучасній політиці може відтворюватися у формах окремих PR-проектів, які є складовими персональних та групових стратегій конвертації капіталів у політичному полі [6, 59].

Україна у рейтингу національних брендів Nation brands мала вагомі зміни з 2010 по 2016 роки (рис. 1).

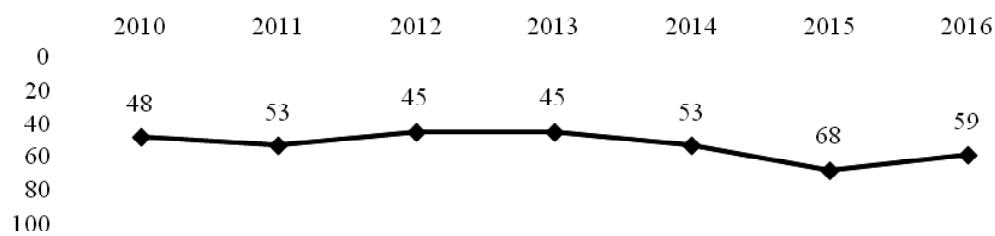


Рис. 1. Місце України у рейтингу 100 національних брендів за версією Brand Finance [2]

У 2010 році Україна посідала 48 місце, а у 2012–2013 був пік у рейтингу, і тоді наша держава посідала 45 місце зі 100. Але, у зв'язку з політичними, економічними та соціальними проблемами, Україна понизилась на 68 місце. Проте, вже у 2016 р. спостерігається позитивна динаміка, і Україна посідає 59 місце.

Окрім цього, за статистикою Nation brands зросла цінність національного бренду на 27 %, або на 12 млрд. доларів, який у 2016 р. склав 56 млрд. доларів (табл. 1). Також виросла і потужність вітчизняного бренду, яка перебувала у 2010 на рівні ВВ і зросла на 3 пункти відносно 2016 р., який зараз розташований на рівні А. Це показує розвиток національної кампанії брендингу як країни, так і окремих її регіонів, та конкурентоспроможність на світовому ринку брендів [2].

Таблиця 1  
Рейтинг національних брендів

Rank 2016	Rank 2015	Nation	National Brand Value 2016 (USDbn)	Change (%)	National Brand Value 2015 (USDbn)	Brand Strength 2016 (Rating)	Brand Strength 2015 (Rating) (Rebased)
51	54	Pakistan	128	38%	93	A	A
52	53	Hungary	102	9%	94	A+	A
53	55	Egypt	98	21%	81	A+	A-
54	58	Luxembourg	85	43%	60	AAA	AAA-
55	57	Sri Lanka	74	9%	68	AA-	A+
56	-	Uzbekistan	72	-	-	A+	-
57	56	Algeria	64	-14%	74	A	BBB
58	59	Greece	57	-4%	59	A+	A+
59	68	Ukraine	56	27%	44	A	A-
60	61	Dominican Republic	56	2%	55	A	A-

Бренд міста — це унікальний емоційно-позитивний образ, обумовлений природними, історичними, соціально-культурними та іншими особливостями міста, що є добре відомими суспільству, а також гарантія якісного задоволення потреб споживачів міста та отримання певних вигод [8]. Адже, брендинг міста є найважливішим фактором конкурентних переваг і доходів міста і цінним нематеріальним активом.

Основною складовою капіталу бренду міста є імідж бренду, який формується на основі розповсюдження інформації про рейтинги серед інших міст. Бренд міста повинен бути тільки позитивним і ґрунтуватися лише на достовірній інформації. Так за результатами соціологічного опитування групою «Рейтинг» щодо туристичної та інвестиційної привабливості українських міст, Київ, Львів та Одеса визнані найпривабливішими для туризму містами України [3]. Але тільки Львів демонструє високий рівень публічності місцевої влади та довіри меру з боку горожан. Інші міста мільйонники залишаються майданчиками непорозумінь інвесторів їх брендингу, який впроваджується тут зверху як стихійна технологія.

Бренд Львова ніхто не може створити «від початку». Він вже існує. Його можна лише формувати, просувати і розвивати. Слід зазначити, що там, де існує бренд нашого міста, він переважно позитивний.

В основу брэндингової кампанії Львова було покладено традиційний знак-символ герба міста та модель стратегічного розвитку територіального розвитку [4]. До найчастіше згадуваних брендів Львова належить також образ багато етнічного міста, місто кави, місто солодощів і цукерень, місто українських традицій, місто фестивалів, «бандерівське місто».

Сучасний стан бренду м. Львова має вигляд п'яти веж з гаслом «Львів відкритий для світу». Він містить інформацію про місто, яка покращує його відомість та поінформованість серед потенційних клієнтів. Такий бренд сприятиме підвищенню конкурентоздатності міста, ідентичності та унікальності, архітектури, культури та історії.

Крім того, для Львова було виділено п'ять основних напрямів потенціального розвитку, зокрема місто може розвиватися як центр ділового туризму, фінансово-інвестиційний центр, центр виробництва та інноваційних технологій, культурно-мистецький, освітній, науковий та спортивний центр. За результатами соціологічного опитування, проведеного міською радою, більшість опитаних львів'ян (51 %) бачать рідне місто культурно-мистецьким центром. На другому місці (26,5 %) — концепція освітнього, наукового та спортивного центру, 12,2 % віддають перевагу центрові ділового туризму. Такий розподіл пояснили неважко, адже впродовж останніх десяти років місто вже неможливо уявити без місцевих фестивалів.

За підрахунками, проведеними на основі маркетингових досліджень та соціологічних опитувань, у 2015 р. Львів відвідало близько 2 млн. гостей міста (табл. 2). Порівняно з 2011 р. цей показник зрос удвічі.

Таблиця 2  
Кількість туристів, екскурсантів у Львові за період з 2011 р. по 2015 р.

Показник	Роки					Відхилення	
	2011	2012	2013	2014	2015	2015 р. до 2011 р.	млн. осіб
Кількість туристів, екскурсантів, млн. осіб	1	1,4	1,7	1,7	2	1	200

Джерело: [5]

Отже, «брэндинг міста» — цілеспрямована діяльність зі створення і розвитку бренду міста. Бренд формується на основі чітко вираженого позитивного іміджу міста, в основі якого лежить унікальна можливість задоволення тих чи інших потреб споживачів. Для реалізації стратегії брэндингу міста потрібно визначити капітал, імідж та цільову аудиторію.

На сьогоднішній день активно проводилася популяризація туристично-рекреаційної привабливості та брэндингу Львівщини на світовому та вітчизняному ринках та залучення туристичних потоків в регіон, зокрема:

- розроблено і постійно впроваджується туристичний логотип та гасло «Мандруймо Львівчиною»;
- виготовлено та розповсюджено на виставково-презентаційних акціях туристичної презентаційно-довідкові путівники, каталоги, буклети;
- організовано пізнавальні тури по місцях туристично-рекреаційної привабливості Львівщини для представників преси і туристичних компаній;
- проведено міжнародні туристичні заходи на Львівщині;
- розроблено та апробовано нові туристично-експурсійні маршрути;
- сформовано Календарі туристично-привабливих подій на Львівщині;
- створено та наповнено обласний туристичний сайт [www.lviv-land.lviv.ua](http://www.lviv-land.lviv.ua);
- здобуто гранти на реалізацію міжнародних туристичних проектів;
- проведено щорічні семінари-тренінги з підвищення кваліфікації екскурсоводів та гідів-перекладачів Львівщини, провідників по горах [7].

Для покращення як потенціалу так і самого брендингу Львівської області Департамент міжнародного співробітництва та туризму Львівської обласної державної адміністрації склав відповідну програму розвитку туризму та курортів у Львівській області на 2014–2017 роки. Метою Програми є здійснення заходів, спрямованих на розвиток туризму в регіоні, створення конкурентоспроможного туристичного продукту на еколо-гічно чистих територіях, поліпшення кадрового забезпечення галузі, підтримку в'їзного та внутрішнього туризму [7].

Отже, вдалий брендинг підніме Львівщину на якісно новий рівень, зміцнить її туристичний образ в Україні та світі, а це, в свою чергу, позитивно впливатиме на розвиток бренду Львова, та на його брендинг.

### **Література**

1. Anholt S. Brand New Justice: the upside of global branding [Text] / Simon Anholt. — Oxford : Butterworth- Heinemann, 2003. — 180 p.
2. Brand Finance Nation Brands 100 [Electronic resource]. — Regime to access: [http://brandfinance.com/images/upload/nation\\_brands\\_2016\\_report.pdf](http://brandfinance.com/images/upload/nation_brands_2016_report.pdf).
3. В Україні найпривабливішими для туризму визнані Київ та Львів [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://news.finance.ua/ua/~/1/0/all/2009/08/29/169549>.
4. Візуалізація бренду Львова [Електронний ресурс]. — Режим доступу : [http://www8.city-adm.lviv.ua/Pool/Info/doclmr\\_1.NSF/0](http://www8.city-adm.lviv.ua/Pool/Info/doclmr_1.NSF/0).
5. Звіт управління туризму Львівської міської ради (в тому числі ЛКНП «Центр розвитку туризму м. Львова») за 2015 р. [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <https://cityadm.lviv.ua/lmrdownloads/Zvity/zvitturyzm2015.doc>.
6. Нагорняк Т. Л. Брендинг території як державна та регіональна політика [Текст] : моногр. / Т. Л. Нагорняк. — Донецьк : Ноулідж, 2013. — 367 с.
7. Обласні цільові програми, затверджені рішеннями обласної ради, реалізація яких запланована у 2015 році [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.oblrada.lviv.ua/oblprog2015>.
8. Ядін Даніель. Міжнародний словник маркетингових термінів [Текст] / Пер. з англ.; за наук. ред. В. М. Савченко, Є. Є. Козлова. — Дніпропетровськ : Баланс Бізнес Букс, 2007. — 608 с.

*Кушнирук Г. В., Пинчук О. В., Ткачишин М. Я.*

## **РЕГІОНАЛЬНЫЙ БРЕНДИНГ—ПЕРСПЕКТИВА ДЛЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ЛОКАЛЬНЫХ ТЕРРИТОРИЙ**

*В статье рассмотрено значение бренда города как фактора регионального развития туризма. Исследовано основные принципы и подходы к управлению формированием туристического бренда города Львова. Очерчено перспективы туристического развития локальных территорий Львовщины.*

*Ключевые слова:* бренд города, локальная территория, ребрендинг, региональный брендинг, туристическое развитие.

*Kushniruk H. V., Pinchuk O.V., Tkachyshyn M. Y.*

## **REGIONAL BRANDING—A PROSPECT FOR THE TOURIST DEVELOPMENT OF THE LOCAL AREAS**

*The article considers the value of brand of city as a factor for the regional tourist development. The basic principles and approaches to the formation of tourist brand of city Lviv are investigated. The prospects of the tourist development of the local areas of Lviv region are defined.*

*Keywords:* brand of city, local area, rebranding, regional branding, tourist development.

*Розділ 4.*  
**ТОВАРОЗНАВСТВО І ТОРГІВЛЯ:  
ТЕНДЕНЦІЇ, ПРОБЛЕМИ ТА НАПРЯМКИ**

УДК: 338.482:658.62:005.52

Павлишин Маріанна Львівна, к. т. н., доцент,  
Микитів Наталія Савелівна, старший викладач,  
Озимок Галина Володимирівна, к. т. н., доцент,  
Луців Наталія Василівна, к. т. н., доцент,  
Львівський інститут економіки і туризму

**ЕКСПЕРТНІ АСПЕКТИ У ФОРМУВАННІ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ  
ФАХІВЦІВ З ПІДПРИЄМНИЦТВА, ТОРГІВЛІ  
І БІРЖОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

*Розглянуто компетентнісний підхід із врахуванням експертних аспектів, який застосовується в Львівському інституті економіки і туризму при формуванні навчальних планів і освітніх програм для магістрів за спеціальністю 076 «Підприємництва, торгівлі і біржової діяльності». Окреслено пропозиції щодо розширення ефективності застосування експертних знань й навичок у формуванні конкурентоспроможних фахівців для сфери підприємництва.*

*Ключові слова:* конкурентоспроможний фахівець, підприємництво, торгівля, компетентності, послуги, товари, експертиза.

Складність ринкової кон'юнктури, нестабільність політичної ситуації й криза в економіці України, складна ситуація на сході країни, що зумовлюють погіршення інвестиційного клімату, різкі валютні коливання, обмеження фінансово-господарської діяльності та зменшення ролі малого підприємництва в сфері торгівлі, вимагають розроблення й реалізації заходів для вирішення проблем соціально-економічного розвитку України та Львівщини зокрема, в тому числі за рахунок змін у філософії структурування та розвитку освітнього простору.

Сьогодні функціонування вищих навчальних закладів відбувається в умовах євро-інтеграційних процесів, тому питання формування освітнього середовища для фахівців сфері послуг є актуальним для України. З огляду на те, що останнім часом спостерігається диспропорція між підготовкою фахівців для сфери послуг та запитами щодо них на ринку праці, МОН України приділяє велику увагу вивченю й розв'язанню цих стратегічних питань [1]. Крім того, сучасні умови глобалізації передбачають новий формат взаємодії вищої школи із економікою держави [2].

Економіка майбутнього потребує від працівника не стільки орієнтації на виконання певного завдання, скільки вміння вирішувати проблеми, орієнтуватися в сучасних умовах. Усі ці процеси роблять життєво важливою спрямованість у вищій освіті на найбільш орієнтованих у нових умовах спеціалістів і нові моделі їх підготовки. Наразі адекватна модель спеціаліста є не кваліфікаційною, а компетентнісною [3].

Ефективність діяльності та розвитку підприємництва загалом й торговельного та туристичного бізнесу зокрема, можливі за умови наявності висококваліфікованих фахівців, серед яких найбільшим попитом в регіонах з багатогалузевою структурою

економіки, до яких відноситься Львівщина, користуються магістри з підприємництва, торгівлі і біржової діяльності. Підготовка професіоналів принципово нової формaciї з підприємництва, торгівлі і біржової діяльності стане платформою для впровадження та реалізації «Державної стратегії регіонального розвитку на період до 2020 року» та «Стратегії розвитку Львівської області на період до 2027 року» [4]. Зважаючи на це, магістри спеціальності «Підприємництво, торгівля і біржова діяльність» мають володіти компетенціями для використання новітніх технологій в ефективному управлінні сфери послуг й організації підприємництва, торгової, біржової діяльності.

Враховуючи тенденцію розвитку сучасного підприємництва й туристичного іміджу України, укрупнення бізнесу в умовах туристичних кластерів, вдосконалення туристичної інфраструктури Львівщини, Львівський інститут економіки і туризму засобами інформаційних ресурсів має можливість вивчати стан підприємництва й туризму, аналізувати їх динаміку розвитку за регіонами для максимального задоволення потреб споживачів й туристів зокрема в сучасних економічних умовах розвитку вітчизняного бізнесу. Оптимальним варіантом для розв'язання проблем розвитку туристичної індустрії, малого і середнього підприємництва, торгівлі і біржової діяльності є підготовка магістрів галузевим державним вищим навчальним закладом, а саме Львівським інститутом економіки і туризму (ЛІЕТ) висококваліфікованих професіоналів із врахуванням світового і європейського досвіду, національних потреб ринку праці у сфері послуг та потенційних можливостей і ресурсів Західного регіону.

Магістри з підприємництва, товарознавства й торгівлі як професіонали нової формaciї сприятимуть прогресу суспільно-економічного розвитку регіону, підвищенню культури обслуговування споживачів, забезпечення ефективності діяльності та конкурентоспроможності підприємств області, впровадженню передового досвіду та наукових принципів раціоналізації праці, сучасних інформаційних технологій управління робочими місцями та підприємством у цілому.

Дослідження майбутніх потреб регіону свідчить про подальше зростання попиту на магістрів спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля і біржова діяльність» для успішної реалізації державних програм розвитку регіону: «Стратегії розвитку Львівської області на період до 2027 року», «Стратегії сталого розвитку Україна–2020», «Програми розвитку туризму та рекреації у Львівській області на 2014–2017 роки». Очікуваними кінцевими результатами цих програм є зростання кількості малих і середніх підприємств в області, розвиток підприємництва, торгівлі, туризму в цілому, а також створення нових робочих місць [4]. Доведенню цих результатів свідчать результати економічного та соціального розвитку Львівської області [5].

В умовах жорсткої конкурентної боротьби для формування ефективної освітньо-професійної діяльності ЛІЕТ в підготовці фахівців з підприємництва, торгівлі та біржової діяльності, на нашу думку, цілком віправданим є включення наступних обов'язкових елементів:

- постійний аналіз і перегляд навчальних і робочих програм усіх дисциплін, підпорядковання та взаємозв'язок їхнього змісту із освітньо-кваліфікаційними характеристиками спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля і біржова діяльність» зі спеціалізаціями «Товарознавство та експертиза в митній справі» й «Експертиза товарів і послуг»;

- збільшення частки годин на практичну підготовку фахівців у галузі підприємництва, торгівлі, біржової діяльності, товарознавства й експертизи за рахунок бюджету часу, що виділяється на варіативну компоненту навчальних планів;

- створення на базі ЛІЕТ нових інноваційних навчальних об'єктів, профільних навчально-виробничих структур, центрів, спеціалізованих лабораторних комплексів, які б розширили можливості для відпрацювання програмних завдань різних видів практики.

Важливою ознакою інновацій у формуванні компетентностей фахівців є свобода творчості, без якої неможлива поява нових ідей та їх реалізація. З огляду на це, в ЛІЕТ постає питання поєднання стандартизації, уніфікації зі свободою вибору, плюралізмом думок щодо організації спеціалізованої професійної освіти. Прикладний аспект оновлення змісту професійної освіти ЛІЕТ на інноваційній основі передбачає фундаменталізацію та варіативність змісту освіти, стандартизацію параметрів якості освіти та переорієнтацію технології навчального процесу із рівня значень на рівень ціннісних орієнтацій, тобто, посилення творчого аспекту та гуманістичної спрямованості.

Науково доведено і практикою підтверджено, що економічні знання в інтеграції з товарознавчо-експертними складовими формують ефективну систему господарювання, здатну продукувати конкурентоспроможного фахівця для сфери підприємництва й торгівлі, експертизи товарів і послуг, який би відповідав потребам сучасного ринку праці, зокрема в контексті розвитку індустрії туризму.

Сучасні умови провадження підприємницької діяльності, функціонування світового, регіонального (європейського) та вітчизняного товарних ринків, зумовлюють запит на фахівців, які володіють компетентностями, необхідними для формування пропозиції якісних і безпечних товарів для вітчизняних споживачів та країн-торговельних партнерів України.

З огляду на вище зазначене, цілком виправданим, на нашу думку, є включення в структуру навчальних планів ОКР «магістр» спеціалізацій «Товарознавство та експертиза в митній справі» та «Експертиза товарів і послуг» в рамках спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» цілої низки навчальних дисциплін, які безпосередньо формують або завершують формування компетентностей експерта, а саме: до обов'язкової частини навчального плану — дисципліни «Експертиза товарів»; до варіативної частини навчального плану — дисциплін «Експертиза в міжнародній торгівлі», «Товарні бренди: товарознавство та експертиза», «Експертиза дорогоцінних металів і коштовного каміння», «Експертиза транспортних засобів», «Експертиза наркотичних, отруйних та вибухонебезпечних речовин», «Експертиза послуг індустрії гостинності», «Спецкурс з ветеринарної та фітосанітарної експертизи», «Експертиза культурних цінностей», «Експертиза алкогольних напоїв». Саме ці навчальні дисципліни є ключовими у формуванні інтегрованої фахової компетентності магістрів спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» — здатності розв'язувати складні завдання і проблеми у галузі підприємництва, торгівлі, біржової та експертної діяльності, митної справи, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій за невизначених умов і вимог. Загальні та фахові компетентності як результати вивчення магістрами спеціалізацій «Товарознавство та експертиза в митній справі» та «Експертиза товарів і послуг» навчальних дисциплін експертного спрямування («Експертиза в міжнародній торгівлі», «Товарні бренди: товарознавство та експертиза», «Експертиза дорогоцінних металів і коштовного каміння», «Експертиза транспортних засобів», «Експертиза наркотичних, отруйних та вибухонебезпечних речовин», «Експертиза послуг індустрії гостинності», «Спецкурс з ветеринарної та фітосанітарної експертизи», «Експертиза культурних цінностей», «Експертиза алкогольних напоїв») наведено в табл. 1.

Резюмуючи вище викладене, бачимо, що для задоволення запитів ринку праці вища школа України повинна забезпечувати підготовку фахівців з підприємництва, торгівлі та біржової діяльності нової формaciї. Таких фахівців сьогодні здатний готовити інноваційний заклад освіти, який практикуватиме не тільки викладання фахових знань, не тільки формуватиме відповідні фахові компетентності, не тільки застосовуватиме нові технології навчання, але й використовуватиме новий спосіб мислення в конкурентному середовищі. Надання сучасної професійної освіти повинно базуватися на кращих

Таблиця 1

**Очікувані результати оволодіння компетентностями експерта в ЛІЕТ за освітньою програмою зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» [6]**

Загальні компетентності	Фахові (спеціальні) компетентності
здатність до професійної ефективної комунікативної діяльності та вміння працювати в колективі, команді, самостійно	здатність визначати нормативну основу, завдання, методи та порядок проведення експертизи товарів
здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями та застосовувати знання у практичних ситуаціях	здатність формувати інформаційне середовище для розробки і впровадження дієвих систем управління якістю та безпечністю товарів та проводити оцінювання їх ефективності
набуття гнучкого способу мислення, який дає можливість зрозуміти й розв'язати проблеми та задачі, зберігаючи при цьому критичне відношення до усталених наукових концепцій	здатність аналізувати та формувати оптимальний асортимент товарів на підприємстві та до забезпечення ефективності технологічних процесів на підприємстві
здатність виявляти, ставити, вирішувати проблеми	здатність проводити експертизу товарів та послуг
здатність добувати, обробляти та аналізувати інформацію з різних джерел	здатність ідентифікувати товар, визначати його безпечність та якість
здатність оперувати професійно-кваліфікаційними термінами, категоріями та поняттями	здатність досліджувати якість товарів органолептичними та інструментальними методами
здатність до самостійної роботи та самостійного приймання управлінських рішень, здатність нести відповідальність за їх реалізацію	здатність застосовувати способи і методи виявлення фальсифікації харчових продуктів та непродовольчих товарів
уміння бути критичним та самокритичним для розуміння факторів, які мають позитивний чи негативний вплив на комунікацію, та здатність визначити та врахувати ці фактори в конкретних комунікаційних ситуаціях	здатність інтерпретувати, систематизувати, критично оцінювати і використовувати інформацію в контексті управлінського завдання або проблеми, що вирішується
здатність проведення експериментальних досліджень на відповідному рівні	здатність використовувати теоретичні засади та методологію розпізнавання проблеми в галузі експертизи
здатність генерувати нові ідеї (креативність), ініціативність	здатність аналізувати вимоги міжнародних документів щодо технічного регулювання та застосовувати їх в практичній діяльності підприємства
здатність до формування світогляду, розуміння принципів розвитку суспільства	здатність розробляти прогнози та проекти нормативно-правових актів
уміння оцінювати та підтримувати якість виконаної роботи	здатність використовувати програмне забезпечення, що запроваджено в експертних установах
здатність формувати власний імідж і планувати кар'єру	здатність здійснювати організацію і моніторинг роботи експерта
уміння планувати та керувати часом	здатність оптимізувати процедуру експертизи товарів та технологію проведення митного контролю під час перевезення товарів різними видами транспорту
здатність до адаптації та дій в новій ситуації	здатність застосовувати правові норми, засоби, методи, форми і тактичні прийоми в типових ситуаціях, що виникають при фактах порушення митних правил або контрабанди
вміння реалізовувати проект	здатність здійснювати консультаційну та освітньо-методичну діяльність

освітніх стандартах, національних й міжнародних традиціях, досягненнях науки і практики у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності. Інноваційне мислення дозволить провести відповідну селекцію інноваційних ідей, напрямів діяльності, зокрема із підсиленням експертних аспектів у формуванні компетентностей фахівців сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності, щоб вивести на якісно новий рівень форми і методи ведення бізнесу. Тому проголошене ректором ЛІЕТ, професором, академіком І. О. Бочаном гасло: «Рік інноваційних змін і вагомих результатів по формуванню

позитивного іміджу й бренду Інституту» [7] не може бути реалізовано випускниками ЛІЕТ у практичній діяльності без формування інноваційних фахових компетентностей, що розвивають інноваційне мислення під час підготовки фахівця з підприємництва, торгівлі та біржової діяльності ще в стінах нашого вищого навчального закладу. Здобуті студентами ЛІЕТ професійні знання трансформуються в інтелектуальний та економічний доробок галузевих підприємств і держави в цілому!

### Література

1. Про вищу освіту: Закон України від 1 липня 2014 року № 1556-VII // Відомості Верховної Ради (ВВР), 2014, № 37–38.
2. Cayx I. B. Моделі професійної компетентності менеджера туристичної індустрії як основа конкурентоспроможності галузі [Текст] / I. B. Cayx // Економіка. Управління. Інновації. — 2010. — № 2 (4).
3. Кубенко I. M. Що таке компетентність і як її розуміють в освіті [Електронний ресурс] Додаток до електронного журналу «Теорія та методика управління освітою», Випуск № 1, 2010 р. — Режим доступу : [http://tme.ymo.edu.ua/docs/Dod/1\\_2010/kubenko.pdf](http://tme.ymo.edu.ua/docs/Dod/1_2010/kubenko.pdf).
4. Концепція освітньої діяльності Львівського інституту економіки і туризму щодо надання освітньої послуги з підготовки фахівців ступенів бакалавр, спеціаліст, магістр за спеціальністю 076 «Підприємництво, торгівля і біржова діяльність» галузі знань 07 «Управління та адміністрування» (напряму 6.030510 «Товарознавство і торговельне підприємництво», спеціальностей 7.03051001 «Товарознавство і комерційна діяльність»; 7.03051002 «Товарознавство та експертиза в митній справі») [Текст] / Дутка Г. Я., Павлишин М. Л., Луців Н. В. та інші. — Львів : ЛІЕТ, 2015. — 32 с.
5. Статистичний щорічник Львівської області за 2015 рік [Текст] / За ред. Зимовіної С. І. — Львів : Гол. управл. статистики України, 2016. — 325 с.
6. Освітньо-професійна програма підготовки фахівців ступеня вищої освіти магістр, галузь знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальність 076 «Підприємництво, торгівля і біржова діяльність» [Текст] / Павлишин М. Л., Білій Л. А., Васильчак С. В. та інші. — Львів : ЛІЕТ, 2016. — 6 с.
7. Бочан I. O. Звернення ректора до кожного керівника структурного підрозділу, викладача і студента інституту «Це важливо врахувати на початку нового 2016/2017 навчального року». — Львів, 2016.

*Павлишин М. Л., Микитив Н. С., Озимок Г. В., Луців Н. В.*

## **ЕКСПЕРТНЫЕ АСПЕКТЫ В ФОРМИРОВАНИИ ОМПЕТЕНТНОСТЕЙ ПРОФЕССИОНАЛОВ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВЕ, ТОРГОВЛЕ И БИРЖЕВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

*Рассмотрено компетентносный подход с учетом экспертных аспектов, который используется во Львовском институте экономики и туризма, при формировании учебного плана и образовательной программы для магистра специальности 076 «Предпринимательство, торговля биржевая деятельность». Определены предложения по расширению эффективности применения экспертных знаний и навыков в формировании конкурентоспособных профессионалов для сферы предпринимательства.*

*Ключевые слова:* конкурентоспособный специалист, предпринимательство, торговля, компетентности, услуги, товары, экспертиза.

*Pavlyshyn M. L., Mykytiv N. S., Ozymok H. V., Luciv N. V.*

**EXPERT ASPECTS IN THE FORMATION OF THE COMPETENCE  
OF EXPERTS IN ENTERPRISE, TRADE AND EXCHANGE ACTIVITIES**

*The paper considers the competence approach, which is applied at the Lviv Institute of Economics and Tourism, in the formation curricula with the inclusion of commodity-expert aspects and educational programs formatters in 076 «Business, trade and exchange activities». The proposals to broadening the possibilities of application of the commodity and expertise skills in the formation of competitive specialists for business professionals.*

*Keywords:* competitive specialist, business, commerce, expertise, services, products, expertise.

УДК 685.6:339.13

Луців Наталія Василівна, к. т. н., доцент,  
Львівський інститут економіки і туризму

## СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНОГО РИНКУ СПОРТИВНИХ ТОВАРІВ

*У статті досліджено особливості та проблеми розвитку сучасного ринку спортивних товарів в Україні, розглянуто динаміку виробництва, продажу, експорту та імпорту цих товарів, окреслено основні проблеми ринку та асортименту українських виробників, виявлено перспективні ніші ринку товарів для спорту.*

*Ключові слова:* спортивні товари, здоровий спосіб життя, активний відпочинок, ринок, імпорт, експорт, виробництво.

Популярність здорового способу життя зростає у всьому світі, що спричиняє підвищення попиту на спортивні товари. Сьогодні нікого не треба переконувати в користі здорового способу життя і занять спортом. Все більше українців, дбаючи про своє здоров'я та красу, займаються різними видами спорту, відвідують фітнес-клуби, надають перевагу активному відпочинку, і це позначається на динаміці виробництва спортивного одягу, взуття, спорядження, тренажерів. Попит на спортивні товари в Україні зростає, хоча при цьому їх виробництво так і не стало економічно ефективною сферою діяльності.

Проблемами дослідження асортименту і якості товарів для спорту і туризму займались такі вчені: М. С. Беднарчук, Б. Д. Семак, Н. І. Попович, А. П. Ходикін, Т. О. Софілканич. Аналізом основних можливостей та загроз на ринку спортивних товарів займалися О. С. Курдюкова та О. І. Лабурцева. Проте публікації, що містять аналіз вітчизняного ринку спортивних товарів, є досить обмеженими за своєю кількістю. Таким чином, постає необхідність здійснення актуальних досліджень ринку товарів для спорту товарів в Україні.

Метою дослідження є аналіз сучасного стану та визначення основних перспектив розвитку вітчизняного ринку спортивних товарів.

Предметом дослідження є проблеми формування та розвитку ринку спортивних товарів в Україні.

Місткість українського ринку спортивних товарів за оцінками різних експертів складає приблизно 1,2–1,3 млрд. дол. США. Це ринок з динамічним розвитком — учасники ринку спорттоварів говорять про щорічне зростання на 10–20 % [4]. Ця тенденція відображенна на рис. 1. Наведені експертні дані практично співпадають з даними Держкомстату України, відповідно до яких обсяг ринку спортивних товарів України в 2015 році склав 1,24 млрд. гривень, збільшившись на 8,5 % порівняно з 2014 роком.

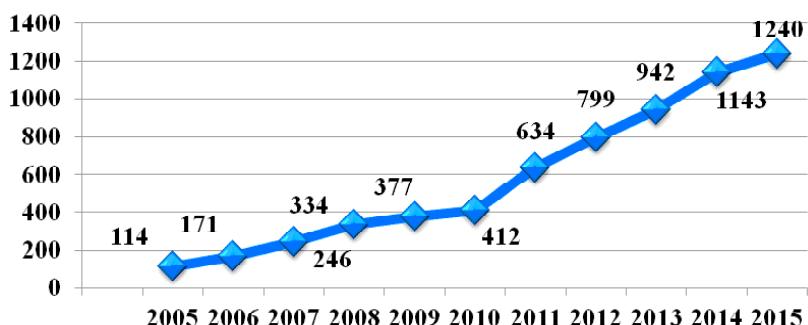


Рис. 1. Динаміка роздрібного товарообороту спортивних товарів в Україні в 2005–2015 рр., млн. грн [7, 8]

Однак, таке зростання ринку спортивних товарів відбулося за рахунок зростання цін, в кількісному вираженні продаж товарів для спорту в 2015 році зменшився приблизно на третину [2]. На жаль, приблизно 80 % спортивних товарів поки що імпортуються в Україну з-за кордону.

Офіційна статистика даних про виробництво спортивних товарів в Україні тривалий час не наводила. В 2015 році в Україні було вироблено спортивних товарів на суму 549,2 млн. грн. [8]. Попередні дані про виробництво спортивних товарів в Україні, опубліковані Держкомстатом, стосуються 2010 року, коли було вироблено спортивних товарів на суму 391,4 млн. грн. [6]. Опосередковано і дуже приблизно можна скласти уявлення про динаміку обсягів виробництва спортивних товарів в Україні з діаграми, наведеної на рис. 2. За даними Держкомстату України, частка продажу спортивного та туристичного інвентарю та спорядження українського виробництва в 2014 році склала 21,8 %, що вдвічі менше, ніж в 2005 році. Можна припустити, що в 2014 році було вироблено спортивних товарів на суму 249,2 млн. грн. (21,8 % від обсягів продажу спортивних товарів).

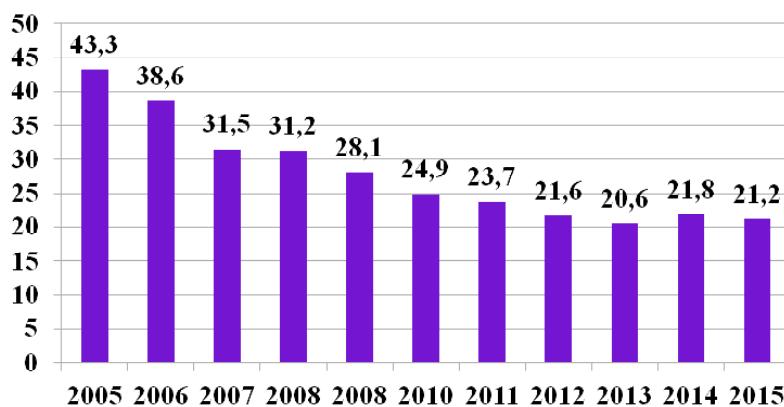


Рис. 2. Частка продажу інвентарю та спорядження спортивного, туристичного, які вироблені на території України, через торгову мережу підприємств, в 2005–2015 роках, % [7, 8]

Дані про виробництво спортивного одягу в Україні наведено на рис. 3, з якого видно, що виробництво костюмів спортивних, лижних, купальних та одягу іншого трикотажного в Україні дуже нестабільне і характеризується спадами (2009 та 2012 роки) та зростаннями (2010, 2014 та 2015 роки).

Серед діючих українських виробників найбільш активними є «Корн» (Львів), «Харбел» (Харків), «Спорт-зона» (Черкаси), «Спорт-обеспеченіє» (Одеська обл.), «Vasil» (Дніпропетровськ), «Інтер Атлетика» (Київ) та «Vadzaari» (Дніпропетровськ), що розробляють товари для фітнесу.

Великі виробники якісних тренажерів «Інтер Атлетика», «Vasil», «Vadzaari» випускають як професійні, так і домашні тренажери, попит на які є завжди. Сьогодні по всій країні відкривається багато спортивних клубів, частина з яких укомплектовуються українськими тренажерами.

В Україні також є компанії («Ельфа», «Бойко-спорт», «Спорт Ко»), які виготовляють якісне обладнання для шкіл: мати, груші, боксерські рукавички [2].

Крім того, в Україні виготовляється якісне ігрове обладнання. Наприклад, українські волейбольні сітки та стійки, футбольні ворота і баскетбольні щити виробництва «Інтератлетика», SportSystems навіть продаються за кордон. За підтримки держави обсяги імпортного і вітчизняного обладнання для спортивних ігор можуть зрівнятися за обсягами продажів.

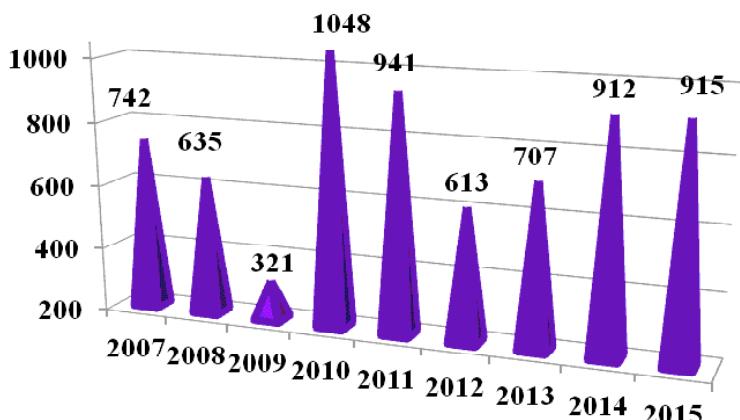


Рис. 3. Динаміка виробництва костюмів спортивних, лижних, купальних та одягу іншого трикотажних машинного або ручного в'язання в Україні в 2007–2015 роках, тис. шт. [7, 8]

Якщо товар буде якісним і вироблятиметься в потрібних обсягах, він з легкістю може зайняти місце на полицях великих спортивних магазинів. Адже буквально за два роки обсяги товарів українського виробництва у мережах спортивних магазинів зросли практично з нуля до 20 % [2]. Вже сьогодні спортивні сумки, чешки, скакалки, санки на вітчизняному ринку є українськими. Але малі виробники не можуть забезпечити великих обсягів виробництва та покриття по всій Україні, тому співпраця з мережевими магазинами, є проблематичною.

В Україні здійснюється також виробництво товарів для занять зимовими видами спорту, але про діяльність значної частини виробників та їх продукцію інформації вкрай мало. Така ситуація спричинена відсутністю коштів на просування виготовленої продукції у виробників.

Найбільшим і найвідомішим підприємством, що спеціалізується на виробництві товарів для занять зимовими видами спорту є українсько-австрійське ТОВ «Фішер Мукачеве» (Закарпатська обл.), яке виготовляє спортивно-бігові, гірські лижі та хокейні ключки. Сьогодні СП «Фішер-Мукачево» є єдиним в Україні підприємством, яке виготовляє лижі і найбільшим в Європі. 90 % продукції підприємства експортується. Левова частка гірських і бігових лиж, представлена на світовому ринку маркою Fischer, виготовляється в Мукачеві. Фабрика виробляє продукцію не тільки марки Fischer, а й інших брендів — Scott Usa, Stockli, Tecno Pro, Hagan, Rossignol, Alpina, Splitkein, Tecno. Що стосується хокейних ключок, то в основному СП «Фішер-Мукачево» працює на канадський і американський ринок. На фабриці виробляється продукція для фірм Sherwood (Канада), Easton (США). Європейські замовники — це також відомі в світі хокею бренди TPS, Zetra, Ferland і інші.

Але, як уже зазначалося, на вітчизняному ринку спортивних товарів переважає імпортна продукція. В УКТЗЕД спортивні товари представлені товарною позицією 9506 «Інвентар, обладнання для спорту; плавальні басейни, басейни для дітей». На рис. 4 наведено динаміку імпорту та експорту спортивних товарів в Україні в 2011 — 2015 роках, з якого бачимо, що за останні роки обсяги експорту та, особливо, імпорту зменшуються. Імпорт товарів для спорту в Україну у вартісному вираженні в 2015 році склав 17955 тис. доларів США, це в 1,8 рази менше, ніж в 2014 році. Зниження обсягів експорту інвентарю та обладнання для спорту в 2015 році порівняно з 2014 роком склало 1,4 рази. Разом з тим, слід відмітити, що експорт в 1,5–2,5 рази перевищує імпорт, тобто в зовнішній торгівлі спортивними товарами спостерігається позитивне сальдо. Але офіційна статистика не відображає тіньових поставок спортивних товарів в Україну.

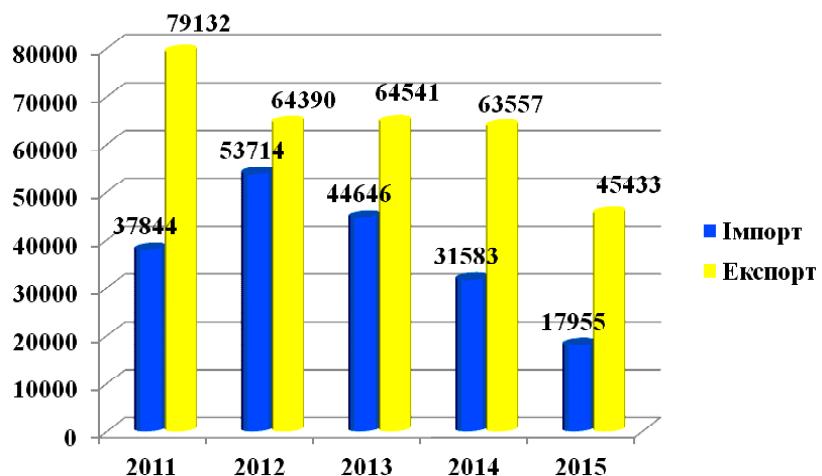


Рис. 4. Зовнішня торгівля інвентарем, обладнанням для спорту; плавальними басейнами, басейнами для дітей (код УКТЗЕД 9506) в Україні в 2011–2015 роках, тис. доларів США [9]

В 2015 році в Україну було імпортовано 4201 т спортивного інвентарю та обладнання (код УКТ ЗЕД 9506) на суму 17 955 тис. доларів США. Разом з тим, в 2015 році було експортовано з України 5032 т цих товарів на суму 45 433 тис. доларів США. Таким чином, середня ціна на імпортну продукцію склала 2,27 дол./кг, а на експортовану — 9,03 дол./кг. Ціна експорту значно перевищує ціну імпорту.

Основними постачальниками спортивного інвентарю та обладнання в Україну в 2013–2015 роках були Китай, Російська Федерація, США, Італія, Тайвань, Австрія та Пакистан (табл. 1). Найбільшим постачальником спортивних товарів є Китай. Його частка в загальному обсязі імпорту спортивного інвентарю та обладнання в грошовому вираженні в 2015 році склала 64,4 %.

*Таблиця 1*  
**Основні країни-імпортери інвентарю, обладнання для спорту; плавальних басейнів, басейнів для дітей (код УКТЗЕД 9506) в Україну в 2013–2015 роках [3]**

Країна	Вартість, тис. дол. США			Питома вага, %		
	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.
Китай	27965	21514	11575	62,64	68,12	64,47
Російська Федерація	2566	*	*	5,75	*	*
США	2140	*	*	4,79	*	*
Італія	*	1456	*	*	4,61	*
Тайвань	*	1236	*	*	3,91	*
Австрія	*	*	1488	*	*	8,29
Пакистан	*	*	567	*	*	3,16
Інші	11974	7376	4325	26,82	23,36	24,09

\* — немає даних

З України спортивний інвентар та обладнання в найбільших обсягах в 2013–2015 роках році експортувалося до Австрії, Російської Федерації та Канади (табл. 2). Най-

більшим споживачем українських спортивних товарів є Австрія. Її частка в загальному обсязі експорту спортивного інвентарю та обладнання в грошовому вираженні в 2015 році склала понад  $\frac{3}{4}$  — 77,54 %.

Таблиця 2

**Основні країни-експортери спортивного інвентарю (код УКТЗЕД 3304)  
в Україну в 2013–2015 роках [3]**

Країна	Вартість, тис. дол. США			Питома вага, %		
	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.
Австрія	44 483	46 437	35 223	68,92	73,06	77,53
Російська Федерація	15 221	11 377	5598	23,58	17,90	12,32
Канада	1523	2449	1946	2,36	3,85	4,28
Інші	3314	3294	2666	5,13	5,18	5,87

Основну частину експорту спортивних товарів з України складає продукція українсько-австрійського ТОВ «Фішер Мукачеве». Інші українські спортивні товари за кордоном взагалі не представлені, лише поодинокі українські виробники вийшли на глобальний ринок. Адже пробитися на ринок Західної Європи можуть компанії, які готові виробляти дуже якісний товар за конкурентною ціною та вкласти гроші в сертифікацію, розраховуючи на продаж великих обсягів продукції. Але у нас розвинені переважно малі виробництва, орієнтовані на вітчизняний ринок і СНД, для яких витрати на сертифікацію товарів занадто високі. Тому ми могли б торгувати з Білоруссю, Румунією, країнами Східної Європи.

Орієнтуватися на країни Азії, Африки в надії, що там нижчі вимоги, також не варто. Держави цих регіонів вкладають у розвиток спорту, зокрема у виробництво власних спортивних товарів, величезні кошти.

Аналіз ринку спортивних товарів в Україні дозволяє виокремити основні його проблеми — контрабандні поставки спортивних товарів, часто низької якості; брак кваліфікованих кадрів, особливо дизайнерів і, як наслідок, несучасність дизайну великої кількості вітчизняних товарів для спорту, особливо одягу та взуття; відсутність коштів для просування на ринку спортивних товарів вітчизняного виробництва.

Попри всі труднощі, ринок спортивних товарів в Україні є дуже перспективним. Це зумовлено значною кількістю потенційних покупців, популяризацією здорового способу життя та активних видів відпочинку, модою на спортивний стиль одягу та взуття.

Перспективними нішами вітчизняного ринку спортивних товарів є виробництво м'ячів волейбольних, футбольних, баскетбольних, для фітнесу, лижного одягу та спорядження, обладнання для шкільних спортзалів, спортивного одягу (плавки, шорти, майки, фуфайки, костюми, зимовий одяг), взуття, сумок, рюкзаків. В нашій країні є всі передумови, щоб все це виробляти не гірше, ніж в ЄС. В Україні відсутнє виробництво спортивного харчування, ця ніша також є перспективною, хоча й потребує значних коштів на просування готової продукції.

Таким чином, ринок спортивних товарів в Україні, хоч і переживає не найкращі часи, є дуже перспективним і привабливим для бізнесу. Це пов'язано насамперед із зростанням популярності спорту, активного відпочинку та здорового способу життя серед широких верств населення, а також бурхливим розвитком спортивної інфраструктури.

**Література**

1. Беднарчук М. Проблеми формування асортименту спортивного одягу та взуття [Електронний ресурс] / М. Беднарчук, Б. Семак // Товари і ринки. — 2008. — № 1. — С. 35–38. — Режим доступу : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/tovary\\_2008\\_1\\_6](http://nbuv.gov.ua/UJRN/tovary_2008_1_6).
2. Все для спорту. Огляд спортивного ринку України [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <https://msb.aval.ua/news/?id=25038>
3. Зовнішня торгівля України із зазначенням основних країн — контрагентів /Державна фіскальна служба України [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://sfs.gov.ua/ms/f3>.
4. Курдюкова О. С. Аналіз можливостей і загроз на ринку спортивних товарів / О. С. Курдюкова, О. І. Лабурцева. // Технології та дизайн. — 2014. — № 3. — Режим доступу : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/td\\_2014\\_3\\_19](http://nbuv.gov.ua/UJRN/td_2014_3_19).
5. Луців Н. В. Огляд інноваційних технологій, що застосовуються у виробництві лиж // Н. В. Луців, М. С. Тис // Вісник Львівського інституту економіки і туризму [Текст] : зб. наук. ст. / М-во освіти і науки України. Львів. інст.-т економіки і туризму; [редкол. : І. О. Бочан та ін.]. — Львів : ЛІЕТ, 2016. — № 11. — С. 100–107.
6. Промисловість України в 2007–2010 роках. Статистичний збірник. / За ред. Л. М. Овденко. — К. : Державна служба статистики України, 2011. — 307 с.
7. Статистичний щорічник України за 2011 рік [Текст] / За ред. Осауленко О. — К. : Державна служба статистики України, 2012. — 559 с.
8. Статистичний щорічник України за 2015 рік [Текст] / За ред. Жук І. М. — К. : Державна служба статистики України, 2016. — 575 с.
9. Сумарний обсяг імпорту та експорту у розрізі товарних позицій за кодами УКТЗЕД [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://sfs.gov.ua/ms/f11>.

*Луців Н. В.*

## **СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ОТЕЧЕСТВЕННОГО РИНКА СПОРТИВНЫХ ТОВАРОВ**

*В статье исследованы особенности и проблемы развития современного рынка спортивных товаров в Украине, рассмотрена динамика производства, продажи, экспорта и импорта этих товаров, очерчены основные проблемы рынка и ассортимента украинских производителей, выявлены перспективные ниши рынка.*

*Ключевые слова:* спортивные товары, здоровый образ жизни, активный отдых, рынок, импорт, экспорт, производство.

*Lutsiv N. V.*

## **CONDITIONS AND POSSIBILITIES OF SPORT PRODUCTS DEVELOPMENT ON DOMESTIC MARKET**

*In this article were investigated features and problems of development at modern market of sport products in Ukraine, the dynamics of production, sales, export and import of this products, outlined basic market problems and problems in assortment of Ukrainian producers, found promising niche market.*

*Keywords:* sport products, healthy lifestyle, active recreation, market, import, export, production.

УДК 677.017.8

Гущак Олена Миколаївна, асистент,  
Львівський інститут економіки і туризму,  
Семак Зоя Миколаївна, к. т. н., доцент,  
Львівська національна академія мистецтв  
Семак Богдан Дмитрович, д. т. н., професор,  
Львівський торговельно-економічний університет

## ВІТЧИЗНЯЙІ ЗАРУБІЖНІЙ ДОСВІД ВИКОРИСТАННЯ РОСЛИННИХ БАРВНИКІВ У ТЕКСТИЛЬНОМУ ВИРОБНИЦТВІ

*В роботі розглянуто стан і перспективи використання рослинних барвників у текстильному виробництві. Обґрунтовано доцільність більш раціонального використання наявних в країні запасів цих барвників. Показані переваги і недоліки рослинних барвників у порівнянні з синтетичними барвниками, їх роль в екологізації технології фарбування текстильних матеріалів, а також їх властивостей.*

**Ключові слова:** *рослинні барвники, екологізація, текстильні матеріали, стійкість фарбувань, екологічна безпечність.*

В умовах затяжної економічної кризи у сфері вітчизняного текстильного виробництва особливо гостро стоїть проблема створення більш високоякісної, екологічно безпечної та конкурентоспроможної продукції. Як свідчить зарубіжний досвід, у вирішенні цієї проблеми важливу роль відіграє більш раціональне використання всіх наявних в країні ресурсів екологічно безпечної рослинної сировини (волокон, барвників тощо) і створення на їх основі тільки тієї продукції, яка користується високим попитом споживачів. Такою сировиною, як відомо, в Україні є луб'яні волокна і рослинні барвники, ресурси яких, на нашу думку, використовуються нераціонально. В даній роботі ми обмежимось тільки розглядом проблем, пов'язаних з більш раціональним використанням у сфері текстильного вітчизняного виробництва рослинних барвників, які в останні роки успішно використовуються в зарубіжній практиці.

Мета роботи: узагальнення вітчизняного і зарубіжного досвіду використання рослинних барвників у малотоннажному текстильному виробництві замість токсичних марок синтетичних барвників.

Як свідчить аналіз літературних джерел і узагальнення результатів наших багаторічних досліджень, відродження забутих традицій застосування рослинних барвників у сфері текстильного виробництва вимагає вирішення низки різноманітних завдань. Перерахуємо основні з них:

- необхідність оцінки реальних запасів різних видів дикорослих рослинних барвників текстильного призначення у сфері лісового господарства України;
- вивчення можливостей і доцільності вирощувати найбільш цінні види рослинних текстильних барвників у спеціалізованих (фермерських), сільськогосподарських підприємствах, як це прийнято у багатьох зарубіжних країнах;
- наявність спеціалізованих підприємств для заготівлі, первинного перероблення та реалізації рослинних барвників;
- створення спеціалізованих підприємств (лабораторій), які б займались вивченням асортименту, властивостей рослинних барвників і обґрунтуванням сфер їх найбільш раціонального використання;
- виявлення можливостей отримання різних видів рослинних барвників текстильного призначення з існуючих відходів інших галузей промисловості (фармацевтичної, деревообробної, меблевої та інших), які практично не використовуються;

- визначення реальних потреб у рослинних барвниках окремих підгалузей текстильної і легкої промисловості України, а також існуючих народних промислів;
- відродження на текстильних підприємствах технології фарбування текстильних матеріалів різного волокнистого складу рослинними барвниками;
- обґрутування економічної, екологічної і технологічної доцільності фарбування текстильних матеріалів і виробів рослинними барвниками замість токсичних марок синтетичних барвників;
- порівняльна характеристика якості, екологічної безпечності та конкурентоспроможності текстильних матеріалів різного цільового призначення, способів виробництва та будови, пофарбованих рослинними та аналогічними за призначенням і кольором синтетичними барвниками;
- виявлення пріоритетних сфер використання рослинних барвників замість синтетичних на вітчизняних текстильних підприємствах і художніх промислах.

Вирішення піднятих питань вимагає проведення комплексних матеріалознавчих, товарознавчих, маркетингових, технологічних, екологічних і інших досліджень із залученням фахівців різного профілю. В даній роботі обмежимось розглядом деяких із піднятих питань за результатами досліджень, проведених на кафедрах художнього текстилю Львівської національної академії мистецтв, кафедр товарознавства та технології непродовольчих товарів і маркетингу Львівського торговельно-економічного університету [1; 2], а також кафедри підприємництва, товарознавства та експертизи товарів Львівського інституту економіки і туризму [3; 4; 5; 6].

Об'єктом досліджень при вирішенні піднятих питань служили:

- платтяно-сорочкові і костюмні тканини із вовняної, бавовняної, лляної пряжі та шовкових, віскозних, ацетатних і капронових ниток;
- платтяно-костюмні трикотажні кулірні полотна із бавовняної і бавовняно-котоніової (20 % лляного котону) пряжі;
- чистововняна тонкосуконна пряжа;
- фіранкові текстильні матеріали різної будови та волокнистого складу.

Для фарбування названих текстильних матеріалів було використано:

- більше 60-ти видів рослинних барвників, заготовлених нами у сфері лісового та сільського господарства України;
- більше 10-ти видів програвлювачів і їх композицій;
- більше 20-ти марок синтетичних барвників (прямих, активних, дисперсних, пігментних).

Моделювання зношування досліджуваних матеріалів проводилося шляхом дій на ці матеріали:

- сонячної радіації та штучного опромінення;
- багаторазового прання та періодичного хімічного чищення;
- підвищеної температури (prasування);

Оцінку зміни стійкості пофарбувань і субстрату досліджуваних матеріалів під дією названих чинників проводили за допомогою відповідних механічних, фізико-хімічних методів [1; 2]. Отримані результати досліджень дозволяють зробити наступні узагальнюючі висновки.

Обґрутована доцільність більш широкого застосування рослинних барвників замість токсичних марок синтетичних барвників для фарбування матеріалів одягового, інтер'єрного та медико-профілактичного призначення:

- суттєве підвищення рівня екологічної безпечності технології і фарбування текстильних матеріалів, а також асортименту та властивостей пофарбованих рослинними

барвниками текстильних матеріалів і виробів різного цільового призначення та волокнистого складу;

— більш раціональне використання наявних у природі (особливо дикоростучих) рослинних барвників, запаси яких практично ще не використовуються. Це стосується і тих видів рослинних барвників, які містяться у відходах харчової, фармацевтичної, деревообробної та інших галузей промисловості, які також ще не використовуються.

В результаті експериментальних досліджень властивостей рослинних барвників і пофарбованих ними текстильних матеріалів виявлено ряд специфічних властивостей цих барвників, що дозволило обґрунтувати найбільш ефективне їх застосування в різних підгалузях вітчизняного текстильного виробництва, а саме [1; 3; 4; 5; 6]:

— встановлено, що переважна більшість із досліджених нами видів рослинних барвників відноситься до групи кислотно-протравних і забезпечує найбільш насичені та стійкі пофарбування на білкових субстратах, значно нижчі на целюлозних і ще нижчі на поліамідних;

— виявлено, що якість пофарбувань, отриманих із різних частин однієї і тієї ж рослини-барвника (квітів, оплоднів, плодів і коренів) може суттєво відрізнятись як за колірними характеристиками, так і за стійкістю пофарбувань до дії різних фізико-хімічних чинників. Так, наприклад, світlostійкість забарвлень, отриманих на вовняних тканинах екстрактами із квіток каштану кінського виявилась значно нижчою, ніж на цих тканинах, пофарбованих екстрактами коренів чи плодів цієї рослини-барвника;

— виявлено, що однією із найбільш суттєвих переваг пофарбувань, отриманих на текстильних матеріалах багатьма видами рослинних барвників, є їх більш висока світlostійкість у порівнянні з пофарбуваннями відповідними марками синтетичних барвників, що дозволяє використовувати ці барвники для фарбування текстильних матеріалів і виробів довгострокового користування.

У зв'язку з особливостями та складністю хімічної будови і нестабільністю колористичних властивостей рослинних барвників, виникає потреба у розробленні для кожного виду рослинного барвника індивідуальних рецептурно-технологічних режимів фарбування з врахуванням не тільки вибору оптимальної концентрації у фарбувальній ванні цих барвників, відповідного підбору виду протравлювача, його концентрації та способу протравлювання (попереднє, одночасне, наступне після фарбування) але і обов'язкового врахування призначення і волокнистого складу субстрату [1, 5, 6]. При цьому першочергову увагу слід звернути на:

— вибір для фарбування конкретного за волокнистим складом і призначенням таких видів рослинних барвників, які б гарантували найбільш раціональне і повне використання потенційних ресурсів не тільки барвника, але й субстрату;

— такий цілеспрямований підбір окремих видів протравлювачів, які б гарантували не тільки покращення якості пофарбувань, розширення та збагачення колірної гами, але й забезпечували необхідний рівень екологічної безпечності самих текстильних матеріалів і виробів з них.

Враховуючи зарубіжний досвід і результати наших досліджень, найбільш виправданим виявилось використання рослинних барвників для фарбування екологічно безпечних видів текстильних матеріалів і виробів (екотекстилю). Особливо це важливо для матеріалів і виробів дитячого асортименту, матеріалів і виробів медико-профілактичного призначення тощо [7; 8].

Як свідчить досвід роботи кафедри художнього текстилю Львівської національної академії мистецтв, рослинні барвники набувають все ширшого застосування для художньо-естетичного оформлення різноманітних виробів художнього призначення

(гобеленів, верет, панно, ліжників, покривал). Вони все частіше використовуються у майстернях художників-прикладників замість синтетичних барвників.

Про зацікавленість фахівців різних галузей промисловості і науковців рослинним барвниками текстильного призначення в останні роки свідчать такі факти:

- проблеми заготівлі, первинного перероблення, дослідження властивостей і обґрунтування сфер застосування, а також вдосконалення технологій фарбування рослинними барвниками текстильних матеріалів різного волокнистого складу та призначення постійно розглядаються на періодичних міжнародних, міжгалузевих і вузівських науково-практичних конференціях;

- ці питання узагальнюються в різних періодичних і монографічних виданнях.

Тільки за останнє десятиріччя в Херсонському національному технічному університеті під керівництвом доц. Сумської О. П. було захищено декілька дисертацій, присвячених розробленню технологій фарбування текстильних одягових матеріалів деякими видами рослинних барвників у малотонажному текстильному виробництві. Analogічні роботи були виконані в Київському національному університеті технологій і дизайну під керівництвом проф. Супрун Н. П. Їх автори обґрунтували доцільність використання для фарбування одягових текстильних матеріалів рослинних барвників, отриманих з лікарських рослин (звіробою, ромашки і інші). Це дозволило отримати на цих матеріалах одночасно необхідну гаму високоякісних забарвлень і певний рівень екологічної безпекності. Такі дисертаційні роботи були захищені і під керівництвом проф. Галика І. С. у Львівському торговельно-економічному університеті.

А тепер коротко розглянемо стан і перспективи використання рослинних барвників у практиці зарубіжного текстильного виробництва з метою вивчення та узагальнення позитивного світового досвіду відродження традицій фарбування текстилю рослинними барвниками. Як свідчить аналіз літературних джерел, присвячених проблемам застосування рослинних барвників у різних зарубіжних країнах [7; 8], нині відродження фарбування текстилю рослинними барвниками є безальтернативним. Про це переконливо свідчать такі факти:

- у багатьох економічно розвинутих країнах Європи та Америки навіть при обмеженості земельних ресурсів створені та успішно функціонують спеціалізовані фірми, які займаються селекцією і вирощуванням елітних видів рослинних барвників, їх заготівлею, первинною переробкою, вивченням властивостей, а також застосуванням цих барвників і утилізацією пофарбованих ними текстильних матеріалів і виробів;

- в багатьох країнах (особливо Південно-Східної Азії) йде постійний пошук нових видів рослин-барвників, обґрунтування доцільності їх заготівлі та первинного оброблення, а також обґрунтування сфер застосування в різних підгалузях текстильної і легкої промисловості [7; 8];

- значна увага приділяється подальшому вдосконаленню технологій фарбування рослинними барвниками текстильних волокон і матеріалів різного волокнистого складу, будови та призначення [9];

- перспективним виявилось застосування для одночасного фарбування та анти-мікробного оброблення текстильних матеріалів деяких рослинних барвників, отриманих із звіробою, ялівцю звичайного, шавлії мускатної, лушпиння цибулі ріпчастої тощо [10].

Використання для фарбування одягових і інтер'єрних текстильних матеріалів рослинних барвників замість токсичних марок синтетичних барвників у малотонажному текстильному виробництві дозволяє не тільки значно розширити та збагатити колірну гаму пофарбувань, підвищити екологічну безпечність технології фарбування та асортименту цих матеріалів, але й раціонально використати наявні запаси рослинних барвників.

Розроблені рецептурно-технологічні режими фарбування найбільш поширеними та перспективними видами рослинних барвників текстильних матеріалів різного волокнистого складу та призначення. Виявлені оптимальні сфери використання цих барвників.

Вивчено та узагальнено зарубіжний досвід використання рослинних барвників у текстильному виробництві та обґрунтована доцільність їх більш широкого застосування у вітчизняному виробництві. Встановлено, що найбільш виправдано застосовувати рослинні барвники для фарбування екологобезпечних видів текстильних матеріалів і виробів (екотекстиль).

### Література

1. Семак З. М. Фарбування текстильних матеріалів рослинними барвниками [Текст] : навч. посіб. / З. М. Семак, Б. Б. Семак. — Львів : Світ, 2005. — 366 с.
2. Семак Б. Б. Наукові засади формування ринку рослинної технічної сировини та його окремих сегментів в Україні [Текст] : моногр. / Б. Б. Семак. — Львів : Видавництво Львівської комерційної академії, 2007. — 512 с.
3. Гущак О. М. Оцінка ролі рослинних барвників у формуванні асортименту та якості екологобезпечного текстилю [Текст] / О. М. Гущак, Б. Д. Семак // Вісник Хмельницького національного університету (Технічні науки). — 2015. — № 5. — С. 164–172.
4. Гущак О. М. Використання рослинних барвників для світлостабілізації шовкових і капронових платтяних тканин [Текст] / О. М. Гущак., Б. Д. Семак. // Вісник Хмельницького національного університету (Технічні науки). — 2015. — № 6. — С. 119–126.
5. Гущак О. М. Комплексна оцінка стійкості пофарбувань рослинними барвниками на вовняних, шовкових і капронових тканинах [Текст] / О. М. Гущак., Б. Д. Семак // Вісник Хмельницького національного університету (Технічні науки). — 2016. — № 2. — С. 250–257.
6. Гущак О. М. Вплив рослинного барвника і протравлювача на біостійкість пофарбованої рослинними барвниками вовняної платяної тканини [Текст] / О. М. Гущак., Б. Д. Семак // Вісник Хмельницького національного університету (Технічні науки). — 2016. — № 4. — С. 250–257.
7. Holme J. Naturel dyes for industrial production [Текст] / J. Holme // Internazional Dyer. — 2008. — № 1. — Р. 8–10.
8. Zarkogiany M. Color and fastness of natural dyes: revival of traditional dyeing techniques [Текст] / M. Zarkogiany, E. Mikropolon, E. Varella, E. Tratsaroni // Colorat. Technol. — 2011. — 127. — № 1. — Р. 18–27.
9. Мартосенко М. Г. Використання рослинних барвників для екологізації та світлостабілізації целюлозомістких текстильних полотен [Текст] / М. Г. Мартосенко, О. В. Пахолюк, З. М. Семак // Вісник Хмельницького національного університету (Технічні науки). — 2013. — № 5. — С. 113–121.
10. Семак З. М. Стан і перспективи використання рослинних барвників у текстильній промисловості [Текст] / З. М. Семак, І. С. Галик, Б. Д. Семак // Вісник Хмельницького національного університету. — 2013. — № 5. — С. 113–121.

Гущак Е. Н., Семак З. Н., Семак Б. Д.

## ОТЕЧЕСТВЕННЫЙ И ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ РАСТИТЕЛЬНЫХ КРАСИТЕЛЕЙ В ТЕКСТИЛЬНОМ ПРОИЗВОДСТВЕ

*В работе рассмотрено состояние и перспективы использования растительных красителей в текстильном производстве. Обоснована целесообразность более рационального использования имеющихся в стране запасов этих красителей. Показаны преимущества и недостатки этих красителей в сравнении с синтетическими красителями, роль растительных красителей в экологизации технологии крашения текстильных материалов, а также их свойства.*

*Ключевые слова: растительные красители, экологизация, текстильные материалы, устойчивость окрасок, экологическая безопасность.*

Hushchak O. M., Semak Z. M., Semak B. D.

**DOMESTIC AND FOREIGN EXPERIENCE IN THE USE  
OF VEGETABLE DYES IN THE TEXTILE INDUSTRY**

*The paper considers the state and prospects of use of vegetable dyes in textile production. The expediency of more efficient use of available stocks in the country these dyes. The advantages and disadvantages of these dyes in comparison with synthetic dyes, the role of plant dyes in the greening of the technology of dyeing textile materials and their properties.*

*Keywords:* vegetable dyes, greening, of textile materials, the stability of colourings, environmental safety.

*Розділ 5.*  
**ХАРЧОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА РЕСТОРАННИЙ СЕРВІС**

УДК 640.4

*Острівська Галина Василівна, ст. викладач,  
Львівський інститут економіки і туризму*

**ПРОБЛЕМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ  
ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО  
ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ**

*Готельно-ресторанне господарство володіє потужним економічним потенціалом, який необхідно ефективно використовувати в господарській діяльності. На основі проведеного аналізу ефективності використання потенціалу підприємств виявлено проблеми готельно-ресторанного господарства та запропоновано заходи для вирішення цих проблем.*

*Ключові слова:* готельно-ресторанне господарство, сфера послуг, потенціал, ефективність, прибуток, рентабельність, туризм.

Готельно-ресторанне господарство є важливою складовою індустрії гостинності та сфери послуг. Функціонування цієї сфері сприяє економічному розвитку України оскільки забезпечує надання широкого спектру готельно-ресторанних послуг, створює багато робочих місць і відповідно сприяє зайнятості населення, наповнює державний бюджет шляхом сплати податків. Готельно-ресторанне господарство України суттєво наростило та оновило свій економічний потенціал за останні роки, особливо в процесі підготовки до проведення Євро-2012.

Підприємства готельно-ресторанного господарства володіють потужним ресурсним потенціалом, формування та ефективне використання якого, є однією з найважливіших проблем їх функціонування в умовах конкуренції. Готельно-ресторанне господарство є основою туристичної інфраструктури, яка впливає на соціальний розвиток країни. Готельно-ресторанні підприємства оновивши матеріально-технічну базу, залучивши до процесу обслуговування значні матеріальні, нематеріальні, трудові та фінансові ресурси прагнуть якнайповніше задовільнити попит споживачів та одержувати власну вигоду у вигляді прибутку. Для кращого задоволення попиту підприємства даної галузі систематично розширяють асортимент основних і додаткових готельних послуг, впроваджують прогресивні технології обслуговування, нарощують обсяги товарообороту, оновлюють номерний фонд з метою покращення комфортності проживання в готелях та підвищення якості ресторанного обслуговування. Однак, постає важливе питання наскільки ефективно використовується цей потужний потенціал. Для більш глибокого розуміння проблеми необхідно дослідити основні складові потенціалу готельно-ресторанних підприємств та на основі проведеного аналізу оцінити ефективність його використання в сучасних умовах.

Проблеми розвитку готельно-ресторанного господарства вивчали у своїх дослідженнях такі науковці як Л. Г. Агафонова, В. В. Архіпов, О. О. Зеленко, В. І. Карсекін, П. Б. Курмаєв, Л. І. Нечаюк, Н. О. Нечаюк, В. О. Носенко, П. Пуцентейло, Л. О. Ремеслова, Д. М. Стеченко.

Безпосередньо проблеми формування та ефективного використання окремих елементів потенціалу підприємств різних галузей досліджували такі провідні науковці як Л. І. Абалкін, Ю. Ю. Донець Є. В. Лапіна, І. І. Лукінов, О. І. Олексюк; окремі складові економічного потенціалу підприємств готельно-ресторанного господарства та торгівлі розглядали такі науковці І. О. Бланк, Н. О. Власова, Н. І. Краснокутська, Л. О. Лігоненко, Н. М. Ушакова. Комплексне дослідження потенціалу торговельних підприємств провели у монографії О. В. Березін, Ю. В. Карпенко.

Розвиток підприємств готельно-ресторанного господарства в останні роки супроводжується значною активізацією, зокрема, нарощуванням потенціалу. Досить часто коли використовується термін «потенціал» його пов'язують лише з використанням матеріально-речовинних чи фінансових ресурсів, необхідних для здійснення певної діяльності. Однак більш детальне вивчення цієї категорії змушує трактувати потенціал підприємства як інтегральне поняття, що характеризує спроможність суб'єкта господарювання до функціонування на ринку та відображає наявність відповідних можливостей для забезпечення її ефективності [1, 15]. В процесі функціонування готельно-ресторанні підприємства використовують різні види ресурсів (матеріальні, нематеріальні, трудові, фінансові), застосовують прогресивні технології організації праці та обслуговування, сучасне інформаційне забезпечення, які трансформуються у різні види потенціалу. Співвідношення між окремими складовими потенціалу та залучення їх до процесу виробництва послуг визначає ефективність діяльності готельно-ресторанного підприємства.

Виходячи з викладеного, потенціал готельного-ресторанного підприємства може бути визначений як спроможність суб'єкта ринку сформувати певні види економічних ресурсів, володіти ними, за необхідності залучати ззовні та ефективно використовувати у господарській діяльності з метою задоволення потреб споживачів та отримання власних економічних вигод [1, 15]. Якщо розглядати потенціал з позиції ієрархії в структурі господарства, то можна виділити потенціал країни, регіону, галузі та підприємства. Існування потенціалу на різних рівнях визначає політику розвитку та формування ефективних механізмів управління підприємством, галуззю, регіоном і економікою в цілому. Відповідно до такої класифікації можна проводити і оцінку потенціалу готельно-ресторанного господарства як окремого виду діяльності ча галузі економіки України.

Потенціал галузі в першу чергу визначається характеристикою кількості суб'єктів, які займаються даним видом діяльності, кількістю номерів та місткістю готелів, кількістю місць у мережі ресторанного господарства, обсягами попиту на готельні послуги та товарооборотом ресторанного господарства, кількістю зайнятих в даній галузі, станом матеріально-технічної бази, забезпеченістю основними засобами, нематеріальними активами та оборотними коштами.

Для характеристики потенціалу готельно-ресторанного господарства України як галузі економіки та виду економічної діяльності доцільно в першу чергу проаналізувати кількість суб'єктів господарювання, які працюють на ринку та чисельність зайнятих у цій сфері за останні 5 років (табл 1).

На підставі даних табл. 1 можна спостерігати позитивну динаміку щодо кількості суб'єктів господарювання, які функціонують в даній галузі, однак якщо кількість фізичних осіб підприємців постійно зростає, причому позитивна динаміка спостерігається і у 2014–15 роках, то кількість підприємств юридичних осіб суттєво коливається, досягає найбільшого показника 10179 одиниць у 2013 році і суттєво зменшується в 2014–15 роках.

Проведений аналіз свідчить проте, що фізичні особи підприємці мають конкурентні переваги в порівнянні з юридичними особами підприємствами і розвиваються більш динамічно. До них доцільно віднести:

Таблиця 1

**Кількість суб'єктів господарювання та чисельність зайнятих  
в готельно-ресторанному господарстві України за період 2010–2015 pp.**

Показники	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.
Усього суб'єктів господарювання, тис. одицьці	50,0	42,8	44,1	52,2	57,6	58,5
Динаміка у % до попереднього року	100	85,6	103	118,4	110,3	101,6
В тому числі:						
— юридичні особи, одиниць	9752	9887	9482	10179	7885	7785
— фізичні особи підприємці, одиниць	40246	32913	34689	42021	49668	50715
Частка у % до підсумку	100	100	100	100	100	100
юридичних осіб, %	19,5	23,1	21,5	19,5	13,7	13,3
фізичних осіб, %	80,5	76,9	78,5	80,5	86,3	86,7
Кількість зайнятих, тис. осіб	249,3	242,2	264,3	265,3	213,2	192,1
В тому числі:						
— в підприємствах юридичних особах, %	54,0	53,1	51,8	49,2	47,6	44,1
— в фізичних особах підприємцях, %	46,0	46,9	48,2	50,8	52,4	55,9

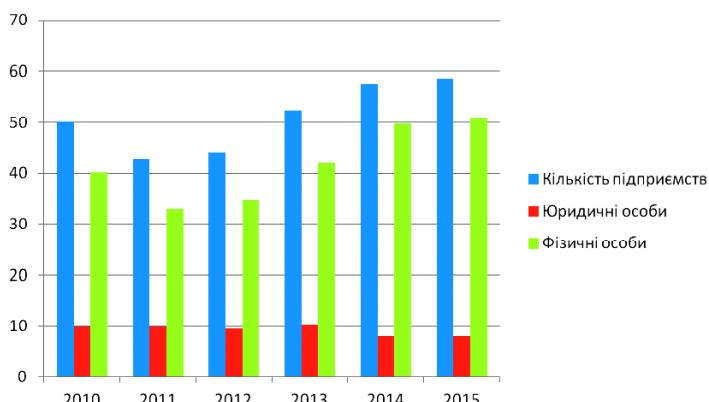


Рис. 1. Кількість суб'єктів господарювання в готельно-ресторанному господарстві в Україні за 2010–2015 pp. Джерело: складено на основі [4–5]

- гнучкість і мобільність в управлінні та організації виробництва послуг;
- швидке реагування на зміну попиту, запитів споживачів, потреби ринку;
- менші експлуатаційні витрати і більш доступні ціни проживання в готелях;
- вищий рівень заповненості номерів готелів;
- швидке впровадження нових ідей;
- можливість оптимізації витрат виробництва та обігу в ресторанному господарстві;
- економія управлінських витрат.

Якщо аналізувати потенціал з позиції зайнятих у даній сфері, то у 2013 році цей показник становив 265,3 тис. осіб і це був найвищий показник за 5 років; у наступних роках спостерігаємо суттєве зменшення зайнятих через військові дії в зоні проведення АТО, окупацію АР Крим та кризові явища в економіці.

Трансформаційні процеси в готельно-ресторанному господарстві торкнулися усіх сторін його діяльності. Суттєво збільшилася кількість готелів та номерний фонд, послуги готельно-ресторанного господарства підлягають обов'язковій сертифікації, відповідно до потреб ринку формуються готельні підприємства різних категорій. За подібною схемою розвивається і ресторанне господарство. Важливим є те щоб кількісні зміни в готельно-ресторанному господарстві супроводжувалися і відповідними якісними зрушеннями.

Готельно-ресторанне господарство потребує постійного оновлення матеріально-технічної бази для забезпечення високої якості послуг та ефективного господарювання.

Шороку вимоги до оснащеності номерного фонду, рівня комфортності проживання та асортименту наданих послуг зростають. Готельно-ресторанні підприємства вкладають значні кошти в проведення ремонтів, оснащення своїх закладів сучасним устаткуванням. Відповідно і використання матеріально-технічної бази, тобто ресурсного потенціалу має характеризуватися відповідною позитивною динамікою. Аналіз показників ефективності використання основних засобів готельно-ресторанного господарства за період 2010–2014 років на основі статистичних даних проведено в табл. 2.

Таблиця 2

**Аналіз показників ефективності використання основних засобів  
готельно-ресторанного господарства України за 2010–2013 pp.**

№ з\п	Показники	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.
1	Основні засоби первісна вартість, млн. грн	31 023	25 786	28 988	32 622	27 276
2	Зміна первісної вартості основних засобів у % до попереднього року	100	83,1	112,4	112,5	83,6
3	Введено в дію млн. грн.	966	516	2462	1913	740
4	Ступінь зносу, %	43,4	32,4	33,4	34,8	35,9
5	Обсяг реалізованої продукції та послуг, млн. грн	10 361,9	11 488,0	14 679,6	14 738,4	14 346,3
6	Зміна обсягу реалізованої продукції та послуг у % до попереднього року	100	110,9	127,8	100,4	97,3
7	Фондовіддача, грн	0,33	0,45	0,51	0,45	0,53
8	Зміна фондовіддачі у % до попереднього року	100	136	113	88,2	115
9	Фондоозброєність, тис. грн	124,4	106,5	109,7	122,9	127,9

Джерело: складено на основі [4–5]

Для характеристики розвитку готельно-ресторанного господарства за останні п'ять років проаналізуємо показники наявності основних засобів, введення їх в дію, ступінь зносу та ефективність використання. Найбільший показник наявності основних засобів за первісною вартістю фіксується у 2013 році в обсязі 32622 млн. грн, що свідчить про розвиток потенціалу даної галузі і після проведення Євро-2012. Відповідно і введення в дію основних засобів було найбільшим у 2012 році в обсязі 2462 млн. грн. У 2013 році показник зменшився до 1913 млн. грн а у 2014 — до 740 млн. грн. Таке потужне оновлення основних засобів позитивно позначилося на показниках ступеня зносу, яке у 2011 році досягнуло найнижчого показника 32,4 %, у 2012 — 33,4 %. Однак, розвиток основних засобів має супроводжуватися підвищеннем ефективності їх використання, тобто на кожну гривню вкладену в основні засоби має зростати обсяг реалізованої продукції та послуг, причому приріст реалізації послуг має випереджувати приріст вартості основних засобів. Якщо аналізувати показники фондовіддачі, то необхідно відмітити їх нерівномірність та значні коливання за останні п'ять років. Підвищення фондовіддачі спостерігається у 2012 році і становить 0,51 грн. та у 2014 році — 0,53 грн. Однак забезпечити стабільну позитивну динаміку цього показника в силу об'єктивних причин досягнути не вдалося.

Фондоозброєність суттєво знизилася у 2011 році оскільки готельно-ресторанне господарство готувалося до проведення Євро-2012 і займалося оновленням та ремонтом закладів. Однак показники наступних років мають тенденцію до зростання і фондоозброєність у 2014 році перевищила показник 2010 року. (2010 р. — 124,4 тис. грн; 2014 р. — 127,9 тис. грн). Досягнуто це зростання виключно через зменшення чисельності зайнятих. Проведений аналіз свідчить, що після проведення Євро-2012

досягнути суттєвого підвищення ефективності діяльності готельно-ресторанного господарства не вдалося. Тобто потужний потенціал даної галузі не забезпечує очікуваних результатів. Ситуація ще погіршилася після 2013 року, коли внаслідок політичної та соціально-економічної кризи відбулося подальше зниження заповненості готелів, що можна побачити в табл. 3.

**Таблиця 3**  
**Основні показники діяльності готельних підприємств України**

№ з/п	Показник	2000 рік	2005 рік	2010 рік	2015 рік
1	Кількість готелів, одиниць	1308	1232	1731	2478
2	В них номерів, одиниць	51 012	51 686	79 833	68 241
3	Кількість місць, одиниць	102 906	106 048	186 621	132 535
4	Обслужено приїжджих, тис. осіб	3287,4	3938,2	4047,8	4297,2
5	Коефіцієнт використання місткості	0,24	0,33	0,18	0,22

Джерело: складено на основі [4–5]

Згідно з даними ВТО середня завантаженість у готелях світу становить 65–75 % [2, 123]. В Україні показник використання місткості готелів у 2015 році становить 0,22, хоча у 2012 році — 0,35 що свідчить про зменшення наповненості номерів в готелях. В підприємствах ресторанного господарства основними проблемами є:

- зниження купівельної спроможності населення в результаті зростання цін, інфляції, знецінення гривні;
- зростання витрат виробництва та обігу через підвищення цін на енергоносії та сировину;
- підвищення мінімальної заробітної плати;
- зменшення обсягів інвестицій в галузь.

Основним узагальнюючим показником на основі якого можна оцінити ефективність використання потенціалу готельно-ресторанного господарства є фінансовий результат. Позитивний фінансовий результат у вигляді прибутку свідчить проте, що усі складові потенціалу підприємства ефективно вивзають в процесі господарської діяльності і забезпечують отримання відповідного ефекту. Однак, готельно-ресторанне господарство вже напротязі тривалого періоду отримує негативний фінансовий результат у вигляді збитку, причому збиток у динаміці зростає (табл. 4).

**Таблиця 4**  
**Фінансовий результат до оподаткування  
по готельно-ресторанному господарству України за період 2010–2015 pp.**

№ з/п	Показник/роки	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.
1	Фінансовий результат до оподаткування виду діяльності згідно КВЕД 2010 р. тимчасове розміщення і організація харчування	548,1	571,6	862,5	1270,5	6579,0	6300,7

Джерело: складено на основі [4–5]

Показники табл. 4 свідчать, що в цілому по Україні підприємства, які одержали збиток в алгебраїчній сумі переважають прибуткові підприємства. Негативні фінансові результати є наслідком дії багатьох чинників, які не дають змоги ефективно працювати підприємствам сфери послуг.

Потенціал готельно-ресторанного господарства сучасної України характеризується спроможністю суб'єктів господарювання залучити необхідні економічні ресурси з метою їх використання в процесі господарської діяльності для отримання економічних

вигод та зростання ринкової вартості підприємства. Формування та використання потенціалу готельно-ресторанного господарства відбувається під впливом сукупності чинників, які негативно впливають на ефективність даної галузі. Готельно-ресторанне господарство особливо чутливо реагує на наслідки фінансово-економічної та соціально-політичної кризи в Україні. Як результат галузь напротязі тривалого періоду не може досягнути прибуткової та рентабельної роботи. Оскільки ефективність діяльності готельно-ресторанних підприємств напряму пов'язана з ефективністю туризму, то необхідно більш активно реалізовувати заходи по розвитку як внутрішнього, так і міжнародного туризму, покращувати систему управління розвитком туризму в усіх регіонах України. Для підвищення ефективності готельно-ресторанних підприємств необхідно здійснювати наступні заходи:

- запроваджувати ефективні маркетингові стратегії стимулювання збути на кожному підприємстві, які забезпечуватимуть необхідний обсяг реалізації готельно-ресторанних послуг;
- проводити обґрунтовану цінову політику з врахуванням потреб кожного цінового сегменту;
- запроваджувати інформаційні засоби маркетингу для роботи як з індивідуальними так і з корпоративними клієнтами;
- цілеспрямовано працювати над подальшим підвищеннем якості сервісу як основного засобу підвищення конкурентоспроможності і прибутковості підприємств.

Запропоновані заходи доцільно впроваджувати в стратегію розвитку кожного підприємства готельно-ресторанного господарства з метою забезпечення рентабельної роботи всієї галузі.

#### **Література**

1. Березін О. В., Карпенко Ю. В. Теорія і практика забезпечення ефективного використання потенціалу торговельних підприємств [Текст] : моногр. / О. В. Березін, Ю. В. Карпенко. — Полтава : Інтер Графіка, 2012. — 203 с.
2. Зеленко О. О. Габараєва К. Р. Сучасні тенденції розвитку готельного господарства в Україні / Габараєва К. Р. Зеленко О. О. [Електронний ресурс] : зб. наук. пр. / Мін-во осв. і наук. України, Східноукраїнський нац. унів-т ім. В. Даля. [ редкол. : О. Л. Голубенко та ін. ]. — Електронне наукове фахове видання № 10, 2013 рік. — ISSN 2222-3428. — Режим доступу : <http://nbuv.gov.ua/UJRN>.
3. Курмаєв П. Ю. Сучасні тенденції функціонування готельно-ресторанного господарства України / Курмаєв П. Ю. [Текст] : зб. наук. пр. / Мін-во осв. і наук. України, Миколаївський нац. унів-т ім. В.О. Сухомлинського. [ редкол. : Будак В. Д.; Кіщак І. Т. Та ін. ]. — Науковий вісник № 7, 2015. — С. 160–163.
4. Статистичний щорічник України за 2012 рік [Текст] / Державна служба статистики України. / За редакцією О. Г. Осаулена . — Держаналітінформ, 2013. — 546 с. — ISBN 978-966-2224-52-8.
5. Статистичний щорічник України за 2015 рік [Текст] / Державна служба статистики України. / За ред. Жук І. М. — Київ : ТОВ «Видавництво "Консультації"», 2016. — 575 с.

*Островская Г. В.*

## **ПРОБЛЕМЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЙ ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННОГО ХОЗЯЙСТВА УКРАИНЫ**

*Гостинично-ресторанное хозяйство располагает весомым экономическим потенциалом, который необходимо эффективно использовать в хозяйственной деятельности. На основании проведенного анализа эффективности использования потенциала предприятий гостинично-ресторанного хозяйства выявлено проблемы и предложено мероприятия для решения этих проблем.*

*Ключевые слова: гостинично-ресторанное хозяйство, сфера услуг, потенциал, эффективность, прибыль, рентабельность, туризм.*

*Ostrovska G. V.*

**PROBLEMS OF ENHANCE THE EFFICIENCY POTENTIAL  
OF ENTERPRISES OF HOTELAND RESTAURANT MANAGEMENT  
IN UKRAINE**

*Hotel and restaurant management has a strong economic potential which should be used effectively in business. Based on the analysis of potential efficiency companies found problems of hotel and restaurant industry and proposed measures to address these issues.*

*Key words: hotel and restaurant management, service industries, potential, efficiency, profit, profitability, tourism.*

УДК 664.0 14/.0 19:620.2, 665.55.37

Майкова Світлана Віталіївна, к. т. н.,  
Львівський інститут економіки і туризму

## ВИКОРИСТАННЯ ХАРЧОВИХ ВОЛОКОН У ТЕХНОЛОГІЇ ВИГОТОВЛЕННЯ СІЧЕНИХ МАС ІЗ ЯЛОВИЧИНІ

*Розроблено технологію використання харчових волокон для уdosконалення виробів з подрібнених мас із яловичини.*

*Ключові слова:* оздоровчі компоненти, ресторанна продукція, технологія виготовлення виробів із котлетних мас.

Уведення харчових волокон до складу продуктів та страв з м'яса дозволяє надати їм лікувально-профілактических властивостей та необхідної текстури завдяки їх здатності до зв'язування певної кількості води та підвищення модуля пружності системи, що є необхідним для розроблення страв із м'яса.

Розчинні і нерозчинні харчові волокна забезпечують нормальну функціонування кішківника, знижують рівень холестерину, контролюють рівень цукру в крові, знижують ризик появи пухлин. У організм людини поступають з рослинною їжею, та поділяються на декілька груп, основними з них є [1]:

- традиційні: харчові волокна злакових, бобових рослин, овочів, коренеплодів, фруктів, ягід, цитрусових, горіхів, грибів, водоростей
- нетрадиційних: харчові волокна листяної і хвойної деревини, стебел злаків, очерету, трав.

Одним з видів переробки овочової сировини для введення у страви з м'яса є пасти. З економічної точки зору виробництво пасти вважається ефективнішим, оскільки їх виробництво не є трудомістким, у пастих підвищений вміст сухих речовин, що, відповідно, збільшує терміни зберігання готових пасти. Традиційно, пасти готовують шляхом уварювання сировини до готовності з наступним протиранням. Використання паро-конвекційних апаратів дозволяє скоротити тривалість теплової обробки, що у свою чергу повинне відіб'ється на збереженні харчових речовин.

Одна із найбільш цінних, харчова сировина, що широко пошиrena усією територією України, це — топінамбур (*Helianthus tuberosus L.*) Унікальність та цінність топінамбура як кормової, овочової, технічної і лікувальної культури в першу чергу визначає його хімічний склад [2]. Бульби топінамбура мають наявність широкого спектру функціональних інгредієнтів: інуліну, пектину, вітамінів групи В, макро- і мікроелементів. Із літературних джерел відомо, що у бульбах топінамбура знаходиться інулін, який є полісахаридом, полімером D-фруктози. При гідролізі під дією кислот і ферменту утворює D-фруктозу і невелика кількість глукози. Фруктоза — це моносахарид, який у вільному виді присутній майже в усіх солодких ягодах і плодах. Засвоєння фруктози у меншій мірі залежить від гормону підшлункової залози інсуліну, чим для глукози. Помірне споживання фруктози не викликає виражених змін цукру в крові. Ця властивість фруктози особливо важлива для хворих на цукровий діабет.

Нині топінамбур використовуються переважно для отримання біологічно-активних добавок до їжі, преміксів, сиропів і засобів, що підсолоджують, чистого інуліну, та ін. [2]. Багатий біохімічний склад бульб топінамбура, високі технологічні властивості роблять його цінною сировиною і для харчової промисловості. Різні способи переробки топінамбура спрямовані на збереження його біологічно активних речовин.

Відомий спосіб виробництва харчового продукту на основі топінамбура, що включає відділення соку топінамбура від вичавків, гідроліз полифруктозанів відокремленого

соку, концентрація отриманого гідролізату і його змішування з фруктовим соком. Недоліком цього способу є низька ефективність використання сировини, низький вміст сухих речовин в готовому продукті.

Метою проведення дослідження було удосконалення страв та напівфабрикатів з м'яса внесенням оптимального складу сировини, що містить харчові волокна та дозволяє надати їм лікувально-профілактичних властивостей.

Нами була розроблена технологія внесення пасті з топінамбура з якій можна виготовити у сучасному закладі ресторанного сервісу. Пасту з топінамбура готували різними способами, використовуючи традиційне устаткування (електричний котел, жарильна шафа) і пароконвектомат. В процесі досліджень змінювали температурні режими, вологість, тривалість теплової обробки. Доведені до готовності різними способами бульби (100 г) протирали до однорідної маси і уварювали до вмісту сухих речовин 25 %. На кінцевому етапі приготування додавали лимонну кислоту з метою регулювання кислотності. За контрольний зразок приймали традиційний спосіб приготування пасті — припускання і уварювання в електричному котлі. На основі проведених комплексних досліджень, розрахунку комплексного показника якості вибраний оптимальний спосіб приготування пасті з топінамбура. При виробництві пасті за схемою № 8 спостерігається мінімальна тривалість теплової обробки, максимальний вміст фізіологічно-функціональних харчових інгредієнтів, високі органолептичні показники, власне тому ця технологія виготовлення пасті з топінамбура з буряковим жомом була визнана найкращою.

За схемою № 8 виготовлення пасті з топінамбуром та буряковим жомом передбачало: бульби відварюють на пару (пароконвекційний апарат XV 303 J;  $t = 100^{\circ}\text{C}$ , подача пари  $\varphi = 100\%$ ) 3 хв, запікають (XV 303 J;  $t = 100^{\circ}\text{C}$ , відведення пари  $\varphi = 0\%$ ) 3 хв.

Протирають разом з жомом (УКМ — 0,6, Ø3 мм), уварюють (XV 303 J;  $t = 180^{\circ}\text{C}$ , відведення пари  $\varphi = 0\%$ ) до СВ = 25% 1 хв. Час теплової обробки — 7 хв. Збереження маси — 58,75 %.

В порівнянні з традиційним способом теплової обробки в новому виді пасті кількість загального цукру вище на 19 %, білка на 21,4 %, пектинових речовин на 26 %, інуліну — на 20,7 %. Збереження вітамінів збільшилося:  $B_1$  — на 5,7 %,  $B_2$  — на 3,5 %, РР — на 18,2 %,  $\beta$ -каротина — на 9,8 %. Підвищилося збереження практично усіх мінеральних речовин.

Оцінка харчової цінності показала, що 100 г пасті з топінамбура забезпечує добову потребу людини: в пектині на 210,5 %, інуліні — на 140,0 %, вітамінах:  $B_1$  на 49,3 %;  $B_2$  — 247,2 %;  $\beta$ -каротині — 154 %, що дозволяє вважати пасту функціональним харчовим продуктом [1].

Для ширшого використання пасті розроблені рецептури і технології комбінованих паст з пасті топінамбура і плодової сировини (жом буряковий) (СВ 20 %; pH 3,8). Співвідношення пасті з топінамбура і бурякового жому змінювали в діапазоні: 30:70; 40:60; 50:50; 60:40. Високий вміст цукрів і інуліну в пасті з топінамбура дозволив розробити композиції паст.

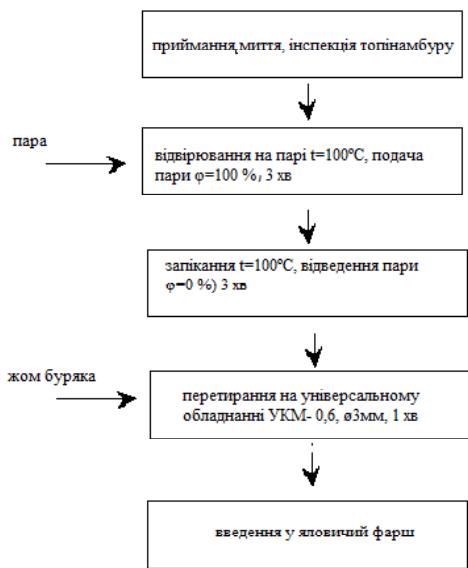


Рис. 1. Оптимальний спосіб приготування пасті з топінамбура за схемою № 8

За органолептичними показниками оптимальними варіантами співвідношення були вибрані 50:50 і 40:60 (топінамбур + жом буряка). У цих композиціях паст мало насычений сірувато-рожевий колір і кисло-солодкий смак. Ці види паст отримали вищу оцінку (5 балів).

Оцінка харчової цінності отриманих паст показала: 100 г комбінованої пасти забезпечують потребу людини: в інуліні на 61–71 %, пектині — 300 %, вітамінах: В<sub>1</sub> на 21,3–24,7 %, В<sub>2</sub> — 94,4–123,9 %, β -каротині — 112–217 %, аскорбіновій кислоті на 54,0–93,4 %. Отримані дані дозволяють віднести розроблені пасти до функціональних харчових продуктів, згідно усіх показників якості [13].

З метою тривалого зберігання пасту з топінамбура з жомом буряка можна консервувати шляхом пастеризації в скляній тарі (0,5; 1 л). Зберігати консерви при температурі (18±2 °C) і вологості 75 % протягом 12 місяців.

Наступним кроком було внесення готової пасти топінамбура з буряковим жомом до готової січені маси з яловичини. Отримані за наведеною вище технологією пасти топінамбура з жомом буряка вводили до січені маси із яловичини. Вони готувалися згідно збірника рецептур та вимог до січених натуральних мас. Для приготування натуральних січених мас (надалі яловича січена маса) — котлетне м'ясо (яловичину) з'єднували з жиром-сирцем, м'якушем білого хліба, цибулею подрібнювали на м'ясо-рубці, додавали сіль, перець, перермішували. Склад базового яловича січена маса та яловича січена маса із паст топінамбура та жомом буряка наведено у табл. 1, та бальна оцінка виробів із яловичної січені маси у табл. 2.

Таблиця 1

**Склад базового яловича січена маса та яловича січена маса  
із паст топінамбура та жомом буряка**

Найменування сировини	Яловича січена маса (контроль)	Яловича січена маса з пастою топінамбура та жомом буряка
	Вміст сировини на 1000 г готової продукції, г	Вміст сировини на 1000 г готової продукції, г
Яловичина (котлетне м'ясо)	1000	900
Жир сирець	40	40
Цибуля ріпчаста	100	100
Перець чорний мелений	1	1
Сіль	10	10
Петрушка (зелень)**	7	7
Хліб білий (м'якоть)	25	25
Вода	35	35
Паста топінамбура з жомом буряка (40:60)		100
Вихід	1218	1218

\*\* Тут і далі яловичу січену масу можна готувати без додавання зелені

Функціонально-технологічні властивості яловичної січені маси з внесеним пасти топінамбура та жомом буряка (40:60) відповідно пререраховувалися. Помічено збільшення мікро та макро нутрієнтного складу, та покращення функціональних властивостей.

Відповідно до збільшення відсотка введення паст топінамбура і жому буряка в м'ясному яловича січені масі, вміст вологи в дослідних зразках зростає в порівнянні з контролем, а вміст жиру — зменшується. Найбільш висока вологотримуюча здатність відмічена у яловича січені маса із заміною 15 % м'ясної сировини на паст топінамбура і жому буряка. Це пов'язано із здатністю цих інгредієнтів забезпечувати максимум

Таблиця 2  
Бальна оцінка виробів із яловичної січені маси

Варіант рецептури	Зовнішній вигляд	Консистенція	Смак	Загальна оцінка
Яловича січена маса-контроль	4,3	4,2	4,2	4,2
Яловича січена маса з пастою топінамбура та жомом буряка (50:50)	4,5	4,9	4,5	4,5
Яловичий січена маса з пастою топінамбура та жомом буряка (40:60)	4,9	5,0	5,0	5,0

мальну вологутримуючу здатність, що у свою чергу забезпечує збільшення виходу готового продукту. Однак у смаку, у готових виробів відчувалася солодкуватість.

Крім того, спостерігається зміна pH яловичної січені маси. Тому, встановлено, що оптимальною кількістю внесення пасті з топінамбура із жомом буряка є 10 % із заміною м'яса яловичини.

Отже, розроблена технологія виготовлення напівфабрикатів із яловичини дозволить впровадити у закладах ресторанного господарства страви із оздоровчим ефектом. Присутні у складі яловича січена маса, пектин і інулін із паст топінамбура і жому буряка поглинають жир, надаючи готовому продукту хорошу текстуру і ніжний смак. Зменшення кількості жиру у міру введення у яловичу січену масу, має важливе значення при розробці функціональних м'ясних продуктів для профілактики таких захворювань як діабет та серцево-судинні захворювання. Органолептичні показники дослідних зразків, особливо за соковитістю, смаком не поступалися показникам контролю. Розроблена технологія введення харчових волокон із рослинної сировини у страви із м'яса може бути рекомендована для використання у закладах ресторанного сервісу усіх типів власності.

### Література

- Голубев В. Н., Шелухина Н. П. Пектин: химия, технология, применение [Текст]: навч. посіб. — М. — 1995. — 317 с.
- Голубев В. Н. Пищевые и биологически активные добавки [Текст] : учебн. / В. Н. Голубев, Л. В. Чичева-Филатова, Т. В. Шленская. — М. : Высшее образование, 2003. — 208 с.
- Гурова Н. В. та ін Функціональні властивості гідроколоїдів [Текст] // Навч.-метод. посіб. «Хімія харчових гідроколоїдів». — 2001. — С. 12–34.
- Ломачинский В. А. Новые функциональные плодовоощные продукты [Текст] // Пищевая промышленность. — 2007. — № 1. — С. 18–19.
- Пересічний М. І., Кравченко М. Ф., Карпенко П. О. Технологія продукції громадського харчування з використанням біологічно активних добавок [Текст]. — Київ : КНТЕУ, 2003. — 322 с.
- Сирохман І. В. Товарознавство харчових продуктів функціонального призначення [Текст] : навч. посіб. / І. В. Сирохман, В. М. Завгородня. — К. : Центр учебової літератури, 2009. — 544 с.
- Тырсин Ю. А., Поверин А. Д., Чичева-Филатова Л. В., Тырсина А. В. Создание эмульсионных продуктов функционального и лечебно-профилактического назначения // Пищевая промышленность. — 2005. — № 9. — С. 108–109.
- Технологія харчових продуктів функціонального призначення [Текст] : моногр. / А. А. Мазаракі, М. І. Пересічний, М. Ф. Кравченко, П. О. Карпенко, С. М. Пересічна, К. В. Свідло та ін. ; за ред. М. І. Пересічного // 2-ге вид., переробл. і доп. — К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012. — 1116 с.
- Фат'янов Е.В., Сидоров С.А. Влияние химического состава сырья на свойства готовых мясных продуктов [Текст] // Все о мясе. — 2009. — № 4. — С. 20–21.
- Черевко О., Головко М. Функціональні харчові продукти [Текст] // Харчова і переробна промисловість. — 2006. — № 6. — С. 18–19.

Майкова С. В.

## ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПИЩЕВЫХ ВОЛОКОН В ТЕХНОЛОГИИ ИЗГОТОВЛЕНИЯ СЕЧЕНЫХ МАСС ИЗ ГОВЯДИНЫ

*Разработана технология использования пищевых волокон для усовершенствования изделий из измельченных масс из говядины.*

*Ключевые слова: оздоровительные компоненты, ресторанная продукция, технология изготовления изделий из котлетных масс.*

Maykova S. V.

## THE USE OF DIETARY FIBER IN THE MANUFACTURING TECHNOLOGY OF THE MASSES CHOPPED BEEF

*Technology of the use of food fibres is worked out for the improvement of wares from the ground up masses from a beef.*

*Keywords: health компоненти, restaurant products, technology of making of wares from the chop masses.*

*Розділ 6.*  
**КРАЄЗНАВСТВО, КУЛЬТУРА І ТУРИЗМ**

УДК 796.51:502.48+904

Попович Сергій Іванович, к. і. н.,  
Фастовець Оксана Олексіївна, к. пед. н.,

*Національний університет фізичного виховання та спорту України*

**АКТИВІЗАЦІЯ ВИКОРИСТАННЯ ПОТЕНЦІАЛУ ІСТОРИКО-  
КУЛЬТУРНИХ ЗАПОВІДНИКІВ У СФЕРІ ТУРИЗМУ**

*У статті розглядаються державні історико-культурні заповідники як складова туристичного потенціалу території. Висвітлено перспективний напрям активізації застосування туристів до історико-культурних заповідників завдяки проведенню поблизу їх території історичних реконструкцій, карнавалів, театралізованих свят.*

*Ключові слова:* історико-культурна спадщина, історико-культурні заповідники, культурний туризм, театралізоване дійство.

Різноманіття історико-культурної спадщини, що збереглася на території України обумовлює високу туристичну атрактивність країни, створює умови для розвитку культурно-пізнавального та подієвого туризму. Тому актуалізується проблема вивчення історико-культурного потенціалу регіонів України та визначення можливостей його більш повного й ефективного використання у сфері туризму. Важливе місце в процесі збереження пам'яток та їх використання в туристичному бізнесі на рівні регіонів мають історико-культурні заповідники.

Історико-культурні заповідники це спеціальні території, що визначені на законодавчому рівні, охоплюють ансамблі та комплекси пам'яток історії та культури, мають виняткову історичну, наукову та культурну цінність і знаходяться під охороною держави [1].

Історико-культурні заповідники створено для проведення науково-дослідної, науково-методичної, інформаційної та культурно-освітньої роботи з метою популяризації культурної спадщини, духовного збагачення громадян. Їх створено як зони спеціального режиму охорони та використання історично сформованих територій населених пунктів, ландшафтів, пам'ятних місць та об'єктів, пов'язаних з конкретними подіями з історії країни, життям і творчістю видатних особистостей та унікальних об'єктів. Об'єкти такого рівня активно впливають на формування туристичного попиту та створення привабливого туристичного іміджу міста (регіону), де вони розташовані. Пріоритетність розвитку культурного туризму на базі історико-культурних заповідників визначено в Стратегії розвитку сфери туризму і курортів України на період до 2022 р. [3].

Проблеми вивчення та систематизації історико-культурної спадщини, її використання у сфері туризму досліджувалися у працях українських вчених: О. О. Бейдика, С. Б. Руденка, О. О. Любіщевої, Л. М. Немець, В. І. Стаянчук, В. Л. Петранівського, М. Й. Рутинського, а також у публікація зарубіжних дослідників О. С. Кускова, Л. Митчела, Г. Ричардза та ін.

Метою дослідження стало з'ясування стану застосування історико-культурних заповідників до системи туристично-експкурсійного обслуговування та перспективи активіза-

ції цього процесу на рівні регіонів за допомогою видовищних заходів на територіях поблизу місць зосередження унікальної історичної спадщини.

Перші історико-культурні заповідники на території України були організовані ще у 1920-х рр.: Чернеча гора у м. Каневі (Черкаська обл.) — могила Т. Шевченко (1925), Києво-Печерська Лавра (1926). На початок 1990-х рр. в Україні було створено або реорганізовано із наданням статусу «державний» 32 заповідники. Указом Президента України від 11 жовтня 1994 р. «Про національні заклади культури» було визначено статус і порядок створення національних історико-культурних заповідників. На 2016 р. кількість державних історико-культурних заповідників збільшилася до 64, а статус «національний» набули 20 історико-культурних заповідників [1; 2].

Територіальна структура історико-культурних заповідників свідчить про нерівномірність їх розташування на території країни (рис. 1).

**Розподіл історико-культурних заповідників  
за адміністративно-територіальними одиницями України**

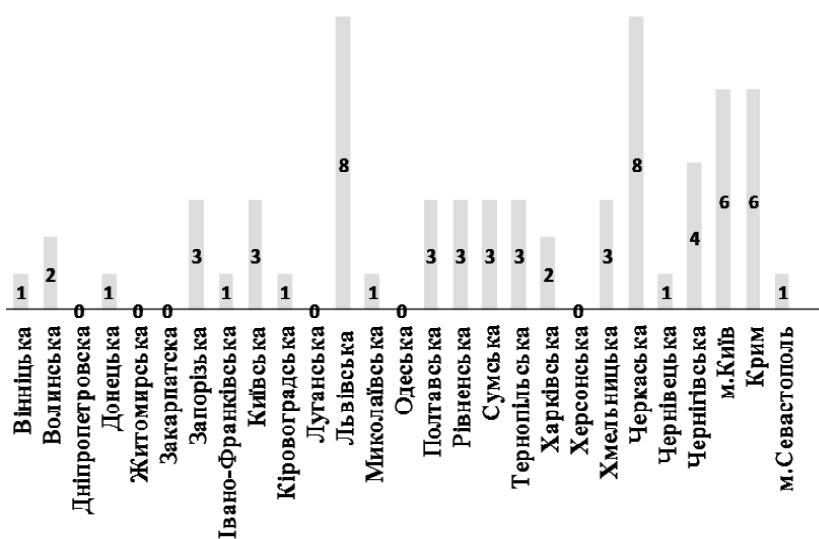


Рис. 1. Розподіл державних історико-культурних заповідників  
за адміністративно-територіальними одиницями України

Найбільше історико-культурних заповідників функціонує на території Львівської області (8), м. Києва (6) та Київської області (3), Черкаської області (8), Криму та м. Севастополь — 7.

По одному історико-культурному заповіднику створено у Вінницькій, Донецькій, Івано-Франківській, Кіровоградській і Чернівецькій областях. Відсутні історико-культурні заповідники на території Дніпропетровської, Луганської, Одеської, Житомирської, Херсонської і Закарпатської областей.

Необхідно зазначити, що на території Львівської, Черкаської областей, м. Києва та Київської області сконцентровано основний історико-культурний потенціал країни, саме тут функціонують 40 % історико-культурних заповідників країни.

Високою концентрацією історико-культурних заповідників вирізняється Львівська область — 8, серед них: державні історико-архітектурні заповідники у м. Львів, Жовква, Белз, державний музей заповідник «Олеський замок» (Буський р-н, сmt. Олесько), державні історико-культурні заповідники «Тустань» (Сколівський р-н, с. Урич), «Нагує-

вичі» (Дрогобицький р-н, с. Нагуєвичі), історико-культурний заповідник «Личаківський цвинтар» (м. Львів), історико-культурний заповідник «Давній Пліснеськ» (с. Підгірці, Бродівського р-ну).

На території Черкаської області діє 2 національних заповідника («Чигирин» у м. Чигирин і «Тарасова Гора» у м. Канів), а також 6 державних заповідників (історико-культурний «Батьківщина Тараса Шевченко», Звенигородський р-н, с. Шевченкове; історико-культурний «Трахтемирів», Канівський р-н, с. Григорівка; історико-культурний у м. Корсунь-Шевченківський, історико-культурний заповідник у м. Кам'янка, архітектурно-історичний заповідник «Стара Умань», історико-культурний заповідник «Трипільська культура» [4].

На території м. Києва діють 4 національних заповідника: Києво-Печерський історико-культурний заповідник, заповідник «Софія Київська», історико-меморіальний заповідник «Бабин яр», історико-меморіальний заповідник «Биковнянські могили» і 2 державних заповідника: історико-архітектурний заповідник «Давній Київ» і історико-меморіальний заповідник «Лук'янівське кладовище». На території Київської області діє 1 національний історико-етнографічний заповідник «Переяслав» (м. Переяслав-Хмельницький) та 2 державних (історико-культурний заповідник у м. Вишгород і музей-заповідник «Битва за Київ у 1943 р.» у с. Нові Петрівці, Вишгородського р-ну).

Історико-культурний потенціал заповідників є основою розвитку культурного туризму і активно використовується під час проведення екскурсій. Разом з тим, заповідники мають великий потенціал для організації різноманітних за тематикою фестивалів. Популярними є військово-історичні реконструкції, етнографічні свята, музичні фестивалі.

Пріоритетним напрямом розвитку національної мережі історико-культурних заповідників є використання новітніх технологій в експозиціях. Використання анімації в експозиції дозволяє «оживити» історичні, літературні події, долучити туристів до дійства, що відбувається. Популярним є проведення костюмованих карнавалів за участю історичних персон.

На території Львівської області, передусім у м. Львів проходять численні фестивалі, що вплинули на формування позитивного іміджу міста. Проте, центрами карнавалів, фестивалів повинні ставати історико-культурні заповідники і малих міст України. Популярними на території Київської області є фестивалі: Рок Булава (м. Переяслав-Хмельницький), Трипільське коло (понад 10 років щорічно проводиться у м. Ржищів). На території Черкаської області проводяться численні музичні фестивалі: VIRA FEST у м. Чигирин на свято Трійці, Ше.Fest — з музичною сценою, просвітницькою поляною, майстер-класами, ярмарками майстрів у с. Моринці. На території державного історико-культурного заповідника «Стара Умань» у жовтні 2016 р. відбувся фестиваль історичної реконструкції Лицарський турнір, присвячений 400-річчю першої писемної згадки про місто. Під час фестивалю проводилися показові бої, хода в історичних костюмах, уроки середньовічних танців, майстер клас гончарної справи, змагання лучників.

«Історичні реконструкції» сприяють зростанню популярності місць їх проведення. Наразі, в світі існує понад 250 клубів історичної реконструкції, які сприяють проведенню заходів, що стають основою для розвитку подієвого туризму. Такі акції привертають увагу тисяч відвідувачів і сприяють економічному розвитку регіонів.

Розвиток внутрішнього туризму є важливим трендом туристичного ринку світу. Так, у 2015 р. у світі внутрішній туризм зріс на 6,1 %. Родинні поїздки сприяють можливістю спілкування батьків та дітей в умовах постійного дефіциту часу та дозволяють зберегти постійних клієнтів. Тому, набувають поширення пропозиції численних програм «лояльності» [5, 314].

Ще одним з трендів туристичного ринку світу є швидке зростання кількості бронювання туристичних послуг онлайн. Тому, з метою активізації туристичного потоку доцільно створювати й активно просувати в соціальних мережах міжрегіональні туристичні маршрути вихідного дня, у тому числі з відвідуванням об'єктів історико-культурних заповідників. Тематика турів може бути присвяченою видатним особистостям (наприклад, Тарасу Шевченку, Богдану Хмельницькому), пам'яткам та історичним подіям (Трипільській культурі, Київській Русі, національно-визвольній війні 1648 р.), архітектурній забудові малих міст. Так, популярним туристичним об'єктом у мешканців м. Києва у весняно-літньо-осінній період є дендропарк «Софіївка» (м. Умань, Черкаська область), проте й пам'ятки історико-культурного заповідника «Стара Умань» є теж надзвичайно цікавими, особливо якщо їх відвідання буде співпадати з фестивалем або святом.

У залежності від програми туристичний маршрут має особливу специфіку організації обслуговування туристів, розподілу часу та надання послуг. Як правило, програма обслуговування має бути підпорядкованою основній меті подорожі. Цільові програми турів із розвагами та «зануренням» тривають 2–3 доби — «тури кінця тижня» (week-endtour). Основні складові туру — екскурсійна та розважальна. Екскурсія, як правило, надається одна — оглядова територією заповідника. Також виділяється час на участь у фестивальних програмах, свяtkovих заходах. Обов'язковим у програмі туру є наявність вечірніх подій (ресторани, кафе, спеціальні концерти).

Наявність подій виступає важливим чинником мотивації у туризмі та впливає на конкурентоспроможність туристичного регіону. Розвиток таких програм в умовах регіонального туристичного ринку сприяє брендингу території. Звичайно, такі події загально-європейського рівню як ЄВРО–2012 в Україні та Польщі відбуваються дуже рідко, проте проведення розважальних фестивалів, свят, спортивних заходів на певній території спроможне значно збільшити туристичний потік.

Отже, туризм вважають засобом соціально-культурної взаємодії та пізнання, і, разом з тим, складним міжгалузевим комплексом. Статистичні данні Всесвітньої туристичної організації (UNWTO) свідчать, що сектор туризму дає 10 % світового ВВП, кожне 11 робоче місце, 6 % світового експорту товарів, робіт і послуг, 30 % світового експорту послуг. Стабільний розвиток сфери туризму сприятиме соціальній інклузії, збереженню культури, довкілля та взаєморозумінню, особливо в умовах дефіциту поваги та терпимості.

Дослідження експертів сфери туризму свідчать, що у 2017 р. трендами світового туристичного ринку буде зростання кількості бронювань онлайн; підвищений попит на родинні подорожі власною країною. Тому концепція «відпочинок, пізнання та враження» має у ХХІ ст. перетворитися на провідну ідею в діяльності історико-культурних заповідників. Використання в туристичній діяльності унікальної спадщини попередніх поколінь, що зосереджена на території історико-культурних заповідників дозволить збільшити туристичний потік, сприяти створенню привабливого туристичного іміджу регіонів. Туристичним компаніям необхідно врахувати світові тренди, пропонувати новий туристичний продукт із відвідуванням державних історико-культурних заповідників і фестивалів, ширше використовувати сучасні технології з метою залучення відвідувачів.

### **Література**

1. Заповідники. Офіційний сайт Міністерства культури України [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://mincult.kmu.gov.ua>.
2. Історико-культурні заповідники України //Подорож Україною [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://podorozh.info>.
3. Стратегія розвитку сфери туризму і курортів України на період до 2022 р. [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://frtu.org.ua/uk/proekti-frtu>.

4. Спадщина. Офіційний інформаційний ресурс Науково-дослідного інституту пам'якохоронних досліджень Міністерства культури України [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.spadshina.org.ua>.

5. *Фастовець О. О.* Використання подієвого менеджменту у формуванні турпродукту // Історико-культурні пам'ятки Прикарпаття та Карпат — важливі об'єкти розвитку туризму / Збірник матеріалів IV Регіональної науково-практичної конференції. — Львів : ЛІЕТ, 2016. — С. 312–317.

*Попович С. І., Фастовець О. А.*

## **АКТИВИЗАЦИЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПОТЕНЦИАЛА ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНЫХ ЗАПОВЕДНИКОВ В СФЕРЕ ТУРИЗМА**

*В статье рассматриваются государственные историко-культурные заповедники как составная часть туристического потенциала территории. Как перспективное направление привлечения туристов в национальные историко-культурные заповедники рассмотрено проведение возле (на) их территории исторических реконструкций, карнавалов, театрализованных праздников.*

*Ключевые слова: историко-культурное наследие, историко-культурные заповедники, культурный туризм, театрализованный праздник.*

*Popovich S. I., Fastovets O. O.*

## **ACTIVATION OF HISTORICAL AND CULTURAL RESERVES USE IN TOURISM**

*The article represents the state historical and cultural reserves as part of the tourist potential of these territories. The perspective direction of attracting tourists to the historical and cultural reserves has been considered. It is through bringing historical reconstructions, carnivals, theatrical events on their territory.*

*Key words: historical and cultural heritage, historical and cultural reserves, cultural tourism, theatrical feasts.*

УДК: 268.271 (477.83/.86)

Ледвій Олена Іванівна, аспірант,  
Мартинишин Галина Романівна, к. ю. н.,  
Львівський інститут економіки і туризму

## ВИХОВНА ДІЯЛЬНІСТЬ СЕСТЕР ЧИНУ СВЯТОГО ВАСИЛІЯ ВЕЛИКОГО: КОРОТКИЙ ОГЛЯД ІСТОРІЇ

*У статті проведено короткий огляд історії про діяльність сестер-монахинь чину Святого Василія Великого на українських землях та їх вплив на культурно-освітнє виховання молоді. Висвітлено побут сестер Василіянок та з'ясовано їх роль у просвітницькому вихованні молоді в дусі патріотизму та любові до близького.*

*Ключові слова:* монастир, монахині, культурно-освітня діяльність, виховання, молодь, чин, богослужіння.

Сестри Василіянки є монахинями чину Святого Василія Великого, що діє у східних католицьких церквах візантійського обряду. Цей чин є найдавнішим монашім чином у світі і за свідченнями істориків його корені сягають IV століття. На сьогодні в Україні та за її межами про нього відомо чимало, разом з тим для багатьох українців не є загальновідомим той факт, що чин сестер Василіянок і отців Василіян — це зовсім різні чини. Діяльність сестер Василіянок здебільшого зводилася до виховання молоді в дусі патріотизму та любові до своєї Батьківщини. Разом з тим, чимало подробиць про життя, побут та просвітницьку діяльність сестер Василіянок залишилося недостатньо дослідженим чи недослідженім взагалі. З огляду на вищеперечислене, вважаємо за необхідне більш детально розглянути діяльність сестер Василіянок на території українських земель.

Виховна діяльність сестер Василіянок на теренах українських земель в різні періоди ставала предметом дослідження багатьох вітчизняних вчених та людей, яким небайдужа доля України та її історія. Зокрема, потрібно віддати належне напрацюванням таких авторів: В. Дацко, Й. Гронський, Л. Косик, Н. Косик та ін. Однак не зважаючи на наявність досить великої кількості наукових досліджень, окрім аспектів життя та діяльності сестер чину Святого Василія Великого все ж залишилися недостатньо висвітленими або й забутими взагалі.

Кінець XIX — початок ХХ ст. ознаменувався в історії як період національного відродження, в якому в особливий спосіб відзначилася Греко-Католицька Церква і зокрема Чин Святого Василія Великого.

Чин Святого Василія Великого — монаший чин ГКЦ, ґруntованых на правилах св. Василія Великого (329–379 рр.). Чин отців Василіян і сестер Василіянок — це юридично дві різні спільноти і незалежні структури, які у своїй суспільній праці спільно служать Церкві й народові. Чин Сестер Василіянок бере свій початок із IV ст. від рідної сестри Василія Великого — Макрини, яка разом з матір'ю Емілією стала засновницею жіночої лінії василіянського чернецтва. Виховання та навчання дітей та юнацтва було одним з основних завдань монахинь.

Після підписання Берестеської унії і реформування чернецтва склалися сприятливі умови для відновлення жіночих монастирів. Перші спільноти сестер Василіянок були засновані у Вільні та Батеню.

У червні 1784 року видано урядове розпорядження, що забороняло приймати дівчат на навчання і це фактично створило важкі умови для діяльності жіночих монастирів. Внаслідок таких «реформ» упродовж століття у Східній Галичині функціонували тільки два жіночі монастирі — у Словіті та Яворові, завдяки здійсненню суспільно-корисної праці.

Сестри Василіянки активно поширювали освіту у Східній Галичині. Жіночий монаший ЧСВВ займався розвитком жіночих шкіл, інтернатів та сирітських притулків. Практично усі українські жіночі середньо-освітні заклади перебували під керівництвом сестер Василіянок. Ці школи не були конфесійно обмеженні, їх відвідували учениці латинського обряду і навіть дівчата єврейки, що свідчить про високий авторитет.

Святопокровський монастир в Яворові існує від початку XVII століття. Це був час бурхливого розвитку Яворова. Про це свідчать такі факти з історії: мандрівний друкар і видавець Ян Шеліга у 1619 році переносить власну друкарню з Ярослава до Яворова. У 1622 році бурмістр міста дозволяє збільшення шевських майстерень, а в 1635 році король Владислав IV уперше після надання Яворову магдебурзького права, дає дозвіл на допуск до міської ради одного русина, а також ще одного русина до складу судових засідателів [1, 150–153].

Саме в цей час, у році 1621, в Яворові засновано василіянський жіночий монастир під покровом Пречистої Діви Марії. Про це описала сестра д-р М. Соломія Цьорох: «У 1621 році прибули до Яворова монахині — василіянки й замешкали у двох домах при горішній церкві. У 1636 році Маргарити Жугаєвич, по мужеві Дащкевичева, яворівська міщенка, записала сестрам город коло церкви. Коли ж до цього монастиря вступила сама фундаторка, то дальшим записом і купівлєю розширила монастирську посілість, що обіймала 8 городів, побудувала на ній монастир і стала першою його ігуменею. Крім того, долучила до монастирських городів ще й свій маєток по мужеві, званий "Ставчиський"». Всі свої записи підтверджує М. Дащкевичева (в монастирі — сестра Макрина) у своєму заповіті, складеному нею у 1644 році та за рік після того помирає.

Подальша доля монастиря впродовж століття сповнена боротьби, бо вже у 1646 році брат Маргарити Жугаєвич посягає на майно, яке було передано Сестрам за заповітом. Монахині звернулись за допомогою до тодішнього Яворівського старости Яна Собеського, який 1 вересня 1661 року строго наказує повернути монахиням загарбані в них городи та звільняє підданих монахинь від усіх данин та податків [2, 47]. На жаль, цей наказ не приносить позитивного результату, монахині не могли повернути втраченого майна. У 1691 році монахині разом з перемиською епархією приймають унію. У 1693 році на соборі монахів у Перемишлі вирішено відкрити новіціят у Яворові та Смільниці. У 1702 році збудовано нову монастирську церкву, яку в 1848 році знищила пожежа.

Після переходу краю під австрійську владу навколо монастиря було зведені огорожі. Перемиський єпископ Іван Снігурський збирає фонди на будову в Яворові, а вже у 1825 році закладає фундамент під нову будову, а митрополит М. С. Левицький у 1829 році радить йому не відкладати будови. У 1828–1831 році було збудовано новий монастир, але лише для однієї монахині с. Антоніни Ямінської, бо більше монахинь не було. Монастир має три дочерні domi: в Дрогобичі, в Перемишлі та у Висоцьку Нижнім.

Виховну діяльність яворівський монастир починає з 1847 року. Того року в яворівському монастирі посилюються сестри Онисима Чарнік, Євгенія Качковська, Теодосія Барнікуль, Моніка Скарбек й Анастасія Кульматицька, що й стала ігуменею. Дівочу школу було започатковано у 1847 році, складалась із трьох класів, наука велась німецькою мовою. Дівчат навчали письма, українського та польського читання, математики катехизму. Із 1870 року дівчата, які навчались у монастирі, почали вивчати французьку мову, малювання, музику. На початку дітей вчили тільки монахині, згодом почали залучати і світських учителів. Школа яворівських Василіянок не була школою конфесійною, обмеженою для дівчат латинського обряду, вчилися тут дівчата і східного, і латинського обряду, навіть Мойсейового віросповідання. Монастирська дівоча школа мала досить високий рейтинг і функціонувала до вересня 1939 року [2, 49].

Паралельно від 1906 до 1933 року при монастирі діяла й приватна учительська семінарія, що прирівнювалась до середньої школи. До війни науку в ній освоювали 46–60 дівчат, згодом кількість сягнула до 180 учениць. Семінарія підлягала Крайовій шкільній раді. Від самого початку заснування школа мала бути суто українською, з українською мовою викладання. Але 1909 року Крайова шкільна рада розпорядилася про навчання за принципом двомовності. Яворівська семінарія була зорганізована так, як і інші семінарії. На її чолі стояв директор, що здійснював керівництво та відповідав за заклад. Директор був водночас і управителем школи.

При монастирі існував також інтернат, який ще називали інститутом, а його мешканок — інститутками. Число інституток удвоє — втроє, а то й більше переважало число дівчат, які відвідували школу і семінарію.

Всі ці заклади — школи, семінарії, гімназії, інтернати — існували за рахунок скромних монастирських прибутків, пожертвувань громадян, субвенцій уряду, доплати самих учениць. Першими василіянками, яким консисторія 1851 року видала патенти вчителів були сестри А. Кульматицька і О. Чарнік.

Досить цікавими є спогади Ольги Гриневецької — Гриньків, жительки міста Яворова яка відвідувала школу Сестер Василіянок: «До школи Сестер Василіянок ходила я 5 років. Духовним проповідником і катехитом був усіма люблений о. Микола Кушпіт, який учив нас релігії, після виложення лекцій починалась дискусія, у нас завжди було багато запитань, з дзвінком виходив з класи, а за ним йшли ми, немов діти за мамою. Тоді отець обертається і казав «Втікайте, сороки» — і зникає у дверях канцелярії. Службу Божу в монастирській каплиці відправляв о. Олександер Залітак, він також був монастирським сповідником. В інституті мешкали учениці з більш віддалиних місцевостей. Опікунками інституток були сестри, ігуменею в той час була мати Емілія Тимочко, завжди поважна й мало коли усміхнена. Школа, інститут, монастир і каплиця знаходились в одноповерховому будинку. В одному крилі була школа, в другому інститут, монастир і каплиця. Народна школа була розташована на першому поверсі, тут також була бібліотека, природничі і хімічні лабораторії та маленька крамничка. На партері гімназії були класи, рахункова зала, канцелярія, каплиця, юдельня, кухня і розмовниця, куди заходили приїжджі і сюди викликалось до них на розмову їхніх рідних чи знайомих. Спальні інституток були на горі і на долині, а Сестер тільки на горі, туди не можна було ходити світським людям. В бічному будинку коло кухні була лазня, в окремому будиночку пральня. Кімнати огрівали печі, опалювані дровами. Взимку коридори були холодні і легко можна було простудитися.

Атракцією інституток був театр «Заграва», коли тільки загостив він до Яворова. На театральні вистави ходили усі інститутки парами під опікою професорів. Не раз під час вечері настоятелька казала тим, що не хотіли їсти вечері, що не підуть до театру. Коли настоятелька пішла у другий кінець юдельні, «бідна» інститутка пакувала кашу в кишеню чорного фартушка — приписової уніформи. В школі був хор, що виступав на шкільних концертах і вечірках. Кожного року ціла школа мала спільну ялинку.

Життя інституток було тісно пов’язане з дзвінком. Він будив нас вранці, скликав на молитву, кликав до юдельні, кликав учитися, навіть сповіщав про вечірнютишу, яку молодь не завжди могла вповні дотримати, щоб забезпечити спокій дежурна сестра сиділа в учальній пильнувала порядку» [3, 790–792].

Після Другої Світової війни настав час масового знищення української культури, націоналізму, зневажання нашої духовності. Московські загарбники з усіх сил намагались викорінити патріотичний дух з наших земель. Одним із таких заходів була ліквідація яворівського монастиря. Спогади матері Юлії: «Було це перед зимою. Приїхала

до монастиря вантажна машина, енкаведисти всіх сестер «повантажили» на неї та повезли світ за очі. Довго нас возили — трясли містами і селами Галичини, ніби хотіли витрясти патріотичні почування, батьківську віру і любов до близького. Та, врешті, десь серед поля, на морозяному вітрі зупинилися і наказали усім іти на всі чотири сторони. Так і розійшлися монахині, шукаючи притулку».

Та все ж, у Яворові залишилось п'ятеро сестер Василіянок, які до кінця життя не зрадили своїй обітниці. Звичайно, свою священну місію вони виконували у підпілі, переборюючи страх, у постійному переслідуванні. Сестри залишились жити у пральні монастиря. Тут таємно проводили Богослужіння, допомагали хворим, виховували молоде покоління монахинь, катехизували дітей. Остання із п'яти сестер померла у 2003 році на Благовіщення, залишивши добру пам'ять про себе серед яворівчан. Про велики справи сестер Василіянок у Яворові залишились теплі спогади. Пам'ятають старожили, як навчали монахині молоде покоління добрих манер, поведінки, залучали дітей до праці. Самі ж не цурались жодної роботи: вони доглядали хворих, і в полі трудились, займались бджільництвом. Ніколи не чекали допомоги чи ласки від когось, а самі заробляли на себе, ще й допомагали бідним і потребуючим.

Виховна діяльність Сестер Василіянок, однак не обмежувалась Яворовом чи Львовом — школи, семінарії й інститути були ще у чотирьох місцевостях. У Станіславі (сьогодні — Івано-Франківськ), що на Прикарпатті, у березні 1907 «Товариство руських пань» запросило сестер у школу для дівчат, а від 1907 року почали заняття на семінарських курсах, на цей період у семінарії було 139 учениць, а у школі — 136 [2, 50].

З 1920 року Яворівський монастир мав свій дочірній дім і в Дрогобичі, у якому мешкало вісім Сестер. У семінарії на 1924 рік навчалось 113 учениці, школу у 1928 році відвідувало 136 учениць. Якщо семінарією управляли лише священники, то школою — переважно василіянки, разом із місцевими вчителями.

Яворівські василіянки від 1902 року мали свій дочірній дім також у Перемишлі, де опікувались «Русським інтернатом», в якому до Першої світової війни знаходили притулок у середньому п'ятдесяти дівчат.

Такий перелік фактів та подій, пов'язаних з діяльністю монахинь Чину св. Василія Великого у Яворові не є вичерпний. Саме вихованню молоді завжди сприяли монастирі, які протягом кілька столітнього поневолення нашого народу були справжньою твердинею українства.

Підсумовуючи вищепередне, приходимо до висновку, що монахині чину святого Василія Великого на території українських земель провели величезну роботу по навчанню та вихованню підростаючого молодого покоління в дусі патріотизму до рідної землі, про що свідчать жителі сіл, селищ і міст України, де вони проводили свою діяльність. У підсумку варто підкреслити, що сестри Василіянки внесли вагомий вклад у відродження української державності та заклали підвальні для розбудови України як могутньої держави. Адже своїм прикладом смиренного життя та любові до Батьківщини, не зважаючи на утиски та переслідування, вони зуміли прищепити підростаючому молодому поколінню любов до рідної землі, повагу до звичаїв та традицій українського народу, його мови, культури, історії.

### Література

1. Гронський Й. Нарис історії Яворівщини. Пам'ятки культури Яворівського району [Текст] / Й. Гронський. — Дрогобич : Коло, 2008. — 240 с. — ISBN 978-966-7996-59-8.
  2. Дацко В. Батькова спадщина [Текст] : історико-краєзнавчий нарис / В. Дацко. — Львів : Вид-во Львівського музею історії релігії «Логос», 2003. — 148 с. — ISBN 966-7379-52-3.
-

3. Дацко В. Яворова вітъ. Літопис рідного краю у життєписах [Текст] / В. Дацко. — Львів : Вид-во Львівського музею історії релігії «Логос», 2009. — 497 с. — ISBN 966-7379-37-X.

4. Косик Н. М. Скарби Яворівщини [Текст] : науково-краєзнавче видання / Косик Н. М., Ко-  
сик Л. М. // За ред. Н. М. Косик. — Львів, 2009. — 244 с. — ISBN 966-7379-51-8.

5. Яворівщина в іменах [Текст] : біографічний довідник / В. Дацко. — Львів : Край, 1995. — 151 с. — ISBN 5-7707-7210-7.

*Ледвій А. І., Мартинишин Г. Р.*

## **ВОСПИТАТЕЛЬНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ СЕСТЕР ЧИНА СВЯТОГО ВАСИЛИЯ ВЕЛИКОГО: КРАТКИЙ ОБЗОР ИСТОРИИ**

*В статье проведён краткий обзор истории деятельности сестёр-монахинь ордена Святого Василия Великого на украинских землях и их влияние на культурно-образовательное воспитание молодёжи. Проанализировано быт сестёр Василиянок и выяснено их роль в просветительском воспитании молодёжи в духе патриотизма и любви к ближнему.*

*Ключевые слова:* монастырь, монахини, культурно-образовательная деятельность, воспита-  
ние, молодёжь, чин, богослужения.

*Ledvij O. I., Martynshyn G. R.*

## **EDUCATE ACTIVITY OF SISTERS OF RANK SAINTED OF VASILIYA VELIKOHO: SHORT REVIEW OF HISTORY**

*The article provides a brief history overview of the activities on Ukrainian lands of Sisters of the Order of St. Basil the Great and their impact on cultural and educational accomplishment of youth. The article highlights everyday life of Basilian Sisters and their role in educating youth in the spirit of patriotism and beneficence.*

*Keywords:* monastery, nuns, cultural and educational activities, accomplishment , youth, order of the clergy, act of worship.

---

УДК 37.014.521(71)

Франків Ірина Ярославівна, к. і. н.,  
Львівський інститут економіки і туризму

## ГРЕКО-КАТОЛИЦЬКЕ ДУХОВЕНСТВО — ОРГАНІЗАТОР УКРАЇНСЬКОГО ШКІЛЬНИЦТВА В КАНАДІ

Досліджено історію створення перших українських шкіл в Канаді, які стали тим осередком, довкола якого гуртувалася етнічна спільнота, який закладав надійний фундамент національної свідомості. Основна увага приділена діяльності греко-католицької церкви, що зробила найбільший внесок у організацію українського шкільництва.

*Ключові слова:* діаспора, Канада, греко-католицька церква, освіта, шкільництво.

У суспільній опіці греко-католицької церкви над імміграцією в Канаді особливе місце належало шкільництву, від якого великою мірою залежало майбутнє української спільноти у цій країні. На переконання греко-католицького духовенства, рідна школа була покликана стати тим осередком, довкола якого гуртувалася етнічна спільнота, який закладав надійний фундамент національної свідомості. Попри те, на початковому етапі переселення, українці були змушені пристосуватися до існуючих в Канаді законів, що регламентували освітній процес. Згідно з Актом про Британську Північну Америку від 1867 р. навчання дітей шкільного віку на теренах Канадського домініону було обов'язковим. На виконання вказаного нормативного акту створено два типи елементарних (початкових) шкіл: народні (public), які утримувалися коштом держави та відокремлені (separate), що утримувалися муніципалітетами, але контроль над ними здійснювала церква [1, 72]. Запроваджуючи обов'язкове навчання, в тому числі й дітей іммігрантів, федеральний уряд Канади прагнув підняти освітній рівень майбутніх громадян, сформувати у них державницький світогляд. Але, безперечно, переслідувалася ще одна мета, розрахована на асиміляцію іммігрантів у перспективі [2, 106]. Заснувати приватні школи через нестачу коштів і педагогічних кадрів українські поселенці не могли, то користувалися послугами початкових державних шкіл, що, в свою чергу приводило до канадизації українських дітей. «Русини всюди майже, якщо взагалі користують зі шкіл, то користуються з правителів, бо там не платиться, а як платиться, то з податком примусово, а на утримання католицьких шкіл треба платити добровільно. Розуміється, що користати з правителів шкіл приходиться русинові о много легше, бо русин не видить потреби школи взагалі, не видить спеціально в Америці, бо дитина в 15 років життя зі школи ще хліба не винесе, а з фабрики вже винесе і ще татові приробить хоть би на пиво», [3, арк. 2–3] — вказується у документах.

Особливо гостро питання освіти серед українських іммігрантів постало, як тільки вони облаштовувалися на гоместедах і місці у матеріальному відношенні. За порадою Осипа Олеськіва, українські поселенці провінції Манітоба порушили перед місцевим урядом питання про відкриття шкіл з українською мовою навчання. Підставою для таких кроків стала угода Лор'є-Грінвей 1896 р. [4, 67]. На її основі у 1897 р. розроблено шкільний закон, у якому зазначалося: «Якщо десять учнів говорять французькою мовою або ж іншою неанглійською мовою, як свою рідною, навчання таких учнів має вестися французькою або іншою неанглійською мовою, за двомовною системою» [5, 75].

Із прийняттям шкільного акту з'явилася можливість відкривати українські школи. Однак виникла проблема вчителів, котрі б знали українську та англійську мови. Як виявилось, з українськими поселенцями на зламі XIX–XX ст. до Канади прибуло тільки четверо іммігрантів, які могли, із певними застереженнями, відповідати таким вимогам, а саме: Кирило Геник, Іван Бодруг, Іван Негрич, Василь Ціхоцький. Цілком очевидно,

що чотири двомовні особи не могли задовільнити потребу всієї громади [2, 107]. Ситуацію ускладнювало ще й те, що опанувати освітній процес серед українських іммігрантів прагнула так звана Гречка незалежна церква, духовним батьком якої був талановитий учитель І. Бодруг, користуючи з фінансової підтримки Пресвітеріанської церкви він зумів організувати 36 шкіл для українських поселенців [6, 124]. Останні, через матеріальні негаразди, доволі охоче користали із його пропозицій, бо «[...] дитина дістане чобітки та деяку одежину, научиться англійської мови, та й скорше дістане роботу де-небудь» [7, 20]. До цього варто додати, що на певних етапах і римо-католицька єпархія Канадського Заходу прагнула очолити освітній процес серед українців. Не випадково А. Сабурен, стверджував, що «[...] русини на рівні стоять з індіянами» [3, 10], а відповідно самі не в стані організувати навчальний процес. Звідси і випливало, що українські іммігранти упереджено ставилися до ініціатив архієпископа А. Ланжевена щодо будівництва для них церков та шкіл [3, 12].

За таких обставин, важливу роль у організації українського шкільництва було покликане відіграти греко-католицьке духовенство. Зрештою, воно поступово почало усвідомлювати значення освіти для майбутнього українських спільноти в Канаді. З цього приводу священик Кость Курилло писав: «... без тих шкіл обйтись не мож, без них впрочім не треба буде ні наших церков, ні священиків, ні тих псевдо вчителів, а зглядно дяків, які спорадично тут або там ніби навчають дітвору. Як виховасмо діти, таких будемо мати парохіян» [8, 305]. Ще більш красномовно, з цього приводу висловився В. Жолдак, у листі до митрополита Андрея. «[...] страшенно велика потреба єсть шкіл католицьких, руских. Потреба скорше шкіл ніж церков. В школі діти щодня учаться, а до церкви йшли би лише в неділю» [7, арк. 20]. — писав він.

Піонером у організації українського шкільництва в Канаді можемо вважати священика Павла Тимкевича, котрий прибув сюди у червні 1898 р. і душпастирював у поселенні Една-Стар, що у сучасній провінції Альберта. «[...] дуже був добрий, щирий і милосердний для усіх людей — бідних і багатих» [9, арк. 4] — вказується у документах. Він намагався організувати школу для дівчат, котрі працювали у м. Едмонтоні та околицях, але документального підтвердження її існування на сьогодні немає [6, 156]. Однак відомо, що П. Тимкевич, власним коштом закупив у львівському товаристві «Просвіта» 80 книжок, передусім букварів, щоб започаткувати школу [10]. Однак іммігрантська громада відмовилася утримувати священика і наприкінці 1898 р. він виїхав до США [9, 4].

Друга спроба організувати школу серед українських поселенців в Канаді пов'язана з іменем василіанина Івана Дамаскина Полівки (чех за походженням), котрий у жовтні 1899 р., за розпорядженням Священної конгрегації поширення віри, прибув до Вінніпегу для місійної праці [11]. Після ознайомлення з українськими осередками він написав обширного листа до архієпископа А. Ланжевена, в якому зокрема, відзначав: «Усі бажають мати між собою свого священика, якому дадуть удержання, бажають мати виключно свою церкву, яка відповідала б вимогам обряду, а заразом щоб була і школа, і каплиця, і катехизація, і бібліотека з добрими релігійними книжками. На все це вони годяться дати гроші» [12, 21]. Далі І. Д. Полівка повідомляв архієпископа, що українці хочуть купити школу та зобов'язуються власними силами все спорядити, і каплицю, і помешкання, і школу, і бібліотеку. Як вказує М. Марунчак українська громада Вінніпегу за вказану школу навіть «зробили завдаток, але діло не було зреалізоване» [6, 156]. Згодом І. Д. Полівка переїхав до США, де певний час був парохом у м. Соутгемптоні, що у штаті Пенсильванія [7, 10]. Після цього, найбільше зусиль для організації українського шкільництва докладав В. Жолдак, котрий вів тривалі перемовини з австрійським консульством у Вінніпегу про виділення 50 тис. корон на будівництво

церкви і школи. «Консул вніс мое прошене до міністерію о субвенцію», [13, 8] — писав він А. Шептицькому. Однак австрійська влада не поспішала з допомогою греко-католикам у Канаді. Як наслідок, В. Жолдак намагався організувати навчання дітей самотужки. Про його подвіжницьку працю у документах говориться наступне: «В Вінніпегу працюю. Збираю вечорами дітей, а маю їх вже до 50 — тай учу їх катехизму. Та що ж в домі, котрий уживаю і за школу, і за церкву, той дріб не має навіть на що сісти. Мусять всі цілу годину стояти. А суть дуже маленькі, по чотири і п'ять літ» [13, 55]. Він також просив А. Шептицького надіслати необхідні для навчання дітей книги. Зрештою В. Жолдак продовжував переконувати ієрархію Греко-католицької церкви, що є велика потреба школи руської, де би можна і дітей учити Катехизму, а відтак читати та писати по-русськи» [13, 33]. Загалом, його зусиллями ситуація з українським шкільництвом на краще не могла змінитися, оскільки у тому часі серед українських поселенців у Канаді постійних душпастирів не було. І лише після прибууття 1902 р. в Канаду василіанської місії на чолі з П. Філясом та Сестер Служебниць розпочалася планова робота з організації українського шкільництва. Василіани, за фінансової підтримки католицьких владик А. Паскаля та Е. Легаля, одразу взялися до будівництва церкви-школи у поселенні Бівер Лейк, що неподалік м. Мондер, яку 27 листопада 1904 р. посвятив П. Філяс. Навчання у цій школі розпочалося 1905 р. і її відвідувало 60 дітей, яких навчали Сестри Служебниці Е. Клапоушок і Йосафата Тимочко [14, 66]. Ця школа проіснувала до 1914 р., коли була відкрита нова й модерна школа, збудована василіанами неподалік школи-церкви. До цього варто додати, що 1904 р. василіанин Матей Гура заснував у Вінніпезі «Товариство Пречистої Діви Марії», яке відкрило школу для дорослих. Вона розміщувалася у будинку Михайла Гумініловича і навчання у ній вів диякон Юрко Магаляс [14, 67].

На початку 1904 р. заходами василіан розпочато будівництво церкви святого Миколая у Вінніпегу. «Плани інші, не ті, що Ваше Високопреосвященство казали прислати. Церква довга 115 стіп (стопа — міра довжина, яка у Австрії становила 316 мм. — І. Ф.), а широка щось 60 стіп. Під церквою має бути пивниця, але така, що може послужити за школу. Буде огрівана зимовою пецею, котра буде уміщена у відповідній місці в пивниці», [15, арк. 24] — доповідав А. Шептицькому В. Жолдак. Її будівництво фінансово підтримував архієпископ А. Ланжевен, котрий виділив для цього 30 тис. франків. Він навіть брав участь у посвяченні церкви, що відбулося 15 січня 1905 р. [16, 25–26]. А тим часом, у січні 1905 р. за ініціативою М. Гури, Василя Кудрика та Миколи Гладкого розпочала роботу перша вечірня українська школа при парохії святого Миколая у Вінніпегу. Навчанням у ній було охоплено 50 дітей, які під керівництвом учителя В. Кудрика вивчали українську мову, історію України, українську літературу. У серпні 1905 р. М. Гура запросив для роботи у школі Сестер Служебниць Атаназію Мельник та Олексію Чикало. Як наслідок, її реорганізовано у першу українську цілоденну школу з повною програмою навчання державної елементарної школи. У грудні 1905 р. цю школу перенесено у підвал новозбудованої церкви св. Миколая [17, 43]. Крім обов'язкових дисциплін, визначених департаментом освіти для публічних шкіл, учні навчалися тут української мови (8–10 годин на тиждень), історії (3 години), релігії (4 години), мистецтва (різьба, вишивка, писанкарство — 2–3 години). За рік, завдяки вмілю організований навчально-виховній та культурно-просвітницькій роботі, кількість учнів зросла більше як утрічі і станом на 1906 р. становила 160 [5, с. 109]. У жовтні 1911 р. школа св. Миколая перейшла до нового приміщення, збудованого на кошти архієпископа А. Ланжевена та при допомозі Католицького місійного фонду (Catholic Mission Fund) у м. Торонто [18, 131]. У 1914 р. А. Ланжевен передав цю школу у повну

власність Згromадженню Сестер Служебниць. Останні, у 1905 р. також заснували рідну школу у Едмонтоні, заняття в якій відбувалися щоденно після навчання у державній школі. Навчальний план у ній передбачав вивчення української мови (5 годин на тиждень), історії та літератури (по 2 години), релігії (3 години). Проводилися тут і практичні заняття з українського прикладного мистецтва. Учні рідної школи брали участь у святкових концертах з нагоди дня народження Т. Шевченка, І. Котляревського, М. Шашкевича та релігійних свят. Знаходилася школа у церковному будинку [5, 109–110]. У Едмонтоні Сестри Служебниці також утримували Інститут для дівчат, збудований на земельній ділянці, яку подарував закладу єпископ Е. Легаль [19, 33]. Зусилля Сестер Служебниць належним чином оцінив Митрополит Андрей, котрий писав: «За Божою ласкою, маємо в Едмонтоні красну школу і Інститут для дівчат. Дасть Бог вийдуть з неї добреї господині і матері родин. [...] Бо Сестри Служебниці ревно і з правдивим посвяченням працюють над вихованням Ваших дітей і заслуговують на те, щобисьте їх поперли» [20, 747]. Варто уваги є і той факт, що Сестри Служебниці підтримували тісні контакти з різними галицькими інституціями, які надсилали у Канаду книги та шкільні підручники. До цього варто додати, що у 1909 р., за рекомендацією Католицького собору у Квебеку, василіані заснували Місійну школу у м. Сифтоні, яка мала завдання виховувати релігійних місіонерів та допомагати в освіті дітям поселенців. У ній працювали священики французького походження, котрі прийняли український обряд та вивчали українську мову на спеціальних курсах в Галичині, а саме: Джозеф Ганьйон, Десір Клавелю, А. Сабурен. Okремі предмети у цій школі викладали і Сестри Служебниці.

Щоб охопити навчанням якомога більше дітей деякі греко-католицькі священики організовували школи під час літніх канікул. Зазвичай такі школи влаштовувались при монастирях і обслуговувалися однією особою. Про одну з них священик Н. Крижановський писав А. Шептицькому наступне: «Вже третій рік, від часу моого побуту в Мундаре уладжую в літі школу при монастири. Сего літа поверх 40 дітей мешкало в монастири, а два рази тілько доходило до школи і поверх сотка приступило до першого святого причастя. Тішуся, що хотяй части дітей в протягу кілька місяців могла відправити вспільні молитви і бути майже кожного дня на службі божій» [21, 67]. Згодом греко-католицьке духовенство почало практикувати запрошення для роботи у літніх школах учителів з Галичини. Так, у 1913 р. в школі у Вінніпегу працював відомий галицький поет Петро Карманський, котрий свого часу навчався у «Collegium Ruthenum» в Римі [22, 32].

Загалом, варто наголосити, що здобутки греко-католицького духовенства в організації українського шкільництва в Канаді були доволі незначними. Така ситуація викликала серйозне занепокоєння А. Шептицького, котрий мав можливість безпосередньо ознайомитися з роботою рідних шкіл в часі візиту до Канади 1910 р. Після повернення до Львова він підготував пастирське послання «Канадійським русинам». У ньому, зокрема наголошував: «Від того чи є школа, чи нема і чи школа добра чи не добра, залежить ціла будучість молодого покоління. Де школи нема, там діти ростуть, як би в лісі, дико. Жадної просвіти не мають і не могутъ дати собі ради в життю» [20, 743]. Він також звертав увагу на необхідність протистояти денационалізації українських іммігрантів, запорукою чого могла служити школа. «Пресвітеріани платять тим, котрі схотять до їх школи записатися і пристати на їх віру. Знають, що коли підкопають віру, в коротці відберуть обряд — і затратиться народність. Бо если в чим є надія, що наш народ не стратить своєї мови і народності, то якраз в вірі і в обряді», [20, 725] — йдеться у пастирському посланні. Зрештою, Митрополит постійно переконував, що «[...] добра наука і добре виховане дітей — то річ така важна і така цінна, що майже на ню ціни

нема» [20, 746]. Він також 1909 р. скерував на навчання у Духовну семінарію м. Монреалю Ореста Кузіва та Василя Ладику (з 1929 р. єпископ Греко-Католицької Церкви у Канаді). Останній, тривалий час листувався з ним, інформуючи про ситуацію в Канаді загалом і в українському шкільництві, зокрема. На його прохання А.Шептицький пересилав у Канаду підручники для українських шкіл [21, 5].

Черговий етап у розвитку українського шкільництва в Канаді пов'язаний з іменем єпископа Н. Будкіт [23]. Останній, після приїзду на Канадську землю у грудні 1912 р. застав тут 17 священиків, 5 отців василіан, 30 Сестер Служебниць, дві цілоденні школи, дві школи при монастирях Сестер Служебниць у Мондері та Едмонтоні [21, 8]. У розпорядженні єпископа був також тижневий часопис «Канадський русин», заснований у травні 1911 р. за сприяння А. Шептицького [4, 102]. Його першим редактором став Микола Сироїд, котрий вів жваве листування з Галицьким митрополитом з питань українського шкільництва.

Першим значним успіхом Н. Будки в Канаді стало рішення парламенту країни про інкорпорацію церкви під назвою «Руська греко-католицька церква в Канаді» [24, 76]. На цю корпорацію записувалися всі храми й церковне майно. Окрім того, греко-католики отримали право будувати церкви, сирітські захоронки, шпиталі, розвивати релігійну пресу та школи при церквах.

Після упорядкування церковних справ Н. Будка взявся до розбудови українського шкільництва. Підтримуючи всебічно рідні школи, він звернув особливу увагу на українську молодь, що навчалася в коледжах та університетах, де зазнавала значного асиміляційного тиску. Щоб урятувати її від цього пагубного впливу єпископ підтримав пропозицію, щодо створення бурс та інститутів у Вінніпегу, Едмонтоні та Саскатуні, де б студенти отримували «[...] виховання згідне з традицією свого народу» [6, 162]. Це викликало небувалу реакцію з боку пресвітеріан. «Протестанти як відомо з часописей взялися дуже енергійно до праці у винародовлювані нашого народу і зведені його з віри. У Вегервіллі назирали 30 хлопців, у Чіпмен заложили ніби захоронку для дівчат, у Едмонтоні ніби українську бурсу для хлопців і конвент для дівчат. Сиплють грішми, що не міра», [21, 74] — вказується у документах. Результатом цього стало те, що Пресвітеріанска церква опанувала «Русько-українську бурсу» в Едмонтоні. Після цього Н. Будка ініціював створення бурси при катедрі Володимира і Ольги у Вінніпезі, яка мала носити ім'я Адама Коцка. На скликаних зборах виявився двоподіл думок. Певна частина присутніх бажала, щоб запланована бурса мала загальнонаціональний характер, інші настоювали щоб у бурсі було католицьке виховання. У кінцевому рахунку перемогла перша точка зору і як наслідок було обрано управу «Української бурси ім. А. Коцка», яку очолював відомий український правник Ярослав Арсенич [25, 592–593]. Цей навчальний заклад розпочав свою роботу 1 вересня 1915 р. і у ньому початково навчалося 16 студентів [26].

Інша частина учасників зібрання, що були прихильниками католицького виховання в бурсі об'єдналися навколо Н. Будки і заснували «Українську бурсу імені митрополита Андрея Шептицького», якою опікувалося Українське товариство імені митрополита Андрея Шептицького у Вінніпегу. Бурса знаходилася у передмісті Вінніпегу Сент Боніфас і на купівлю її будинку вінніпезька греко-католицька громада зібрала 19 тис. дол. Єпископ був першим фундатором цієї бурси і пожертвував для неї 3 тис. дол. У 1915–1916 навчальному році тут навчалося 60 студентів, котрі перед вступом підписували урочисту заяву. У цьому навчальному закладі студенти вивчали українську мову, історію, літературу та релігію, брали участь у роботі хору і драматичного гуртка. Платня за навчання тут становила 20 дол. на місяць. Кошти на утримання бурси формувалися

в основному за рахунок загальних громадських зборок [5, 120]. Також Н. Будка заснував Бурсу ім. Т. Шевченка у Едмонтоні, яку офіційно відкрито у жовтні 1918 р.

Загалом варто наголосити, що серед усіх релігійних конфесій до яких належали канадські українці, Греко-католицька церква зробила найбільший внесок у організацію українського шкільництва в Канаді. Значною мірою праця її духовенства носила подвижницький характер. Тим не менше, навчальні заклади, які засновано на початку ХХ ст. стали доброю основою для майбутнього розвитку рідної школи на канадській землі.

### **Література**

1. *Руснак І.* Розвиток українського шкільництва в Канаді (кінець XIX–XX століття) [Текст] / Іван Руснак. — Чернівці : Рута, 2000. — 363 с.
2. *Макар В.* Соціально-політична інтеграція українців у поліетнічне суспільство Канади [Текст] / Віталій Макар. — Чернівці : Прут, 2006. — 284 с.
3. ЦДІА України у Львові. — Ф.408 (Греко-католицький митрополичий ординарі ат, м. Львів), оп. 1, спр. 1050. Стаття невстановленого автора «Школа і церква» (з життя українських емігрантів у Канаді) (б/д), 67 арк.
4. *Боровик М.* Українсько-канадська преса та її значення для української меншини в Канаді [Текст] / Д-р Михайло Боровик. — Мюнхен, 1977. — 346 с.
5. *Руснак І.* Українське шкільництво в Канаді [Текст] / Іван Руснак, Світлана Романюк. — Снятин : Прут Принт, 2002. — 288 с.
6. *Марунчак М.* Історія українців Канади [Текст] / Михайло Марунчак. — Вінніпег : Накладом Української Вільної Академії Наук в Канаді, 1991. — Т. I. — 464 с.
7. ЦДІА України у Львові. — Ф. 358 (Шептицький Андрей (Роман-Марія-Олександр, 1854–1944), граф, митрополит Галицький греко-католицької Церкви, оп. 2, спр. 154. — Листи священика Жолдака В. з Канади до Шептицького А. — Т. 2 (1901–1902). — 217 арк.
8. *Курилло К.* Причинки до становища руско-католицької церкви в Північній Америці [Текст] / Кость Курило // Нива. — 1910. — Т. 7. — Ч. 10. — 15 мая. — С. 305.
9. ЦДІА України у Львові. — Ф.408 (Греко-католицький митрополичий ординарі ат, м. Львів), оп. 1, спр. 800. — Листи священиків і галицьких емігрантів з Канади про місіонерську діяльність та свій побут за кордоном, (1897–1913). — 117 арк.
10. А. К. Вести зь Канады / А. К. // Свобода (США). — 1898. — 4 серпня.
11. Руска місія в Канаді // Руслан. — 1899. — 25 серпня.
12. *Казимира Б.* Перший василіянин у Канаді [Текст] / Богдан Казимира. — Торонто : Добра книжка, 1961. — 42 с.
13. ЦДІА України у Львові. — Ф. 358 (Шептицький Андрей (Роман-Марія-Олександр, 1854–1944), граф, митрополит Галицький греко-католицької Церкви, оп. 2, спр. 155. — Листи священика Жолдака В. з Канади до Шептицького А. — Т. 2, 1903. — 90 арк.
14. *Боровик М.* Століття українського поселення в Канаді (1891–1991) [Текст] / Д-р Михайло Боровик. — Монреаль–Оттава, 1991. — 484 с.
15. ЦДІА України у Львові. — Ф. 358 (Шептицький Андрей (Роман-Марія-Олександр, 1854–1944), граф, митрополит Галицький греко-католицької Церкви, спр. 156. — Листи священика Жолдака В. з Канади до Шептицького А. — Т. 3, 1904. — 70 арк.
16. *Казимира Б.* Монсіньор Аделяр Лянжевен і українцім [Текст] / Д-р Богдан Казимира. — Едмонтон, 1952. — 32 с.
17. *Тесля І.* Українці в Канаді — їх розвиток і досягнення [Текст] / І. Тесля, П. Юзик. — Мюнхен : Вид-во Українського технічно-господарського інституту, 1968. — 66 с.
18. *Казимира Б.* Митрополит Андрій Шептицький та канадські українці [Текст]. — Торонто, 1954. — С. 131.
19. ЦДІА України у Львові. — Ф. 408 (Греко-католицький митрополичий ординарі ат, м. Львів), оп. 1, спр. 1117. — Стаття священика Й. Гродського. Відвідини Америки митрополитом Андрієм у 1910 р. — Машинопис, 1018 р. — 37 арк.
20. Шептицький Андрей. Пастирські послання 1899–1914 [Текст]. — Львів : Артос, 2007. — Т. 1. — 1014 с.

21. ЦДІА України у Львові. — Ф. 358 (Шептицький Андрей (Роман-Марія-Олександр, 1854–1944), граф, митрополит Галицький греко-католицької Церкви, спр. 75. — Листи монахів Чину найсвятішого ізбавителя ЧНІ та інших з Канади до Шептицького А. (1900–1914). — 140 арк.
22. Ляшкевич П. Петро Карманський. Нарис життя і творчості [Текст] / П. Ляшкевич. — Львів, 1998. — 72 с.
23. Епископ для русинів у Канаді // Свобода. — 1912. — 19 вересня.
24. Zięba A. Ukraińcy w Kanadzie wobec Polaków i Polski (1914–1939). — Kraków, 1998. — 404 s.
25. Пропам'ятна книга Українського Народного Дому у Вінниці [Текст]. — Вінниця, 1949. — 604 с.
26. Українська бурса ім. А. Коцка // Український голос. — 1915. — 25 серпня.

*Франків І. Я.*

## **ГРЕКО-КАТОЛИЧЕСКОЕ ДУХОВЕНСТВО — ОРГАНИЗАТОР УКРАИНСКОГО ШКОЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ В КАНАДЕ**

*Исследовано историю создания первых украинских школ в Канаде, которые стали той ячейкой, вокруг которой собиралось этническое сообщество, который закладывал надежный фундамент национального сознания. Основное внимание уделено деятельности греко-католической церкви, которая сделала наибольший внос в организацию украинского школьного образования.*

*Ключевые слова: диаспора, Канада, греко-католическая церковь, образование, школьное образование.*

*Frankiv I. Ya.*

## **GREEK CATHOLIC CLERGY — THE ORGANIZER OF UKRAINIAN EDUCATION IN CANADA**

*Studied the history of the first Ukrainian schools in Canada that have become the focus around which hurtuvalas ethnic community, which laid a solid foundation of national consciousness. The main attention is paid to the activities of the Greek Catholic Church, which has made the greatest contribution to the organization of Ukrainian education.*

*Key words: diaspora, Canada, greco-catholic church, education, schooling.*

*Розділ 7.*  
**РЕКРЕАЦІЙНИЙ ТУРИЗМ І РЕАБІЛІТАЦІЯ**

УДК 379.85: 613(439)

*Фастовець Оксана Олексіївна, к. пед. н.,*

*Національний університет фізичного виховання та спорту України*

**ПРОГРАМИ РОЗВИТКУ ОЗДОРОВЧОГО ТУРИЗМУ В УГОРЩИНІ**

*В статті розглядаються програми розвитку оздоровчого туризму, що здійснюються при підтримці уряду Угорщини. З'ясовано, що метою програм є стабілізація та подальший розвиток ринку внутрішнього туризму за рахунок залучення недержавних коштів. Виявлено, що особливістю програм є забезпечення надання пільгових послуг у сфері оздоровчого туризму для літніх людей, осіб з обмеженими можливостями, багатодітних родин, дітей на альтернативній базі фінансування, без залучення державних коштів.*

*Ключові слова:* оздоровчий туризм, внутрішній ринок, пільгові програми без залучення державних коштів.

За даними Всесвітньої туристичної організації ООН (ЮНВТО) внесок туризму до світового ВВП становить 10 %, а загальна кількість робочих місць, що прямо чи опосередковано стосуються сфері туризму, — 11 %, тому виважена державна політика у сфері туризму — це важлива частина сталого економічного розвитку будь якої країни світу. Розвиток туризму стимулює зростання у дотичних сферах економіки, що є особливо важливим для розвитку регіонів та країн світу. Тому і уряд Угорщини приділяє значної уваги розвитку сфері туризму. Разом з тим, чисельність іноземних відвідувачів країни в порівнянні з кінцем ХХ ст. стабільно зменшується. За статистичними даними ЮНВТО за період 1990–2015 рр. чисельність міжнародних відвідувань країни зменшилася на 31 %, проте валютні надходження від сфері туризму за 25 років збільшилися у 6 разів. З метою подальшого зростання фінансових надходжень від сфері туризму, уряд країни активно сприяє розвитку внутрішнього туризму.

Проте, розвиток ринку внутрішнього туризму має не лише економічний ефект, він сприяє оздоровленню населення. Необхідно зазначити, що динаміка населення країни вирізняється від'ємним природним приростом і позитивним сальдо міграції. Негативний приріст (фіксують з 1981 р.), «старіння нації» (з 2006 р. частка людей старше 65 років перевищує частку дитячого населення), значні регіональні відмінності (обумовлено різним соціально-економічними умовами регіонів країни), привели до необхідності низки заходів з боку уряду. Розвиток внутрішнього туризму сприяв створенню додаткових робочих місць, покращенню здоров'я та працевдатності населення країни.

В Угорщині у 1974 р. створено орган, що об'єднав угорські туристичні організації — Асоціація угорських туристичних агентів та туроператорів. Основною метою діяльності Асоціації є представництво та захист інтересів своїх членів. Якщо на рік заснування Асоціація об'єднувала 7 членів, то на початок 2017 р. членами асоціації є близько 200 компаній, які обслуговують 85 % загального обсягу організованих подорожей [3].

Основними туристичними продуктами в Угорщині є: відвідування термальних курортів (лікувальний та оздоровчий туризм), винні тури, сільський туризм, комбіновані

тури, відпочинок в замках, мисливські тури, проведення семінарів та конференцій для ділових людей (бізнес-туризм).

Особливої уваги заслуговує розвиток оздоровчого туризму, тому що Угорщина входить до 5 найбагатших термальними водами європейських країн, 80 % території країни мають виходи термальних джерел.

Питанням розвитку оздоровчого туризму присвячено праці провідних українських дослідників. Зокрема, тенденції та закономірності розвитку сфери туризму висвітлено у працях О. О. Бейдика, О. О. Любіщевої, М. П. Мальської, Н. М. Матвієнко, А. Ю. Парфіненка, М. Я. Розенфельд, І. В. Смаль, Т. Г. Сокол, Т. І. Ткаченко.

Метою статті є з'ясування особливостей програм оздоровчого туризму, що сприятиме розвитку внутрішнього туризму за рахунок недержавних фондів фінансування.

В Угорщині велика увага приділяється розвитку сфери туризму в цілому, а також були прийняті державні програми, спрямовані на розвиток оздоровчого туризму. У 1992 р. в країні була створена професійна асоціація Hungarian Baths Association, яка з 1998 р. входить до Європейської Спа асоціації (ESPA). Асоціація об'єднує більше 180 членів.

До інфраструктури оздоровчого та лікувального туризму Угорщини відносять більше 1200 термальних джерел, близько третини з яких знаходяться в населених пунктах. В Угорщині діє близько 70 термальних готелів, багатофункціональних лікувальних купалень та басейнів з термальною водою. Вивчення лікувальних термальних джерел на науковому рівні почали здійснювати ще у XIX ст. У 1937 р. в Угорщині відбувся Міжнародний бальнеологічний конгрес. Після того, як на науковій основі було підтверджено лікувальний ефект угорських термальних вод, почалося будівництво бальнеологічних купалень, пізніше — готелів та підприємств з промислового розливу мінеральних вод. За останні роки підвищена увага приділяється програмам краси, омоложення, зняття стресу [5].

Основним курортним центром країни є столиця держави м. Будапешт, де на поверхню виходить понад 100 джерел. Серед найпопулярніших купалень міста «Сечені», «Рудаш», «Кірай», «Лукач», «Геллерт», «Рац». Унікальною є купальня у м. Тапольця, що розміщена у лікувальній печері. Відомий бальнеологічний курорт сформувався на озері Хевіз. Перші лікувальніці тут було відкрито ще у 1795 р. на берегах озера, яке виникло в кратері вулкану. Курорт Хайдусобосло розташовано у східній частині країни поблизу великого міста Дебрецен. Курортний комплекс складається з 19 критих та відкритих басейнів. Вуглеводна лужна вода, що має температуру +73 °C, вирізняється великим вмістом солі, брому, залізу, марганцю. Курорт Шарвар, розташовано на заході Угорщини в 120 км від Відню відомий як центр лікування органів руху, дихальних шляхів. На півдні країни поблизу м. Печ знаходиться курорт Харкань. Ця місцевість завдяки великій кількості сонячних днів та м'якому клімату вважається «угорським Середземномор'ям». Курорт м. Залакарош відомий водою температурою 85 °C та високим вмістом фтору.

Вперше уряд Угорщини вирішив привести внутрішній туризм у відповідність з міжнародними нормами та стандартами у період з 2004 по 2005 рр. З цією метою була розроблена перша в Угорщині Стратегія розвитку національного туризму на період з 2005 по 2013 рр.

Основними завданнями були стійкий розвиток внутрішнього туризму; покращення умов здійснення трудової діяльності у сфері туризму; ефективного управління людськими ресурсами; створення ефективної системи управління як з фінансової, так і з юридичної точки зору.

У жовтні 2007 р. Управлінням з національного розвитку Угорщини було прийнято низку програм розвитку туристичної галузі на період з 2007 по 2013 рр. Основними

завданнями програм було: підвищення якості готельного обслуговування, збільшення мережі готелів, мотелів та пансіонів, кемпінгів, розвиток популярних видів послуг, таких як велнес, фітнес, лікувальні послуги, спорт та родинний відпочинок, сільський туризм. Для здійснення цих програм у зазначений період з фондів ЄС Угорщині було виділено близько 330 млн. євро.

Нормативно-правова база Угорщини, що діє у сфері державного регулювання туристичної діяльності, в тому числі в області внутрішнього туризму, в основному гармонізована з правовими нормами ЄС, після вступу Угорщини у 2004 р. Разом з тим існує ціла низка специфічних особливостей, спрямованих на захист інтересів країни та громадян. Ці питання знайшли відображення у низці законодавчих актів Угорщини, в тому числі, законі СПІ від 2012 р. «О програмі Ержебет» та Постанові уряду від 12.04.2011 р. № 55 «Про правила випуску та використання карти відпочинку Сечені». Ці дві програми розроблені з метою стимулування внутрішнього туризму. «Карта відпочинку Сечені» надає дотації працівнику за рахунок роботодавця, а «Програма Ержебет», спрямована на надання пільг найменш захищеним верствам населення.

За умовами програми «Карта відпочинку Сечені», компанії перераховують заробітну платню своїм працівникам на спеціальні банківські карти. Працівники отримують пільгову ставку сплати податків. Гроші, що були заощаджені, власник карти має право витратити на свій відпочинок або відпочинок родичів. За рік сума пільг не може перевищити 1500 євро. З цієї суми 750 євро можливо використати для сплати готельних послуг, 500 євро — у підприємствах громадського харчування та 250 євро — на покриття інших туристичних послуг. Використати заощаджені на карті кошти можливо на протязі двох років. Така карта свідчить про особу співробітника (його родича) та не є засобом збереження електронних коштів або здійснення безпосередніх платежів. Використати накоплені кошти співробітник може лише за допомогою спеціальної банківської карти банку ОТП, що має назву «Szép kártya Széchenyi». Використання карти Сечені дозволяє компаніям — учасникам програми зацікавити своїх потенційних співробітників, включив до тексту трудового договору спеціальний пункт, що передбачає відкриття такого рахунку. У звіті Центрального статистичного управління Угорщини (від 13.01.2016 р.) за період січня по листопад 2015 р. зазначається, що чисельність власників таких карт досягла 1 млн. 250 тис. осіб, а загальна сума накопичених коштів на картах перевищила 90 млрд. форингів (більше 310 млн. дол. США). Чисельність власників карт щорічно зростає на 20 %. У 2014 р. картою банка ОТП було оплачено 25 % всіх витрат на внутрішній туризм в Угорщині [2].

«Карта відпочинку Сечені» дозволяє роботодавцям перерозподіляти на користь працівників у зафікованих законодавством межах додаткові кошти, які не обкладаються податками на доходи фізичних осіб, відрахуванням у пенсійний фонд та фонди медичного страхування. Пільги, що отримали реципієнти дають змогу економити до 30 % доходів у порівнянні з тим, якщо би аналогічні нарахування від роботодавця надходили у рахунок заробітної платні. Безготівкові перекази на зазначені карти надають можливість роботодавцям забезпечити своїх співробітників за нульовою ставкою проїздними квитками, оплачувати курси підвищення кваліфікації (не обкладається податками ліміт — 2,5 мінімальних розміри оплати праці за рік на людину), дотувати медичні послуги (30 % від мінімального розміру оплати праці), здійснювати додаткові пенсійні відрахування (50 % от мінімального розміру оплати праці). Карта видається терміном на 5 років.

З 2012 р. в країні функціонує «Програма Ержебет». Участь у програмі дозволяє відпочивати та лікуватися дітям, багатодітним родинам, пенсіонерам та особам з обмеженими можливостями. На початку кожного року координатор програми — Угорський

національний фонд відпочинку — проводить конкурси на надання пільг для кожного категорії осіб, що звернулися за допомогою. Для пенсіонерів передбачені дві можливості: безоплатне п'ятирічне відвідування термальних купалень (у списку більше 80 місць) та одно-, дво- тижневий відпочинок у санаторії (в залежності від зазначеного у конкурсному замовленні місця). Замовлення приймаються від осіб старше 60 років, місячний дохід яких не перевищує встановленого законом мінімуму.

Безплатно або ж з мінімальною доплатою аналогічні пакети надаються особам з обмеженими можливостями. Для родин, які виховують трьох та більше дітей, які не досягли 20 річного віку, передбачено пільговий відпочинок у таборах. На аналогічних умовах, а часто і без платні, приймаються замовлення на відпочинок у таборах для дітей з малозабезпечених родин, без оплати — для дітей, що є етнічними угорцями, але проживають за кордоном. Крім того, від освітніх закладів приймаються замовлення на різноманітні безкоштовні екскурсії.

У 2015 р. програму підтримку отримали 57,9 тис. пенсіонерів, 57,3 тис. багатодітних родин, 5,8 тис. інвалідів, а в таборах відпочили 104,5 тис. дітей [1]. «Програма Ержебет» не фінансується безпосередньо з бюджету. Кошти на надання пільг акумулюються державним Угорським національним фондом відпочинку за рахунок придбання роботодавцями «ваучерів Ержебет» — дотаційних купонів на харчування для співробітників приватних компаній та державних службовців, відрахування, які також виведені з податкової бази зарплатних фондів, монопольним емітентом яких є Угорський національний фонд відпочинку. Через високу популярність ваучерів «Програми Ержебет» діяльність фонду є високоефективною, а обсяги коштів на функціонування «Програми Ержебет» стабільно зростають.

Як свідчать дані оприлюднені на офіційному сайті програми за період 2012–2013 рр., в її рамках було витрачено більше 20 млн. євро, а її учасниками стали більше 245 тис. осіб. Кожен рік в програмі бере участь більше 1 % загальної чисельності населення Угорщини. Програма користується популярністю, її учасниками у 2015 р. було 400 тис. осіб. [1].

За останні двадцять років ця програма перетворилася на найбільшу в Угорщині в сфері розвитку оздоровчого туризму. Необхідно відзначити, що влітку 2015 р в межах даної програми близько трьох тисяч дітей з Закарпаття отримали можливість безкоштовно відпочити на території Угорщини.

Отже, у відповідності з новою Концепцією розвитку туризму в Угорщині, розрахованою на 2014–2024 рр., значна увага сфокусована на розвитку оздоровчого туризму. У межах попередньої програми, що діяла у 2007–2013 рр., кошти виділялися на проекти, спрямовані на реконструкцію та розширення існуючих курортних зон. Робота в цьому напрямку в Угорщині продовжується. Також прийнята друга програма, яка спрямована на розвиток виключно внутрішнього туризму. Пріоритетним напрямом в Угорщині став оздоровчий туризм, заснований на наданні медичних послуг (33 проекти отримали 90 млн. євро в якості інвестицій та 53 млн. євро в межах програми субсидування). У країні діють дві програми спрямовані на стимулювання внутрішнього туризму. «Карта відпочинку Сечені» надає дотації працівнику за рахунок роботодавця, а «Програма Ержебет» — спрямована на надання пільг найменш захищеним верствам населення за рахунок недержавних фондів.

### Література

1. Офіційний сайт програми «Ержебет» [Електронний ресурс]. — Режим доступу : [www.erzsebet.program.hu/karpatalja/](http://www.erzsebet.program.hu/karpatalja/).
2. Новий план Сечені [Електронний ресурс]. — Режим доступу : [www.palyazat.gov.hu/new\\_szechenyi\\_plan](http://www.palyazat.gov.hu/new_szechenyi_plan).

- 
3. Tourism in Hungary [Електронний ресурс]. — Режим доступу : www.hungary.com.  
 4. The campaigns of the Hungarian National Tourist Office [Електронний ресурс]. — Режим доступу : www.htbudapesthungary.hu.  
 5. Wellness tourism and medical tourism: where do spas fit? // Research report: Global spa summit. — 2011. — New York. — 137 p.

*Фастовец О. А.*

## **ПРОГРАММЫ РАЗВИТИЯ ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА В ВЕНГРИИ**

*В статье рассматриваются основные программы развития оздоровительного туризма, которые осуществляются при поддержке правительства Венгрии. Выяснено, что их целью является стабилизация и дальнейшее развитие рынка внутреннего туризма за счет привлечения негосударственных средств. Особенностью этих программ является обеспечение льготных услуг в сфере оздоровления пожилых людей, людей с ограниченными возможностями, многодетных семей, детей без использования государственных средств.*

*Ключевые слова: оздоровительный туризм, внутренний рынок, льготные программы без использования государственных средств.*

*Fastovets O. O.*

## **PROGRAMS OF RECREATIONAL TOURISM DEVELOPMENT IN HUNGARY**

*The article is devoted to the programs of recreational tourism development which are realized under the support of the government of Hungary. It is defined that such programs are aimed at the stabilization and further development of internal tourism market due to the investment of non-governmental finances. The programs peculiarities are determined as the provision of benefit services in the field of recreational tourism for elderly people, disabled people, multichildren families and children based on the alternative financing without the investment of governmental finances.*

*Key words: recreational tourism, internal market, benefit programs, without the investment of governmental finances.*

УДК 159.97:355.292

Панько Оксана Ігорівна, к. і. н.,  
Главацька Марія Степанівна, студентка,  
Львівський інститут економіки і туризму,

## ПОСТТРАВМАТИЧНИЙ СИНДРОМ ТА СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНА РЕАБІЛІТАЦІЯ ВЕТЕРАНІВ АТО

Розглядаються психологічні стани учасників бойових дій. Аналізується міжнародний та вітчизняний досвід боротьби з посттравматичним синдромом (ПТСР). Висвітлюються результати опитування військовослужбовців та їх сімей, яких торкнувся ПТСР. Розглядаються шляхи соціально-психологічної реабілітації військовослужбовців.

**Ключові слова:** посттравматичний синдром, війна, військові, рефлекс придушення, соціально-психологічна реабілітація.

*Головна проблема в конфлікті на Донбасі полягає в тому, що війну затягли політики, а воюють військові... (Автор невідомий)*

Кожна війна має не лише очевидні наслідки, у неї важко входити, однак не легше і виходити. В чималої кількості учасників війни виникають соціально-психологічні розлади. Два роки на сході України тривають військові дії, виникла нова соціальна група — учасники АТО. У зв'язку з тим, актуальним питанням є вивчення соціально-психологічної реабілітації учасників АТО. Оскільки в Україні тривалий час не було військових конфліктів, тому проблема соціально-психологічної реабілітації ветеранів залишається маловивченою. З-поміж досліджень, присвячених даному питанню, варто назвати праці О. Тимченка [9, 10]. Закономірно, що з продовженням збройного конфлікту з'являється низка праць про проблемах післявоєнної реабілітації [2, 4, 5, 6, 7].

Як показують наукові дослідження, посттравматичні стресові порушення у колишніх військовослужбовців становлять від 10 до 50 % усіх медичних наслідків бойових дій. Ними до сьогодні страждають 25–30 % американських ветеранів в'єтнамської війни, а з-поміж осіб, які отримали поранення, посттравматичний синдром існує у 42 % [9].

Для того, щоб надати демобілізованим ефективну психологічну допомогу необхідно з'ясувати психологічні наслідки участі в військових діях. Метою статті є з'ясування основних проявів посттравматичних стресових порушень та шляхи соціально-психологічної реабілітації ветеранів АТО.

Війна є особливо суровим випробуванням людських психологічних та фізичних можливостей — значні стрес-фактори (інвалідність, знищення ворога, небезпека, біль, висока відповідальність, несподіваність) призводять до виникнення психологічних травм в її учасників. До психологічних станів, що виникають у військовослужбовців відносять бойову стресову реакцію, яка вважається початковим проявом дезадаптаційних розладів, бойову втому, а також посттравматичний стресовий розлад — т. зв. «посттравматичний синдром» (ПТСР) [5].

З поверненням військовослужбовця до звичних умов життя у нього можуть бути психологічні розлади, які є проявами посттравматичного синдрому — надпильність, перебільшене реагування, агресивність, порушення пам'яті та концентрації уваги, депресія, притуплення емоцій, загальна тривожність, нав'язливі спогади, думки про самогубство, галюцинаторні переживання, зловживання медичними препаратами, проблеми зі сном, відчуття провини за те, що вижив, на відміну від товаришів.

Ускладнене процес реабілітації у ветеранів рефлекс придушення, який спрямовує неприємні спогади, почуття (гнів, ненависть) всередину. Придушення негативних спо-

гадів та пов'язаних з ними емоцій супроводжується постійною напругою м'язів тіла, а також втратою здатності відчувати позитивні емоції, які б надавали бажання і сили змінювати післявоєнне життя на краще [5]. Якщо не звертати увагу на ПТСР, він може привести до виникнення залежності від алкоголю чи наркотиків, втрати родини, деменції, серцевого нападу, інфаркту, небажання жити.

Часто ветерани посттравматичний синдром не усвідомлюють, живуть механічно, — те, що було важливим для них до війни, стає абсолютно нецікавим. Як стверджує аналітика проєкту «Без Броні», військова волонтерка, письменниця Ліля Мусіхіна, «волонтери і солдати будуть слухати того, хто такий, як вони. Так, він теж ще зовсім недавно був таким, як ти: шукав під подушкою пістолет, падав під стіл, коли за вікном лунали салюти...». Саме такими є працівники з «Серця воїна». Спочатку вони самі перейшли через ПТСР, маючи такий же досвід як і їхні пацієнти. Також вони пройшли спеціальне навчання у професійних військових психологів із інших країн [2].

Для організації дієвої допомоги в соціально-психологічній реабілітації воїнів АТО варто використати досвід військових-афганців, оскільки тисячі «афганців» брали участь у конфлікті на Сході з українського боку. Багато з них здобули безцінний досвід, який може допомогти нинішньому поколінню ветеранів.

Упродовж більш ніж двох років військового конфлікту на сході, в Україні виникло багато державних та громадських ініціатив, які займаються соціальною та психологічною реабілітацією бійців.

Водночас, Україна не має єдиної концепції реабілітації та адаптації військових після повернення додому. Л. Антонюк зазначає, що «був в АТО 4,5 місяці, а повертається десь 10 місяців, у своїй голові продовжує бути на війні. А в нас, відповідно до законодавства, на 10 день після демобілізації боєць повинен приступити до своєї роботи, якщо він офіційно працював... А деякі були 12 місяців на передовій» [6].

Ветеран бойових дій на Донбасі, підприємець Л. Остальцев вважає, що «діючих конструктивних державних програм з адаптації та реабілітації військових не існує», тому він заснував проєкти «Veterano», де ветеранам бойових дій допомагають у створенні власного бізнесу — матеріалом і брендом, який набув широкого розголосу. «Саме у ветеранських спілках людям легше адаптуватися до життя після війни, бо там люди пережили схожий травматичний досвід. Їм простіше розпочинати щось нове й рухатися далі разом», — говорить Л. Остальцев. Вихідними в піцерії «Pizza Veterano» проводять майстер-класи для малечі, на яких діти власноруч готують піцу, також тут можна зробити замовлення та надіслати його для поранених бійців АТО, які знаходяться у Київському шпиталю, 10 % прибутку, вони віддають дітям загиблих побратимів [12].

Актуальним також є проєкт «Серце воїна» — спільнота ветеранів, де самі ветерани проводять тренінги за принципом «фрівний — рівному».

Ми провели інтерв'ю з офіцером І. Гурським. На питання «Які були ваші думки після повернення в цивільне життя після ротації?» — «повернувшись назад, в мене і зараз такі думки». Спогади про бойові дії його турбують практично кожен день, дуже рідко буває, що не згадує про них. Проблеми зі сном спочатку були, однак пройшли. Він пройшов програму обов'язкового проходження психологічної реабілітації ветеранів АТО, де «просто поспілкувався з психологом», однак найкращою реабілітацією вважає поїздку в санаторій [3].

Поширеним є недостатнє розуміння ветеранами ефективності допомоги, яку надають психологи, стверджує одна із засновниць громадської організації «Психологічна підтримка та реабілітація "Вільний вибір"», Т. Руденко — за її словами, «це пов'язане зі страхом бути осудженим в суспільстві, так ніби в цьому є якийсь сором» [5].

Успішність подолання наслідків стресу залежить від усвідомлення його наявності, також своєчасного звернення за психотерапевтичною допомогою, підтримки найближчого соціального оточення. Для психотерапевтичного відновлення демобілізованого важливо обговорювати та планувати спільні дії із сім'єю, друзями, колегами, відновлювати соціальні зв'язки [7].

Ми опитали 23 дружин військовослужбовців ЗСУ, які знаходились чи знаходяться в зоні АТО. Результати опитування показали, що помітили зміни в поведінці свого чоловіка після першої ротації 19 жінок, ні — 3, 1 не звернула увагу. На питання «В яку сторону змінився ваш чоловік?» відповіли в погану — 4, в хорошу — 9, важко сказати — 10. На питання «Чи зловживає він алкоголем?» відповіли «так» — 4, «ні» — 18, «чище після ротації» — 1. За психотерапевтичною допомогою зверталися 2, ні — 21 воїнів. Нічні жахи турбують 10 чоловіків, не турбують — 13. Найважчим після того, як чоловік повернувся було «боротись з нічними жахами» — для 1, «повернувшись до цивільного життя» — 8, «боротись з агресією, непорозумінням в сім'ї» — 7, «інші проблеми» — 2, «жодних проблем не було» у 5 чоловіків. На питання «Чи виникало у Вас бажання після повернення чоловіка розлучитись з ним через погане ставлення?» — «Так» відповіло 6 жінок, «Ні» — 7, «не було погано ставлення» — 10 жінок. Важливо зауважити, що 8 чоловіків «хотіли б повернутись на війну», 15 — «ні».

Таким чином, проведене нами опитування підтвердило існування у багатьох ветеранів ознак посттравматичного синдрому. При поверненні військовослужбовця з АТО, члени родини можуть відчувати почуття душевного болю або втрати по тій людині, яким військовослужбовець був до потрапляння до зони бойових дій. В таких випадках допомога може бути необхідна і членам сімей демобілізованих. Варто створити можливість для них пройти нескладний курс навчання, для того щоб одержати можливість ефективно допомагати у подолані напруженіх ситуацій, як реагувати на сильні прояви гніву.

Слід зазначити, що ПТСР у ветеранів у різних країнах виявлений до різної міри. Варто відзначити, що його прояви в Ізраїлі, постійно воюючій країні, існують лише у 1–2 % військових. Досвід Ізраїлю показує, що психотерапевтична допомога є найуспішнішою, коли вона надається ще до початку бойових дій [7].

Існує багато громадських організацій, які проводять соціально-психологічну реабілітацію воїнів (здійснюють психотерапевтичну підтримку, професійну перекваліфікаці, медичну допомогу, юридичну підтримку), наприклад: «АТОЛ» — call-центр емоційної допомоги для учасників АТО (Полтава), БФ «Сестра милосердя АТО» (Харків), Центр Зайнятості Вільних Людей (Київ), ГО «Центр "Побрратим"» (Мелітополь), «Центр соціальної адаптації ветеранів АТО та їх сімей "Поруч"» (Краматорськ), який організовує походи, сплави, скелелазіння, велопоходи, мастер-класи, лекції, тренінги, курси англійської мови, групову та індивідуальну психотерапію [13].

Багато важливих ініціатив з соціально-психологічної реабілітації створює ГО «Студена», гаслом якої є: «остудимо голови — запалимо серця». Організація створила всеукраїнський проект «Без броні» — спрямований на психосоціальну допомогу військовослужбовцям після АТО, а також надання їм кваліфікованої юридичної і психотерапевтичної інформаційної підтримки. Метою проекту є руйнація стереотипів щодо звернення по психологічну допомогу, а також психосоціальна підтримка ветеранів шляхом поширення інформації про успішні приклади самореалізації і досягнень після повернення з АТО [13]. Впродовж 2015–2016 рр. команда аналітиків організації зібрала єдину базу перевірених ініціатив надання психологічної, юридичної, медичної, соціальної та ін. допомоги учасникам АТО. На даний момент «Без броні» створив близько 600 ініціатив, які оформлено у вигляді інтерактивних мап, що допоможе швидко і легко знайти най-

ближчу службу відповідного характеру в будь-якому населеному пункті. У 2016 «Без броні» вийшов у фінал міжнародного конкурсу «The Bobs» від Deutsche Welle у номінації «Краща соціальна ініціатива в мережі». З-поміж ініціатив — розпочатий у листопаді 2016 р. проект «Шлях до себе», в рамках якого учасники бойових дій будуть ділитися своїми історіями про те, як вони повернулися до мирного життя, звернулися до фахівця, як змогли конвертувати набутий досвід і трансформувати його у велику енергію та ресурс для розвитку [13].

Окрім соціальної та психологічної реабілітації, ветерани бойових дій часто потребують юридичної допомоги та консультацій, оскільки їм доводиться відстоювати свої права як учасників бойових дій. З-поміж громадських організацій, що здійснюють юридичну допомогу ветеранам слід назвати «Юридичну Сотню», яка надає безкоштовну юридичну допомогу учасникам АТО та членам їх сімей. Вона об'єднує близько 300 юристів по всій Україні, котрі на волонтерських засадах надають консультації та юридичний супровід. На сайті організації можна ознайомитися з інформаційними матеріалами щодо прав, пільг та виплат, які держава повинна забезпечувати учасникам АТО. Покрокові інструкції, розроблені Юридичною Сотнею, містять детальний опис процесу звернення для реалізації кожного передбаченого законом права та контакти органів, до яких слід звертатися [14].

З-поміж громадських ініціатив, на нашу думку, особливо є цікавий досвід «Творчої Криївки», що організовує табори для реабілітації бійців на Прикарпатті, а влітку і на Арабатській Стрілці, де вони майже два тижні спілкуються з психологом, займаються живописом, катаються верхи, прогулюються горами, беруть участь у сплаві на річці, відвідують екскурсії музеями Верховини та Криворівні, басейн (море), займаються волейболом, тенісом, сноубордом. У січні 2017 р. відбувся вже 34 заїзд творчої реабілітації для бійців [8]. Під час одного заїзду у «Творчій Криївці» реабілітацію проходять максимум 12 учасників (бійців), з якими працюють, щонайменше, чотири спеціалісти з реабілітації: два психологи, один масажист чи тілесний терапевт та один художник (арт-терапевт). Започаткували проект дві подруги, киянки Віталіна Маслова та Євгенія Павлюк у 2014 р. — відтоді у ньому взяли участь сотні бійців та десятки психологів-волонтерів. «Творча Криївка», стверджує І. Лубківський, стала «тим полігоном, на якому майже в бойових умовах «випробовувалися» новітні методи реабілітації наших солдатів та виховувалися нові покоління спеціалістів» [4]. З-поміж порад, які варто застосовувати демобілізованим бійцям, психолог І. Лубківський називає:

- дотримання режиму дня, регулярне харчування. Корисними є нові враження, покликаних «перебити» собою спогади про війну;
- робота з тілом — важлива для того щоб зняти залишкове напруження — тому в проекті працюють масажисти або тілесні терапевти;
- психологічна допомога щоб встановити довіру і вислухати бійця тоді, коли він сам до того буде готовий;
- творчість — оскільки, стверджує І. Лубківський, «є речі, які ми не можемо сказати навіть словами, навіть психологу, навіть у безпечних умовах реабілітаційного заїзду. Але їх можна виразити образно — не словами, а творчістю». Однією з найважливіших складових процесу реабілітації є живопис і колишні бійці малюють картини [4].

Необхідно ініціювати програми, спрямовані на поширення серед населення розуміння поняття посттравматичного синдрому та супутніх психологічних проблем, важливо забезпечити психологічну допомогу військовим, які ще перебувають у зоні бойових дій. Необхідно прийняти відповідні програми, які б гарантували, що проходження курсу психологічної реабілітації не стане на заваді кар’єрі. Одним з заходів, нашу думку,

може бути публічне обговорення власних історій досвіду боротьби з ПТСР, зокрема, представниками керуючого складу армії. Особливу увагу необхідно приділити підготовці професійних військових психологів. На нашу думку, варто перевести психологів-волонтерів, які взяли на себе місію допомогти людям у подоланні ПТСР, на оплачувану роботу та в такий спосіб сприяти тому, щоб вони продовжували розпочату справу.

### Література

1. Агаев Н. А. Проявления психических состояний у миротворцев в адаптационный период [Текст] / Н. А. Агаев // Вестник Киевского международного университета. — 2006. — Вып. 8. — С. 1–2.
2. Без броні: спільна бааза допомоги ветеранам АТО [Електронний ресурс]. — Режим доступу : //<https://www.facebook.com/bezbronii/?fref=nf>.
3. Интерв'ю з І. Гурським. — Жовтень 2016 р.
4. Лубківський І. «Творча кривка»: як це працює [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://life.pravda.com.ua/columns/2016/09/2/217525>.
5. «На перший погляд, ніби руки-ноги на місці, а серце — ні» — ветеран бойових дій [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://life-after-ato.com.ua/?p=8935>.
6. По поверненню з АТО... [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://life-after-ato.com.ua/?p=6270>.
7. Психологи групи по роботі з особовим складом Кіровоградського обласного військового комісаріату [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://persha.kr.ua/news/54389-poraditsixologa-demobilizovanim-vijskovosluzhbovcyam-ta-ix-simyam.html>.
8. «Творча Кривка» продовжує реабілітацію бійців у Верховині над Черемошем [Електронний ресурс]. — Режим доступу : [http://kurs.if.ua/news/tvorcha\\_kryivka\\_prodovzhui\\_reabilitatsiyu\\_biytsiv\\_u\\_verhovyni\\_nad\\_cheremoshem\\_17792.html](http://kurs.if.ua/news/tvorcha_kryivka_prodovzhui_reabilitatsiyu_biytsiv_u_verhovyni_nad_cheremoshem_17792.html).
9. Тимченко А. В. Психогенез в экстремальных условиях. Боевая психическая травма и методы ее коррекции [Текст] : учеб. пособ. / А. В. Тимченко. — Харьков : Изд-во ХВУ, 1995. — 91 с.
10. Тимченко О. В. Синдром посттравматичных стресовых порушений: концептуалізація, діагностика, корекція та прогнозування [Текст] : моногр. / О. В. Тимченко. — Харків : Вид-во Ун-ту внутр. справ, 2000. — 268 с.
11. Українська правда «Синдром героя». Як повернутися до мирного життя [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [http://life.pravda.com.ua/society/2014/10/28/182872/view\\_print](http://life.pravda.com.ua/society/2014/10/28/182872/view_print).
12. «Pizza Veterano: соціальний проект ветеранів АТО» [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <https://vechirniykiev.com.ua/news/pizza-veterano-sotsialnyy-proekt-veteraniv-ato>.
13. Що таке проект «Без броні» [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://bezbronii.net/about>.
14. Учасникам АТО [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://legal100.org.ua/uchasnykam-ato>.

Панько О. І., Главацкая М. С.

## ПОСТТРАВМАТИЧЕСКИЙ СИНДРОМ И СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ РЕАБИЛИТАЦИЯ ВЕТЕРАНОВ АТО

*Рассматриваются психологические состояния участников боевых действий. Анализируется международный и отечественный опыт борьбы с посттравматическим синдромом (ПТСР). Освещаются результаты опроса военнослужащих и их семей, затронутых ПТСР. Рассматриваются пути улучшения социально-психологической реабилитации военнослужащих.*

*Ключевые слова: посттравматический синдром, война, военные, рефлекс подавления, социально-психологическая реабилитация.*

Panko O. I., Glavatska M. S.

## **POST-TRAUMATIC SYNDROME AND SOCIO-PSYCHOLOGICAL REHABILITATION OF VETERANS ATO**

*The psychological state combatants, combat stress, reflex suppression are considered. Analyzes international and national experience in combating post-traumatic syndrome (PTSD). Results of the survey of military personnel and their families affected by PTSD are highlighted. The ways to improve psychological state of servicemen are considered.*

*Keywords:* post-traumatic syndrome, war, warriors, reflex suppression, socio-psychological rehabilitation.

*Розділ 8.*  
**ІНФРАСТРУКТУРА ТУРІНДУСТРІЇ  
ТА ПИТАННЯ ЕКОЛОГІЇ**

УДК 504:330

*Дідович Іван Іванович, к. е. н., доцент,  
Подвірна Христина Євгенівна, к. геогр. н.,  
Львівський інститут економіки і туризму*

**ЗАСТОСУВАННЯ ЕКОЛОГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ  
У СФЕРІ ГОТЕЛЬНО-ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ**

*У статті розглянуто загальну характеристику застосування екологічного маркетингу у сфері готельно-туристичного бізнесу. Розглянуто стан та перспективи використання еко-готелів (або «зелених» готелів) та екологічного туризму у рамках впровадження елементів екологічного орієнтованого способу ведення бізнесу у процеси управління підприємствами готельно-туристичної сфери.*

**Ключові слова:** *екологічний маркетинг, готельно-туристичного бізнес, еко-готель (або «зелений» готель) та екологічний туризм.*

Концепція екологічного маркетингу полягає в орієнтації виробництва і збути на задоволення екологічно-орієнтованих потреб і запитів споживачів, створення і стимулювання попиту на екологічні товари (послуги). Відповідно до концепції екологічного маркетингу усі аспекти господарської діяльності сучасного підприємства, у тому числі й готелю й туристичної фірми повинні плануватися і здійснюватися з урахуванням потреб і вимог ринку (у тому числі екологічних) та ґрунтуються на принципах сталого розвитку й екологічної безпеки.

Питаннями та дослідженням теоретико- методичних зasad та практичних аспектів розвитку екологічного маркетингу на ринках приділена значна увага переважно у працях зарубіжних економістів М. Картера, Б. Кохлера, Д. Гранта, Д. Траута та ін. Їхні дослідження багатопланові, поєднують кількісний та якісний підходи. Дослідженнями стану впровадження елементів екологічного маркетингу, зокрема «зеленого маркетингу на практиці займаються вітчизняні ученні-економісти — Прокопенко О. В., Харичкова С. К., Садченко О. В. та інші, а сама концепція екологічного маркетингу є предметом наукових досліджень цілої низки відомих маркетологів, а саме: Ж. Оттман, Д. Фуллера, К. Пітті, М. Картера, Б. Кохлера, Д. Гранта, Д. Траута. У вітчизняній науковій літературі дану проблему досліджують А. Вічевич, І. Дідович, Е. Садченко, С. Харічков та ін. Сучасний стан розвитку екологічного туризму, впровадження у практичну діяльність висвітлено у наукових працях Е. Арсеневої, Л. Жданової, М. Біржакова, О. Дмитрука, В. Петранівського, М. Рутинського, А. Кускова, Ю. Зінько, В. Васильєва, К. Горба, В. Храбовченко.

Метою дослідження є загальний аналіз та систематизація можливостей використання екологічного маркетингу у сфері готельно-туристичного бізнесу.

Екологічний маркетинг орієнтується на екологічні потреби, що виникають в результаті екологічної кризи чи погіршення якості навколошнього середовища. Відповідно, екологічні потреби споживачів, як існуючих, так і потенційних є важливим об'єктом уваги виробників екологічно чистих товарів та послуг.

В табл. 1 представлено декілька визначень екологічного маркетингу [4].

**Таблиця 1**  
**Визначення екологічного маркетингу**

№	Визначення екологічного маркетингу	Джерело
1	Екологічний маркетинг — загальна спрямованість маркетингових стратегій та інструментів, що полягає у покращенні природних умов існування людей, тварин, рослин, зниженні навантаження на довкілля і підтримку вимог довкільно орієнтованих споживачів.	Time based competitions and environmental marketing-Dissertation of Jan-Paul Hoopen. Difo Druk GmbH, Bamberg, 1995
2	Екологічний маркетинг — вся господарська діяльність підприємства, спрямована на виробництво екологічно-орієнтованої продукції, формування попиту на цю продукцію, приведення всіх ресурсів підприємства у відповідність до вимог і можливостей ринку для отримання прибутку без нанесення шкоди навколишньому середовищу.	Ottman J. A. Green marketing: challenges and opportunities for the new marketing age, — 1994: <a href="http://www.greenmarketing.com">www.greenmarketing.com</a>
3	Екологічний маркетинг — зусилля підприємств та організацій, що направлені на задоволення потреб споживачів у продукції, яка виготовляється з менш шкідливим впливом на довкілля; продовження її життєвого циклу та пропаганда цих зусиль у напрямку збільшення продажу, річних прибутків для підприємств та організацій.	Glossary of Green Marketing Terms: <a href="http://www.greenmarketing.com">www.greenmarketing.com</a>
4	Екологічний маркетинг — це не лише забезпечення максимального зростання споживання, розширення споживчого вибору, споживчого задоволення і максимального зростання якості життя, а також — підтримка стійкого, збалансованого розвитку територій та збереження високої якості навколишнього природного середовища.	Садченко Е. В., Харичков С. К. Экологический маркетинг: понятия, теория, практика и перспективы развития. — Одесса, Инст. проблем рынка и экол. исслед. НАН Украины, 2001. — 146 с.

Формування екологічних потреб, і, відповідно, попиту на екологічно чисту продукцію / послуги (екологічні блага) — основне завдання екологічного маркетингу.

Завдання екологічного маркетингу включають:

- формування на ринку екологічно усвідомлених потреб;
- створення умов для збереження навколишнього середовища;
- пристосування виробництва до умов ринку;
- розроблення конкурентоздатної, екологічно чистої продукції;
- інтенсифікацію збути екологічно чистої продукції;
- отримання додаткового прибутку за рахунок екологізації виробництва.

На процеси поглиблення інтеграції екологічного маркетингу в практичну діяльність впливає розвиток та впровадження сучасної системи, яка включає такі елементи:

- екологічна свідомість;
- екологічна потреба;
- екологічний інтерес;
- екологічний попит.

Відомий американський вчений-маркетолог Ф. Котлер у своїх дослідженнях відділяє у сфері сучасних послуг поняття внутрішнього, зовнішнього й двостороннього маркетингу. Специфіку застосування трансформування видів маркетингу у сфері екологічних послуг наведено на рис. 1.

Відповідно, виходячи з вимог внутрішнього маркетингу у сфері екологічних послуг необхідно звертати особливу увагу на екологічну свідомість персоналу у процесі виконання функціональних обов'язків.

Відповідно, зовнішній маркетинг формує ринок екологічно свідомих покупців, включаючи роботу із посередниками; взаємодію громадськими організаціями та партіями, які мають екологічне спрямування, політичне та правове забезпечення екозбалансованої діяльності, формування свідомості щодо збереження довкілля та прогнозування тенденцій розвитку.

Яскравим прикладом екологічно орієнтованих способів ведення готельно-туристичного бізнесу є розвиток екологічних готелів (або «зелених» готелів) та екологічного туризму.

Важливою тенденцією функціонування сфери готельного господарства України є розвиток підприємств готельного господарства в напрямку створення та розвиток екологічних готелів (або «зелених» готелів). Вони поширені на рекреаційних або туристично-привабливих територіях.



Рис. 2. Види маркетингу у сфері екологічних послуг

За словами Еріка ван Дейка, міжнародного координатора Програми Green Key («Зелений Ключ»), яка є одним із декількох проектів міжнародної незалежної організації Foundation for Environmental Education (Міжнародної організації з екологічної освіти), «оцінювання екологічної діяльності готелю ґрунтуються на основних критеріях у кількості 12, які розроблені міжнародним комітетом, й включають:

- екологічний менеджмент на підприємстві;
- моніторинг споживання води та енергії;
- поводження з відходами;

- підвищення екологічної обізнаності серед персоналу та гостей;
- співпрацю з місцевою спільнотою, на території якої працює готель» [4].

Вітчизняні підприємства готельного господарства, що пройшли екологічну сертифікацію Green Key наведено в табл. 2.

Таблиця 2

**Перелік підприємств готельного господарства України,  
що пройшли екологічну сертифікацію Green Key**

Місце розташування	Кількість «зелених» готелів	Назва еко-готелю
м. Київ	3	Radisson Blu Hotel
		Rus Accord Hotel
		Бакара Арт-готель
Київська область	2	Maison Blanche (Березівка) Екодім
		Maison Blanche (Му淫іца) Екодім
м. Львів	3	Reikartz Dworzec Lviv
		Reikartz Medieval Lviv
		Ділстер Прем'єр Готель
м. Миколаїв	1	Reikartz Рівер Миколаїв
м. Запоріжжя	1	Reikartz Запорізький
м. Дніпропетровськ	1	Reikartz Дніпропетровськ
м. Харків	1	Reikartz Харків
Закарпатська обл.	1	Ковчег

Нижче наведено коротку інформацію про окремі екологічні готелі різних країн світу та України (табл. 3)

Таблиця 3

**Екологічні готелі різних країн світу та України**

Країна розташування	Особливості готелю	Назва еко-готелю
Чехія	«зелений» сертифікат Євросоюзу	Chateau Mcely
ПАР	побудований на триметрових паллях, щоб фундамент не шкодив рослинності	Kurisa Moya
Фіджі	відсутні кондиціонер, телевізор, телефон і фен, кожен номер-хатина оснащенні сонячними панелями	Matava
Маврикій	використання енергії сонця, енергозберігаючих ламп, переробка сміття у вторинну сировину	Mon Choix
Україна	«зелений» сертифікат Євросоюзу	«Ковчег»
Україна	застосування принципів екодизайну: — екологія матеріалів; — біоніка, — архетипіше формотворення, яке сприяє психологічному комфорту споживача	«Три копиці сіна»

Втілення концепції екологічного маркетингу в практичну діяльність виводять екологічний туризм на суттєво новий рівень, адже ще 1990 року Міжнародна організація екологічного туризму (TIES) використовує наступне визначення «екологічного туризму» — це відповідальна подорож в природні території, яка сприяє охороні природи і покращує добробут місцевого населення». Згідно сучасних досліджень екологічний туризм в Україні можна організувати скрізь, де наявні природні та антропогенні об'єкти, що представляють собою пізновальний і виховний та інший інтерес. Разом з тим, туристів приваблюють ті території, де природне середовище не суттєво змінене діяльністю людини, де у наявності є рідкісні або унікальні природні об'єкти.

З уведенням в дію у 2010 р. Закону України «Про внесення змін до Закону України "Про природно-заповідний фонд України"», у статтях якого йдеться про фінансування заходів пов'язаних із функціонуванням територій та об'єктів природно-заповідного фонду, були закріплені юридичні підстави до використання національних природних парків як зон для розвитку екологічного туризму [1].

На даний час відбувається активне впровадження елементів екологічного маркетингу в управління підприємствами готельно-туристичної сфери, які ґрунтуються на сучасній концепції екологічного маркетингу, суть якої проявляється в орієнтації виробництва і збути на задоволення екологічно-орієнтованих потреб та запитів споживачів, створення та стимулювання попиту на екологічні товари (послуги). Згідно з концепцією екологічного маркетингу формування екологічних потреб, і, відповідно, попиту на екологічно чисту продукцію / послуги (екологічні блага) — основне завдання екологічного маркетингу.

Яскравим прикладом екологічно орієнтованих способів ведення готельно-туристичного бізнесу, як складової екологічного маркетингу є розвиток екологічних готелів (або «зелених») та екологічного туризму. На даний час конкурентну боротьбу витримують лише ті готелі та туристичні фірми, які можуть запропонувати своїм клієнтам не лише високоякісне обслуговування, а й екологічну орієнтованість, чому сприяє створення та розвиток екологічних-готелів та екологічного туризму. Відповідно, екологічні готелі та екологічний туризм повинні стати взірцем для екологізації всієї готельно-туристичної індустрії.

### **Література**

1. Закон України «Про внесення змін до Закону України "Про природно-заповідний фонд України"» від 21 січня 2010 р. [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/1826-17>.
2. Депутат М. Екологічний туризм в Україні : поняття, моделі та особливості розвитку [Текст] / М. Депутат // Наук. записки Тернопіл. нац. пед. ун-ту ім. Володимира Гнатюка. Сер. : Географія / Редкол. : В. Я. Брич, О. В. Заставецька, С. І. Іщук та ін. — Тернопіль : Тайп, 2010. — Вип. 2 (28). — С. 187–191.
3. Добрянська В. В. Розвиток лісогосподарської галузі та впровадження «зеленого» туризму в Україні на засадах екологічного маркетингу [Електронний ресурс] / В. В. Добрянська, Т. С. Глущенко // Технологический аудит и резервы производства. — 2015. — № 3 (5). — С. 20–23. — Режим доступу : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tatrv\\_2015\\_3\(5\)\\_5](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tatrv_2015_3(5)_5).
4. Екологічний маркетинг [Текст] : навч. посіб. / А. М. Вічевич, Т. В. Вайданич, І. І. Дідович, А. П. Дідович. — Львів : Афіша, 2003. — 248 с. — (УкрДЛТУ).
5. Остапенко О. Я. Статистичний аналіз підприємств готельного господарства та прогнозування його розвитку [Електронний ресурс] // Глобальні та національні проблеми економіки. Миколаївський національний університет імені В. О. Сухомлинського. — 2015. — Режим доступу до ресурсу: <http://www.global-national.in.ua/archive/8-2015/256.pdf>.

*Дідович І. І., Подворная Х. Е.*

## **ПРИМЕНЕНИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО МАРКЕТИНГА В СФЕРЕ ГОСТИНИЧНО-ТУРИСТИЧЕСКОГО БИЗНЕСА**

*В статье рассмотрена общая характеристика применения экологического маркетинга в сфере гостинично-туристического бизнеса. Рассмотрено состояние и перспективы использования еко-отелей (или «зеленых» гостиниц) и экологического туризма в рамках внедрения элементов экологического ориентированного способа ведения бизнеса в процессы управления предприятиями гостинично-туристической сферы.*

*Ключевые слова: экологический маркетинг, гостинично-туристического бизнеса, еко-отель (или «зеленая» гостиница) и экологический туризм.*

*Didovych I. I., Podvirna H. Ye.*

## **APPLYING OF ECOLOGICAL MARKETING IN THE HOTEL AND TOURISM BUSINESS**

*The article contains general description of the use of environmental marketing in the hotel and tourism business. The state and prospects of eco-hotels (or «green» hotels) and eco-tourism in the frames of the elements of earth-friendly way of doing business in the management of enterprises of hotel and tourism industry.*

*Keywords:* ecological marketing, hotel and tourism business, eco-hotel («green» hotel) and eco-tourism.

УДК 338.48

Вівчарук Ольга Миколаївна, к. е. н.,  
Бурса Оксана Василівна, старший викладач,  
Львівський інститут економіки і туризму

## СВІТОВИЙ ДОСВІД УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ РЕСТОРАННИХ ПІДПРИЄМСТВ

У статті розглянуто світовий досвід управління розвитком ресторанних підприємств та можливості його застосування в діяльності закладів ресторанного господарства України.

**Ключові слова:** ресторан, інновація, управління, менеджмент, франчайзинг.

Вимоги сучасного бізнесу говорять про те, що жодна країна не уявляє сучасного розвитку ресторанного бізнесу без інновацій, адже саме вони допомагають досягти поставлених цілей. Для того, щоб бути інноваційним, підприємству зовсім не обов'язково знаходитися на самому початку свого розвитку, але необхідно чітко усвідомлювати їх важливість.

В результаті глибоких наукових досліджень закордонної практики управління ресторанним господарством доречно виділити такі типи підприємств [1]:

1. Підприємства швидкого обслуговування або фаст-фуди, які спеціалізовані на приготуванні однієї основної страви (гамбургери, піца, млинці і т. д.).
2. Підприємства сімейного типу, що організовані за принципом старомодних кав'ярень.
3. Підприємства національної кухні (у США їх ще називають етнічні) досить популярні серед туристів, оскільки представлені стравами місцевої кухні.
4. Тематичні підприємства, що оформлені за певною тематикою та дизайном приміщень, наприклад музика чи футбол, а їх основна ціль полягає у створенні відповідної атмосфери.

Підприємства швидкого обслуговування, як правило, пропонують меню, що обмежується гамбургерами, курчатами, хот-догами, смаженою картоплею, різними рибними стравами тощо, а стандартизація меню дозволяє прискорити процеси обслуговування. Підприємства швидкого обслуговування популярні у всьому світі, зокрема, в США найбільш відомими є «McDonald's» (це світовий лідер у галузі швидкого обслуговування, у своїй мережі нараховує понад 31 000 закладів у більше ніж 119 країнах світу, які обслуговують понад 47 мільйонів відвідувачів).

Досить відомою є також мережа «Burger King», підприємства якої спеціалізуються на приготуванні гамбургерів. Не менш відомими є мережі ресторанів фаст-фуду з азіатською кухнею — «Becu Rock Cafe», «Zyng Noodiery» [3].

У Франції, для прикладу, підприємства мережі «Fnac» пропонують великий асортимент овочевих салатів, десертів (фруктових і кондитерських), проте асортимент основних страв дещо обмежений (виключно м'ясні і рибні).

У свою чергу, в Німеччині мережеві підприємства «Nordsee» пропонують своїм клієнтам рибні страви і страви із дарів моря, соки тасалати з овочів, а підприємства відомої компанії «Karl Werl» спеціалізовані на реалізації різноманітних супів.

Водночас робота підприємств швидкого обслуговування побудована на основі створення об'єднань підприємств, робота яких здійснюється за такими ознаками: обслуговування певного сегмента ринку (об'єднання шкільних їдалень, студентські підприємства харчування, при готельних комплексах тощо), територіальне розміщення підприємства (у зоні відпочинку, на автошляхах тощо).

Однією із форм об'єднань, що широко використовується в країнах Європи і США, є створення ланцюгів підприємств ресторанного бізнесу (наприклад, підприємства швидкого обслуговування McDonald's, тематичні ресторани та інші). Під ланцюгом

розуміють групу підприємств, що здійснюють колективний бізнес і знаходяться під безпосереднім керівництвом ланцюга [1]. У підприємствах, що входять до такого об'єднання суворо дотримуються всіх вимог до асортименту і якості продукції, сервісного обслуговування, підтримання матеріально-технічної бази на певному рівні незалежно від місця розташування. В усьому повинен витримуватися певний рівень вимог, характерний для даного ланцюга підприємств.

Завдяки стандартизації продукції, сервісу та управлінської політиці управління ланцюгом підприємства значною мірою спрощується. Підготовка спеціалістів значно дешевша, при цьому контроль за якістю продукції та послуг спрощується. Крім того, споживач чітко уявляє, що він може чекати на підприємстві конкретного ланцюга. Стабільність якості продукції і обслуговування, їх ідентичність на різних підприємствах, доступність цін є однією з головних причин успіху мережі підприємств ресторанного господарства.

Метою статті є вивчення світового досвіду управління розвитком ресторанних підприємств та можливості його застосування в діяльності ресторанних підприємств України.

Отож, враховуючи специфіку ведення бізнесу в ресторанному господарстві, слід виділити наступні види франчайзингу:

- прямий франчайзинг;
- розвиток та розширення території;
- майстер-франчайзинг.

Прямий франчайзинг вважається найбільш простим і найбільш поширеним серед усіх видів франчайзингових відносин в ресторанному господарстві. Відносини франчайзера та франчайзі обмежуються укладенням договору про відкриття однієї франчайзингової одиниці.

Розвиток території передбачає залучення субфранчайзера (посередника) для відкриття одиниці продажу на визначеній території так званим розробником території. Звичайно, розробник території має зобов'язання створити певну кількість одиниць франчайзингових точок за певний період часу на визначеній території. Саме розробник території і виконує специфічну роль в даному процесі, оскільки не має права використовувати товарний знак чи ноу-хау франчайзера. Дана модель розвитку найчастіше використовується франчайзерами, що мають на меті зберегти певний контроль, який характерний для прямого франчайзингу, але й одночасно хочуть уникнути необхідності підбору та навчання великої кількості франчайзі.

Іншим досить поширеним видом франчайзингу є майстер-франчайзинг. Майстер-франчайзі наділений великою кількістю прав та обов'язків франчайзера. На підставі укладеного договору майстер-франчайзі має право самостійно продавати франшизи (субфраншизи) на визначеній у договорі території. Як правило, договори майстер-франчайзингу укладаються на цілу країну, або навіть декілька країн. Основна мета майстер-франчайзингу — експансія франчайзера в інші країни і, як наслідок, зростання вартості марки компанії. Майстер-франчайзинг, як правило, використовується для розвитку франчайзера в інші країни, в яких умови ведення господарської діяльності стісно відрізняються від країни походження франшизи.

Головною перевагою майстер-франчайзингу є можливість досягти швидких результатів без залучення великої кількості фінансових ресурсів. Майстер-франчайзі «не прив'язаний» до франчайзера, він має можливість діяти самостійно, розробляючи власну стратегію розвитку мережі. Це дає поштовх до дій, не стримує можливість франчайзі до самореалізації.

У світовому бізнесі франчайзинг одержав досить широкий розвиток (рис.1). Такий принцип ведення бізнесу активно використовується як в Америці, так і в Європі. На

сьогодні у Європі діє відомими є близько 4500 франчайзингових систем та приблизно 180,000 франчайзі, обсяг продажів яких складає більше 150 млрд. доларів. Проте, варто зазначити, що в Європі ступінь розвитку франчайзингового бізнесу є набагато нижчою, ніж в США, де його обсяг за останні роки перевищив 800 млрд. доларів [1].

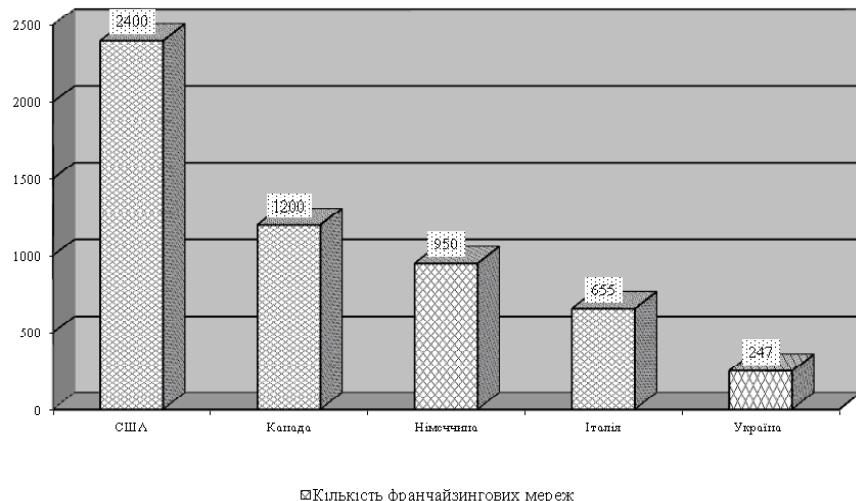


Рис. 1. Кількість франчайзингових мереж у різних країнах світу в 2015 р., одиниць  
( побудовано авторами на основі джерела [4])

Як видно з рисунку, лідером даного списку є США з 2400 одиницями франчайзингових мереж та 767000 франчайзі. Наступною є Канада — країна, у якій працують 1200 франчайзерів та 300000 франчайзі по всьому світу.

Третєю у списку йде Німеччина — 950 франчайзерів та 49000 франчайзі в різних країнах світу. Четверте місце займає Італія — 655 франчайзерів та майже 45000 франчайзі. Щодо України, то станом на 2015 рік функціонує 247 франчайзингових мереж та близько 20000 франчайзингових точок.

Відповідно до даних консалтингової компанії FRANDATA Corporation, у 2012 році франчайзинг найбільшого поширення набув у таких сферах, як:

- заклади фаст-фуду — близько 20 % загальносвітової кількості усіх франчайзі,
- роздрібна торгівля (зокрема, продуктами харчування) — 15 %,
- сфера послуг (зокрема, спортивних та туристичних) — близько 12 %,
- автомобільні перевезення і обслуговування — 8 %,
- будівництво — 7 %.

Слід зазначити, що близько 50 % всіх світових франчайзингових мереж працують у сфері торгівлі та ресторанному господарстві, де ключове місце належить закладам фаст-фуд, ресторанам, магазинам промислових і продовольчих товарів [3]. (рис.2.).

Починаючи з 2015 року, дані щодо кількості франшиз суттєво не змінилися. Згідно інформаційного порталу Entrepreneur, на якому було опубліковано рейтинг франшиз 2013 (Franchise 500), найбільш популярними сферами франчайзингового бізнесу є підприємства ресторанного господарства.

Варто зазначити, що у рейтингу «2015 Franchise 500 Rankings» [4] підприємства-франчайзери оцінюються за цілим рядом чинників, а саме: фінансова сила і стабільність, відсоток розірваних договорів, темпи зростання і обсяг всієї системи, стартові фінансові витрати, кількість років у бізнесі, терміни заняття франчайзингом, судові процеси, забезпечення фінансування цесіонарів. В табл. 1 відображені перші 10 компаній, які подані у рейтингу Franchise 500 [4].

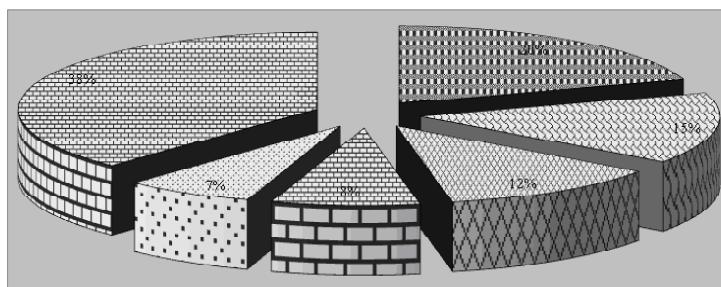


Рис. 2. Частка окремих видів економічної діяльності на світовому ринку франчайзингу, %  
( побудовано авторами на основі джерела [4])

*Таблиця 1*

**Рейтинг франчайзингових компаній у 2015 році [4]**

Місце	Франшиза	Сфера діяльності
1	Hampton Hotels	Готельний бізнес
2	Subway	Сфера харчування (фаст-фуд)
3	Jiffy Lube Int'l. Inc.	Сфера будівництва
4	7-Eleven Inc	магазини
5	Super cuts	Автомобільна сфера
6	Anytime Fitnes	Сфера оздоровлення
7	Scrvpro	Ресторанний бізнес
8	Days Inn	Готельний бізнес
9	Mc Donald's	Сфера харчування (фаст-фуд)
10	Pizza Hut	Сфера харчування (фаст-фуд)

Як бачимо, найбільша кількість позицій у підприємств, що займаються фаст-фудом — McDonald's, Pizza Hut та Subway.

Як відомо, корпорація McDonald's чи не найбільша в світі мережа ресторанів швидкого харчування нараховує на сьогодні понад 31 000 закладів у більш ніж 119 країнах світу, які щодня обслуговують близько 52 мільйонів клієнтів [3].

Корпорація McDonald's отримує прибуток як безпосередній оператор ресторану, як франчайзер, а також як інвестор нерухомості під ресторанні підприємства. Понад 85 % ресторанних підприємств мережі McDonald's знаходяться під управлінням франчайзингових партнерів та спільних підприємств, а інші знаходяться у власності та управлінні корпорації McDonald's.

Україна стала 102-ю країною, в якій розвивається мережа McDonald's. В 1997 року у Києві було відкрито перший заклад McDonald's. А вже сьогодні в 22 містах України діє 72 підприємства McDonald's. Проте цікавим є факт, що в Україні компанія McDonald's франчайзі партнерів не залучає, розвиваючи лише власну мережу ресторанів.

Корпорація Subway, яка останнім часом дуже швидко «набирає обертів», також заслуговує на увагу[3]. Ще в 2014 році коопорація Subway перебувала на 4 сходинці, в той час як McDonald's займав впевнену позицію лідера. На сьогоднішній день компанія Subway по праву вважається однією з найбільш перспективних у франчайзинговому бізнесі, а 2011 рік був роком прориву для неї.

Підприємства швидкого харчування мають ще одну особливість, а саме, організовану зону харчування, так званий фудкорт (походить від англійського слова «food

court», що в перекладі означає «ресторанний двір»). Ідея фудкорту полягає в організації та використанні спільногоВ обіднього залу кількома операторами швидкого харчування. У межах фудкорту ці підприємства є конкурентами, а це в свою чергу, стимулює смачно готувати, оригінально прикрашати страви, постійно слідкувати за асортиментом страв і попитом клієнтів.

Тематичні підприємства харчування користуються популярністю у США, проте функціонують і в інших країнах. Так, в Ізраїлі на перетині доріг біля Єрусалиму є кафе, яке користується великою популярністю у туристів, адже присвячене життю і творчості Елвіса Преслі. У Манчестері (Великобританія), для прикладу, є ресторан «The Hellfire Club» («Клуб пекельного вогню») з готичним декором та страхітливим стилем дизайну. Тільки понад 50 тематичних ресторанних підприємств знаходиться лише в одному Діснейленді у Франції!

Окремо слід відзначити заклади ресторанного господарства при монастирях. Це можуть бути як скромні трапезні, так і цілі ресторанні комплекси. Такі підприємства набули широкого розповсюдження в багатьох країнах, наприклад в Ізраїлі. У США теж існують так звані «обідні доми» ресторан, у якому все організовано дуже просто, дизайн стилізований, асортимент страв досить різноманітний.

Як правило, поглиблення спеціалізації підприємств ресторанного господарства зв'язане зі утворенням міжнародних ланцюгів. У своїй діяльності вони дотримуються високих стандартів обслуговування в процесі розробки нових продуктів та просуванні їх на ринок. Як вже зазначалось, на український ринок у 90-х роках ХХ ст. однією з перших зайдла міжнародна мережа McDonalds.

Іноземні ресторанні мережі підштовхнули до розвитку вітчизняні системи на основі франчайзингу. Такими яскравими прикладами мереж є проекти національних ресторанів швидкого харчування «Домашня кухня», «Мак Смак», «Швидко» та «Пузата хата». В 1999 р. у Києві був відкритий перший заклад такого формату.

У певних регіонах України з'явилися власні оригінальні ресторанні підприємства, а саме: «Домашній кухар» в м. Черкаси, «Жарю-парю» в м. Одесі, відома мережа ресторанних закладів «XXI століття» в м. Києві.

В Україні чимало ресторанів і кафе, що тішать своїх відвідувачів не тільки смачною кухнею, а й оригінальними інтер'єрами. Проте, безумовним лідером за кількістю та за якістю концептуальних ресторанних закладів є все таки Львів. Такий напрям розвитку ресторанної сфери, на нашу думку, є перспективним для великих міст України, в історії яких є безліч цікавих фактів та легенд про місцевих геройів.

Отож, за останні роки в Україні виникла стійка тенденція до зменшення розміру всіх типів ресторанних підприємств, що викликане подорожчанням оренди приміщень, а це, в свою чергу, часто обумовлює фізичні обмеження щодо місткості ресторанного підприємства та спонукає його керівництво шукати перспективні напрямки підвищення ефективності використання основних фондів. Одним з таких напрямків і може стати франчайзинг.

### Література

1. Инновационный менеджмент [Текст] : учеб. пособ. / В. С. Балабанов, М. Н. Дудин, Н. В. Лясников. — М. : Российская академия предпринимательства; АП «Наука и образование», 2008. — 246 с. — ISBN 978-5-902772-08-9 : 319.00 р.
2. Краснокутська І. В. Інноваційний менеджмент [Текст] : навч. посіб. — К. : КНЕУ, 2003. — 505 с. — ISBN: 966-574-524-7.
3. Пуцентейло П. Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва [Текст] : навч. посіб. — К. : Центр учебової літератури, 2007. — 344 с. — ISBN: 978-966-364-535-3.

Вивчарук О. Н., Бурса О. В.

## МИРОВОЙ ОПЫТ УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ РЕСТОРАННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

*В статье рассмотрен мировой опыт управления развитием ресторанных предприятий и возможности его применения в деятельности учреждений ресторанных хозяйств Украины*

*Ключевые слова: ресторан, инновация, управление, менеджмент, франчайзинг.*

*Vivcharuk O. M., Bursa O. V.*

## WORLD EXPERIENCE OF MANAGEMENT OF DEVELOPMENT OF THE RESTAURANT BUSINESSES

*The article deals with global experience managing the development of restaurant businesses and the possibility of its use in institutions of restaurant business in Ukraine.*

*Key: restaurant, innovation, governance, management, franchising.*

УДК338.48-6:502/504

Тучапець Анастасія Андріївна, студентка,  
Удуд Іванна Романівна к. е. н.,  
Львівський інститут економіки і туризму

## ІННОВАЦІЙНІ ЕКОЛОГІЗАЦІЇ ЗАКЛАДІВ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ НА ПРИКЛАДІ ШВЕЙЦАРІЇ ТА ПІВДЕННОЇ АФРИКИ

У статті розкривається поняття екологічного готелю, розглядаються екологічні готелі Швейцарії та Південно-Африканської Республіки (ПАР), порівнюються два різні підходи до організації екологічного виду підприємства та їх особливості.

**Ключові слова:** екологічний готель, ековілла, екобудинок, альтернативні види енергії, охорона навколошнього середовища, туристичний об'єкт, екотуризм.

Забруднення навколошнього середовища була і є глобальною проблемою кожної держави, але з активним розвитком туризму виникла нова проблема — забруднення довкілля внаслідок роботи підприємств, які працюють в туристичній індустрії, зокрема закладів розміщення. Тому, державні структури різних країн стали пропагувати збереження природи та зменшення забруднення навколошнього середовища через створення екоготелів, екоресторанів та інших закладів. На цю ідею активно відгукнулись підприємці, які запропонували свої альтернативні рішення і почали активно втілювати їх у життя.

Вирішенням питань щодо екологізації навколошнього середовища та підприємств готельного господарства займалися: Берзина С., Копалова Г. І., Круль Г. Я., Мішенін Г. А., Бець М. Т. та інші. Вони досліджували чинники забруднення природи, вплив роботи готельних комплексів на екологію, а також запропонували методи вирішення глобальних проблем забруднення та руйнації природного середовища, для прикладу, пропаганду розробки проектів екоготелів та їх затвердження.

Проблема забруднення довкілля закладами готельного господарства досягає критичних меж, необхідно вживати негайних заходів для збереження природних ресурсів, але таким чином, щоб не зупинити потік туристів. Тому, метою статті є ознайомлення з поняттям «екоготель», з інноваційними технологіями в закладах готельного господарства, що допомагають зберегти природу та не є шкідливими для навколошнього середовища. Важливим моментом є розуміння зв'язку між готельною індустрією та заходами, які пов'язані із збереженням довкілля, у цьому полягає основне завдання статті, а також розглянути стратегії розвитку екологічного готельного підприємства на прикладі Швейцарії та Південно-Африканської Республіки і визначити перспективи розвитку такого виду готельного підприємства.

Розглядаючи можливості для створення екологічних закладів розміщення, хорошим прикладом є Швейцарія. Влада цієї країни дбає про чисте довкілля, здоров'я громадян і корисний відпочинок. Саме тому ця країна одна із перших почала активно залучати підприємців до створення екоготелів.

Одним із перших екологічно чистих закладів є готель «White Pod», який знаходиться у самому серці Альп, у долині Flims (Laax Falera). Даний готель створений, щоб поєднати природу і розкіш. Гостей поселяють у номера-капсули, які дивують унікальною формою розміщення. Геодезична форма, сфера складається тільки з трикутників, що мають таку структуру, яка забезпечує міцність і надійність при мінімальному використанні матеріалу. Будиночки розташовані глибоко в лісі, якнайближче до природи, побудовані з дерева, всі меблі також з дерева. Система водопостачання — це джерельна вода прямо з гір, яку після використання очищують і використовують ще раз для побутових потреб. Обігрівають номери печі, які встановлені в кожній капсулі і в кожному обслу-

говуючому приміщенні [9]. Даний готель був запроектований та створений таким чином, щоб зберегти навколошнє середовище, використати природні ресурси як найменше та задовільнити потреби гостей, у цьому полягає його концепція екологічності.

Ще одним хорошим прикладом екологічно чистого готелю в Альпах є солом'яний готель у Швейцарії «Maya Boutique Hotel».

Солома часто використовується в якості природного будівельного матеріалу для сільських будинків завдяки своїм теплоізоляційним властивостям. Готель «Maya Boutique Hotel» у Швейцарії був майже повністю побудований з соломи, з частковим використанням глини. Екоготель є самодостатнім в плані енергоспоживання, причому велика частина електроенергії виробляється з допомогою сонячних батарей. Всі меблі виготовлені вручну місцевими художниками з місцевих деревини, і кожен номер зроблений з іншої породи дерева. Обігрівання здійснюється завдяки печі [8].

Варто зазначити, що це перший готель із соломи у світі.

«Maya Boutique Hotel» був нагороджений в 2015 році Світовою організацією Boutique Hotel Award премією Worldwide Hospitality за кращу інновацію.

Окрім готелів в Швейцарії є ековілли, які здаються в оренду для вибагливих та багатьох туристів. Таким прикладом є Jewel Box Villa, яка розташована на березі Женевського озера [2].

Над проектом вілли працювала компанія Design Paradigms. Перш за все будівля приваблює свою багатошаровістю, адже фасад будівлі виконаний з кортенівської сталі, скла, каменю, з елементами вертикального саду.

Архітектори покрили одну з зовнішніх стін будинку і частину даху вертикальним садом. Він має не лише естетичну функцію, а також теплоізоляційну. Під час будівництва були використані матеріали місцевого виробництва. У Jewel Box Villa задіяні як активні, так і пасивні джерела енергії. Особливий акцент зроблений на сонячних та геотермальних технологіях. Таким чином, влада Швейцарії акцентує особливу увагу на збереженні довкілля та підтримці його оптимального стану, що слугує прикладом для інших країн.

У Південно-Африканській Республіці інший клімат, інші традиції, інша специфіка розвитку туризму, зокрема екотуризму. У цій країні акцент робиться на національні природні парки, на сафарі-тури, на африканську природу.

Дуже цікаве поєднання минулого і сучасного втілено в ідею екоготелю «Kagga Kamma», що знаходиться в Седербергських горах (Південна Африка) і є однією з найяскравіших пам'яток регіону.

У готелі всього десять номерів, але кожен з них по-своєму унікальний. Знаходяться вони в печерах, які зустрічаються по всьому гірському масиву [6].

Екологічність готелю полягає у тому, що будівельним матеріалом є камінь, а меблі виготовлені з дерева та каменю. Водопостачання відбувається з річки. Воду очищують, а після використання поливають дерева, кущі і квіти, які ростуть на території готелю. Електропостачання здійснюється завдяки альтернативним ресурсам — сонцю та вітру.

Для любителів дикої природи та шукачів екстремальних відчуттів ПАР дивує екоготелем «Lion Sands Game Reserve», що розташований прямо посеред південноафриканського природного заповідника Silvermine недалеко від Кейптауна [7].

Головною перевагою готелю «Lion Sands Game Reserve» є його інтеграція в навколошнє середовище, що дає можливість гостям спостерігати за дикими африканськими тваринами прямо з терас номерів. Для власників готелю встановлені строгі правила, що забороняють будь-яке забруднення та руйнацію природніх ресурсів, надмірне використання електроенергії та водопостачання, шуму та вібрації. При порушенні правил, власники готелю будуть змушенні оплатити штраф, а при надмірному порушенні порушитися питання щодо існування готелю як такого.

У національному парку Крюгер, що в Південноафриканській республіці, розташовується ще один розкішний та особливий екоготель «Singita». Готель призначений для багатьох людей, які приїжджають сюди пограти в гольф і насолодитися дикою природою. Тому гольф серед дикої природи став особливістю цього готелю. Незважаючи на стильний вигляд, будівля готелю оброблена рідкісним місцевим чорним деревом, а інтер'єр виконаний у стилі мінімалізму. Любителі сафарі зможуть побачити всю «велику п'ятірку» — слона, лева, леопарда, буйвола і носорога. Також гостям пропонується сходити на риболовлю або відвідати місцеве село племені шангаан. Екоготелі в Південно-Африканській Республіці максимально інтегровані в природне середовище, тому мають ряд заборон щодо використання природних ресурсів та роботи загалом. Основною метою їх роботи є задоволення потреб споживачів в максимальному наближенні до природи та збереження навколошнього середовища, а також акцент робиться на сафарі та екстремальному відпочинку, що є особливістю екотурів цієї країни.

З кожним роком стає все більш популярним організовувати екотури, в яких туристи могли б зупинитись в екологічному готелі. Тому, кількість таких закладів розміщення з кожним роком збільшується. Екологічні готелі мають за мету зберігати навколошнє середовище, не приносити шкоду довкіллю, використовувати альтернативні ресурси, мати очисні споруди для стічних вод, переробляти відходи, мати власну систему екологічно чистого опалення, такою ж повинна бути і їжа.

Тенденція розвитку і розбудови екологічно чистих закладів розміщення по всьому світу набирає неабиякої популярності як серед підприємців, так і серед туристів. Кожен з готелів має свій стиль і свою особливість, завдяки чому вони є конкурентоспроможними і популярними.

У кожній країні екоготелі розміщуються якнайближче до природи, а оскільки природні ресурси всюди різні, ми можемо спостерігати велику варіативність ідей та інновацій. Для прикладу було взято дві країни, які розташовані на різних континентах, у різних природних умовах та кліматичних зонах. Як бачимо, у кожному готелі є присутня не лише ідея з найближчим розміщенням до тої природної пам'ятки, яка існує в країні, а втілена культура, ментальність, історія. Саме ці компоненти не лише впливають на інтер'єр та екстер'єр, а також роблять екоготель туристичним об'єктом для екотурів.

Екологічні інновації в готельному бізнесі є економічно доцільними та ефективними. Вони приносять додаткові доходи, вдосконалюють процес обслуговування, підвищують ефективність роботи готелю в цілому. Готель стає конкурентоспроможним на ринку, а це залежить як від інновацій, так і від стратегії підприємства.

Екологізація готельних підприємств стала важливим питанням у політиці багатьох держав, адже зважаючи на все більше забруднення довкілля, збереження природи і забезпечення менш шкідливого впливу на довкілля різними підприємствами є першочерговими питаннями для розгляду та вирішення владними структурами багатьох держав.

Перспективи подальшого розвитку:

- сприяти створенню екоготелів
- популяризувати та розвивати екологічний туризм
- вводити інновації в сфері готельної індустрії
- перебирати досвід інших держав для створення конкурентоспроможного готельного підприємства

Отже, застосування стратегії збереження природи, тобто екологізації готельного господарства, впровадження інноваційних технологій, підвищує конкурентоспроможність готелю та якість наданих послуг. А це, в свою чергу, позитивно впливає на імідж підприємства, збільшує туристичний потік, гарантує отримання більшого прибутку підприємством.

**Література**

1. ISO 14001:2004 «Системи екологічного менеджменту».
2. Ековілла «JewelBox Villa» [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.oilnutbay.com/properties/jewel-box-beach-villa-2>.
3. Ілляшенко С. М. Управління інноваційним розвитком [Текст] : підруч. / С. М. Ілляшенко. — Суми : ВТД «Університетська книга», 2010. — 334 с. — ISBN 978-966-680-504-4.
4. Магалецький А. В. Інноваційні підходи до формування маркетингової політики підприємств готельного господарства: екологічний аспект [Текст] / Економічний простір № 44/2, 2010. — С. 321–327.
5. Паук О. Є. Інноваційні напрями розвитку готельного господарства України: екологізація засобів розміщення / О. Є. Паук // Науковий вісник НЛТУ України. — 2016. — Вип. 26.2. — С. 29–32 [Електронний ресурс]. — Режим доступу : [www.URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvnltu\\_2016\\_26](http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvnltu_2016_26).
6. Готель «Kagga Kamma» [Електронний ресурс]. — Режим доступу : [www.URL : http://www.kaggakamma.co.za/](http://www.kaggakamma.co.za/)
7. Готель «Lion Sands Game Reserve» [Електронний ресурс]. — Режим доступу : [www.URL : http://www.lionsands.com](http://www.lionsands.com).
8. Готель «Maya Boutique Hotel» [Електронний ресурс]. — Режим доступу : [www.URL : http://en.maya-boutique-hotel.ch](http://en.maya-boutique-hotel.ch).
9. Готель «Whitepod» [Електронний ресурс]. — Режим доступу : [www.URL : http://www.whitepod.com](http://www.whitepod.com).

Удуд І. Р., Тучапець А. А.

## **ІННОВАЦІОННІ ЭКОЛОГИЗАЦІИ ЗАВЕДЕНИЙ ГОСТИНИЧНОГО БІЗНЕСА НА ПРИМЕРЕ ШВЕЙЦАРІЇ І ЮЖНОЇ АФРИКИ**

*В статье раскрывается понятие экологического отеля, рассматриваются экологические отели Швейцарии и ЮАР, сравниваются два разных подхода к организации экологического вида предприятия и их особенности.*

*Ключевые слова:* экологический отель, ековилла, экодом, альтернативные виды энергии, охрана окружающей среды, туристический объект, экотуры, экотуризм.

Udud I. R., Tuchapets A. A.

## **INNOVATIVE GREENING OF HOSPITALITY ESTABLISHMENTS USING EXAMPLE OF SWITZERLAND AND SOUTH AFRICA**

*The article deals with the concept of ecological hotel, ecological hotels in Switzerland and South Africa, two different approaches to environmental type businesses and their features are compared.*

*Keywords:* ecological hotel, ecovilla, ecohouse, alternative energy, environmental protection, tourist attraction, ecotours, ecotourism.

---

УДК 004.338.48

Ладик Софія Романівна, к. е. н.,  
Львівський інститут економіки і туризму

## ПЕРСПЕКТИВИ СТВОРЕННЯ ТУРИСТИЧНИХ ГІС В УКРАЇНІ

У статті розглядаються основні переваги та перспективні напрямки використання сучасних ГІС у сфері туризму. Обґрунтовано доцільність створення елементарних ГІС для розвитку туристичного потенціалу Львівщини. На прикладі створення елементарної ГІС «Замки Львівщини» проілюстровано усі переваги даної технології та її можливості для покращення інформаційного забезпечення туристичної галузі в Україні.

**Ключові слова:** геоінформаційна технологія, геоінформаційна система, туристичні ресурси, програмно-апаратний комплекс, просторово-координовані дані, елементарна ГІС, туристична ГІС.

Останніми роками в умовах зміни структури потреб сучасного суспільства у всьому світі швидкими темпами розвивається туризм. Туристичний бізнес став одним з найбільш популярних — він забезпечує досить швидке повернення вкладених коштів та зростання прибутку.

Однак, в Україні підприємства сфери туризму перебувають в умовах економічної нестабільності та ризику. Жорстка конкуренція на світовому та вітчизняному ринках змушує підприємства сфери туризму все більше зусиль спрямовувати на задоволення потреб споживачів — покращувати рівень сервісу, пропонувати широкий набір додаткових та супутніх послуг, активно використовувати рекламу. Водночас широко впроваджуються сучасні інформаційні системи та технології, використовується Інтернет.

Поряд з системами автоматизації у всьому світі набувають дедалі більшої популярності геоінформаційні технології (ГІС-технології) та системи. Ефективним є їх використання і у сфері туризму.

Питання використання геоінформаційних технологій у туристичній індустрії стали предметом дослідження багатьох вітчизняних та зарубіжних науковців, таких як: Мельник А. В., Світличний О. О., Стародуб Ю., Мельниченко С. В., Сонько С. П., Голубкіна О. М. та ін. Однак, не зважаючи на наявність значних туристичних ресурсів та зростаючих потреб суспільства, ГІС-технології лише поступово завойовують увагу в туристичному бізнесі України та використовуються ще далеко не в повній мірі [1, 43].

ГІС-технологія — це сучасна комп’ютерна технологія, що дозволяє поєднати модельне зображення території: електронне відображення карт, схем, космо-, аерозображень земної поверхні з інформацією табличного типу — різноманітними статистичними, економічними показниками. Ця технологія об’єднує традиційні засоби роботи з базами даних, статистичний аналіз, а також засоби візуалізації і географічного (просторового) аналізу, які надає карта.

Основою використання ГІС є використання т. зв. атрибутивної інформації, в тому числі просторової, чи будь-якої іншої, що описує розташування об’єктів у просторі. Атрибутивна інформація може бути подана як числове значення з датчика, таблиця бази даних (локальної чи віддаленої) про характеристики об’єкта, фотографія об’єкта або відео-зображення, звуковий запис.

ГІС-технології стали основою сучасних геоінформаційних систем (ГІС- geographic information system, GIS), які широко використовуються в різних сферах людської діяльності — для аналізу проблем забруднення території, моніторингу екологічних ситуацій, раціонального використання природних ресурсів, для міського та регіонального планування. Сучасна ГІС — це програмно-апаратний комплекс, що забезпечує введення,

збереження та обробку просторово-координованих даних та включає машинно-програмний комплекс і базу даних [2].

Останнім часом набуває все більшої популярності застосування ГІС у туристичній діяльності. Їх використовують для створення кадастру туристично-рекреаційних ресурсів, моніторингу туристичних територій, а також створення різноманітних ГІС туристичного призначення.

В Україні на ринку програмних продуктів використовуються різні геоінформаційні системи (ГІС), такі, як: багатофункціональні модульні ГІС фірм Intergraph (GeoMedia), ESRI (ArcView GIS, ArcGIS), MapInfo (MapInfo Professional). Ці системи з успіхом можуть бути застосовані і у туристичній діяльності.

Лідером в області цифрового картографування є досить поширені в Україні ГІС MapInfo Professional, розроблена фірмою MapInfo Corporation (США). MapInfo дозволяє виконувати основні функції СУБД, а також збирати, зберігати та обробляти картографічні дані з урахуванням просторових розташувань об'єктів. З використанням MapInfo Professional користувач може проводити складний географічний аналіз, наприклад, районування, відобразити свої дані на картах у вигляді крапок, розфарбованих діапазонів, кругових або стовпчастих діаграм та ін. Можливості MapInfo Professional дозволяють, наприклад, розрахувати відстань до туристичного об'єкту чи ресторану, визначити найчастіше відвідуваний магазин серед найближчих, розфарбувати заклади готельного типу відповідно до рівня комфорту і т. д. І всі ці дані можна наочно відобразити на електронній карті.

Популярним в Україні є також сімейство геоінформаційних програмних продуктів ArcGIS, розроблене американською компанією ESRI. Основними компонентами ArcGIS є: настільна версія ГІС (ArcGIS Desktop), серверне програмне ГІС-забезпечення (Server GIS), а також вбудовані інструментальні ГІС (Embedded GIS), представлені пакетом ArcGIS Engine [2, 217].

Версія ГІС ArcGIS Desktop — це інтегрований набір програмних ГІС-продуктів, що надає користувачу інструменти для обробки географічних даних і управління ними, а також здійснення складного ГІС-аналізу і моделювання. Крім того, ArcGIS дозволяє працювати з онлайн-картами і пов'язаною з ними географічною інформацією, а також надає можливість створювати інтерактивні карти, які відображають, інтегрують і синтезують географічну та описову інформацію з різних джерел.

Однак ліцензійні версії професійних ГІС є досить коштовними, а тому в Україні їх використання є обмеженим. У цих умовах перспективним є використання так званих елементарних ГІС (ЕГІС). Елементарна ГІС — це спрощений варіант географічних баз даних, яка лише частково використовує функції традиційних геоінформаційних систем. Методика створення елементарних ГІС розроблена та апробована у низці наукових досліджень і проектів та з успіхом використовується в Україні для розвитку екологічного туризму [3, 6–8; 4, 128–134; 5, 165–167; 6, 82–84.].

Створення елементарної ГІС виконується в середовищі стандартного пакету «Microsoft Office» та складається з таких етапів:

1. Географічна карта сканується, відтак її растрове зображення переноситься в середовище MS Word та зберігається у окремому файлі з розширенням JPG або GIF.
2. З використанням вбудованого графічного редактору в MS Word створюється географічна (картографічна) основа, будуються окремі шари (покриття або карти-підложки) та зберігаються в окремих файлах з розширенням doc.
3. Далі здійснюється групування графічних об'єктів, що є аналогією картографічної генералізації.
4. На наступному етапі створюються гіперпосилання, за допомогою яких здійснюється прив'язка атрибутивної інформації до просторово-розподілених географічних об'єктів.

Елементарні ГІС широко використовуються у різних галузях науки і освіти, зокрема, створено довідкову ЕГІС «Міста України», географічні бази даних по окремих областях України, географічні бази даних з екологічного туризму Черкащини та Уманщини і багато інших прикладних розробок.

Методику створення елементарних ГІС використано нами для розробки туристичної ГІС «Замки Львівщини». Вигляд цифрової електронної карти для ЕГІС «Замки Львівщини» подано на рис. 1.



Рис. 1. Цифрова електронна карта для ЕГІС «Замки Львівщини»

У вигляді шарів на карті Львівщини позначено найбільш популярні замки: Олеський, Підгорецький, Золочівський, Свіржський, а також фортецю Тустань у селі Урич та Крехівський монастир.

До кожного з цих об'єктів на електронній карті методом організації гіперпосилань зроблено прив'язку до інформації про даний об'єкт. Для цього для кожного об'єкта створено окремі сторінки файлу з текстовою інформацією про об'єкт та фотографіями об'єкта. Отримання інформації про об'єкт здійснюється шляхом одночасного натиснення клавіші Ctrl та клавіші миші на відповідному об'єкті.

Створена елементарна ГІС «Замки Львівщини» може бути використана як ефективний інструментарій організації туристичних маршрутів Львівщини. Її розміщення на відповідних електронних ресурсах здійснюватиме рекламні функції та сприятиме популяризації екскурсій історичними замками та вивченю ахітектурно-заповітного фонду Львівщини.

У перспективі технологія створення елементарних ГІС може бути використана і для розробки інших туристичних ГІС Львівщини, наприклад, для популяризації окремих об'єктів ПЗФ Карпатського регіону, історичних пам'яток м. Львова та ін. Таким чином,

використання елементарних туристичних ГІС дозволить покращити інформаційне забезпечення туристичної галузі в Україні та сприятиме розвитку туризму в цілому.

### **Література**

1. Мельник А. В. Впровадження та вдосконалення геоінформаційних технологій у туристичній діяльності [Текст] / А. В. Мельник // Науковий вісник УжНУ. Серія «Економіка». — 2009. — Вип. 28. — С. 43–44.
2. Світличний О. О. Основи геоінформатики: навчальний посібник [Текст] / Плотницький С. В. / За заг. ред. О. О. Світличного. — Суми : ВТД «Університетська книга», 2006. — 295 с.
3. Сонько С. П. Використання географічних баз даних у туризмі [Текст] / Сонько С. П. // «Стратегічні перспективи туристичної та готельно-ресторанної індустрії в Україні: теорія, практика та інновації розвитку». Матеріали Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції, 30–31 жовтня 2014 р.. — Умань : Візаві, 2014. — 314 с. — С. 6–8.
4. Сонько С. П. Елементарна ГІС «Об'єкти природо-заповідного фонду Уманщини» і можливості її використання у екологічному туризмі [Текст] / Сонько С. П. // Перспективи розвитку туристичної індустрії в Україні: регіональні аспекти. Збірник тез за матеріалами ІІ Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції, 28 березня 2015 р. — Умань : Візаві, 2015. — 314 с. — С. 128–134.
5. Сонько С. П. Від елементарної геоінформаційної системи до створення відкритої регіональної географічної бази даних [Текст] / С. П. Сонько, О. М. Голубкіна // Україна: географічні проблеми сталого розвитку. — Т. IV. — Кий : Обрій, 2004. — С. 165–167.
6. Сонько С. П. Геоінформатика як новітня технологія в туризмі [Текст] / С. П. Сонько // Перспективи розвитку туристичної індустрії в Україні: регіональні аспекти. Збірник тез за матеріалами Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції, 22 березня 2013 року. — Умань : Візаві, 2013. — 314 с. — С. 82–84.

*Ладык С. Р.*

## **ПЕРСПЕКТИВЫ СОЗДАНИЯ ТУРИСТИЧЕСКИХ ГИС В УКРАИНЕ**

*В статье рассматриваются основные преимущества и перспективные направления использования современных ГИС в сфере туризма. Обоснована целесообразность создания элементарных ГИС для развития туристического потенциала Львовщины. На примере создания элементарной ГИС «Замки Львовщины» проиллюстрировано все преимущества данной технологии и ее возможности для улучшения информационного обеспечения туристической отрасли в Украине.*

*Ключевые слова: геоинформационная технология, геоинформационная система, туристические ресурсы, программно-аппаратный комплекс, пространственно-координированные данные, элементарная ГИС, туристическая ГИС.*

*Ladyk S. R.*

## **PROSPECTS OF CREATING TRAVEL GIS IN UKRAINIAN TRAVEL**

*The main advantages and perspective directions of using modern GIS in the sphere of tourism are considered in the article. The expediency of creation of elementary GIS for development of tourist potential of Lviv region is grounded. Using the example of creation of the elementary GIS «Castles of Lviv region» all advantages of this technology and its possibilities for improving information support of the tourist industry in Ukraine are illustrated.*

*Key words: geoinformation technology, geoinformation system, tourist resources, software and hardware complex, spatially coordinated data, elementary GIS, tourist GIS.*

УДК 338.48:330.341.1.(477)

Лозинський Роман Мар'янович д. г. н., професор,  
Львівський національний університет імені Івана Франка,  
Аль-Хамес Слизавета Тареківна, студентка,  
Петришин Діана Романівна, студентка,  
Скрипай Ксенія Володимирівна, студентка,  
Львівський інститут економіки й туризму

## ІННОВАЦІЙНІ ТРЕНДИ В РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ (ЗА МАТЕРІАЛАМИ ДОСЛІДНИЦЬКОЇ КОМПАНІЇ «TREND HUNTER»)

Проаналізовано діяльність інноваційної компанії «Trend hunter». Розкрито сутність найважливіших трендів у розвитку індустрії подорожей в 2015 р. за матеріалами сайту цієї компанії. Охарактеризовано топ-10 найпопулярніших інноваційних рішень у туристичній сфері за результатами опитування туристів - експертів проекту «Trend hunter».

*Ключові слова:* туризм, інновації, тренд, готель, авіакомпанія, експерт.

Сучасна туристична індустрія є однією з найдинамічніших галузей світової економіки. Швидкий розвиток туризму досягається передусім завдяки безперервному впровадженню найрізноманітніших інновацій. Для того, щоб орієнтуватися в інноваційних процесах, які відбуваються в туристичній сфері, є чимало різних методів. Один з найефективніших — це постійний моніторинг спеціалізованих Інтернет-сторінок, присвячених сучасним тенденціям розвитку світового бізнесу, зокрема, впровадженню інноваційних технологій. Серед таких сайтів інноваційних рішень варто виділити сайт канадської компанії Trend Hunter [7].

Засновником і головним виконавчим директором одноіменної компанії, що забезпечує роботу сайту, є Джеремі Гютше (Jeremy Gutsche) — канадський інноваційний експерт, успішний підприємець. Послугами компанії користуються найвідоміші фірми світу: Adidas, Nestle, Panasonic, PepsiCo, Sony, Volkswagen, Volvo, й сотні інших. Сайт Trend Hunter відстежує нові ідеї у різних галузях економіки, в тому числі в туризмі, тому його вивчення дозволить орієнтуватися в інноваційній діяльності в цій сфері.

Метою дослідження є аналіз найважливіших трендів у сфері подорожей в 2015 р. за даними сайту Trend Hunter з виділенням сучасних тенденцій впровадження інновацій у галузі туризму.

В Україні в останнє десятиліття з'явилася доволі велика кількість публікацій, присвячених різним питанням здійснення інноваційної діяльності в туризмі. Однак, здебільшого ці публікації мають доволі вузьке спрямування й часто базуються на теоретичній основі відомих російських посібників з інновацій в туризмі, авторами яких є Малахова Н. Н. і Ушаков Д. С [1], Міхно, М. А. [2], Морозов М. А. і Морозова Н. С. [3], Новіков В. С. [4]. Чимало цікавих статей з проблематики впровадження інновацій у туристичну галузь України опубліковано у збірниках, що вийшли малим накладом, без електронної версії. Публікацій, в яких було б проаналізовано і узагальнено світовий досвід інноваційної діяльності в туризмі, зокрема, на основі матеріалів міжнародних дослідницьких установ, майже немає.

Дослідницька фірма Trend Hunter є однією з провідних світових компаній, які відстежують тренди розвитку світової економіки. Засновник Trend Hunter Джеремі Гютше народився в 1978 р. у Калгарі (провінція Альберта, Канада) й отримав прекрасну економічну освіту. Він навчався в Університеті Калгарі (University of Calgary), Університеті Квінз у Кінгстоні (Queen's University, один з найпрестижніших вищих навчальних закладів Канади), Стенфордській вищій школі бізнесу (Stanford Graduate

School of Business, одна з професійних шкіл бізнесу Стенфордського університету в США, який в Академічному рейтингу університетів світу в останні роки посідає друге місце, поступаючись лише Гарвардському університету).

На сьогодні Джеремі Гютше є одним з найвідоміших світових фахівців у сфері впровадження інновацій, він часто виступає у ЗМІ, є автором популярних книг, статей, відеоматеріалів. [5]. Зокрема, у 2009 р. з'явилася його книга «Експлуатуючи час: 150 шляхів щоб спалахнули інновації в часи змін» (Exploiting Chaos: 150 Ways to Spark Innovation During Times of Change). Цього ж року її визнано міжнародними рейтингами світовим бестселером, однією з кращих нових книг для ділових людей, а згодом перекладено на сім мов.

У 2005 р. Д. Гютше створив сайт Trend Hunter. Згідно із задумом автора, члени Інтернет-спільноти визначають найважливіші інноваційні тренди у різноманітних сферах людської діяльності, створюють і розміщують на сайті Trend Hunter статті про найцікавіші інноваційні проекти, голосуванням визначають популярність інноваційних ідей. Крім цього, Trend Hunter готує щорічні рапорти про інноваційну діяльність у різних сферах (доступ до них є платним, вони призначенні передусім для керівників великих фірм), здійснює також інші види діяльності, пов'язані з моніторингом і впровадженням інноваційних рішень [7].

Учасниками проекту Trend Hunter на сьогодні є близько 155 000 осіб, вже у 2012 р. кількість переглядів його сторінки перевищила мільярд, в 2014 р. — два мільярди. Головний офіс компанії, що підтримує діяльність спільноти Trend Hunter, знаходиться в Торонто. Компанія має численні відзнаки і нагороди як краща інноваційна компанія від різноманітних приватних і державних установ та організацій.

Сьогодні Trend Hunter вважається головним джерелом інноваційної інформації у світі. За інформацією авторів сайту загальна кількість його переглядів сягнула 2,785 млрд. станом на осінь 2016 р., кількість щомісячних переглядів сягає 20 млн. осіб, усього на сайті є інформація про понад 328 тис. інноваційних ідей, щодня з'являється інформація про 87 нових трендів. Trend Hunters має 2,5 млн. шанувальників у Facebook і понад 220 тис. у Twitter, передплатниками його інформаційного бюллетеня є понад 170 тис. осіб, сайт читають у 190 країнах.

Trend Hunter відстежує інформацію у понад 70-ти сферах людської діяльності, які поділено на 11 груп (мода, технології, культура, дизайн, бізнес). Звичайно, що на сайті є розділ «Подорожі», на якому можна отримати інформацію про головні тренди в сфері туризму. Крім окремих статей про конкретні інновації в туризмі, Trend Hunter готує також різноманітні рейтинги, щомісячні, щорічні, за категоріями, наприклад: «Топ-100 ідей у сфері подорожей за вересень 2016 р.», «Топ-100 трендів у сфері подорожей за 2015 р.», «60 найсучасніших пропозицій від готелів», «100 подарунків для мандрівників», «51 приклад гібридних готелів» і т. д.

Крім розділу «Подорожі», для фахівців з туризму цікавими є також деякі інші, наприклад розділ «Їжа», де є інформація про тренди у сфері ресторанного бізнесу.

Аналіз «Топ-100 трендів у сфері подорожей за 2015 р.» [6] засвідчує, що до 80 % усіх найцікавіших оригінальних ідей пов'язано з п'ятьма головними темами, які з вирішують проблеми, що виникають у туристів під час подорожей:

- оригінальні ідеї готелів та інших закладів розміщення — близько 25 %;
- інноваційні рішення, пов'язані з речами туристів, зручністю дорожніх сумок, безпекою переміщення валіз і чемоданів під час подорожі — понад 20 %;
- ідеї, що пов'язані з літаками і зручністю польоту: нові проекти сидіння, пристосування для кращого сну, особливі меню в літаку й т. п. — близько 20 %;
- ідеї, пов'язані з послугою харчування, інноваційні ресторани й кафе — близько 10 %;

— інноваційні рішення, пов'язані із перебуванням туристів у аеропортах, — понад 5 % рішень.

Понад  $\frac{1}{4}$  усіх трендів — це оригінальні ідеї готелів й інших закладів розміщення туристів. Це, зокрема, капсульні готелі різних типів (економ класу, бізнес класу), готелі прикріплені до схилів скель, готелі із захоплюючими панорамними видами на міста й природні феномени, готелі на деревах, інші види еко-готелів, унікальні-бутік готелі й т. п. Тобто якісна й оригінальна готельна послуга залишається центральним елементом туристичної подорожі для значної кількості туристів.

Близько 20 % найважливіших інноваційних рішень пов'язано з особистими речами туристів, зручністю дорожніх сумок, безпекою переміщення валіз і чемоданів під час подорожі.

Інноваційні рішення цього типу найрізноманітніші. Це, наприклад: високотехнологічні чемодани з вбудованими пристроями, що дозволяють відстежити переміщення; спеціальні валізи, що перетворюються у полички, стелажі чи інші портативні меблі; спеціальні наплічники, що легко перетворюються у ліжко; валізи на колесах з вбудованими акумуляторами для зарядження мобільних пристроїв; дорожні сумки, які пустими можуть згорватися, зменшуючись у розмірах в чотири рази; зручні валізи з гнучкою тканинною кришкою, яка дає змогу легко дістати речі в обмеженому просторі; тематичні чохи для валіз із зображенням карти світу, з можливістю зафарбовувати вже відвідані країни.

Важливою проблемою, що відлякує значну частину людей від міжнародних подорожей, є виснажливі багатогодинні перельоти між містами у різних країнах на різних континентах, які є стресом для людського організму. Тому кожне п'яте з ТОП-100 інноваційних рішень у сфері подорожей пов'язане із зручністю польоту: нові проекти сидіння, пристосування для кращого сну, особливе меню й т. п.

Це, зокрема, новий зручний варіант розміщення для сім'ї з шести осіб, які сидять один навпроти одного; шестигранний план розміщення пасажирів економ-класу, метою якого є збільшити місткість та зручність в літаку; особлива підставка для ноутбуків, смартфонів та підносів з їжею, що кріпиться до сидіння в літаку; проект подушки і маски для очей, які роблять сон і подорож комфортнішими; нові ультразручні літаки й кабіни першого класу деяких авіакомпаній; сидіння в шаховому порядку, завдяки чому ніхто не сидить безпосередньо поруч один із одним, що забезпечує додатковий комфорт і конфіденційність й т. д. й т. п.

Важливим елементом туристичної подорожі завжди є послуга харчування. Відповідно, нові різноманітні кафе і ресторани привернули увагу до 10 % експертів Trendhunter. Найцікавіші з них це, зокрема:

— благодійний водний бар Ouvert у Лондоні. Все, що є у ньому — це вода, що тече з крану й одноразові стаканчики, відвідувач в оплату може залишити якусь суму на благодійність. Бар є нагадуванням про те, що туристові зовсім не обов'язково витратити гроші на дорогі напої, каву, алкоголь, для угамування спраги, ці гроші можна використати заради допомоги іншим;

— вдале поєднання давньої архітектури і сучасних ресторанних тенденцій ресторану De Koffieschenkerij у Амстердамі;

— невелике кафе-закусочна The Cloud розташована на пагорбі, з висоти якого відкривається прекрасний краєвид на природу В'єтнаму.

— затишна кав'ярня в приміщенні теплиці у Барселоні, вдале поєднання цегли, скла і зелені;

— унікальний плавучий бар на Фіджі, острівній тихоокеанській країні.

Сучасний турист значну частину свого часу витрачає на перебування в аеропортах, адже за останніми даними UNWTO 54 % усіх міжнародних туристів подорожує

літаками [8]. Тому, понад 5 % усіх передових інноваційних рішень пов’язані зі зручністю перебування в аеропортах.

Це зокрема: окремий зал очікування для тварин та їх власників з клімат-контролем в аеропорті ім. Джона Кеннеді у Нью-Йорку; особливий зручний дизайн меблів (400 зручних диванів-лав в яскравих тонах: зелений, синій, мокко і білий) в аеропорту у м. Наріта в Японії; новий авіаційний тематичний бар у аеропорту Хітроу в Лондоні; новий елегантний бар Аеропорту Гельсінкі; майданчик для зайняття крикетом з декораціями у стилі «Аліса в країні чудес» у аеропорту Хітроу.

Серед головних туристичних ідей, що зацікавили експертів сайту Trend Hunter, незначною є кількість нових маршрутів подорожей. Їх усього три:

- подорож місцями, у яких знімався серіал-фентезі «Гра престолів», що увійшла в ТОП-10 трендів;

- подорож для заможних туристів з елементами гри, під час якої вони виступають у ролі екстремальних секретних агентів;

- подорож під назвою «Зимова втеча», яка дає можливість туристам з Північної Америки взимку «перенестись» у захоплюючий світ подорожей Південною Америкою, вона включає рафтинг річкою Мендоса в Аргентині, дельтапланеризм у Ріо-де-Жанейро, ознайомлення з унікальною природою Галапагоських островів.

У провідну десятку в рейтингу «Топ-100 трендів у сфері подорожей за 2015 р.» увійшли такі тренди:

1. Gourmet Airplane Menus. Нове меню для гурманів в бізнес-класі Qatar Airways (Катарських Авіаліній). Qatar Airways входить до списку семи авіакомпаній, що мають найвищий п’ятизірковий рейтинг обслуговування за версією британського агентства Skytrax. Компанія виконує авіарейси у 155 місцях, що розташовані на усіх заселених континентах (одна з небагатьох у світі). Її послугами щороку користуються мільйони туристів.

2. Members-Only Airlines. Спеціальний сервіс для туристів (Beacon Service), що часто літають маршрутом Нью-Йорк–Бостон. Зплативши 2000 дол. США у місяць, передплатник послуги може у цей період будь-яку кількість разів здійснити польоти між двома містами. Компанія, яка пропонує послугу, зазначає, що зробить усе можливе, щоб виконати запит клієнта на подорож, навіть якщо він надійшов за декілька хвилин до відльоту.

Затребуваність сервісу зумовлена специфікою авіасполучення між Нью-Йорком і Бостоном. Щодня здійснюються десятки авіарейсів різних компаній, з різних аеропортів, різними літаками, з відмінностями в обслуговуванні, купівлі й бронюванні білетів. Відстань між містами близько 350 км, політ в одному напрямку триває дещо більше години. Створення такого сервісу дало можливість тисячам пасажирів ледве чи не щодня літати між містами за не надто невелику, як на США, суму в місяць.

3. Airline Surplus Sacks. Це сумка для пасажирів від бюджетної авіакомпанії JetBlue Airways. Компанія має найвищий рейтинг обслуговування пасажирів серед авіакомпаній США, єдина у країні, яка отримала чотири зірки. Пропонована нею у 2015 р. лінійка сумок різного розміру для пасажирів виділяється стильним дизайном з використанням різноманітних матеріалів, що використовуються в авіаційній галузі. Ці сумки особливо доречні тоді, коли раптом виявилось, що не всі речі клієнта поміщаються у його дорожню сумку, а так буває дуже часто.

4. Solar-Powered Planes. У 2015–2016 рр. літак Solar Impulse 2 здійснив перший політ навколо світу на сонячних батареях, без палива. Це перший в світі пілотований літак, що здатний літати за рахунок енергії Сонця тривалий період, запасаючи енергію в акумуляторних. Сонячні батареї виробляють електроенергію, яка використовується для живлення 4 електродвигунів і зарядки акумуляторів. Усього понад 17 тис. сонячних

батареї покривають всю верхню частину Solar Impulse 2. Розмахом крил становить 72 м, майже як у Airbus A380, але маса усього 2,3 т. У будівництві літака, який є спільним європейським проектом, використано найпередовіші технології у різних сферах економіки.

5. Upcycled Travel Products. Це дизайнєрський проект, з назвою Plane to Product, «продукт з літака», суть його полягає у створенні оригінальних сувенірів й аксесуарів для мандрівників з частин старих літаків. Це проект нідерландської авіакомпанії KLM. Його автор, Hella Jongerius, почала з того, що запропонувала студентам Академії дизайну м. Ейндховен розробити туристичні аксесуари з використанням старих сидінь, ременів безпеки, чохлів для сидінь літаків. У результаті з'явилися оригінальні моделі дорожніх сумок, тапочок, подушок й ін.

6. King's Landing Accommodations. Це подорож місцями, де знімалися основні епізоди культового серіалу-фентезі «Гра престолів». Зокрема, туристи можуть пожити в Дубровнику, в Хорватії (тут знімали Королівську Гавань, столицю Семи королівств), графство Голвей в Ірландії (тут знімалася древня Стіна), Марокко (землі диких кочівників дотракійців). Таким чином вони занурюватимуться у світ улюбленої книги і серіалу.

7. Lavish Festival Suites. Ця інноваційна ідея — результат співробітництва найпопулярнішого шведського бренду одягу H&M (Hennes & Mauritz) й Airbnb (онлайн-сервіс з пошуку вільних приміщень та житла для непрофесіоналів з нерухомості). Вони запустили спільний конкурс-тоталізатор, три переможці якого отримали можливість безкоштовно проживати в м. Остін у Austin House (будинок-вілла, Національна історична пам'ятка США) в період, коли в 2015 р. тут відбувався South by Southwest (SXSW), найбільший і найвідоміший музичний фестиваль світу (точніше сукупність фестивалів і конференцій), що триває 10 днів.

8. Sleep-Only Hotels. Це ідея капсульних готелів Ninehours у Японії, яка завдяки ЗМІ дуже швидко стала відомою в усьому світі. Такі готелі зручні для мандрівників, яким від готелю потрібна лише послуга ночівлі. Капсули включають, крім місця для сну, невеликий телевізор, будильник, кондиціонер повітря.

9. High-Tech Biometric Luggage. Високотехнологічна багатофункціональна валіза для подорожей. Включає замки із біометричним сканером, що сканує пальці через мобільний додаток, систему зважування, систему живлення, два USB-порти для зарядження мобільних пристройів, датчики руху, Bluetooth, систему повідомлення про викрадення, усе це обслуговує спеціальний додаток у смартфоні.

10. Smart Suitcase Trackers. Це компактний мобільний пристрій (смарт-трекер), з підтримкою SIM-карти, який вкладають у валізу. Пристрій інформує про всі переміщення вантажу туриста, здатний повідомити, якщо хтось відкриває валізу. Він надає впевненості туристу, що його валіза буде у безпеці під час авіаперельоту.

Аналіз 100 найважливіших трендів у сфері подорожей в 2015 р. за даними сайту Trend Hunter засвідчує, що у сучасному туризмі впровадження інноваційних рішень передусім привертає увагу туристів у сфері авіаперельотів, індустрії розміщення туристів, ресторанному бізнесі, перевезенні особистих речей й т. п.

Однак потрібно враховувати, що найважливіші тренди у сфері подорожей за даними Trend Hunter, визначають інноваційні тенденції у провідних туристичних країнах Північної Америки й Європи. Рівень розвитку туризму тут надзвичайно високий, що й впливає на спрямування інноваційних процесів. У цих країнах на високому рівні є вирішення питання безпеки подорожей, створення різноманітних нових турів, екологічність й т. п. Відповідно, на перший план виходять питання побутового і психологічного комфорту туристів.

В Україні туризм лише розвивається, тому не всі провідні світові інноваційні рішення, охарактеризовані вище, будуть наразі актуальними для нашої держави, однак знання їх є необхідним для професіонала у сфері туризму.

**Література**

1. Малахова Н. Н. Инновации в туризме и сервисе [Текст] / Малахова Н. Н., Ушаков Д. С. — М. : ИКЦ «МарТ» ; Ростов-на-Дону: Издательский центр «МарТ», 2008. — 224 с. («Туризм и сервис»).
2. Михно М. А. Роль инноваций в туризме [Текст] : учебн. / Михно М. А. — М., 2004. — 210 с.
3. Морозов М. А. Информационные технологии в социально-культурном сервисе и туризме. Оргтехника [Текст] : учебн. / Морозов М. А., Морозова Н. С. — М. : Академия, 2002. — 240 с.
4. Новиков В. С. Инновации в туризме [Текст] : учеб. пособ. для студ. высш. учеб. завед. / В. С. Новиков. — М. : Академия, 2007. — 208 с.
5. Jeremy Gutsche: Wikipedia [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [https://en.wikipedia.org/wiki/Jeremy\\_Gutsche](https://en.wikipedia.org/wiki/Jeremy_Gutsche).
6. Top 100 Travel Trends of 2015. Trend hunter [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.trendhunter.com/slideshow/2015-travel-trends>.
7. Trend hunter [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.trendhunter.com>.
8. UNWTO Tourism Highlights, 2016. — UNWTO, Edition, 2016. — 16 p.

*Лозинський Р. М., Аль-Хамес Є. Т., Петришин Д. Е., Скрипай К. В.*

**ІННОВАЦІОННІ ТРЕНДИ В РАЗВИТИИ ТУРИЗМА  
(ПО МАТЕРИАЛАМ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ КОМПАНИИ  
«TREND HUNTER»)**

*Проанализирована деятельность инновационной компании «Trend hunter». Раскрыта сущность важнейших трендов в развитии индустрии путешествий в 2015 г. по материалам сайта этой компании. Охарактеризованы top-10 самых популярных инновационных решений в туристической сфере за результатами опроса туристов — экспертов проекта «Trend hunter».*

*Ключевые слова: туризм, инновации, тренд, отель, авиакомпания, эксперт.*

*Lozynskyy R. M., Al-Hames E. T., Petryshyn D. E., Skrypay K. V.*

**INNOVATIVE TRENDS OF TOURISM DEVELOPMENT  
(ACCORDING TO DATA FROM RESEARCH COMPANY  
«TREND HUNTER»)**

*The activity of innovative company «Trend hunter» was analyzed. The essence of key trends in development of travel industry in 2015 according to data from this company is elucidated. The top-10 of most popular innovative solutions in the tourism sphere according to results of the survey the tourists who were experts in project «Trend hunter» is described.*

*Keywords: tourism, innovations, trend, hotel, airline, expert.*

УДК 379.85

Клапчук Михайло Володимирович, к. геогр. н.,  
Липна Катерина Павлівна, студентка,  
Львівський інститут економіки і туризму

## ТЕХНІЧНІ ЕНЕРГООЩАДНІ ІННОВАЦІЇ В ЗАКЛАДХ РОЗМІЩЕННЯ (НА ПРИКЛАДІ ГОТЕЛЮ «ЛЬВІВ»)

У статті досліджувалась доцільність та ефективність впровадження технічних інноваційних технологій у діяльності готельного підприємства «Львів». Можливість використання екологічно чистої, повсюдно доступної, невичерпної сонячної енергії конкретними засобами, зокрема сонячними колекторами, було досліджено і запропоновано закладам розміщення (на прикладі готелю «Львів»).

**Ключові слова:** інновації, заклади розміщення, енергоощадні технології, готель «Львів».

Інноваційні технології для будь-якого підприємства є основним засобом збільшення обсягу прибутків, ключем до нових ринків збути. Через наявність великої кількості пропозицій на ринку готельних послуг панує жорстка конкуренція. У боротьбі за споживача керівництво готелів змушене розробляти стратегії своєї діяльності, щоб запропонувати споживачеві такий продукт, який би найбільше зміг задовольнити його потреби і очікування, був унікальним та кращим за інші. Наука і техніка не стоять на місці, тому сьогодні готелі починають використовувати нові методи, що допомагають зекономити кошти за допомогою енергетично ефективних технологій, які є особливо актуальними в період світових екологічних та економічних криз.

Загострення екологічних проблем, які постали на рівні з соціально-економічними, диктують необхідність екологічної спрямованості інноваційного розвитку підприємств готельно-ресторанного бізнесу.

Застосування екологічно-технічних інновацій в готелі має на меті зберігати здоров'я гостей, раціонально використовувати природні ресурси та дозволяє готелю позиціонувати себе як такий, що несе відповідальність за вплив на навколошне природне середовище. Прикладом таких інновацій є: системи екологічно чистого опалення, використовування електроенергії, що виробляється за допомогою безпечних для навколошнього середовища джерел, застосування для освітлення економних ламп, приготування їжі з екологічно чистих продуктів, інколи навіть вирощених на спеціально відведеній території закладу. Екологічні послуги в готелях не повинні бути розкішшю. Якщо використання високотехнологічних інновацій може потребувати значних коштів, то дотримання елементарних принципів збереження оточуючого середовища може дозволити собі будь-який готель.

Метою даної роботи було дослідження доцільності та обґрунтування ефективності впровадження технічних енергоощадних інноваційних технологій в діяльності готелю «Львів».

Нині актуальність інновацій у готельному обґрунтовується багатьма чинниками. Головними серед них є:

- необхідність реструктуризації та перепрофілювання підприємств згідно з вимог ринку;
- застарілий парк машин і технологічного устаткування;
- досить часті і різкі зміни попиту на товар;
- конкуренція.

Стосовно останнього чинника відомий американський фахівець в області конкуренції Майкл Порттер у монографії «Міжнародна конкуренція» відзначав, що в конкуренції головну роль грають інновації та зміни. Отже, інновації розглядаються як найважливіший фактор росту конкурентоздатності підприємства, фірми, компанії і, врешті-решт, країни [5, 356].

Закон України «Про інноваційну діяльність» визначає правові, економічні та організаційні засади державного регулювання інноваційної діяльності в Україні, встановлює форми стимулювання державою інноваційних процесів і спрямований на підтримку розвитку економіки України інноваційним шляхом. Згідно цього закону, інновації це новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоспроможні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери [1, 1].

У оксфордському тлумачному словнику поняття «інновація» роз'яснюється наступним чином: «Будь-який новий підхід до конструювання, виробництва або збути товару, в результаті чого новатор або його компанія отримують перевагу перед конкурентами». Термін «інновація», в сучасному його розумінні, першим став застосовувати Й. Шумпетер, який уперше розглянув питання впливу інновацій на розвиток і дав визначення інноваційного процесу. Термін «інновація» Й. Шумпетер став використовувати в 30-і рр. ХХ-го століття. При цьому під інновацією він мав на увазі зміну з метою впровадження й використання нових видів споживчих товарів, нових виробничих, транспортних засобів, ринків і форм організації в промисловості. Згідно Й. Шумпетеру, інновація є головним джерелом прибутку, а він є результатом впровадження новацій: без розвитку немає прибутку, без прибутку немає розвитку [3].

Інноваційна діяльність складається з інноваційного процесу, який охоплює весь комплекс відносин виробництва й споживання та представляє собою період від зародження ідеї до її комерційної реалізації [4].

Інноваційний процес можливо розглядати з різних позицій та з різним ступенем деталізації [7, 135]:

- паралельно-послідовне виконання науково-технічної інновації, виробничої діяльності і маркетингу;
- у вигляді тимчасових етапів життєвого циклу інновацій від виникнення ідеї до її розробки на впровадження;
- як процес фінансування та інвестування розробки на впровадження і розповсюдження нового виду продукту або послуги.

Технологічні інновації являють собою кінцевий результат інноваційної діяльності, що отримав втілення у вигляді нового чи удосконаленого продукту або послуги, впроваджених на ринку, нового чи удосконаленого процесу або способу виробництва (передачі) послуг, що використовуються в практичній діяльності. Інновація вважається здійсненою в тому випадку, якщо вона впроваджена на ринку або у виробничому процесі [11].

У промисловості та сфері послуг розрізняють два типи технологічних інновацій: продуктові і процесні [8, 74].

Товариство з обмеженою відповідальністю (ТОВ) «Готель "Львів"» — тризірковий готель у самому центрі міста Львова, поблизу історичної частини міста, за адресою: м. Львів, проспект В. Чорновола, 7.

На даний час у готелі «Львів» функціонує 292 номери, загальною вмістимістю 530 осіб. З загальної кількості номерів майже половина, а саме 222 номерів, є відремонтованими, і відповідно, 70 номерів потребують капітального ремонту, станом на 2016 р. Площа кімнат, що запроектовано у готелі є надто малою для того щоб створювати комфортні умови проживання, тому, майже усі номери, що на сьогодні є вже відремонтованими, мають розширену площину у півтора рази, а деякі з них — удвічі.

За період з 2014 по 2015 роки розмір чистого прибутку у ТОВ «Готель "Львів"» збільшився на 1916 тис. грн (391,02 %), що є позитивним фактором для будь-якого

підприємство. Розмір доходів за досліджуваний період зріс на 5799 тис. грн (76,8 %). Також збільшилась собівартість реалізованої продукції на 3696 тис. грн (52,9 %). Дані взяті на підприємстві.

В готельному комплексі «Львів» було проведено інновації відносно послуг проживання. Майже щомісяця збільшується кількість сучасних номерів готелю, що облаштовані відповідно до стандартів.

Сьогодні збереження тепла стає однією з найчастіших тем для обговорення. Тим більше з огляду на нинішню ситуацію в країні, коли питання енергозбереження виходять на перший план. Тому у ТОВ «Готель "Львів"» було проведено ремонтні роботи щодо утеплення і одночасно оновлення фасаду будівлі, які було остаточно завершено у 2015 році. Також усі вікна у готелі замінені на металопластикові. Теплоізоляція в сучасному будівництві та реконструкції дозволяє знизити рівень теплових втрат до 70 %. В умовах зростаючих цін на енергоносії її використання — одне з найпростіших рішень для збереження тепла в будинках взимку і захисту від перегріву влітку.

Сучасне інженерно-технічне обладнання здатне створювати в готелях будь-які параметри повітряного режиму, що забезпечують повний комфорт людини. Це устаткування дозволяє збагачувати повітря киснем, нагрівати його або охолоджувати, сушити або зволожувати, очищати від пилу або інших забруднень, ароматизувати. Для покращення комфорту перебування гостей у готелі «Львів» було встановлено загальну систему кондиціонування повітря чиллер-фандайл з 2-го по 4-й поверхні, а також у номерах вищої категорії, таких як комфорт, суперіор, напівлюкс та люкс, облаштовано особистим кондиціонером з дистанційним керуванням. Принцип роботи системи: чиллер охолоджує теплоносій (воду) яка за допомогою насосної станції подається по системі трубопроводів до фандайлам. Внутрішній елемент системи, фандайл, пропускає повітря приміщення через теплообмінник, по другому контуру якого тече холодаагент [13].

Одним із способів економії електричної та інших традиційних видів енергії, зменшення викидів парникових газів є впровадження простих і доступних для широких верств населення сонячних колекторів (СК) для гарячого водопостачання (ГВП) [9; 2]. Враховуючи, що ціні на інші види палива й електроенергію будуть збільшуватися, встановлення системи сонячних колекторів це справжні інвестиції в майбутнє. Тому з поміж всіх енергоефективних інновацій, ми найбільше звернули увагу на застосування для ТОВ «Готель "Львів"» саме сонячних колекторів.

Сонячний колектор (геліоколектор) — пристрій для збору енергії випромінювання Сонця у видимому та невидимому для людського ока інфрачервоному спектрі. Теплову систему, що працює на основі сонячного колектора, називають геліосистемою. У Європі, Америці, Австралії та інших регіонах сонячні колектори стали звичайним атрибутом інженерних систем будівлі.

Завдання сонячних колекторів — акумулювання сонячної енергії з максимально можливою ефективністю. При проектуванні сонячного колектора використовуються такі відомі принципи, як «парниковий ефект», тобто властивість сонячних променів безперешкодно проходити крізь прозоре середовище у замкнuttий простір і перетворюватися в теплову енергію, вже нездатну подолати прозорий «дах» установки; «термо-сифонний ефект», тобто властивість рідини при нагріванні підніматися вгору, витісняючи при цьому більш холодну воду і примушуючи її переміщуватися до місця нагріву. Слід також зазначити, що при розробці сонячного колектора враховується і ефект накопичення та збереження теплової енергії. Існують різні типи сонячних колекторів, що відрізняються зовнішніми формами, будовою поглинаючих поверхонь і акумулюючих засобів (рис. 1) [10].

---

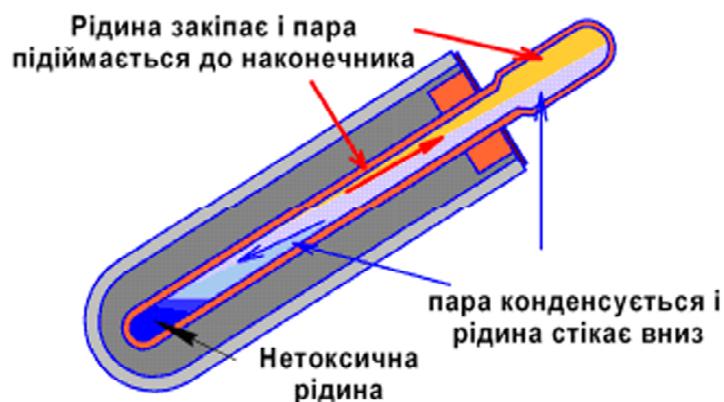


Рис. 1. Теплообмін в тепловій трубці сонячного колектора

Сонячний водонагрівач з вакуумними трубами показує задовільні результати навіть у хмарні дні, тому що труби сонячного колектора здатні поглинати енергію інфрачервоних променів, які проходять через хмари. Завдяки ізоляційним властивостям вакууму вплив вітру та низьких температур на роботу вакуумних трубчатих геліоколекторів абсолютно нівелюється у порівнянні з плоскими геліоколекторами. Системи на основі вакуумних сонячних колекторів успішно нагрівають воду, навіть коли на вулиці  $-35^{\circ}\text{C}$ .

Труби геліоколектора мають круглу форму, завдяки чому кількість сонячної енергії, яка падає на сонячний колектор практично не змінюється протягом дня. Саме тому загальна кількість сонячного випромінювання, яке поглинає геліоколектор є значно більшою, якщо порівнювати таку систему з пласким сонячним колектором. Такий сонячний водонагрівач зовсім не вимагає обслуговування під час експлуатації [6, 27].

Сонячна система також є простою у ремонті. Геліосистема складається з таких основних частин (рис. 2 а, б):

- вакуумний сонячний колектор;
- насосний вузол для перекачки теплоносія від геліоколектора до бака акумулятора;
- контролер, який керує роботою геліосистеми;
- бак акумулятор гарячої води;
- піковий дogrівач (тепловий насос, електричний тен чи інше джерело).

Сонячні колектори здатні забезпечити безкоштовною тепловою енергією з квітня по жовтень. В інший період року вони дають частину теплової енергії [6, с.28]. Для ТОВ «Готель "Львів"» пропонуємо вакуумні сонячні колектори Atmosfera CBK-Nano. Це нова покращена модель, експлуатація якої можлива протягом усього року в будь-якому регіоні України (рис. 3).

Кожен з цих елементів конструктивно складається з вакуумної трубки з міцного боросилікатного скла, що витримує удари граду до 35 мм діаметром, з тришаровим поглинаючим покриттям, цільної тепlopровідної фольги і металевого конденсатора діаметром 14,2 мм і висотою 62 мм.

Рамою колектору служить каркас з міцного алюмінієвого сплаву. Основою для колектора може служити поверхня будь-якого типу: плоска, похила, прямовисна.

Рама несе стандартні ніжки для фіксації. Товщина металу каркаса — 2 мм. Термін служби рами без втрати конструкційних властивостей — не менше 25 років [12].

Додатково геліо колектор CBK-Nano 20-58-1800 може укомплектовуватися універсальними кріпленнями, що дозволяють здійснювати будь-який тип монтажу колектора. ККД колектора — 92 %.

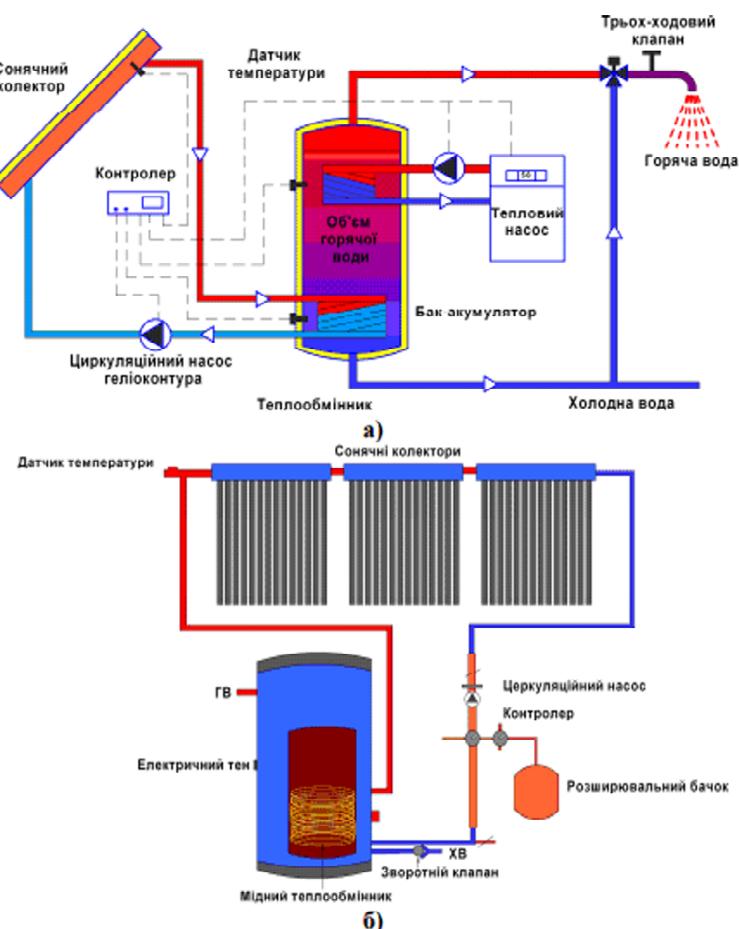


Рис. 2. Схеми геліосистем



Рис. 3. Зовнішній вигляд сонячного колектора CBK-Nano 20-58-1800

Не завжди застосування екологічних інновацій у діяльності готельних підприємств є економічно вигідним для них. Багато таких інновацій потребують значних капіталовкладень, а також не є дешевшими від тих, які готель використовує на даний момент. Для власника готелю екологічності інновації, яку його підприємство впроваджує, може бути недостатньо. Для нього буде важливим, щоб така інновація приносила ще й прибутки, чи зменшувала витрати готелю.

Запропонований комплекс заходів по впровадженню ресурсозберігаючих інноваційних технологій може допомогти готелю «Львів» скоротити обсяг витрат на комунальні послуги. Для підприємства комунальні платежі є однією з основних витратних статей. Зі зростанням тарифів на комунальні послуги, частка неухильно збільшується, що позначається на рентабельності готельного бізнесу.

Після аналізу фінансової звітності готелю, було досліджено, що прибутки готелю за два останні роки значно підвищилися. Тобто готельне підприємство розвивається. Але водночас потрібно не забувати про витрати, які щороку зростають. Впровадження ресурсозберігаючих технологій може сприяти у вирішенні цієї проблеми.

В наших кліматичних умовах сонячну енергію можна використовувати для створення цілорічних систем тепlopостачання. Такі технічні рішення реалізовані в багатьох країнах, розташованих значно північніше України.

Сонячна енергія в середніх широтах приносить від 900 до 1100 кВт\*год/(м<sup>2</sup>\*рік). Найбільшою перепоною для сонячних променів є хмари, тоді маємо тільки 100 Вт/м<sup>2</sup>. В середньорічному розрахунку можна оцінювати кількість сонячних годин до 1600.

Різні можливості використання сонячної енергії в містах України. Середній рівень сонячної радіації в місті Львів за місяць становить 2,92 кВт\*год/м<sup>2</sup>. Пікова енергія, яку взмозі надати сонячний колектор становить 1234 Вт/год. Тому за день від одного колектора можна отримати 30 кВт\*год/день. Для того, щоб нагріти потрібну кількість води необхідно встановити 34 колектора. Дах готелю «Львів» є плоским та становить 1680 м<sup>2</sup>. Виходячи з характеристики сонячного колектора Atmosfera СВК-Nano 20-58-1800, площа якого становить 3,05 м<sup>2</sup> бачимо, що розміщення такої кількості пристрій можливе.

Загальний обсяг кошторисних витрат на впровадження у готелі сонячних колекторів (СК) для гарячого водопостачання зображені у табл. 1.

Таблиця 1  
Кошторисні витрати на впровадження сонячних колекторів (СК)  
для гарячого водопостачання

Найменування	Од.	Кількість	Ціна, грн	Сума, грн
Сонячний колектор Atmosfera СВК-Nano 20-58-1800	Шт.	34	14 471,00	492 014,00
Бак-акумулятор емаль. 6000л (2нерж. теплообмінника)	Шт.	1	8000,00	8000,00
Контролер	Шт.	3	3520,00	1560,00
Насосний модуль Grundfos	Шт.	3	7700,00	23 100,00
Труба гофрована нерж. (Корея) 25x1 мм	М.	По факту	143,00	По факту
Теплоізоляція для труб високотемпературна (Корея)	М.	По факту	66,00	По факту
Розширювальний бак (Італія) 100 л.	Шт.	3	2640,00	7920,00
Незамерзаюча рідина (нетоксична, початок кристалізації -30 °C	Кг.	250	66,00	16 500,00
Монтаж	к-ст.	1	1800,00	1800,00
Разом:				550 894,00

Важливим для визначення доцільності втілення проекту є тривалість періоду, за який він окупиться. Окупність проекту допоможе визначити час, упродовж якого маса прибутку, одержана у зв'язку з капітальними вкладеннями, зрівняється або перевищить суму капітальних вкладень.

Визначивши, що розмір чистих інвестицій становитиме 829,07 тис. грн, можна обчислити термін окупності проекту. Розмір чистого доходу підприємства у 2015 році склав 2406 тис. грн. За умов, якщо підприємство в подальшому часі розвиватиметься стабільно і розмір чистого прибутку ТОВ «Львів» буде рівномірним, то термін окупності запропонованого проекту буде дорівнювати 0,5 роки. Тобто проект по впровадженню в експлуатацію готелю «Львів» комплексу ресурсозберігаючого обладнання окупиться за 0,5 року. Як зрозуміло, це дуже швидко, враховуючи затрати підприємства на оплату рахунків, можна стверджувати, що даний проект є дуже актуальним і потрібним.

Багато готелів у світі вже використовують запропоновані інноваційні технології. Як використання сонячних колекторів, які нагрівають воду за допомогою сонячних променів. Впровадивши в експлуатацію дану інновацію, а також дотримуючись бережливого ставлення до довкілля на всіх етапах своєї діяльності у всіх структурних підрозділах, готель «Львів» може спробувати пройти сертифікацію та отримати сертифікат, який засвідчуємо екологічно відповідальне господарювання підприємства, а це, у свою чергу, може стати додатковою принадою для туристів.

### Література

1. Закон України «Про інноваційну діяльність» [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/40-15>.
2. *Боблях С. Р.* Енергія Сонця [Текст] : моногр. / М. М. Мельнійчук, В. С. Мельник, Р. М. Ігнатюк // Відновлювальні джерела енергії. — Луцьк : Волинський національний університет ім. Лесі Українки, 2012. — 227 с.
3. *Гарбера О. С.* Основні теоретичні та практичні аспекти інноваційної діяльності в туристичному господарстві України [Текст] / О. С. Гарбера // Інвестиції: практика та досвід. — 2009 (№ 23). — С. 29–31.
4. *Гесець В. М.* Інновативно-інвестиційний шлях розвитку [Текст] // Банківська справа, 2003. — № 4. — С. 32–33.
5. *Дахно І. І., Бабіч Г. В., Барановська В. М.*, та ін. Зовнішньоекономічний менеджмент [Текст] : навч. посіб. — К. : Центр учебової літератури, 2012. — 568 с.
6. *Зурьян А.* Место под солнцем, или экономическое обоснование целесообразности использования солнечной энергии по сравнению с традиционными источниками энергии в устройствах для нагрева воды [Текст] // Альтернативні джерела енергії. — 2010. — № 5/6. — С. 26–28.
7. *Ілляшенко С. М.* Управління інноваційним розвитком: проблеми, концепції, методи [Текст] : навч. посіб. — Суми : ВТД «Університетська книга», 2003. — 278 с.
8. *Кардаш В. Я.* Товарна інноваційна політика [Текст] : підруч. / Кардаш В. Я., Павленко І. А., Шафалюк О. К. — К. : КНЕУ, 2002. — 266 с.
9. *Кудря С. О.* Атлас енергетичного потенціалу відновлювальних і нетрадиційних джерел енергії України [Текст]. — Київ : Інститут електродинаміки, 2001. — 40 с.
10. *Лабейш В. Г.* Нетрадиціонные и возобновляемые источники энергии [Текст] : учеб. пособ. — СПб. : СЗТУ, 2003. — 79 с.
11. *Повітчан В. В.* Визначення сутності деяких категорій інноватики [Текст] / В. В. Повітчан // Економіка розвитку. — 2005. — № 2 (34). — С. 6.
12. Вакуумные солнечные коллекторы Atmosfera [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.atmosfera.ua/produkciya/vakuumnye-solnechnye-kollektory-atmosfera>.
13. Чиллер — фанкойл, особенности и использование системы [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [http://www.rfclimat.ru/htm/con\\_chiller.htm](http://www.rfclimat.ru/htm/con_chiller.htm).

Клапчук М., В., Липна К. П.

**ТЕХНИЧЕСКИЕ ЭНЕРГО-СБЕРЕГАЮЩИЕ ИННОВАЦИИ  
В ЗАВЕДЕНИЯХ РАЗМЕЩЕНИЯ  
(НА ПРИМЕРЕ ГОСТИНИЦЫ «ЛЬВОВ»)**

*В статье исследовалась целесообразность и эффективность внедрения технических инноваций в деятельности гостиничного предприятия «Львов». Возможность использования экологически чистой, повсеместно доступной, неисчерпаемой солнечной энергии конкретными средствами, в частности солнечными коллекторами, были исследованы и предложены заведениям размещения (на примере гостиницы «Львов»).*

*Ключевые слова: инновации, организации размещения, энергосберегающие технологии, гостиница «Львов».*

*Klapchuk M. V., Lypna K. P.*

**ENERGY SAVING TECHNICAL INNOVATION IN ACCOMMODATION ESTABLISHMENTS (FOR EXAMPLE AT HOTEL «LVIV»)**

*The feasibility and effectiveness of introduction of innovative technologies of the hotel enterprise «Lviv» were studied in the paper. The ability to use environmentally friendly, universally accessible, inexhaustible solar energy specific tools, including solar collectors, was investigated and proposed for accommodation establishments (for example at hotel «Lviv»).*

*Keywords: innovations, accommodation establishments, energy saving technology, the hotel «Lviv».*

*Розділ 9.*  
**АУДИТОРІЯ**

УДК 378.1

*Івашиків Лариса Ярославівна, к. б. н., доцент,  
Львівський інститут економіки і туризму*

**СУЧАСНИЙ ДОСВІД ОРГАНІЗАЦІЇ НАВЧАННЯ  
В СФЕРІ ВИЩОЇ ОСВІТИ**

У статті розглядається сучасний досвід організації навчання в сфері вищої освіти. Було підкреслено, що система вищої освіти постійно змінюється. Встановлено, що в педагогічному процесі, поряд з традиційними методами та формами навчання, такими як лекції та інші, дуже важливими є такі, як самостійна робота студентів та використання інтерактивних методів навчання: дискусія, ділові ігри, метод проектування, метод аналізу конкретних ситуацій, кооперативний метод навчання, комплексний метод навчання, метод мікровикладання. Було розглянуто роль викладача в сучасних умовах освітнього процесу. Особливу увагу приділено аналізу сучасних підходів до самостійної роботи студентів в системі вищої освіти: персональне навчання, польове та інтегроване навчання, навчання і практика за кордоном.

**Ключові слова:** вища освіта, сучасні освітні технології, самостійна робота студентів

На теперішній час вища освіта в Україні та за кордоном зазнає кардинальних змін. Відбувається пошук таких методів, засобів і форм організації навчальної діяльності, які б сприяли розвитку особистості студента як майбутнього висококваліфікованого фахівця, що здатен самостійно здобувати знання; критично та креативно мислити; опрацювати великі обсяги інформації; бути комунікальним та вміти адаптуватись до постійних змін умов життя.

Головний стратегічний напрямок розвитку системи вищої освіти в різних країнах світу лежить на шляху рішення проблеми особистісно орієнтованої освіти — такої освіти, у якій особистість студента була б у центрі уваги педагога, психолога, у якому діяльність навчання, пізнавальна діяльність, а не викладання, були б провідними в tandemі викладач-студент, щоб традиційна парадигма освіти викладач-підручник-студент була з усією рішучістю замінена на нову: студент-підручник-викладач. Саме так побудована система освіти в провідних країнах світу [12, 7–8].

Питання розвитку вищої освіти у різних країнах світу широко досліджується в науковій літературі [3; 5–9; 11–14].

Підготовка студентів в університетах Європи свідчить про наявність у них багатьох спільніх підходів до навчання: орієнтація на підготовку студентів до науково-дослідної роботи, гнучке і варіативне навчання, фундаменталізація навчання, професійна спрямованість змісту навчальних програм, традиційні форми організації навчання (лекція, диспут, семінар), можливість послідовного та паралельного отримання декількох спеціальностей, активне впровадження найсучасніших інформаційно-комунікаційних технологій, організація практичної підготовки студентів та високий рівень інтеграції вищих навчальних закладів з виробничими об'єднаннями [7].

Метою дослідження був аналіз сучасного досвіду організації навчальної діяльності у вищій школі.

Згідно Закону України «Про вищу освіту» навчальний процес у вищих навчальних закладах здійснюється в таких формах: навчальні заняття; самостійна робота; практична підготовка; контрольні заходи. Основними видами навчальних занять є: лекція; лабораторне, практичне, семінарське заняття, самостійна та індивідуальна роботи; консультація.

У вищій школі країн Європи, США та Японії відбувається удосконалення методів і організаційних форм навчання в напрямку забезпечення активної та самостійної теоретичної і практичної діяльності студентів [3; 8; 9].

Найпоширенішими є такі засоби удосконалення якості освітніх послуг, як:

- використання мультимедійних засобів навчання, інформаційно-комунікаційних технологій та Інтернет-ресурсів в освіті;
- впровадження дистанційних форм навчання та інтерактивних технологій навчання;
- перебудова учебових планів і програм на основі навчального проектування, інтеграції знань, умінь та навичок.

Традиційні методи навчання не втратили своєї актуальності, вони широко доповнюються інформаційно-комунікаційними технологіями. Зокрема, у провідних університетах США єдина оптоволоконна відеосистема здатна пов'язати між собою десятки, а іноді сотні аудиторій. Вона дозволяє демонструвати не тільки презентації навчального матеріалу, а й надає можливість читати інтерактивні лекції [11].

Завдяки широкій комп'ютеризації навчального процесу за кордоном, сучасні посібники дають можливість студентам всебічно опрацьовувати матеріал і контролювати цей процес самостійно.

Так, американські підручники сьогодні випускаються з великою кількістю додаткового матеріалу, ілюстраціями, графіками, слайдами комп'ютеризованими тестами, CD-дисками, на яких розміщені відеофрагменти, рольові ігри, опитувальники для самоперевірки тощо. На першій сторінці сучасного посібника, зазвичай, знаходитьться індивідуальний код, який надає доступ до спеціальної Інтернет-сторінки додаткових навчальних матеріалів і вони постійно оновлюються [11].

Не дивлячись на це, через стрімкий ріст обсягу інформації, відбулась переоцінка важомості та значення в навчальному процесі аудиторних і поза аудиторних заняття, на користь останніх. Поза аудиторні заняття розглядаються тепер як одна з основних форм навчального процесу. Головна ж мета лекцій — мотивування студента до навчання, скерування до самостійної роботи та практики, а не лише передавання інформації.

Зокрема, в Нідерландах для кожного предмета, що читається в будь-якому нідерландському інституті існує певний базовий навчальний посібник, який вибирається спеціально створеною комісією на конкурсній основі [5]. При цьому, вивченнякої нової теми курсу починається з самостійного ознайомлення студентами з навчальним матеріалом, а оцінювання ступеня підготовленості здобувачів вищої освіти відбувається під час аудиторної роботи з викладачем.

Видатний німецький педагог А. Дістервег зазначав: «Зі знанням повинно бути обов'язково пов'язане вміння... Сумнє явище, коли голова учня наповнена великою кількістю знань, але він не навчився їх застосовувати, так що про нього доводиться сказати, що хоча він дещо знає, але нічого не вміє».

Для покращення ефективності і якості навчання в учебовий процес активно впроваджуються такі сучасні технології навчання, як: проблемне навчання (в основі якого пошукові методи, використання проблемних завдань); навчання, яке розвиває (залучення до різних видів діяльності); диференційоване навчання (включає методи індивідуального навчання); інтерактивне навчання (включає методи активного та інтерактивного навчання); ігрове навчання (імітація професійної діяльності за допомогою ігрових методів навчання); навчання розвитку критичного мислення (включає інтерактивні методи навчання).

Нові технології навчання у дидактичному процесі ВНЗ є доповненням та розширенням традиційних методів навчання, їх широке застосування під час аудиторних занять та самостійної роботи сприяє набуттю студентами пізнавального, наукового та практичного, професійного досвіду.

Особливого значення в педагогіці співробітництва набуває інтерактивне навчання [2]. Інтеракція у психології — це здатність взаємодіяти або знаходитися в режимі діалогу чи бесіди. У педагогіці — це спосіб пізнання, за якого усі учасники освітнього процесу взаємодіють один з одним: обмінюються інформацією, вирішують проблеми спільно, моделюють ситуації, оцінюють дії колег і свою власну поведінку, занурюються в реальну атмосферу ділової співпраці при вирішуванні проблем.

Серед величого різноманіття сучасних інтерактивних методів навчання, найпоширенішими у вищій школі є: дискусія, ділова гра, метод проектів (зокрема, виконання дипломних проектів прописане навчальних планах підготовки фахівців у ВНЗ в різних країнах світу), метод кейсів, метод навчання у співпраці, метод інтегрованого навчання, метод мікровикладання (доцільний при навчанні магістрантів у ВНЗ). Суть цих методів представлено в табл. 1.

У нових умовах навчального процесу кардинально змінюється роль викладача вищої школи. Головним професійним завданням сучасного викладача є організація процесу

Таблиця 1  
Сучасні інтерактивні методи навчання у вищій школі

Інтерактивні методи навчання	Суть методу
Дискусія	Це публічне обговорення або вільний обмін знаннями, судженнями, ідеями, думками з приводу будь-якого суперечливого питання, проблеми, зіткнення різних точок зору, позицій. Підвищує інтенсивність і ефективність учбового процесу за рахунок активного включення здобувачів вищої освіти в колективний пошук істини.
Ділова гра	Імітація реального життєвого (виробничого, соціального, культурного) процесу, яка є своєрідним проектуванням діяльності. Викликає інтерес до навчання. Сприяє кращому розумінню діяльності, яка відтворюється в грі, демонстрації набутих компетенцій.
Метод проектів	Процес вирішування проблеми здійснюється через спільну діяльність учасників групи, за якої кожен учасник самостійно та вмотивовано набуває знань із різних джерел, вчиться їх використовувати, проводити науково-дослідну роботу, системний аналіз.
Метод колективного аналізу ситуацій (кейс-метод)	Формування проблеми та шляхів її вирішення відбувається на основі кейсу (конкретної ситуації), яка є і завданням, і джерелом інформації до дій. Метод є способом колективного навчання, головними складовими якого є робота в групах і підгрупах, взаємообмін інформацією.
Метод навчання у співпраці («навчання в команді»)	Навчання у співпраці вважається в світовій педагогіці найбільш успішною альтернативою традиційним методам. Метод розроблений в Університеті Джона Хопкінса. Успіх групи досягається тільки в результаті самостійної роботи кожного члена групи в постійній взаємодії з іншими членами групи при роботі над темою, яка вивчається.
Метод інтегрованого навчання	Заснований на принципах міждисциплінарної інтеграції у навчальному процесі, що дає змогу об'єднати знання, уміння, і практичні навички з різних дисциплін на всіх етапах підготовки фахівця. Процес інтеграції, як один із найперспективніших напрямів сучасної освіти, знаходиться в експериментальній стадії. Він активно впроваджується в освітній процес для здобувачів вищої освіти старших курсів у Львівському інституті економіки і туризму, де інтегруються між собою ключові фахові дисципліни поряд із іноземними мовами та інформаційними технологіями [1].
Метод мікровикладання	Це спосіб організації навчання, що моделює викладання (або моделює окремі види педагогічної діяльності). Основна увага під час мікровикладання спрямована не стільки на те, що викладається, скільки на те, як це викладається. Надає можливості магістрантам набувати практичних вмінь підготовки до педагогічної діяльності, зокрема, володіння аудиторією, ораторських здібностей та умінь самоаналізу

навчання, яка вимагає володіння викладачем такими вміннями, як: організація самостійної активної пізнавальної діяльності здобувачів вищої освіти, компетентне консультування, координація та стимулювання самостійної роботи, регулярне діагностування діяльності здобувачів освіти.

Детально аналізуючи педагогічний процес вищої школи Японії, Пододіменко І. І. зазначив, що викладачеві необхідно володіти вмінням комплексно планувати завдання навчання та виховання, розвиваючи здібності студентів на основі вивчення їх реальних можливостей, правильно добирати методи, засоби та форми організації навчання, здійснювати диференційованих підхід до студентів, за необхідності оперативно корегувати обраний варіант навчального процесу [9].

У психолого-педагогічній літературі наголошується на роботі викладача у якості тьютора та фасилітатора.

Тьютор (лат. *tutor*, англ. *tutor* — спостерігаю, піклуюсь) — це педагог-наставник, опікун, який керує невеликою групою студентів (5–10 осіб), допомагає їм у навчанні, обговорює питання лекцій, курсових, проблемні питання, стежить за навчальною діяльністю здобувачів вищої освіти, спрямовує їхню професійну підготовку.

Тьюторські заняття виникли в коледжах та університетах Великої Британії (Оксфордському, Кембриджському) і в університетах США (Гарвардському, Бристольському) [4]. Ці заняття і зараз практикуються в англійських ВНЗ, вони є обов'язковими. Тьютор готується до кожного заняття, які відбуваються за графіком, він сприяє створенню сприятливої психологічної атмосфери для навчання.

Слід відмітити, що у вищих навчальних закладах Німеччини до різного виду тьюторської роботи зі студентами перших, других курсів залишаються студенти старших курсів із отриманням платні [6]. Таким чином, вони набувають власного досвіду та отримують при цьому добру мотивацію.

Фасилітація (від англ. *facilitate* — полегшувати) — це стимуляція та ініціювання індивідів до навчання, яке сприяє розвитку їхніх особистісних цінностей. Уперше це явище було виявлено наприкінці XIX ст. французьким науковцем Ш. Фере, а науково зафіксовано в дослідженнях американського психолога Н. Триплетта. У педагогічну теорію та практику термін «fasilitація» був введений відомим психотерапевтом і педагогом К. Роджерсом.

К. Роджерс хотів відійти від слова «вчитель» й усюди його замінити на «фасилітатор», тобто такий організатор заняття, якого понад усе цікавлять потреби та запити тих, хто навчається, який перед заняттям думає не про те, як засвоїти усі дидактичні одиниці, а про те, як створити настільки сприятливу атмосферу, щоб ті, хто навчається, захотіли знати й задовольнили свої інтелектуальні та соціокультурні запити [13].

Цікавим є досвід організації самостійної активної пізнавальної діяльності здобувачів вищої освіти у різних вищих навчальних закладах світу, що відбувається у різних формах: персоналізоване, польове та інтегроване навчання, навчання і практика за кордоном. Основна увага при цьому звертається на:

- переорієнтацію мети самостійної роботи із відходженням від простого засвоєння знань, набуття умінь і навичок до набуття професійного досвіду, розвитку внутрішньої і зовнішньої самоорганізації майбутнього фахівця;

- підвищення мотивації виконання самостійної роботи із наголошенням на її важливості. Зокрема, однією з мотивацій виконання роботи є включення завдань самостійної роботи до складової частини курсових та дипломних робіт; накопичення індивідуальних завдань певної тематики протягом усього періоду навчання здобувачів вищої освіти, починаючи із перших, других курсів;

- тісний зв'язок навчальної діяльності та практичної підготовки із майбутньою професійною діяльністю фахівців.

У США широко запроваджується персоналізоване навчання (personal system instruction) за планом Келлера, коли студенти виконують індивідуальну тестову роботу, що супроводжується показом кіно-відео-фільмів, прослуховуванням фонограм, виконанням спеціальних завдань. При цьому вони можуть вибірково відвідувати лекції та практичні заняття, консультуватись із викладачами з проблемних питань, виконувати самостійну роботу та готувати письмові звіти [8; 14, 19].

Система Ф. С. Келлера поширенна в США при викладанні природничих та соціально-гуманітарних дисциплін. У цій системі важливим є забезпечення навчального процесу повним навчально-методичним комплексом дисциплін. Здобувачі вищої освіти при цьому можуть навчатись із індивідуальним темпом засвоєння знань. Тобто, після засвоєння окремих тем дисципліни, вони їх здають й отримують консультацію до подальшого навчання. Практикується до поточного контролю навчання та консультування залучати аспірантів, або студентів, які на «відмінно» засвоїли певні дисципліни.

Також, студенти деяких університетів в США мають можливості вибрати варіант «польового» навчання (Field Studies) у провідних комерційних та некомерційних організаціях США під керівництвом викладачів факультету. Польове навчання проводиться групами з трьох і більше чоловік протягом повного або половини академічного року. Результати проекту повинні бути оформлені письмово разом із практичними рекомендаціями. Спонсорські організації, викладацький склад, менеджери тих організацій, у яких проходить дослідження, а також самі студенти разом оцінюють якість роботи та її ефективність. Це дозволяє студентам вже з початку навчання ставитися до практики не як до відпочинку від навчання, а як до серйозної діяльності, що приносить крім досвіду й фінансове забезпечення [3].

У Нідерландах однією з форм самостійної роботи студентів, є наявність в навчальному плані так званого інтегрованого курсу, протягом якого невеликі групи студентів (3–5 чол.) працюють над вирішенням проблеми, заснованої на реальній інформації (наданої компанією, з якою співпрацює ВНЗ) і вимагає застосування знань, отриманих з декількох вивчених раніше дисциплін [5].

Тісний зв'язок навчального процесу у ВНЗ Нідерландів із можливими сферами майбутньої діяльності студента проявляється не лише проходження практики на конкретних робочих місцях, а в тому, що по кожній дисципліні, яка читається в ВНЗ, призначається консультант з компанії, що співпрацює з певним навчальним закладом [5].

Цікавим є те, що у ВНЗ Нідерландів організація проходження практики здобувачів вищої освіти залежить від профілю підготовки фахівців.

Так, наприклад, в Лімбургійській Школі Економіки на більшості факультетів студенти проходять практику двічі: протягом одного (осіннього) семестру третього курсу і протягом останнього семестру четвертого курсу перед захистом диплома бакалавра. Для студентів факультету міжнародного бізнесу ця схема змінена: весь третій курс вони зобов'язані провести за кордоном, один семестр навчаючись в подібному ж навчальному закладі, а протягом іншого — працюючи на реальному робочому місці в тій же країні. Однак, при такій системі, яка дійсна для факультетів міжнародного бізнесу всіх вузів Нідерландів, студенти не мають спеціально відведеного часу на проходження переддипломної практики і пишуть дипломну роботу протягом заключного семестру паралельно з аудиторного роботою [5].

Навчання та практика за кордоном підвищує мобільність студентів та згідно з Болонською конвенцією активно впроваджуються у вищі освіті. Так, важливим кроком уряду Німеччини щодо навчання студентів за кордоном є ініціатива BMBF (Федерального міністерства освіти та досліджень) до 2015 року подвоїти кількість студентів, які навчаються та проходять практику за кордоном [10, 7].

Слід відзначити, що у Львівському інституті економіки і туризму також добре налагоджено міжнародне фахове стажування та практична підготовка здобувачів вищої освіти у різних організаціях, пов'язаних із туризмом — туристичних фірмах, готельно-відпочинкових комплексах, закладах ресторанного господарства таких країн, як: Польща, Греція, Італія, Німеччина, Швейцарія, Франція, Єгипет, Туреччина та США. Це не тільки сприяє вивченню на власному досвіді аспектів професійної діяльності у різних країнах світу, але й підвищує можливості студентів для вивчення іноземних мов.

Таким чином, аналіз сучасного досвіду організації навчальної діяльності у вищій школі засвідчив про необхідність її переорієнтації в напрямку підвищення самостійної активної пізнавальної діяльності здобувачів вищої освіти протягом усього періоду навчання. Для цього вважаємо за необхідне:

- запровадити систему консультування здобувачів вищої освіти із виконанням самостійної роботи, що дасть змогу посилити консультаційно-методичну роль викладача;
- планувати стажування викладачів вищих навчальних закладів з метою ширшого впровадження в освітній процес інноваційних освітніх технологій навчання, а також, оволодіння методикою планування індивідуальних освітніх програм самостійного навчання здобувачів вищої освіти;
- залучати до співпраці широке коло фахівців із різних дисциплін та профільних підприємств, з метою вирішення проблеми інтеграції елементів навчання в систему організації самостійної позааудиторної роботи здобувачів вищої освіти;
- більше уваги приділяти посиленню зв'язків вищої школи із виробництвом.

### **Література**

1. *Івашків Л. Я.* Інтегрований підхід до профільно-професійної підготовки фахівців-технологів харчування для галузі туризму [Текст] / Л. Я. Івашків, І. Я. Козій, Ю. О. Матвій-Лозинська // Вісник Львівського інституту економіки і туризму : зб. наук. ст. / М-во освіти і науки України, Львівський інст.-т економіки і туризму ; [редкол. : І.О. Бочан та ін.]. — Львів : ЛІЕТ, 2015. — № 10. — С. 126–133.
2. *Івашків Л. Я.* Інтерактивні методи навчання: теоретичні та прикладні аспекти / Л.Я. Івашків [Текст] // Вісник Львівського інституту економіки і туризму : зб. наук. ст. / М-во освіти і науки України, Львівський інст.-т економіки і туризму ; [редкол. : І.О. Бочан та ін.]. — Львів : ЛІЕТ, 2012. — № 7. — С. 88–93. — ISSN 978-966-2400-13-7.
3. *Корнієнко В. В.* Форми та методи організації навчання бакалаврів гуманітарних наук з прикладної лінгвістики у вищих школах США [Електронний ресурс] / В. В. Корнієнко. — Режим доступу : [www.nbuu.gov.ua/old\\_jrn/Soc\\_Gum/pspo/2011\\_33/Kornienko.pdf](http://www.nbuu.gov.ua/old_jrn/Soc_Gum/pspo/2011_33/Kornienko.pdf).
4. *Ляшенко І. В.* Про стан і способи вдосконалення методики і форм проведення індивідуальної роботи зі студентами [Електронний ресурс] / І. В. Ляшенко // Народна освіта. — 2012. — Вип. 1 (16). — Режим доступу : [http://www.narodnaosvita.kiev.ua/Narodna\\_osvita/vupysku/16/statti/lyashenko.htm](http://www.narodnaosvita.kiev.ua/Narodna_osvita/vupysku/16/statti/lyashenko.htm).
5. *Магаєва М. В.* Организация самостоятельной работы студентов в ВУЗах Нидерландов [Электронный ресурс] / М. В. Магаева, А. Ф. Плеханова. — Режим доступу : [http://www.nntu.sci-nnov.ru/rus/nevs/archiv\\_n2.html](http://www.nntu.sci-nnov.ru/rus/nevs/archiv_n2.html).
6. *Маслова О. А.* Досвід організації вищої освіти в Німеччині [Електронний ресурс] / О. А. Маслова // Гуманізм та освіта–2010 : зб. наук. праць міжнар. наук.-практ. конф. — Режим доступу : <http://conf.vntu.edu.ua/humed/2010/txt/Maslova.php>.
7. *Погребняк Н. М.* Вища університетська освіта за кордоном: основні моделі, кваліфікації, наукові компетенції [Електронний ресурс] / Н. М. Погребняк // Ученые записки Таврійского національного ун-та им. В. И. Вернадского. Сер. «Проблемы педагогики средней и высшей школы». — 2013, № 2. — Том 26 (65). — С. 87–98. — Режим доступу : [sn-pedagogy.crimea.edu/arxiv/2013/uch\\_26\\_2\\_ped/008rogreb.pdf](http://sn-pedagogy.crimea.edu/arxiv/2013/uch_26_2_ped/008rogreb.pdf).
8. *Погребняк Н. М.* Сучасний етап піднесення вищої педагогічної освіти університетського рівня у західній Європі, США та Японії [Електронний ресурс] / Н. М. Погребняк // Ученые записки Таврійского національного ун-та им. В. И. Вернадского Сер. «Проблемы педагогики средней

и высшей школы». — 2013, № 1. — Том 26 (65). — С. 141–152. — Режим доступу : [http://sn-pedagogy.crimea.edu/arxiv/2013/uch\\_26\\_1\\_ped/010pogreb.pdf](http://sn-pedagogy.crimea.edu/arxiv/2013/uch_26_1_ped/010pogreb.pdf).

9. *Пододіменко І. І.* Форми та методи організації навчання бакалаврів комп’ютерних наук у педагогічному процесі вищої школи Японії [Електронний ресурс] / І. І. Пододіменко // Оновлення змісту, форм та методів навчання і виховання в закладах освіти. — 2014. — Вип. 9. — С. 46–48. — Режим доступу : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Ozfm\\_2014\\_9\\_16](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Ozfm_2014_9_16).

10. *Равчина Т.* Діяльність викладача вищої школи в контексті сучасної філософії освіти [Текст] / Т. Равчина // Вісник Львів. ун-ту. Серія педаг. — 2009. — Вип. 25. — Ч. 3. — С. 11–22.

11. *Стойка О. Я.* Деякі особливості організації навчального процесу у вищих навчальних закладах США [Текст] / О. Я. Стойка // Сер. Педагогіка, соціальна роб. — Вип. 28. — С. 159–161.

12. *Стрельников В. Ю.* Сучасні технології навчання у вищій школі [Електронний ресурс] : модульний посібник для слухачів авторських курсів підвищення кваліфікації викладачів МПК ПУЕТ / В. Ю. Стрельников, І. Г. Брітченко. — Полтава : ПУЕТ, 2013. — 309 с. — ISBN 978-966-184-195-56.

13. *Татаренкова И. А.* Преподаватель как фасилитатор инновационного образовательного процесса в ВУЗе [Электронный ресурс] / И. А. Татаренкова, В. Н. Кибец // Современные проблемы науки и образования. — 2015, № 1–1. — Режим доступу : <http://cyberleninka.ru/article/n/prepodavatel-kak-fasilitator-innovatsionnogo-obrazovatelnogo-protsessa-v-vuze>.

14. *Bridge W.* Self-study courses in undergraduate Science teaching. The report of a survey [Text] / W. Bridge // Higher education. — Amsterdam, 1976. — № 5. — P. 12–19.

*Івашиків Л. Я.*

## **СОВРЕМЕННЫЙ ОПЫТ ОРГАНИЗАЦИИ УЧЕБЫ В СФЕРЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

*В статье рассматривается современный опыт организации учебы в сфере высшего образования. Подчеркнуто, что система высшего образования постоянно изменяется. Установлено, что в педагогическом процессе, рядом с традиционными методами и формами учебы, такими как лекции и другие, очень важными являются такие, как самостоятельная работа студентов и использование интерактивных методов учебы: дискуссия, деловые игры, метод проектирования, метод анализа конкретных ситуаций, кооперативный метод учебы, комплексный метод учебы, метод микропреподавания. Была рассмотрена роль преподавателя в современных условиях образовательного процесса. Особенное внимание уделено анализу современных подходов к самостоятельной работе студентов в системе высшего образования: персональная учеба, полевая и интегрированная учеба, учеба и практика за рубежом.*

*Ключевые слова:* высшее образование, современные образовательные технологии, самостоятельная работа студентов.

*Ivashkiv L. Ya.*

## **THE MODERN EXPERIENCE IN ORGANIZATION OF LEARNING ACTIVITIES IN HIGHER EDUCATION**

*The article examines the modern experience in organization of learning activities in higher education. It has been underlined that the system of higher education is changing constantly. It is established that in the pedagogical process, along with traditional methods and forms of teaching, such as lectures and others, very important are such as of students' independent work and interactive teaching methods: discussion, business game, design method, case method, cooperative method training, integrated training method, microteaching method. It is examined the role of teacher in the modern conditions of educational process. The attention is focused on the analysis of modern approaches to students' independent work in higher education: personal system instruction, field studies and integrated education, training and practice abroad.*

*Key words:* higher education, modern educational technology, students' independent work.

УДК 338.48-6:37.013

Ташак Мирослава Степанівна,  
*Національний університет «Львівська політехніка»,  
 Саницька Алла Орестівна,  
 Львівський інститут економіки і туризму*

## **ПЕДАГОГІЧНІ УМОВИ ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНИХ ТА ОСОБИСТІСНИХ ЯКОСТЕЙ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ СФЕРИ ТУРИЗМУ**

*В статті розглянуто питання професійної та особистісної підготовки майбутніх фахівців у системі туристичної освіти, формування стратегічного мислення, здатності орієнтуватися та готовності до адекватних рішень у складних ринкових перетвореннях, зважаючи на інтереси та особливості туристичного сектору.*

*Ключові слова:* знання, освіта, туристична освіта, сфера туризму, фахівець з туризму, фундаментальне навчання, технічне навчання, особисті здібності, професійні якості, особисті якості.

Знання є одним з важливих факторів розвитку економіки. Їх створення, адаптація до оточуючого середовища (життевого, професійного), використання, а далі — перетворення в джерело прибутку є вирішальними для стійкого економічного росту країни, підвищення рівня життя її громадян. Тому системі освіти як соціальному інституту створення людського, а у майбутньому і фінансового капіталу, визначена провідна роль.

В Європі пропагується безперервна освіта. Можливість пізнавальної діяльності протягом життя з метою розширення знань, удосконалення вмінь і компетенцій — в особистісній, цивільній, соціальній перспективі, і/або у зв'язку із професійною зайнятістю реалізується завдяки формальній, неформальній (наприклад, досвід, придбаний у процесі трудової діяльності) та «інформальній» (що здобувається у ситуаціях повсякденного спілкування) формах освіти.

В Україні задекларовані принципи єдності, наступності та безперервності освіти. Системі вищої освіти визначена роль дієвого важеля вітчизняної економіки за умови тісного зв'язку з науковою та виробництвом.

Таким чином, найважливішим завданням сьогодення є створення інноваційного освітнього простору з урахуванням запитів особистості, потреб суспільства і держави.

Тенденції розвитку туристичної сфери як важливого фактору міжгалузевих зв'язків і ринкових відносин в економіці України зумовили з боку держави підвищений інтерес до питань професійної підготовки фахівців сфери туризму (Стратегія розвитку туризму та курортів України на період до 2022 року (2013)). Впровадження в освітній процес напряму підготовки «Туризм» стало початком становлення вітчизняної вищої професійної туристичної освіти.

На сьогодні в Україні професійну підготовку фахівців з туризму здійснюють понад 100 закладів вищої освіти (ЗВО). Однак низький рівень співпраці між туристичними підприємствами та навчальними закладами не сприяє становленню фахівців високої якості з туризму. Попри все, заклади вищої освіти зацікавлені в тому, щоб фахівці з туризму були конкурентоспроможними на ринку праці, бо це є показником рівня професійної діяльності кадрового складу закладу, його престижності.

Система вітчизняної туристичної освіти потребує суттєвого вдосконалення у напрямі підвищення якості освітніх послуг, модернізації її змісту, впровадження інноваційних педагогічних систем. Це сприятиме скороченню до мінімуму непродуктивної навчальної діяльності, забезпеченням партнерських стосунків між сферою освіти, науки та праці, формуванню необхідних професійних та особистісних якостей майбутніх фахівців.

Узагальнюючи вище сказане, можемо стверджувати, що в сучасних суспільних умовах пряма залежність кваліфікації кадрів у туризмі від рівня туристичної освіти відносить формування професійних та особистісних якостей майбутніх фахівців сфери туризму до проблем педагогічної теорії та практики, що потребує вивчення.

Дослідження професійної підготовки фахівців з туризму науковцями приділяється значна увага. Слід відзначити доробок учених: Т. Борейко, Т. Власової П. Олійник, Л. Поважної, М. Скрипник з питань розробки теорії становлення й розвитку системи неперевної професійної туристичної освіти; Д. Єрмилової, Т. Єфімцевої, Л. Курило щодо обґрунтування системи підготовки кадрів для туризму за основними спеціальностями; І. Зорін, В. Кальней щодо концепції професійної освіти й змісту навчання на різних ступенях багаторівневої підготовки фахівців; Г. Бабій, О. Гагаріної стосовно вивчення професійно значущих якостей фахівців у сфері туризму. Водночас аналіз літературних джерел дає підстави зробити висновок, що дослідженням особливостей формування професійних та особистісних якостей майбутніх фахівців сфери туризму приділялось не достатньо уваги.

Метою статті є теоретично обґрунтувати педагогічні умови формування професійних та особистісних якостей майбутніх фахівців сфери туризму.

Сфера туризму є багатогалузевою, що потребує підготовки фахівців за різними напрямами, спеціальностями та спеціалізаціями. Умовою успішного її розвитку є відповідне кадрове забезпечення. Тобто це спеціалісти, які здатні до ефективної самореалізації у професійній діяльності та виконання повного спектру професійних функцій. Однак, як зазначає Л. Лук'янова, ті протиріччя, які виникають сьогодні «між зростаючими потребами населення у туристських послугах і можливостями їх задоволення туристською індустрією, між змінами в конкурентній ситуації та недостатньою компетентністю кадрів у різних сферах туристської діяльності — управлінській, економічній, екологічній, правовій, фаховій» — вимагають удосконалення кадрової підготовки [5].

О. Любіщева переконує, що модернізація освіти в туризмі повинна базуватися на таких постулатах:

- фахова освіта формує людський (кадровий) капітал туризму, від якості якого залежить ефективність (економічна, соціальна) туристичної діяльності;
- туристична освіта спирається на наукові дослідження в сфері туризму;
- туристична освіта, базуючись на прогнозуванні розвитку туризму (від глобального до локального масштабів), має спиратися в першу чергу на парадигму сталого розвитку як найбільш прогресивну ідею сучасності [6, 33].

На думку Л. Сакун, і ми з нею погоджуємося, у підготовці фахівців для сфери туризму важливими є три аспекти: фундаментальне навчання; технічне навчання; особисті здібності [7, 32].

Якість професійних знань майбутніх фахівців сфери туризму залежить від дієвості таких педагогічних принципів, як цілісний підхід до змісту освіти і професійної підготовки, врахування органічної єдності загального і професійного навчання, міцного зв'язку теорії й практики.

На жаль, сьогодні залишається актуальною проблема невідповідності структури знань, умінь молодих фахівців з туризму виробничим вимогам, що є наслідком відсутності системних зв'язків між виробництвом, науковою й освітою. Випускники, які працюють у турфірмах, свідчать, що у ЗВО лекції читають дуже узагальнено і не порушують проблематику практичного досвіду, на практичних заняттях не завжди є змога працювати з інтерактивними системами, які мають практичне застосування на підприємствах галузі. Роботодавці, у свою чергу, підкреслюють, що галузеві ЗВО складають навчальні програми, у яких відсутні елементарні, але дуже необхідні з практичної точки зору тематики.

То ж для кадрового педагогічного корпусу ЗВО з підготовки фахівців для сфери туризму першочерговим завданням є орієнтація на якісну професійну діяльність щодо: розробки навчальних планів та робочих програм дисциплін, адекватних за змістом професійним компетенціям відповідно до потреб ринку праці; спрямованості викладання навчальних дисциплін на організацію різноманітної міжособистісної взаємодії; організації діяльності студентів у тих її видах, які репрезентують стратегію міцного зв'язку теорії, науки й практики.

Надання різних видів туристських послуг випускниками ЗВО передбачає широкий обсяг фундаментальних знань з фахових, організаційно-управлінських та економічних дисциплін, а також знання з правових, соціальних, гуманітарних, культурологічних (зокрема, етнонаціональних), історичних, краснавчих, естетичних, рекреаційних, екологічних питань, знання психології, конфліктології, сучасних інформаційних технологій та програмних продуктів, знання кількох іноземних мов.

Проте, чисто теоретичні знання допомагають оволодіти лише первинними навикиами для роботи на підприємствах галузі. Їх недостатньо, щоб, працевлаштувавшись, наприклад, у туристичну агенцію, швидко і якісно підготувати основні документи з продажу турпродукту, забронювати на вимогу клієнта певний вид послуг, вирішити конфліктну ситуацію, прийняти рішення у нестандартній ситуації, розробити самостійно екскурсійний чи туристичний маршрут, груповий чи індивідуальний тур та розраховувати їхню вартість.

На нашу думку, вміння та навики виконувати повний спектр професійних обов'язків можуть формуватися у студентів як результат: практичного навчання у готелі, туристичному комплексі, турагенстві, екскурсійному бюро; практико-орієнтованої позааудиторної роботи (творчо-пошукова самостійна робота, практичні конференції, екскурсії на підприємства, стажування за кордоном, транснаціональна практика, міжнародні проекти та програми (наприклад, Темпус, Еразмус Мундус, Європейська асоціація професійних шкіл туристичного і готельного профілю, «Молодь у дії», «Вікно для зовнішньої співпраці», «Жан Моне» [2, 24]); професійно орієнтованої виховної роботи (конкурси, сюжетно-рольові ігри, що створені за аналогами підприємств сфери туризму, змагання, дні професій, групові дискусії); використання інформаційних технологій навчання (віртуальна туристична фірма, екскурсія чи готель, спеціалізовані комп'ютерні програми, пошукові системи).

Підсумовуючи вище сказане, можемо стверджувати, що змістом туристичної освіти повинна бути система знань, умінь, і навичок, які забезпечують підготовку до професійної діяльності. Навчальну діяльність студентів у ЗВО з підготовки фахівців для сфери туризму слід організовувати у тих її видах, способах і формах, які максимально зближують теорію, науку й практику.

Як і будь-яка сфера діяльності, сфера туризму висуває до фахівців, задіяних у ній, специфічні вимоги. Як професійна діяльність туризм вимагає компетентного підходу до виконання професійних обов'язків, а як сфера послуг для споживачів туристичного продукту передбачає створення системи міжособистісних стосунків, міжособистісний інформативний контакт, спілкування. Це обумовлює необхідність формування певних професійних та особистісних якостей майбутніх фахівців в процесі їх підготовки.

К. Трофімук об'єднує вимоги до фахівця з туризму у три групи: професійні, ділові та особисті [9].

Щодо професійних та ділових вимог, близькою до попередньої є думка О. Севаст'янової. Автор вважає, що «фахівець туристської діяльності повинен мати високий потенціал управлінської і виконавської діяльності, реалізований у різних напрямках туристської, рекреаційної і спортивної роботи, орієнтуватися в різноманітних соціально-економічних і організаційно-технічних проблемах. Йому повинні бути властиві еконо-

мічне мислення і широта поглядів, господарська обачність і заповзятливість, навики аналітичної оцінки ситуації, ініціативність і соціальна активність, знання психології людей і основ конфліктології» [8, 10].

В. Бебик наводить перелік вимог до фахівців туристичної сфери як випускників навчального закладу вже інноваційного освітнього простору, а саме: «різноманітні особистісні якості (комунікаційні, інтеграційні, високий рівень емоційної інтелігентності); високі стандарти поведінки; вміння управляти людьми; системне мислення; вміння вчитися від інших та адаптувати рішення до ситуації; відкритість; готовність до безперервного навчання; здатність знаходити спільну мову; вміння діяти у полікультурному оточенні; вміння управляти змінами» [1, 109].

І. Філоненко звертає більше уваги на значимість особистісного критерію у визначені кваліфікації кадрів у туризмі, оскільки праця у цій галузі передбачає постійну взаємодію та комунікацію у різних системах. На думку автора, вимоги особистісного характеру поділяються на загальні (порядність, витримка, почуття гумору, тактовність) та професійно значимі (відповідальність, комунікабельність, культура мовлення та поведінки, доброчесність, знання фольклору, мистецтва, політики тощо) [10, 59].

В. Лозовецька деталізує професійно значущі якості фахівця туризму, об'єднавши їх у три групи, а саме:

- психологічні: відкритість, емоційність, терпимість, емпатія, інтуїція, стійкість до стресу;
- мисленнєві: креативність, цілісність та критичність мислення, аналітичність, спостережливість;
- поведінкові: ініціативність, здатність до підприємництва, готовність до управлінських дій та ризику, комунікабельність. [4].

Співзвучною з І. Філоненко є думка Г. Цехмістрової, яка вважає, що «в жодній галузі індустрії, крім туризму, немає такої кількості працівників, які постійно перебувають у безпосередніх контактах зі споживачами її продукції. Тому людський фактор, особистісний капітал — кваліфікація, досвід, інтелект, моральна відповідальність, толерантність, ввічливість, сумлінне ставлення до своєї роботи в туризмі — посідають домінуючу позицію і відіграють кардинальну роль» [11, 68].

Л. Грибова приділяє значну увагу комунікативним умінням, що необхідні для розв'язання сучасних професійних завдань фахівцями галузі туризму: за мімікою співрозмовника розпізнавати його емоційний стан та «читати» невербальні рухи; вміння рефлекторно і нерефлекторно слухати співрозмовника і поділяти його точку зору; за зовнішністю визначати тип особистості, особливості темпераменту та характеру, інтелектуальний і культурний рівень; обирати для спілкування найбільш доцільний стиль; попереджати і розв'язувати міжособистісні конфлікти, обирати оптимальну стратегію поведінки у конфліктній ситуації; визначати оптимальну соціально-психологічну дистанцію в спілкуванні з співрозмовником, забезпечувати необхідний рівень персоналізації і статусної регламентації спілкування; впливати на співрозмовників, наполягати на своєму; знаходити емоційний контакт, налагоджувати відносини взаємної довіри і симпатії, виявляти доброчесність і тактовність у стосунках з людьми [3, 11–12].

Аналізуючи запропоновані дослідниками різні варіанти сукупності необхідних якостей працівників сфери туризму, можемо стверджувати, що кожен з науковців розглядає свій комплекс вимог до кваліфікації кадрів у галузі, причому, більшість з них акцентує увагу на тих вимогах, які обумовлені найбільш вагомим, як на їх думку, аспектом у підготовці сучасних фахівців (фундаментальним навчанням, технічним навчанням чи особистісними здібностями).

Однак роботодавці та споживачі туристичних послуг визначають кваліфікацію працівників сфери туризму як за професійним, так і особистісним критерієм. Тому у дослідженні ми віддаємо перевагу комплексу характеристик сучасної моделі фахівця галузі туризму за К. Трофімук і переконані, що формування цих характеристик в процесі навчання можливе лише за умови високого рівня організації теоретичної та практичної підготовки, єдності теорії та практики, створення сприятливих умов для розвитку особистих здібностей майбутніх фахівців.

Необхідність удосконалення процесу професійної підготовки фахівців з туризму зумовлена невідповідністю кваліфікаційної характеристики останніх вимогам ринку професійної праці, роботодавців, споживачів туристичних послуг.

Професійна підготовка фахівців з туризму потребує осмислення системного зв'язку між ідеями педагогічних наук і напрямами удосконалення практики туристичної підготовки.

Формування комплексу характеристик сучасної моделі фахівця галузі туризму слід розглядати через призму вирішення сукупних педагогічних завдань у підготовці майбутніх фахівців.

### **Література**

1. *Бебик В. М.* Болонський процес: перспективи і розвиток у контексті інтеграції України в Європейський простір вищої школи [Текст] : моногр. / за ред. В. М. Бебика. — Київ : МАУП, 2004. — 200 с.
2. *Волкова А. Ю.* Професійно-практична підготовка майбутніх фахівців туристичного профілю як проблема порівняльної педагогіки [Текст] / А. Ю. Волкова // Наукові записки НДУ імені М. Гоголя. Серія: Психолого-педагогічні науки. — Київ, 2011. — № 2.
3. *Грибова Л. В.* Організаційно-методичні засади підвищення кваліфікації фахівців сфери туризму [Текст] : автореф. дис. канд. пед. наук зі спеціальності 13.00.04 / Л. В. Грибова. — Вінниця, 2010. — 22 с.
4. *Лозовецька В. Т.* Концептуальні засади формування професійної компетентності фахівця туризму [Електронний ресурс] / В. Т. Лозовецька. — Режим доступу : <http://dok.znaimo.com.ua/docs/index-15862.html>.
5. *Лук'янова Л. Г.* Освіта в туризмі [Текст] : навч.-метод. посіб. для студ. вищих навч. закл. / Л. Г. Лук'янова. — Київ : Вища школа, 2008. — 719 с.
6. *Любіцева О. О.* Фахова освіта в системі сталого розвитку туризму [Текст] / О. О. Любіцева // Туризм: реалії та перспективи сталого розвитку : матеріали доп. Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 23–24 жовт. 2014 р.) / голова редкол. С. В. Мельниченко. — К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2014. — 418 с.
7. *Сакун Л. В.* Теорія і практика підготовки фахівців сфери туризму в розвинутих країнах світу [Текст] : моногр. / Л. В. Сакун. — К. : МАУП, 2004. — 399 с.
8. *Севаст'янова О. А.* Педагогіка туризму [Текст] : навч. посіб. для магістрантів ден. та заоч. форми навч. за спец. «Туризм» та «Готельно-ресторанна справа» / О. А. Севаст'янова. — Луганськ : Вид-во ЛНУ імені Тараса Шевченка, 2010. — 237 с.
9. *Трофімук К. В.* Основні вимоги до професійної діяльності фахівців з туризму [Електронний ресурс] / К. В. Трофімук. — Режим доступу : [http://www.archive.nbuv.gov.ua/portal/soc\\_gum/pfto/2010\\_12/](http://www.archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/pfto/2010_12/).
10. *Філоненко І. М.* Особливості та структура системи підготовки кадрів для туристичної сфери [Текст] / І. М. Філоненко // Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. Педагогічні науки. — 2012. — № 4 (239). — Ч II. — С. 59–64.
11. *Цехмістрова Г.* Моніторинг якості професійної туристської освіти [Текст] / Г. Цехмістрова // Вища школа. — 2005. — № 1. — С. 66–73.

Ташак М. С., Саніцкая А. О.

**ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ ФОРМИРОВАНИЯ  
ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ И ЛИЧНОСТНЫХ КАЧЕСТВ БУДУЩИХ  
СПЕЦИАЛИСТОВ СФЕРЫ ТУРИЗМА**

*В статье рассмотрены вопросы профессиональной и личностной подготовки будущих специалистов в системе туристического образования, формирование стратегического мышления, способности ориентироваться и готовности к адекватным решениям в сложных рыночных преобразованиях, учитывая интересы и особенности туристического сектора.*

*Ключевые слова:* знания, образование, туристическое образование, сфера туризма, специалист по туризму, фундаментальное обучение, техническое обучение, личные способности, профессиональные качества, личные качества.

Tashak M. S., Sanytska A. O.

**PEDAGOGICAL CONDITIONS OF FORMATION OF PROFESSIONAL  
AND PERSONAL QUALITIES OF FUTURE SPECIALISTS IN TOURISM**

*In the article the questions of preparation of future specialists in the system of tourism education, forming strategic thinking, ability to focus and readiness for adequate solutions in difficult market transformations were analyzed, given the interests and features of tourism sector.*

*Keywords:* knowledge, education, tourism, tourism education, specialist in tourism, fundamental education, technical education, personal skills, professional skills, personal qualities.

УДК 174.4:81'276.6

Баглай Оксана Ігорівна, к. п. н.,  
Тучапець Анастасія Андріївна, студентка,  
Львівський інститут економіки і туризму

## ПИТАННЯ ДІЛОВОГО ЕТИКЕТУ НА ЗАНЯТТЯХ З ІНОЗЕМНОЇ МОВИ ЗА ПРОФЕСІЙНИМ СПРЯМУВАННЯМ

*Обґрунтовується значимість вивчення ділового етикету на заняттях з іноземної мови за професійним спрямуванням у процесі професійної підготовки фахівця сфери туризму. Подається визначення термінів «міжкультурне спілкування», «професійне спілкування», «діловий етикет». Наголошується на важливості вивчення крає-та країнознавчої тематик студентами напрямом підготовки «Туризм». Аналізуються культурні особливості представників іноземних держав, проблеми діалогу культур та шляхи подолання можливих міжкультурних конфліктів з урахуванням норм ділового етикету.*

**Ключові слова:** діловий етикет, сфера туризму, майбутній фахівець сфери туризму, професійне спілкування, міжкультурне спілкування, іноземна мова за професійним спрямуванням, діалог культур, міжкультурні конфлікти, міжнародна співпраця.

Система вищої освіти в Україні потребує компетентнісного підходу до професійної підготовки майбутнього фахівця сфери туризму. Це вказує на необхідність вдосконалення системи підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації фахівців зокрема, зі сфери туризму, для посилення туристичного іміджу країни на міжнародному туристичному ринку.

Посилення процесу міжкультурної комунікації спричинене масовим подорожкам людей в інше соціокультурне середовище. Це передбачає проінформованість учасників таких процесів у різних галузях знань, активнішими стають економічні й культурні зв'язки між етносами і народами.

Аналіз теоретичних літератур щодо професійної підготовки майбутніх фахівців сфери туризму знайшов своє відображення у працях таких науковців: В. О. Квартальний, Ю. О. Матвіїв-Лозинська, В. С. Пазенок, Л. В. Сакун, В. К. Федорченко, Н. А. Фоменко, Н. С. Хмілячук, Г. С. Цехмістрова; проблемами міжкультурного спілкування займалися: Л. В. Кнодель, В. В. Кузьменко, І. Ф. Лощенова, А. К. Солодка, Н. В. Якса. Питання професійного спілкування розглядали такі дослідники як Л. В. Барановська, Н. В. Логутіна, С. О. Пілішек та ін.

Проте, аналіз літературних джерел щодо забезпечення культурологічного змісту професійної підготовки майбутніх фахівців сфери туризму, зокрема вивчення норм ділового етикету у процесі професійної підготовки таких фахівців, вказує на те, що цей аспект потребує подальшого вивчення.

Мета статті полягає в обґрунтуванні значимості вивчення ділового етикету на заняттях з іноземної мови за професійним спрямуванням у процесі підготовки фахівця сфери туризму.

Професійне спілкування властиве людям, які об'єднуються за спільними інтересами, при обговоренні яких вони виявляють свою компетентність. Тому такий вид спілкування дуже важливий для будь якої професійної діяльності, оскільки він перетворюється на засіб її умову вирішення проблем або завдань, тобто «професійне спілкування — це встановлення міжсуб'єктної взаємодії за допомогою знань про спілкування, врахування умов їх застосування за допомогою розвинутих комунікативних умінь і навичок» [1]. Культура професійного спілкування «синтезує в собі комплекс знань, цінностей, способів поведінки, необхідних у ситуаціях ділового спілкування, та вмінь гнучко реалізовувати

їх на практиці з метою забезпечення ефективної спільної діяльності» [1]. Отже, ефективне виконання професійних обов'язків фахівцем потребує системи знань, умінь і навичок професійного спілкування, від рівня сформованості яких залежить його якість.

Однією з основних компетентостей, яка формується у процесі вивчення дисципліни «Іноземна мова за професійним спрямуванням» є зміння вести професійне спілкування іноземною мовою, враховуючи національну приналежність та соціальні особливості мовця, мову якого ми вивчаємо шляхом ознайомлення з його культурними традиціями та цінностями. Культурологічний аспект при вивченні іноземної мови за професійним спрямуванням відіграє важливу роль у професійній підготовці майбутніх фахівців для галузі туризму.

Дамо, передусім, визначення терміну «міжкультурне спілкування». Міжкультурне спілкування — це цілеспрямований зв'язок між культурою відмінними людьми чи групами людей, завдяки якому відбувається обмін інформацією, культурними та духовними цінностями з урахуванням унікальності кожної з культур, їх самобутності та самоідентичності [1, 6].

Зважаючи на вищесказане, можна зазначати, що професійне спілкування розрізняється як процес обміну інформацією, метою якого налагодження взаємопорозуміння та взаємопізнання між учасниками професійної комунікації у певній діяльності [2, 54]. Таким чином, міжкультурне професійне спілкування — це професійне спілкування між представниками різних культур за допомогою вербалних та невербалних засобів комунікації. Передумовою успішного міжкультурного професійного спілкування вважається не тільки відмінне знання професії. Провідними рисами результативного міжкультурного професійного спілкування є соціолінгвістична та соціокультурна компетентності, які є елементами комунікативної компетентності іноземною мовою [3].

Принцип ділового етикету передбачає адекватну поведінку партнерів по бізнесу під час ведення ділових контактів. Мова ділового етикету сьогодення вимагає глибоких знань пристойності, уміння завоювати повагу колективу, а також з повагою відноситися до колег. Сутність поняття «діловий етикет» розглядаємо як знання правил поведінки у колективі чи суспільстві, які сприяють взаєморозумінню людей та є активними учасниками професійного спілкування. Успіх ділового контакту між партнерами залежить від: уміння правильно сприймати й розуміти партнерів по спілкуванню, взаємодія з ними, добирати аргументи і докази, виразно й зрозуміло висловлюватися, визначити рівень спілкування, враховуючи психологічний стан партнерів [4, 386].

Принцип діалогу культур передбачає знайомство з культурою країни, мова якої вивчається, поступається місцем міжкультурній взаємодії. Культурознавчий підхід до навчання іноземних мов є провідним, і наголошує на тому, що вивчення іноземної мови й оволодіння нею базується на досягненнях у галузі дослідження людини як носія мови, розуміння людини як мовної особистості, що несе в собі особливості національного мислення [1, 8]. Різниця картин світу буде проявляти себе не тільки в мові, лексиці та граматиці, а й у принципах категоризації, формах вираження незвичних для студента явищ [5].

Студенти другого курсу напряму підготовки 6.140103 «Туризм» Львівського інституту економіки і туризму вивчають дисципліну «Іноземна мова за професійним спрямуванням». Змістове наповнення цієї дисципліни, включає крає-та країнознавчі аспекти її вивчення. Мотивацією щодо вивчення іноземної мови служать професійна потреба студента стати висококваліфікованим фахівцем з високим рівнем іншомовної комунікативної компетентності. Основними завданнями вивчення дисципліни «Іноземна мова за професійним спрямуванням (англійська)» є:

- практичне ознайомлення з різними аспектами іноземної мови;
  - ознайомлення з культурними традиціями України;
  - ознайомлення з культурними традиціями країн, мову яких вивчають та країн континентальної Європи;
-

- готовність здійснювати професійне міжкультурне спілкування в різних змодельованих ситуаціях професійної взаємодії;
- здатність вести діалог культур з представниками різних національностей у процесі професійної взаємодії.

Студенти аналізують інформацію щодо можливих учасників міжкультурного діалогу, а саме, їхньої культурної приналежності, адже з ними необхідно укласти договір про співпрацю в тій чи іншій сфері діяльності. Аналіз культурних особливостей людей різних країн дозволяє зрозуміти як потрібно поводитись при зустрічі з німцями, італійцями чи арабами, на що потрібно звертати увагу при підготовці до зустрічі з іноземцями. А також, аналіз допомагає підібрати необхідну інформацію та систематизувати її. При цьому студенти діляться на групи і вирішують ситуативні завдання іноземною мовою та презентують їх перед групою. Таким чином, під час теоретично-практичного заняття студенти ознайомлюються з різними національними особливостями, вчаться думати різnobічно, аналізувати та систематизувати інформацію, розробляти план та робити відповідні висновки, швидко реагувати на зміни.

Візьмемо, для прикладу, ділову співпрацю з представниками країн Далекого Сходу. Уявлення представників китайської культури про діловий етикет є кардинально іншим у порівнянні з європейським. При спілкуванні (діловому чи буденному) фізичні контакти, такі як обійми, дотики, поцілунки, є неприпустимими. Вони можуть сприйняті такі дії за образу. Готовуючись до ділової зустрічі щодо налагодження співпраці китайські бізнес-мени особливу увагу приділяють збору інформації щодо теми ділових перемовин (інформація про організацію майбутнього партнера, власників, їхню ідеологію тощо), а також формування дружніх відносин та атмосфери. Дружня атмосфера на перемовинах відіграє для китайців велике значення, причому, зазвичай, вони ототожнюють її з особистими відносинами партнерів [6].

Звертаючись до китайця, необхідно пам'ятати, що прізвища в Китаї прийнято ставити попереду імені, тому при розмові з представником цієї національності потрібно називати його не по імені, а по прізвищу. Під час вітання спочатку слід потиснути руку людині, яка займає найвищу посаду і лише тоді вітатись з іншими працівниками. Також обов'язковим є обмін візитівками [5].

Китайські делегації зазвичай дуже великі, оскільки на ділові зустрічі приїжджають експерти з різних галузей. Структура проведення перемовин для китайців має 3 окремі етапи [7; 8]:

- початкове уточнення тем та підтем, предмету чи процесу;
- їх обговорення;
- заключний етап.

Початковий етап — це оцінка статусу кожного з представників компанії партнера. Велику увагу китайці приділяють зовнішньому вигляду партнерів, манері їх поведінки, відносинам серед колег. Провівши такий аналіз, китайці надалі орієнтуються на партнерів з більш високим статусом. Попри те, що це може бути директор підприємства або ж людина, яка на їхню думку має найбільший авторитет як серед своїх підлеглих, так і серед членів китайської делегації. Проводячи ділові зустрічі на своїй території, китайці, посилаючись на свої традиції, нерідко пропонують гостям виловлювати свої думки, пропозиції чи зауваження першими, щоб з'ясувати позицію партнера. Від китайців на початку переговорів цього домогтися важко, можна сказати, неможливо. Вони всіляко відбиваються загальними фразами. Не слід у такому разі показувати свого невдоволення або використовувати тиск.

На поступки китайці йдуть зазвичай під кінець переговорів, коли ними вже зроблена оцінка можливостей партнерів. Кінцеві рішення приймають не під кінець перего-

ворів в робочій атмосфері, а вдома, адже вони підлягають обговоренню з керівництвом китайської організації та їх схваленню [8].

Налагодження неформальних відносин із закордонними партнерами є важливою складовою китайського бізнесу. До неформальних відносин відносяться розмови про сім'ю, питання щодо сімейного стану та друзів, теми про інтереси та захоплення, запрошення в традиційні розкішні ресторани [7]. Тости вимовляються, але цокатися необов'язково. Якщо ж цокаються, то роблять це так: молодший повинен почаркуватися верхньою частиною свого келиха об ніжку келиха старшого, показуючи таким чином, що він ставить себе нижче.

У діловому житті Китаю є популярним вручення подарунків. Але подарунки дають виключно після укладання всіх угод. При цьому подарунки краще робити не конкретні особі, а всій фірмі, тому що місцеві звичаї можуть забороняти прийняття особистих подарунків. Китайці з відчайдухом приймають невеликі сувеніри. Не слід дарувати годинник, тому що на китайській мові слова «годинник» і «похорон» близькі за звучанням.

Працівники туристичної сфери повинні бути компетентними у питаннях професійного міжкультурного етикету, зокрема знати правила та норми ділового етикету та вміти їх застосувати у процесі професійної взаємодії. Тому інститут, який є профільним у сфері туризму, акцентує на цьому увагу. Таким чином виділяється достатня кількість аудиторних, практичних годин та годин для самостійного опрацювання, щоб якнайкраще навчити студента бути професіоналом як у цьому питання, так і в сфері туризму загалом.

Для майбутнього фахівця даної галузі такі знання є важливими, адже потреби туристів постійно зростаючі. З кожним роком потрібно відкривати нові напрямки туризму, нові країни, міста та місця, знаходити нових партнерів для більш вигідної співпраці. Багато суміжних підприємств не виживають серед високої конкуренції на ринку та закриваються, отже, потрібно шукати нові ділові зв'язки. Згідно з цими вимогами, працівники сфери туризму вимушенню наполегливо працювати, вивчати та аналізувати потреби постійних та потенційних клієнтів, передбачати можливі ситуації найближчого майбутнього згідно з поточними даними, відкривати нові та розвивати існуючі напрями, знаходити нових партнерів тощо. А для такої багатогранної діяльності необхідно не лише знання іноземних мов та своїх професійних обов'язків, а й знання про національні особливості та культурну принадлежність ділових партнерів. Тільки тоді працівник є справжнім професіоналом у туристичній галузі, є конкурентоздатним на ринку праці і може вести діалог культур на високому професійному рівні.

### Література

1. Баглай О. І. Формування готовності майбутніх фахівців міжнародного туризму до міжкультурного спілкування у професійній підготовці [Текст] : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. пед. наук : спец. 13.00.04 / О. І. Баглай. — Київ, 2013. — 20 с.
2. Довгополова Я. В. Формування толерантних відносин студентів у полікультурному середовищі вищого навчального закладу [Текст] : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. пед. наук : спец. 13.00.05 / Я. В. Довгополова. — Луганськ, 2007. — 20 с.
3. Пілішек С. О. Формування навичок професійного спілкування у полікультурному середовищі у майбутніх фахівців з міжнародних відносин [Текст] / С. О. Пілішек // Наукові записки. Серія «Філологічна». — Острог : Вид-во НУ «Острозька академія». — Вип. 30. — 2012. — С. 247–250.
4. Сисоєва С. О. Психологія та педагогіка [Текст] : підруч. / С. О. Сисоєва, Т. Б. Поясок. — К. : Мілениум, 2005. — 520 с.
5. Ушакова Н. І. Реалізація когнітивного аспекту підручника з мови навчання для іноземних студентів у міжкультурній парадигмі / Н. І. Ушакова // Вісник Харків. нац. ун-ту ім. В. Н. Каразіна [Електронний ресурс]. — Режим доступу : [http://www.nbuv.gov.Ua/portal/Soc\\_Gum/Vmuvnz/2008\\_12/st12/08ushrea.pdf](http://www.nbuv.gov.Ua/portal/Soc_Gum/Vmuvnz/2008_12/st12/08ushrea.pdf). — Загол. з екрану. — Мова укр.

6. Якса Н. В. Теоретичні засади професійно-педагогічної підготовки майбутніх учителів до взаємодії суб'єктів освітнього процесу в умовах полікультурності Кримського регіону [Текст] : монографія / Н. В. Якса. — Житомир : Вид-во ЖДУ ім. Івана Франка, 2006. — 433 с.
7. Burgess H. Misunderstandings [Електронний ресурс]. — Режим доступу : www.URL : http://www.beyondintractability.org/essay/misunderstandings
8. Xizhen Q. Misunderstanding cross cultural communication [Електронний ресурс]. — Режим доступу : www.URL : https://etd.ohiolink.edu/!etd.send\_file%3Faccession%3Dosu1299607062%26disposition%3Dinline.

*Баглай О. И., Тучапець А. А.*

## **ВОПРОС ДЕЛОВОГО ЭТИКЕТА НА ЗАНЯТИЯХ ПО ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКАМ ЗА ПРОФЕССИОНАЛЬНЫМ НАПРАВЛЕНИЕМ**

*Обосновывается значимость изучения делового этикета на занятиях по иностранным языкам за профессиональным направлением в процессе профессиональной подготовки специалиста сферы туризма. Подается определение сроков «межкультурное общение», «профессиональное общение», «деловой этикет». Отмечается на важности изучения страноведения тематики студентами направления подготовки «Туризм». Анализируются культурные особенности представителей иностранных государств, проблемы диалога культур, и пути преодоления возможных межкультурных конфликтов с учетом норм делового этикета.*

*Ключевые слова: деловой этикет, сфера туризма, будущий специалист сферы туризма, профессиональное общение, межкультурное общение, иностранный язык за профессиональным направлением, диалог культур, межкультурные конфликты, международное сотрудничество.*

*Baglay O. I., Tuchapets A. A.*

## **THE ISSUE OF BUSINESS ETIQUETTE DURING A FOREIGN LANGUAGE FOR PROFESSIONAL PURPOSES LESSON**

*The importance of business etiquette in the foreign language for professional purposes lesson during professional training of tourism business specialist is proved. The article contains definitions of the terms «intercultural communication», «professional communication», «business etiquette». The importance of the region-and country-specific themes' study for students of the «Tourism» training area is stressed. Cultural peculiarities of the representatives of foreign states, problems of dialogue of cultures and ways of dealing with the possible intercultural conflicts regarding the norms of business etiquette are analysed.*

*Key words: business etiquette, tourism, future specialist of tourism business, professional communication, intercultural communication, foreign language, dialogue of cultures, intercultural conflicts, international cooperation.*

*Розділ 10.*  
**ПОДІЇ. ІНФОРМАЦІЯ. РЕЦЕНЗІЇ**

Паньків Н. С.

**МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ  
«СТРАТЕГІЯ ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ  
ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ:  
СТАН ТА ШЛЯХИ СТАНОВЛЕННЯ»**

Світова економічна криза зумовила розгортання негативних процесів в економіці України, а саме: катастрофічно зменшився реальний ВВП, обсяги промислового виробництва, обсяги експорту, інвестиції в основний капітал. Масштабні втрати національної економіки на тлі світової економічної кризи обумовлені особливостями структури, в якій домінують сировинні експортопрісновані низько технологічні галузі економіки. Нестабільна військово-політична та економічна ситуація в країні, військова агресія на Сході України скоротили реальний ВВП у 2015 р. на 9,9 %, а обсяги промислової продукції на 13,4 %. Суттєво знизився рівень життя громадян України

Україні необхідно терміново приступити до модернізації та структурної перебудови економіки, зорієнтованої на інвестиційно-інноваційний шлях розвитку, що дасть змогу забезпечити доходи населення, збільшити попит на товари вітчизняного товаровиробництва, запровадить структурні зміни в економіці згідно цивілізаційного розвитку [1].

Україна має всі передумови, щоб в умовах нової економічної хвилі вийти на передові позиції та відігравати роль провідної країни світу: освічене населення, сировинну базу, зручне географічне розташування. Проте, щоб ефективно використовувати ці переваги, потрібно [2]:

- чітко встановити пріоритети інноваційного розвитку для кожної галузі;
- створити інноваційну інфраструктуру (технопарки, інноваційні центри, технологічні інкубатори) та налагодити їх ефективне функціонування;
- модернізувати українську енергетику та транспорт, які можуть стати важливими ринками збути для ресурсозберігаючих технологій;
- вдосконалити нормативно-правову базу державного регулювання та стимулювати інноваційну діяльність;
- створити ефективну мотивацію інноваційних процесів, забезпечити їх комерціалізацію та спрямування на задоволення ринкового попиту, з урахуванням національних стратегічних та геополітичних аспектів;
- створити позитивний інвестиційний клімат для покращення фінансування інноваційних проектів.

Питання формування стратегії інвестиційно-інноваційного розвитку економіки України в умовах глобалізації та розвитку туризму, як важливої складової стратегії економічного розвитку країни обговорювали на Міжнародній науково-практичній конференції «Стратегія інвестиційно-інноваційного розвитку економіки України в умовах глобалізації: стан та шляхи становлення», яка відбулась 23 березня 2017 року на базі Львівського інституту економіки і туризму.

Співорганізаторами конференції були: Львівська облдержадміністрація; Львівська міська рада; Львівська асоціація розвитку туризму; Вища державна технічно-економічна школа ім. Броніслава Маркевіча, Республіка Польща; Вища школа туризму і екології в Сухій Бескидській, Республіка Польща; Університет імені Міколоса Ромеріса, Литва; Ілля державний університет, Грузія; Батумський державний університет імені Шота Руставелі (Грузія); Університет Південної Богемії, Чехія.

Мета конференції — обговорення теоретичних та прикладних проблем економіки України в період фінансово-економічної нестабільності, пріоритетів модернізації фінансової системи в умовах глобалізації та її подальшого поступу, інноваційних підходів до розвитку облікових, аналітичних та контрольних процесів, а також проблем та перспектив туризму з огляду на стратегію інвестиційно-інноваційного розвитку.

У роботі конференції взяли участь науковці, молоді вчені, аспіранти та студенти з різних міст України (Вінниця, Житомир, Київ, Львів, Маріуполь, Мукачеве, Самбір, Харків, Черкаси), представники бізнесу, влади та громадських організацій міста Львова.

Програма конференції включала пленарне і два секційні засідання, на яких було представлено доповіді, що стосувалися питань сучасного стану та пріоритетів модернізації фінансової системи України, інвестицій в інтелектуальний капітал як вимогу часу, створення міжнародного консорціуму як одну з форм заалучення інвестицій, оцінки результативності фінансового регулювання інноваційно-інвестиційної діяльності сфери послуг в Україні, якісних орієнтирів економічного зростання, а також ролі туризму для економіки країни, сучасних тенденцій розвитку туристичної інфраструктури в умовах глобалізаційних процесів, проблем управління діяльністю підприємств сфери послуг, раціонального використання ресурсного потенціалу, його збереження, питання конкурентоспроможності туристичного бізнесу, перспектив використання маркетингових технологій на ринку послуг, ключових зasad формування брендингу туристичних дестинацій. Розглянуто тенденції інноваційної динаміки та розвитку вищої освіти в Україні та проблематику якісної підготовки майбутнього фахівця сфери послуг.

Учасники міжнародної конференції визнали, що на сьогодні стала майже аксіомою теза про соціально-економічну значущість інноваційної діяльності, її визначальний вплив на рівень і темпи розвитку країни. В короткострочковому періоді зреалізувати масштабні капіталомісткі проекти окремим суб'єктам господарювання неможливо. Як свідчить досвід успішних країн, однією з умов технологічного прориву є використання програмно-цільового підходу. При цьому досягти інтеграції інноваційної, інвестиційної, наукової, науково-технічної діяльності з метою забезпечення їх комплексного впливу на економіку можливо лише шляхом стратегічного планування змін, з обов'язковою формалізацією цілей, напрямів і пріоритетів інноваційної політики у загальнонаціональній стратегії соціально-економічного розвитку України на довгострочковий період.

Вітчизняна практика стратегічного планування на макрорівні свідчить про надання переваги розробленню окремих стратегій розвитку видів і сфер діяльності, серед яких особливе місце посідає туризм, що є рушійним двигуном економічного зростання та економічного розвитку як територій, регіонів держав, так і країни загалом. Розвиток туризму набуває активних обертів, зокрема це відображене у все більшій увазі до цього виду економічної діяльності як з боку суспільства, так і окремих його суб'єктів. Така підприємницька активність спонукає по-новому оцінювати усі його аспекти: економічні, соціальні, екологічні. Усі ці напрями потребують активного публічного обговорення, бажано у форматах жвавого науково-практичного дискусу, що вдалось реалізувати під час проведення міжнародної науково-практичної конференції.

Учасники конференції перш за все через науковий підхід апелювали до численних проблем на шляху до впровадження інноваційно-інвестиційних проектів в Україні. Досвід

розвинутих держав свідчить, що багато ключових галузевих науково-технологічних проблем не можливо розв'язати лише концентрацією ресурсів, які не можуть замінити роки «еволюційних» розробок, а також винаходів у суміжних галузях знань. Крім того, не завжди приток значних ресурсів в «проблемні» науково-технологічні галузі гарантує отримання запланованих результатів. Нові задачі потребують, як правило, створення великих державних лабораторій та корпоративних науково-технологічних центрів, формування регіональних та галузевих кластерів, які інтегрують зусилля вчених й інженерів, виробничі потужності, фінансовий і торговий капітал. Без цих умов державна інноваційна політика залишається недієздатною.

На підставі представлених доповідей та матеріалів учасниками конференції прийнято низку рекомендацій щодо формування стратегічних орієнтирів інвестиційно-інноваційного розвитку економіки України в умовах глобалізації. Зокрема, в ході обговорення учасники конференції постановили:

1. Проблема досягнення стійкого зростання економіки України вимагає активізації інноваційно-інвестиційних процесів, переорієнтації з поточного управління і регулювання на довгострокове стратегічне планування. Тому, органам державної влади для забезпечення збалансованості за ресурсами, часом, пріоритетами видів і сфер діяльності необхідно розробити комплексну стратегію соціально-економічного розвитку України на довгостроковий період.

2. Органам державної та місцевої влади при розробці програмних документів окремих стратегій розвитку видів і сфер діяльності враховувати пріоритети, заходи економічної політики, що узгоджені із поточними та перспективними ресурсами, необхідними для їх реалізації.

3. Керівникам підприємств сфери послуг в процесі діяльності з метою мінімізації ризиків впроваджувати системний підхід до посилення фінансової безпеки організації, ефективного використання інвестиційних ресурсів.

4. Започаткувати практику проведення щорічної зустрічі у форматі круглого столу для представників бізнесу, науковців та громадськості з питань інноваційно-інноваційного розвитку економіки України на базі Львівського інституту економіки і туризму;

5. Закладам вищої освіти в сфері послуг започаткувати формування програм підготовки фахівців на засадах інноваційних моделей підготовки фахівця, при цьому Львівський інститут економіки і туризму розглядати як базу для формування відповідних компетентностей.

6. Активніше висвітлювати в засобах масової інформації проблемні питання формування стратегії інвестиційно-інноваційного розвитку економіки України в умовах глобалізації, стати промоутером такої діяльності.

7. Оргкомітету конференції видати збірник доповідей учасників конференції;

8. Внести пропозиції через суб'єктів законодавчої ініціативи до ВР України про доцільність внесення змін та доповнень до Закону України «Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні», шляхом включення до переліку визначених стратегічних пріоритетних напрямів на 2011–2021 — туризм, що дозволить активізувати інноваційну діяльність та покращити інвестиційну активність в галузі.

9. Науковій спільноті важливо брати активну участь у налагодженні продуктивних взаємовідносин між суспільством та природою, зокрема через науково-технічний прогрес, який буде результатом конкурентоспроможних прагнень, підкріплених економічним зростанням, та у підсумку забезпечить сучасному та наступним поколінням розвиток світової економіки на засадах інноваційно-інвестиційної моделі розвитку.

10. У своїх наукових дослідженнях та на практиці популяризувати актуальні питання формування стратегії інвестиційно-інноваційного розвитку економіки України

---

в умовах глобалізації та туризм, як важливу складову стратегії економічного розвитку країни; здійснювати пошук інноваційних підходів до розвитку фінансових, облікових, аналітичних та контрольних процесів на рівні суб'єктів туристичної індустрії.

Не випадково дана конференція зініційована нашим інститутом, який готує фахівців з вищою освітою для сфери послуг. Як стверджується гаслом ВТО «Туризм — рушійна сила подолання бідності, створення робочих місць та соціальної гармонії».

Феноменальні можливості туризму як соціально-економічного явища сучасності ще не дослідженні і не використані ресурсно. Туризм є каталізатором, що мотивує розвиток більше як 50 секторів економіки. Він є джерелом матеріального і духовного розвитку суспільства. Національна економіка через ефективну частку туристичної індустрії має зайняти вагоме місце у світовій економіці [1].

#### **Література**

1. Вступне слово Ректора до учасників Міжнародної науково-практичної конференції // «Стратегія інвестиційно-інноваційного розвитку економіки України в умовах глобалізації: стан та шляхи становлення» [Текст] : зб. матер. міжнар. наук.-практ. конф. (Львів, 23 березня 2017 р.) / Міністерство освіти і науки України, Львівський державний інститут економіки і туризму. — Львів : ЛІЕТ, 2017. — С. 11–12.
2. Фролова Г. І. Передумови розвитку інвестиційно-інноваційних процесів в економіці України [Текст] // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. — № 4 (20), 2012. — С. 64–69.

Паньків Н. Є.

## ПІДСУМКОВА СТУДЕНТСЬКА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ ПІД ЕТАПУ КОНКУРСУ СТУДЕНТСЬКИХ НАУКОВИХ РОБІТ З НАПРЯМУ «ТУРИЗМ»

16 березня 2016 року у Львівському інституті економіки і туризму на факультеті туризму, готельної та ресторанної справи відбулася підсумкова студентська науково-практична конференція II етапу Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт з напряму «Туризм».

Всеукраїнський конкурс студентських наукових робіт проводиться відповідно до наказу Міністерства освіти і науки України № 1266 від 20 жовтня 2016 року з метою пошуку обдарованої студентської молоді та створення умов для її творчого зростання, активізації науково-дослідної роботи студентів інституту.

На Конкурс було подано 79 наукових студентських робіт зі 42 ЗВО більшості регіонів України, а саме: Суми, Харків, Київ, Івано-Франківськ, Луцьк, Черкаси, Ужгород, Чернівці, Харків, Дніпропетровськ, Запоріжжя, Вінниця, Миколаїв, Кременчук, Львів, Мариуполь, Мелітополь, Житомир, Умань, Хмельницький, Херсон, Полтава, Тернопіль, Сєверодонецьк.

Представлені на конкурс роботи були згруповані відповідно до спеціальності «Туризмознавство (за видами)» за тематичними напрямах:

- туристична діяльність, представлена роботами з проблем ефективного управління якістю обслуговування, конкурентоспроможністю, господарською діяльністю туристичних підприємств; управління ресурсним потенціалом туристичних підприємств, розроблення стратегії та організаційно-економічного механізму активізації розвитку туристичних підприємств;
- туризм і рекреація, представлена роботами щодо ресурсного потенціалу туристичних дестинацій України, розвитку різних видів туризму, організації рекреаційних послуг;
- туризм і дозвілля, представлена роботами щодо організації дозвілля туристів в межах туристичних програм та у підприємствах туристичної інфраструктури.

Всі представлені роботи носили науковий характер, охоплювали широкий спектр теоретичних і практичних питань обраної тематики. Рішенням галузевої конкурсної комісії під головуванням ректора, д. е. н., професора Бочана І. О., до участі у підсумковій науково-практичній конференції були запрошенні 20 студентів з більшості регіонів України. На підставі виступів рецензентів, відкритого обговорення наукових робіт та наукових доповідей учасників науково-практичної конференції, галузева конкурсна комісія визнала претендентами на нагородження:

### Диплом I ступеня

*Туник Олександр Миколайович «Туризм без бар'єрів» (Київський національний торговельно-економічний університет)*

*Рондяк Марія Ігорівна «Сучасні тенденції розвитку міського туризму» (на прикладі Львова) (Львівський інститут економіки і туризму)*

*Пилипець Олександра Вікторівна «Розвиток рекреаційно-туристичного комплексу Чернівецької області для реабілітації хворих на постстривматичний стресовий розлад» (Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ)*

*Опалько Марина Сергіївна «Автоматизація управління туристичним підприємством як засіб підвищення ефективності його діяльності» (Національний університет харчових технологій)*

### Диплом II ступеня

*Дружсенець Алла Вадимівна «Універсальний мобільний додаток в організації туристичної подорожі» (Київський національний торговельно-економічний університет)*

*Колосовська Олександра Дмитрівна «Дослідження методів стратегічної діагностики зовнішньоекономічної діяльності туристичної галузі та проект рекомендацій» (Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна)*

*Мулевич Олександра Валентинівна «Особливості використання природно-заповідних об'єктів Рівненської області у туристичній сфері» (Львівський національний університет імені Івана Франка)*

*Овсяник Ярина Михайлівна «Особливості розвитку зеленого сільського туризму в приміських територіях м. Львова» (Львівський національний аграрний університет)*

*Хоптій Ольга Мирославівна «Місце і роль сучасної реклами в туристичному бізнесі» (ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника»)*

*Шепета Анастасія Петрівна «Механізм підготовки менеджерів туризму із використанням інтернет технологій» (Тернопільський національний економічний університет)*

### **Диплом III ступеня**

*Бураханова Радміла Ерболаткызы «Розроблення туристичного маршруту "Шляхами Т. Г. Шевченка у Казахстані"» (Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця)*

*Власікова Анастасія Віталіївна «Оцінка організації подієвого туризму Карпатського регіону в рамках транскордонного співробітництва (на прикладі Чернівецької області)» (Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ)*

*Герасько Маргарита Дмитрівна «Потенціал графіті в розвитку туризму» (Дніпропетровський національний університет ім. Олеся Гончара)*

*Діodus Вікторія Вікторівна «Віртуальний туризм як одна з форм реабілітації людей з обмеженими можливостями та учасників воєнних конфліктів» (Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського)*

*Кравченко Марина Андріївна «Управління маркетинговою діяльністю підприємства (на прикладі туристичної фірми «Наталі» м. Києва)» (Маріупольський державний університет)*

*Мисяк Ольга Мирославівна «Етнотуристичний потенціал регіону: сутність та методика оцінювання» (Львівський державний університет фізичної культури імені Івана Боберського)*

*Полтавець Аріна Віталіївна «Брендинг туристської дестинації та забезпечення просування території» (Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова)*

*Савченко Каріна Вячеславівна «Стратегічні аспекти розвитку інвестиційної привабливості Херсонщини як туристичного регіону» (Миколаївський національний університет імені В. О. Сухомлинського).*

**Вітаємо переможців!**

## **В ВСЕУКРАЇНСЬКА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ МОЛОДИХ ВЧЕНИХ І СТУДЕНТІВ «РОЗВИТОК УКРАЇНСЬКОГО ЕТНОТУРИЗМУ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ»**

26 квітня 2017 р. на базі Львівського інституту економіки і туризму відбулась V Всеукраїнська науково-практична конференція молодих вчених і студентів «Розвиток українського етнотуризму: проблеми та перспективи». Співорганізаторами заходу були Управління туризму та курортів Львівської обласної державної адміністрації, Управління туризму Львівської міської ради та Львівська асоціація розвитку туризму за підтримки Міністерства освіти і науки України.

У роботі конференції взяли участь молоді вчені, аспіранти, студенти та науковці з різних регіонів України (Київ, Луцьк, Полтава, Одеса, Івано-Франківськ, Дніпро, Рівне, Старобільськ, Івано-Франкове, Галич, Яремче), а також представники органів влади, культурних та громадських організацій міста Львова.

Досвідчені науковці та молоді вчені зі всієї України зібралися у Львівському інституті економіки і туризму, щоби визначити сутність поняття «етнотуризм», обговорити різні підходи до його трактування у сучасній науковій літературі; показати роль і місце етнічного туризму на ринку туристичних послуг України; продемонструвати актуальність розвитку етнічного туризму та необхідність популяризації етнічних ресурсів України в контексті національно-патріотичного виховання молоді, самоідентифікації суспільства в цілому; проаналізувати ключові тенденції розвитку етнотуризму у світі й в Україні, визначити основні проблеми і перспективи цього виду туризму в умовах світової глобалізації.

Згідно регламенту роботи конференції відбулося пленарне та секційне засідання, на яких було заслушано й обговорено змістовні доповіді. Учасники висвітлювали широке коло актуальних питань, які стосувалися нових наукових та теоретико-практичних досягнень у галузі етнічного туризму. Зокрема, було проаналізовано теоретичні аспекти визначення поняття «етнотуризм» та його місця серед інших видів туристичної діяльності, методичні підходи до класифікації та оцінки ресурсів етнічного туризму, презентовано ресурсний потенціал розвитку етнотуризму на прикладі окремих регіонів Львівщини та інших областей України, обговорено роль національних меншин у формуванні етнотуристичної привабливості територій, показано роль і місце етнічних фестивалів для популяризації національної спадщини України, окреслено значення музеїв етнографічного профілю, зокрема, скансенів, а також об'єктів природно-заповідного фонду для розвитку етнічного туризму, охарактеризовано народні ремесла і художні промисли як складову регіонального туристичного продукту, висвітлено способи використання етнічних традицій та національних кулінарних особливостей в діяльності готельно-ресторанних комплексів та при створенні анімаційних програм, визначено роль етнічного туризму у забезпечені сталого розвитку регіонів.

Заслухавши та обговоривши доповіді, учасники конференції визнають, що етнічний туризм є самостійним видом туризму, який охоплює подорожі з метою ознайомлення з матеріальною та духовною культурою певного етносу, збереженою в автентичному середовищі. В сучасних умовах цей вид туризму динамічно розвивається в тісному зв'язку з іншими видами туризму (сільський, екологічний, подієвий, гастрономічний, релігійний) і є важливим чинником забезпечення сталого розвитку регіонів. Україна має значний потенціал для розвитку етнічного туризму, насамперед, завдяки своїм самобутнім традиціям, неповторній національній кухні, гостинності українців, наявності етнотуристичних ресурсів національної та світової спадщини.

У ході конференції під час секційного засідання відбувся майстер-класу традиційних яворівських ремесел від майстрів та учнів Художнього професійно-технічного училища ім. Й. Станька.

Враховуючи результати пленарного і секційного засідань, а також представлених матеріалів за тематикою конференції були прийняті рекомендації і пропозиції щодо перспектив розвитку індустрії етнічного туризму в Україні.

1. Продовжити роботу по напрацюванню єдиних методичних підходів до класифікації ресурсів етнічного туризму та їх оцінювання з метою визначення потенціалу регіонів та дестинацій для розвитку цього виду туризму.

2. Консолідувати зусилля наукових, культурно-освітніх та громадських інституцій, а також суб'єктів туристичного бізнесу для вивчення та збереження культурної спадщини, популяризації маловідомих ресурсів етнічного туризму в регіонах України та розробки на їх основі оригінальних туристичних продуктів.

3. Сприяти підвищенню туристичної привабливості українських етнографічних та краєзнавчих музеїв, історико-культурних заповідників, музеїв під відкритим небом шляхом впровадження інноваційних підходів, зокрема втілення концепції «живого музею», елементів музейної анімації, розширення переліку додаткових послуг та розбудови інфраструктури.

4. Використовувати досвід та потенціал об'єктів природно-заповідного фонду (національних та регіональних ландшафтних парків, біосферних заповідників) для створення комплексних туристичних продуктів, розробки маршрутів та програм з поєднанням елементів етнічного та екологічного туризму.

5. Сприяти формуванню і популяризації етнічних сувенірних брендів із використанням художніх народних промислів та ремесел, а також гастрономічних традицій різних регіонів України.

6. Закладам розміщення, відпочинково-розважальним комплексам та івент-агенціям при розробці анімаційних та фестивальних програм ширше використовувати національні традиції, обряди та звичаї, фольклорні елементи, українські народні забави та ігри, з метою популяризації здобутків національної культури та залучення іноземних туристів.

7. При організації масових етнотуристичних заходів дотримуватися базових принципів сталого розвитку туризму, зокрема щодо зменшення негативного впливу на довкілля, раціонального регулювання туристичних потоків та забезпечення максимальної безпеки туристів.

8. Науковцям продовжити та поглибити наукові дослідження з актуальних проблем етнічного туризму, за їх результатами розробляти та публікувати статті у фахових виданнях, підручники та навчально-методичні матеріали з етнічного туризму.

9. Активніше залучати студентів вищих навчальних закладів туристичного профілю до проведення наукових досліджень з метою збору інформації про маловідомі етнотуристичні ресурси різних регіонів України та створення нових екскурсійних і туристичних маршрутів.

10. Туристичним підприємствам та іншим суб'єктам туристичного бізнесу використовувати на практиці найновіші результати наукових досліджень та розробок у сфері етнічного туризму з метою розширення асортименту туристичних продуктів і послуг за рахунок елементів унікальної етнокультурної спадщини.

11. Висвітлювати у засобах масової інформації результати досліджень і їх впровадження в етнотуризмі. Скерувати спільні зусилля державних органів влади, установ професійної освіти, громадських організацій, музейних закладів на формування інформаційного забезпечення розвитку етнотуризму в Україні.

12. Продовжити практику щорічного обговорення питань розвитку етнотуризму у регіонах у рамках Всеукраїнської науково-практичної конференції з перспективою виходу на міжнародний рівень та вивчення закордонного досвіду

13. Оргкомітету конференції видати збірник доповідей учасників конференції.

Загалом, розвиток етнічного туризму є важливим для політичного та соціально-культурного й економічного розвитку держави у складних умовах сучасності, сприяє зміцненню почуття ідентичності та громадянської єдності; тісній міжетнічний і міжкультурний взаємодії; толерантному ставленню до представників різних етносів; збереженню і відродженню етнічної культури, соціального і ландшафтно-екологічного різноманіття; а також вирішенню низки соціально-економічних проблем. Надзвичайно актуальною на сьогоднішній день є потреба поглибленого вивчення етнічного туризму студентами, які навчаються на спеціальності «Туризм» з метою формування професійних якостей майбутніх представників вітчизняного туристичного бізнесу як свідомих громадян, які знають, поважають і популяризують українські традиції, духовні цінності, володіють відповідними знаннями, вміннями та навичками для їх застосування при розробці туристичних продуктів.

## **ВІСНИК**

### **Львівського інституту економіки і туризму**

Головний редактор: *Бочан І. О.*

Літературний редактор: *Безручко Л. С.*

Комп'ютерне верстання та дизайн обкладинки: *Василишин-Гриціна Т. М.*

Свідоцтво про державну реєстрацію  
КВ № 12765-1649Р

Вісник Львівського інституту економіки та туризму входить  
до Переліку наукових фахових видань України, в яких можуть публікуватися результати  
дисертаційних робіт на здобуття наукових ступенів доктора і кандидата наук, галузь науки:  
економічні ( затверджено від 10.03.2010 р.)

Підписано до друку 22.06.17. Формат 70x100/16.

Папір офсетний. Гарнітура «Таймс Нью Роман».

Друк офсетний. Умовн. друк. арк. 20.

Наклад 100. Замовлення № 22-06/17.

Львівський інститут економіки і туризму  
79007, м. Львів, вул. Менцинського, 8  
Тел.: 8(032)255-45-47, 8(032)255-75-11,  
тел./факс: 8(032)255-46-94,  
e-mail: lebk@org.lviv.net  
nviddil@i.ua

Друк ТзОВ «Компанія «Манускрипт»»  
79008, м. Львів, вул. Руська 16/3  
Тел./факс. (032) 261-51-00