



Міністерство освіти і науки України  
**Мукачівський державний університет**  
Тернопільський національний педагогічний університет ім. В. Гнатюка  
Гуманітарно-природничий університет ім. Я. Длугоша (м. Ченстохова Польща)  
Вища школа лінгвістична (м. Ченстохова Польща)  
Пряшівський університет (Словаччина)  
Ніредьгазький Університет (Угорщина)



**IV Міжнародна науково-практична  
інтернет-конференція**

**«МІЖНАРОДНИЙ ТА НАЦІОНАЛЬНИЙ ДОСВІД СУСПІЛЬНО-  
ГЕОГРАФІЧНОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ В УМОВАХ  
ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ»**

*м. Мукачєво*

Міністерство освіти і науки України  
**Мукачівський державний університет**  
Тернопільський національний педагогічний університет  
ім. Володимира Гнатюка  
Гуманітарно-природничий університет ім. Я. Длугоша  
(м. Ченстохова Польща)  
Вища школа лінгвістична (м. Ченстохова Польща)  
Пряшівський університет (Словаччина)  
Ніредьгазький Університет (Угорщина)

**Тези доповідей**

**IV Міжнародної науково-практичної  
інтернет-конференції**

**«МІЖНАРОДНИЙ ТА НАЦІОНАЛЬНИЙ ДОСВІД  
СУСПІЛЬНО-ГЕОГРАФІЧНОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ  
ГАЛУЗІ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ»**

*27 жовтня 2023 року*

Мукачево 2023

**УДК 338.486:91(477:4)(043.2)**  
**М 58**

*Рекомендовано до поширення через мережу Інтернет  
Науково-технічною радою  
Мукачівського державного університету  
(протокол № 9 від 23 листопада 2023 р.)*

**Відповідальний за випуск – Василь ЛЕТА**

**Редакційна колегія:** Щербан Т.Д. – д.психол.н., проф. (голова); Смочко Н.М. – д.геогр.н., проф. (заст.гол.), Лужанська Т.Ю. – к.геогр.н., Папп В.В. – д.е.н., проф., П’ятка Н.С. – к.е.н., доц., Лета В.В. – к. геогр.н., доц.; Медвідь Л.І. – к.е.н., доц.; Цупанич О.І. – провідний фахівець кафедри.

У збірнику тез висвітлюються погляди науковців, аспірантів, магістрантів, представників підприємницьких структур на актуальні проблеми суспільно-географічного розвитку туристичної галузі в умовах євроінтеграції. Тематика конференції охоплює наукові, освітні та практичні аспекти суспільно-географічного розвитку туристичної галузі у контексті інтегрування України в європейський економічний простір.

**М 58**

Міжнародний та національний досвід суспільно-географічного розвитку туристичної галузі в умовах євроінтеграції: тези доповідей IV Міжнародної науково-практичної конференції / ред. кол.: Т.Д. Щербан (гол.) та ін. Мукачево: МДУ, 2023, 66 с.

Матеріали подано в авторській редакції. Автори опублікованих матеріалів відповідають за точність наведених фактів, цитат, власних імен, статистичних матеріалів та інших відомостей. Погляди редколегії не завжди збігаються з позиціями авторів.

**© Мукачівський державний університет, 2023**

## **Тематичні напрями роботи конференції:**

1. Просторово-географічні передумови формування інфраструктури сектору туризму та гостинності.
2. Суспільно-географічні моделі туристично-рекреаційної сфери регіону.
3. Сучасні проблеми менеджменту, маркетингу та конкурентоспроможності індустрії гостинності України на світових ринках послуг.
4. Моніторингові дослідження функціонування туристичної галузі в період воєнного стану.
5. Аспекти відновлення та розвитку сектору туризму та гостинності України на повоєнному етапі.
6. Економічний вплив інновацій на ринок туристичних послуг.
7. Географічні аспекти просторової організації території, суспільства та збалансованого природокористування.
8. Географічна наука та освіта: сучасні тенденції.

## ЗМІСТ

### ПРОСТОРОВО-ГЕОГРАФІЧНІ ПЕРЕДУМОВИ ФОРМУВАННЯ ІНФРАСТРУКТУРИ СЕКТОРУ ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ

1. *Наталія Влащенко, Ігор Лисяк* Стратегічні напрямки розвитку санаторно-курортного комплексу України..... 8
2. *Федір Мороз* Фізичний розвиток як складова формування інфраструктури сектору туризму та гостинності..... 10
3. *Юлія Масюк* Специфіка рекреаційно-туристичних територій Польщі та Чехії для потреб оздоровчого та лікувального туризму..... 12
4. *Лариса Медвідь, Юлія Дідович* Туристичний потенціал Польщі..... 14

### СУСПІЛЬНО-ГЕОГРАФІЧНІ МОДЕЛІ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОЇ СФЕРИ РЕГІОНУ

5. *Людмила Матвійчук, Світлана Павленко* Сучасні тенденції розвитку велотуризму у місті Луцьк..... 17

### СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ, МАРКЕТИНГУ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ УКРАЇНИ НА СВІТОВИХ РИНКАХ ПОСЛУГ

6. *Григорій Боянівський, Ірина Чайка* Підвищення якості продукції закладів ресторанного господарства Львова: основні напрямки..... 20
7. *Віталія Чиняк* Динаміка показників діяльності сектору гостинності Закарпатської області в докризовий період..... 22
8. *Орест Дідора, Ірина Чайка* Інноваційні підходи у забезпеченні конкурентоздатності закладів ресторанного господарства міста Львова..... 24
9. *Галина Кушнірук, Андрій Мандюк* Антикризове управління у ресторанному бізнесі..... 26
10. *Олександр Крупський, Юлія Стасюк* Особливості управління персоналом в сфері туризму..... 28
11. *Марина Слоква, Валерій Джунковський* Міжнародні стандарти впровадження екологічних принципів соціальної відповідальності..... 30

### МОНІТОРИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ В ПЕРІОД ВОЄННОГО СТАНУ

12. *Віта Котубей, Жанна Штефаньо* Вплив війни на розвиток туризму в Україні... 33
13. *Світлана Майкова, Злата Сутеля* Тенденції обслуговування у ресторанному бізнесі в умовах невизначеності..... 35
14. *Дарина Чернишова, Юрій Джунковський* Управління інформаційною безпекою підприємства..... 38

### АСПЕКТИ ВІДНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТКУ СЕКТОРУ ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ УКРАЇНИ НА ПОВОЄННОМУ ЕТАПІ

15. *Денис Подпісов* Глемпінги як сучасний тренд масового туризму..... 41
16. *Людмила Матвійчук, Роман Шевчук* Агротуризм як інструмент збереження та розвитку сільських територій України після воєнних подій..... 43

### ЕКОНОМІЧНИЙ ВПЛИВ ІННОВАЦІЙ НА РИНОК ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

17. *Вікторія Грицько, Олександра Калій* Вплив інновацій на ринок туристичних послуг..... 46

## ГЕОГРАФІЧНІ АСПЕКТИ ПРОСТОРОВОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ ТЕРИТОРІЇ, СУСПІЛЬСТВА ТА ЗБАЛАНСОВАНОГО ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ

18. *Микола Карабінюк, Віктор Фалайло* Таксономічна презентативність ландшафтних комплексів Ужанського національного природного парку..... 49

## ГЕОГРАФІЧНА НАУКА ТА ОСВІТА: СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ

19. *Аліна Івасюк, Степан Поп* Особливості педагогічних властивостей навчальних екскурсій..... 53
20. *Ольга Соханич, Юлія Шароді* Використання інтерактивних завдань та вправ на уроках географії, створених на основі сучасних сервісів..... 55
21. *Василь Лета, Яна Седов* Формування картографічної компетентності у здобувачів вищої освіти географічних спеціальностей..... 57
22. *Василь Лета, Василь Фетько* Використання ГІС-технологій для формування предметних компетентностей майбутніх географів..... 59
23. *Ірина Фекета, Богдан Романенко* Красзнавчі дослідження у шкільному курсі географії на прикладі м. Ужгород..... 61
24. *Тетяна Лужанська, Галина Ільтьо, Олексій Нежур* Нові тенденції розвитку географічної науки..... 64

**ПРОСТОРОВО-ГЕОГРАФІЧНІ ПЕРЕДУМОВИ ФОРМУВАННЯ  
ІНФРАСТРУКТУРИ СЕКТОРУ ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ**

**Наталія ВЛАЩЕНКО**  
кандидат економічних наук, доцент  
Харківський національний університет міського господарства  
ім. О. М. Бекетова, м. Харків  
[Nataliya.Vlaschenko@kname.edu.ua](mailto:Nataliya.Vlaschenko@kname.edu.ua)

**Ігор ЛИСЯК**  
магістрант  
Харківський національний університет міського господарства  
ім. О. М. Бекетова, м. Харків  
[Lisyak.Igor@kname.edu.ua](mailto:Lisyak.Igor@kname.edu.ua)

## **СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ САНАТОРНО-КУРОРТНОГО КОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ**

Недостатня державна підтримка сфери рекреації та туризму, ослаблення економічного впливу профспілок на процес регулювання діяльності санаторно-курортних підприємств та кризові явища в економіко-політичній площині в країні призвели до критичного стану санаторно-курортного комплексу (СКК), який на сьогодні функціонує на грані виживання. В цьому контексті нагальним стає розробка стратегії його розвитку на основі аналізу наявного потенціалу та спрямованої на інновації у сфері маркетингу та бізнесу, з урахуванням сучасних вимог рекреантів щодо асортименту та якості наданих санаторно-курортних послуг.

Інноваційна спрямованість санаторно-курортної сфери формується через низку факторів, серед яких домінують такі як: проблеми розвитку матеріально-технічної бази в закладах СКК (застаріле обладнання, фінансові обмеження); ринкове середовище, яке потребує оновлення методів роботи з клієнтами, їх залучення та утримання, а також систем внутрішнього обліку; зростання конкуренції, включаючи міжнародні ринки. З огляду на ці фактори підприємства СКК змушені розроблювати оригінальні моделі реформування та розвитку.

Згідно з результатами проведених досліджень [1, 2, 3], зазначена мета не була досягнута. Відповідно до цього, пропонуються наступні основні стратегічні напрямки розвитку санаторно-курортних підприємств:

1. Впровадження управлінських інновацій, яке передбачає перегляд економічної парадигми – від розподільного механізму до самозабезпечення, а також створення внутрішньої системи маркетингового управління, з метою оцінки рекреаційного ринку та розробки інноваційних проектів для підвищення ефективності діяльності.

2. Оцінка власного ресурсного потенціалу у всіх його аспектах (основні засоби, фінансові можливості, рівень інформаційного забезпечення, якість системи управління тощо). При оцінці цього потенціалу, необхідно враховувати можливість врахування регіональних переваг у загальний ресурсний контекст, зокрема, розглядати ресурсний фактор території.

3. Спрямованість на розвиток бізнесу, включаючи основні послуги конкретного санаторно-курортного підприємства та реальні або потенційні додаткові послуги.

4. Розробка проектів і програм на стратегічному рівні для досягнення поставлених цілей та залучення інвестицій.

5. Створення інноваційного середовища в колективі, спрямованого на підвищення готовності до переходу в новий режим організації діяльності та управління.

Для підвищення ефективності діяльності та впровадження нових економічних механізмів для приваблення рекреантів, автори рекомендують наступні заходи:

1. Організація рекламно-іміджевої роботи з метою залучення рекреантів. Вона передбачає створення агентської мережі для привертання туристичного контингенту, який



прагне відвідати санаторно-курортні підприємства. Також є доцільним налагодження співпраці з турфірмами, яка базуватиметься на виплаті комісійної винагороди.

2. Впровадження механізму кредитування для придбання санаторно-курортних путівок. Цей механізм передбачає укладання договорів з банківськими установами на регіональному рівні, які надаватимуть можливість фінансування покупки путівок для санаторно-курортного відпочинку. Також доцільно розглянути можливість отримання кредитів самими підприємствами санаторно-курортного комплексу для подолання зимового міжсезоння, з подальшими платежами в літній період.

3. Розробка сезонного бізнес-плану для зимового періоду, включаючи використання площ і обладнання. В цьому контексті варто запровадити та реалізовувати програми роботи в період міжсезоння власними силами або із залученням підприємців-партнерів із приватного сектору.

4. Планування розвитку додаткових видів діяльності, які не пов'язані безпосередньо з рекреацією. Це включає організацію конференцій, форумів, концертів, корпоративних заходів та інших подій. Також вільні приміщення можуть використовуватися для освітніх програм, включаючи оздоровчу діяльність, та підвищення кваліфікації медичного персоналу, а також вивчення нових методів самоаналізу, фізіотерапії, психотерапії та інших областей.

Усі вищезазначені напрямки бізнес-політики санаторно-курортних підприємств мають бути тісно пов'язані з фінансовим управлінням та пошуком інвестицій. Останнє завдання полягає в розширенні джерел фінансування, включаючи отримання грантів, залучення кредитів, розвиток високорентабельних додаткових послуг та приваблення приватних інвесторів.

Паралельно з розвитком підприємницької діяльності та бізнес-політики важливим є проведення процесу реформування в загальному контексті. Це може включати в себе:

- реорганізацію структури управління підприємства для підвищення ефективності та оптимізації ресурсів.

- приватизацію, як процес передачі частки чи повного контролю над підприємством приватним інвесторам, що може допомогти залучити додаткові кошти та впровадити ефективну корпоративну культуру.

- входження до корпоративних об'єднань, що сприяє обміну досвідом та ресурсами між різними підприємствами у галузі та забезпечує більшу конкурентоспроможність.

- створення концесійного механізму, який дозволяє підприємствам отримувати права на використання об'єктів інфраструктури або послуги протягом певного терміну.

- впровадження кластерних моделей, які сприяють спільній роботі різних суб'єктів господарювання у галузі та розвитку синергії між ними.

Усі ці заходи спрямовані на покращення ефективності та конкурентоспроможності санаторно-курортних підприємств і сприятимуть розширенню їхньої фінансової спроможності та забезпеченню подальшого розвитку.

### Список використаних джерел

1. Мороз С. Р. Стратегічні пріоритети інноваційного розвитку санаторно-курортного господарства в Україні. *Економічний вісник Національного гірничого університету*. 2019. № 3. С. 52–57

2. Пригара О. В., Брик С. Д., Голубець І. М. Розвиток туристично-рекреаційного комплексу в умовах сталого зростання економіки. *Економіка і суспільство*. 2021. Випуск 33. Url: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/938/898>

3. Смочко Н. М., Лужанська Т. Ю. Спа-індустрія як детермінант розвитку медичного туризму. *Інновації та технології у сфері послуг та харчування*. 2022. № 1 (5). С. 72–78.

## **ФІЗИЧНИЙ РОЗВИТОК ЯК СКЛАДОВА ФОРМУВАННЯ ІНФРАСТРУКТУРИ СЕКТОРУ ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ**

У системі інфраструктури туристичної галузі фізичному розвитку виділяється особливе місце, тому що при заняттях туризмом дозволяється більшою мірою, у порівнянні з іншими видами, опанувати знаннями, уміннями й навичками, потрібними в житті кожній людині.

Туризм служить важливим засобом гармонійного розвитку здобувачів, зміцнення їхнього здоров'я, виховання сучасної людини активним членом суспільства. Туризм як суспільно-соціальне явище покликаний охороняти й зміцнювати здоров'я людей, забезпечувати змістовне дозвілля населення. Також туризм є одним з найбільш масових і доступних засобів фізичного вдосконалення людей на сучасному етапі розвитку суспільства. Використання туризму як активного засобу виховання особистості дозволяє позитивно впливати на формування життєво необхідних здобувачеві вмінь і навичок, удосконалювання його рухові здібності, здійснювати розвиток морально-вольових і інтелектуальних якостей. Крім того, туризм надає можливість брати участь здобувачам у різноманітних суспільно корисних справах.

В останні роки в Україні зростає увага вчених і фахівців туристичної галузі до проблем розвитку туризму, підприємств галузі, формування національної туристичної індустрії, управління в сфері, економічної ефективності туристичної галузі, використання рекреаційних систем тощо. Інфраструктура туризму як елемент економіки має високий рівень зносу і не відповідає вимогам споживачів туристської послуги. Україна, незважаючи на свій високий туристський потенціал, займає незначне місце на світовому туристичному ринку. У той же час, рівень туристської привабливості країни, який визначається сукупністю в першу чергу природно-географічних, культурно-історичних факторів, згідно з прогнозами значно вище. Розвинена туристична інфраструктура є основою сталого розвитку туризму в країні, здійснює прямий і непрямий вплив на економіку. Вивчення особливостей розвитку туристичної інфраструктури дестинації важливо проводити комплексно, враховуючи, в тому числі, нормативно – правову складову діяльності з розвитку туризму, що є перспективним для подальших досліджень. [2, с. 124]

Прикладне значення фізичного розвитку особистісних якостей туриста полягає в забезпеченні всебічного розвитку фізичної діяльності в єдності з його духовним формуванням для ефективного застосування у творчій продуктивній праці на благо суспільства. Глибоке вивчення багатьох аспектів, пов'язаних із залученням і обслуговуванням туристів, включаючи широкий спектр - від планування і підготовки маршрутів до будівництва спеціалізованих комплексів, від роботи з клієнтами до розвитку інфраструктури окремих регіонів дозволяє віднести туризм до сучасної індустрії відпочинку, лікування, розваги, бізнесу. [3, с. 148]

У туризмі, як і в інших видах спорту, досягнути високих результатів неможливо без постійної фізичної підготовки, що становить основний зміст тренування. В той же час фізична підготовка нерозривно пов'язана зі зміцненням і підвищенням загального рівня функціональних можливостей організму. Трудове виховання засобами туризму полягає у формуванні вмінь і навичок самообслуговування й суспільно корисної діяльності.

*Туризм як сукупність заходів, що планомірно здійснюються для ознайомлення з рідним краєм, історичними, культурними пам'ятками, індустриальними пейзажами і об'єктами, природними багатствами Батьківщини, має велике виховне значення. Однією з найважливіших функцій туризму як суспільного явища в сучасних умовах виступає формування всебічної й гармонічно розвиненої особистості, свідомого й активного члена*

суспільства, що поєднує у собі духовне багатство й фізичну досконалість. Деякі види туризму включені в спортивну класифікацію як частини спортивного туризму. Зрозуміло, що ці види туризму можуть розвиватися в рамках будь-якого типу туризму, але в спортивному туризмі вони нормовані певними вимогами по тривалості, довжині маршруті й природних перешкодах у походах й подорожах. [4, с. 93]

Туристські походи надають сприятливі можливості для відновлення сил і зміцнення здоров'я. Помірні фізичні навантаження, позитивні емоції від спілкування із природою впливають благотворно на нервово-емоційну сферу, діяльність серцево-судинної, м'язової, дихальної систем організму. Проходить нервово стомлення, підвищується тонус нервових центрів, їхня регулююча функція. Туризм, пов'язаний з активними способами пересування, займає одне з перших місць серед інших видів активного відпочинку в розвитку витривалості всього організму, особливо серцевого м'яза, у зміцненні всіх ланок кровообігу.

Розвинена туристична інфраструктура є основою сталого розвитку туризму в країні, здійснює прямий і непрямий вплив на економіку. Вивчення особливостей розвитку туристичної інфраструктури дестинації важливо проводити комплексно, враховуючи, в тому числі, нормативно – правову складову діяльності з розвитку туризму. У більшості країн світу туристична політика проводиться в рамках програм регіонального економічного розвитку і спрямована на пошук економіки відсталих районів. Туризм може розвиватися насамперед при наявності туристичних ресурсів. Туристичні ресурси – природні, історичні, соціально-культурні об'єкти, здатні задовольняти духовні потреби туристів, сприяти відновленню і розвитку їхньої фізичної і духовної сил.

Це насамперед – природні геосистеми, явища природи, що мають комфортні властивості, споживчою вартістю для рекреаційної діяльності і можуть бути використані для організації відпочинку й оздоровлення визначеного контингенту людей у визначений час за допомогою наявних матеріальних можливостей. [1, с. 71]

Таким чином, туризм як засіб фізичного розвитку характеризується природною прикладністю. Він включає різноманітні за формою й змістом рухові дії по раціональному подоланню значних відстаней у малонаселеній місцевості, що виконуються в природних умовах колективними зусиллями. Їх ціль – формування у здобувачів умінь і навичок, необхідних йому у виробничій, військовій і побутовій діяльності, з одночасним вирішенням виховних, освітніх, оздоровчих і спортивних завдань. Крім того, активні заняття туризмом зі спортивною спрямованістю дозволяють формувати й удосконалювати організаторські здібності здобувачів.

Розвивати вольові якості осіб, що займаються туризмом, треба постійно. Для цього необхідно: поступово підвищувати ступінь труднощів тренувальних занять; у ситуаціях, що моделюють похід або змагання з техніки туризму, викликати швидкі й енергійні вольові напруги шляхом підвищення інтенсивності вправ; створювати впевненість у виконанні будь-яких завдань; максимально зосереджувати увагу на завданнях, що виробляють здатність до тривалих вольових зусиль.

#### **Список використаних джерел**

1. Сіренко К. В. Аналіз туристичного ринку України в сучасних умовах розвитку економіки / К. В. Сіренко // Актуальні проблеми економіки. – 2010. - № 12. – С. 70-74.
2. Сокол Т.Г. Організація туристичної діяльності в Україні: навч. посіб. / Т.Г. Сокол. – К.: Музична Україна, 2002. – 256 с.
3. Федорченко В.К. Педагогіка туризму / В.К. Федорченко, Н.А. Форменко, М.І. Скрипник, Г.С.Цехмістрова. – К.: Видавничий дім «Слово», 2004. – 296 с.
4. Нікішин Л. Ф. Туризм і здоров'я / Л. Ф. Нікішин, А. А. Коструб. - К, 1991. 198 с.

## **СПЕЦИФІКА ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНИХ ТЕРИТОРІЙ ПОЛЬЩІ ТА ЧЕХІЇ ДЛЯ ПОТРЕБ ОЗДОРОВЧОГО ТА ЛІКУВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ**

Курортна діяльність на територіях сучасних Польщі та Чехії зароджувалася ще із 13-14 століття, за умов, коли тривалого оздоровлення потребувала чимала кількість воїнів, які брали участь у війнах між тодішніми державами. Деякий час оздоровчі процедури та ванни на бальнеологічних курортах були доступні для знаті та багатих, і лише в 19 ст., протягом так званого «довгого століття», коли індустріалізація та модернізація сприяли розвитку багатьох галузям, і зокрема, розвитку залізниць, можливість доїхати до відомих і не дуже європейських курортів стала доступною для багатьох верств середнього класу населення Австро-Угорської імперії. Туристична інфраструктура курортів Австро-Угорщини і сьогодні є основою для сучасного провадження оздоровчого туризму та рекреаційної діяльності територій сучасних Чехії та Польщі.

Після Другої світової війни та укладення Постдамського мирного договору щодо перерозподілу територій європейських країн чимало курортів втратило своє регіональне значення з ряду певних причин (переселення чималої кількості людей, утворення промислових зон та англомераций), наприклад Теплице Устецького краю (Республіка Чехія), або ж значно скоротилися туристичні потоки у порівнянні із першою половиною ХХ ст. (Франтішекові Лазні у Республіці Чехія, Лшондек-Здруй, Длугополе-Здруй Республіки Польща). До того ж перехід більшості оздоровчих і рекреаційних закладів під управління держави не завжди означало ефективне використання вже наявної інфраструктури для потреб оздоровлення великої кількості людей; чимало закладів перероблялося та переобладнувалося, а модернізація почалася вже у період 1960-х років.

Великий поступ у розбудові та реновації інфраструктури оздоровчого та лікувального туризму відбувся після входження Республіки Чехії та Республіки Польщі у склад Європейського Союзу у 2004 р. За ці двадцять років було багато зроблено, аби відновити інфраструктурний, туристичний, рекреаційний потенціал лікувальних курортів та привабити велику кількість інвесторів та туристів для забезпечення цілорічного туристичного потоку та діяльності закладів розміщення, оздоровлення і лікування, а також розвитку ресторанного господарства [1].

Курортам даних територій сьогодні притаманні такі ознаки рекреаційних та оздоровчих територій (які також притаманні здравницям інших європейських країн) [2]:

- наявність парку відпочинку, алеями якого гуляють туристи, пацієнти санаторіїв, готелів, приватних садиб, екологічні стежки, є промарковані еко-маршрути;
- бювет із мінеральною водою (іноді їх буває й більше), а також відкриті джерела, з яких можна набирати воду;
- оздоровчі заклади – власне санаторії, пансіонати, готелі, SPA-комплекси,
- наявність будинків відпочинку – окрім бювету, місце, де туристи, відпочивальники можуть провести свій час вечорами та у післяпроцедурний час (концерти, дискотеки, вечори стенд апу, гумору, танцювальні вечори та майстер-класи тощо);
- наявність анімаційної складової – графіку заходів розважального характеру (концертів, караоке, танцювальних вечорів, кінооглядів, майстер-класів та ін.) складений міським осередком культури за сприяння органів місцевої влади;
- зона торгівлі – заклади, які безпосередньо доповнюють туристичну інфраструктуру курорту (сувернірні крамниці, крамниці одягу, гастрокрамниці (із свіжими місцевими продуктами));

- зона торгівлі – заклади, які є складовою сфери послуг даного міста/селища і які не входять у туристичну інфраструктуру курорту (салони краси, перукарні, хімчистки, продуктові супермаркети та ін.);

- архітектурний стан будівель водолікарень, бювету, приміщення санаторіїв ззовні зберігають такий же вигляд, як і 50-80-100 років тому, подекуди під реновацію та реставрацію підпадають внутрішній стан таких об'єктів, а ззовні вони залишаються незмінними. Заборонено зносити пам'ятки місцевого значення, перебудовувати, порушуючи архітектурну цілісність об'єкта, територію автентичної забудови кварталу;

- наявність зон громадського користування (зупинок транспорту, місць для паркування приватних автомобілів), облаштованої згідно сталої мобільності.

### **Список використаних джерел**

1. Масюк Ю.О. До особливостей бальнеологічних послуг на прикладі курортної місцевості Длугополе-Здруй Клодзького повіту Нижньосілезького воєводства Республіки Польща // Масюк Ю.О., Малюга Л.А. // Географія, економіка і туризм: національний та міжнародний досвід / Матеріали XVII Міжнародної наукової конференції. – Львів, 2023. 440 с.

2. Масюк Ю.О. Оздоровчо-лікувальний туризм Карлових Вар: економіка та політика // Малюга Л.А., Масюк Ю.О. // Географія, економіка і туризм: національний та міжнародний досвід / Матеріали XVI Міжнародної наукової конференції. – Львів, 2022. – 306 с. – с. 169-174.

**Лариса МЕДВІДЬ**  
кандидат економічних наук,  
доцент кафедри географії та суспільних дисциплін  
Мукачівський державний університет  
м. Мукачево  
[me\\_lar@ukr.net](mailto:me_lar@ukr.net)

**Юлія ДІДОВИЧ**  
здобувач освітнього ступеня «Магістр»  
спеціальності 106 «Географія»  
[alex.didovich@icloud.com](mailto:alex.didovich@icloud.com)

## ТУРИСТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПОЛЬЩІ

Польща сьогодні є цікавим туристичним напрямком серед країн Європи. Розвиток туризму є важливою складовою польської економіки. Зростання попиту на туристичні послуги в регіоні призводить до збільшення кількості туристичних об'єктів та позитивно впливає на ефективне використання природних та культурно-історичних туристичних ресурсів, регіональну інфраструктуру, екологію та зайнятість. Крім того, досвід Польщі в деяких інституційних та законодавчих аспектах в галузі туризму можна використати і в Україні.

Незважаючи на те, що Польща є індустріально-аграрною державою, туризм є одним з пріоритетів регіональної політики та включає, такі цілі як збереження і використання культурної і природної спадщини; підтримку розвитку культуротворчих і туристичних функцій об'єктів національного і загальносвітового значення; підтримку створення і розвитку регіональних туристичних продуктів. Сфера туристичних послуг в країні займає близько 60% у загальній структурі господарства та характеризується різноманітністю турпродуктів: оздоровчий, гірськолижний, відпочинковий, сільський, екологічний, кулінарний туризм. Кожний із цих видів туризму передбачає розбудову відповідної інфраструктури.

Польща дуже різноманітна країна, в ній кожен турист може знайти заняття і провести свій час за своїм смаком. Велика кількість польських туристичних компаній готові зустріти туристів і запропонувати гостям найрізноманітніші тури: гірськолижні курорти у Карпатах взимку, відпочинок на пляжах Балтики влітку, екскурсії фортецями і замками, подорожі старовинними містами, екологічний туризм і багато іншого [1].

У Польщі інтенсивно розвивається внутрішній туризм розвиток якого підтримується на рівні держави. З метою продовження туристичного сезону та промоції туризму в країні реалізується проект «Польща: побач більше – вихідні за півціни». Туристичні маршрути прокладаються таким чином, щоб крім спілкування з природою можна було оглянути пам'ятники історії і культури: середньовічні замки, палаци в стилі барокко, резиденції магнатів, храми, сакральні об'єкти, музеї під відкритим небом .

Сучасні тенденції туристичного ринку Польщі характеризуються новими векторами розвитку. Зокрема, зростає попит на індивідуальні поїздки, помітною рисою яких є прагнення до активного відпочинку й одержання нових вражень. Крім того, зростають вимоги до культурного рівня проведення вільного часу. Перевага віддається знайомству з культурою і фольклором дестинації, участі в культурних заходах тощо. Останнім часом зростає інтерес до поїздок історичними місцями країни. У структурі міжнародних подорожей переважають приватні поїздки, а частка організованого туризму та службових поїздок постійно зменшується. У формуванні виїзних потоків можна прослідкувати наявність двох «гарячих» сезонів – яскраво вираженого літнього та менш вираженого зимового [2].

Досить швидкими темпами розбудовується в країні туристична інфраструктура. Основними закладами розміщення туристів у Польщі є готелі, кількість яких суттєво зросла після проведення в країні Євро-2012. Польські готелі за якістю і за цінами відповідають європейському рівню, тому розміщення в країні не можна назвати дешевим. В країні

представлені готельні мережі: Accor, Best Western, Campanile, Gromada, Hilton, Holiday Inn, HP Park, Ibis, Marriott, Mercure Novotel, Orbis, Prestige Hotels, Qubus Hotel, Radisson SAS, Sheraton, Sofitel, Westin. Послуги готелів в основних туристичних центрах Польщі доповнюють місцеві пансіонати та сімейні готелі, кількість яких постійно збільшується. Крім того, частина історико-архітектурної спадщини країни (замки, палацові комплекси) обладнана під готелі. Мотелі та гостьові будинки розташовані вздовж головних автомагістралей. У гірських місцевостях для туристів створено мережу гірських притулків.

З врахуванням туристично-рекреаційного потенціалу та розвитку туристичної інфраструктури можемо виділити для Польщі найбільш перспективні види туризму [3].

Культурно-пізнавальний туризм як головний стратегічний напрямок туристичної індустрії Польщі ґрунтується на неабиякій зацікавленості до історико-культурному потенціалу. Він включає численні пам'ятки архітектури, історії, літератури, археології, участь у святах, фестивалях, обрядах тощо. Екскурсійними об'єктами є Варшава, Краків, Гданськ, Ченстохова, Познань, Вроцлав, Люблін, Колобжег, Торунь, соляні копальні Велички.

Польща є одним із напрямів релігійного туризму в Центральній-Східній Європі. Ченстохова – «релігійна столиця» Польщі приваблює католиків і православних туристів з різних країн світу, які бажають побувати в монастирі ордена паулінів. Важливим центром паломництва є Білостока з головною православною святинею – Марфо-Марійським монастирем на Святій горі Грабарка.

Фестивальний туризм. Щорічні вуличні ярмарки також збирають велику кількість туристів. Вони проходять у Познані, Гданську, Варшаві, Кракові.

Польща володіє значними бальнеологічними та кліматичними ресурсами які використовуються для надання послуг лікувально-оздоровчого та медичного туризму. Сьогодні у Польщі діє близько 40 курортів. Серед кліматичних курортів найбільш відвідуваними є Свиноуйсьце, Колобжег, Устка, Камінь Поморський, Дарлово, Устка, Хель, Сопот. Найвідоміші бальнеологічні курорти: Кудова-Здруй, Душники-Здруй, Поляниця-Здруй, Криниця-Здруй, Аугустув-Здруй, Буско-Здруй. Багато польських курортів успішно розширили свої класичні пропозиції, додавши програми біологічного відновлення здоров'я, косметології та релаксу, в тому числі процедури СПА.

Польські гірськолижні курорти приваблюють туристів з країн Європи. Гірськолижний курорт Закопане має більше 60 км гірськолижних трас різної складності, мережу підйомників, атракціонів, музеїв. На території курорту розташовано 6 основних зон катання різного рівня складності. Це відкриває можливості для лижного та санного спорту. Лижний сезон починається тут на початку грудня і триває майже до половини квітня.

Польща має розвинену мережу природоохоронних територій, які використовуються для розвитку екологічного туризму. Для туристів доступними є 23 національні парки. Найбільш відвідуваними національними парками є – Вігерський Ойцовського.

Отже, Польща володіє різноманітним ресурсним потенціалом для розвитку туризму і може задовільнити смаки найбільш вибагливих туристів. Тут кожен може знайти заняття і провести свій час та отримати незабутні враження та позитивні емоції від відпочинку. Велика кількість польських туристичних компаній готові запропонувати гостям найрізноманітніші тури. В Польщі на рівні держави проводиться ефективна політика у сфері туризму, яка має дієвий механізм реалізації. Така активна політика є цілком виправданою і згідно з даними UNWTO сприяє позитивній динаміці туристичних прибуттів і надходжень.

### Список використаних джерел

1 Визначні місця в Польщі [Електронний ресурс].- Режим доступу: <http://ostarbeiter.vn.ua/category/pamyatki>.

2 Польща: природа [Електронний ресурс].- Режим доступу: [https://www.polscha.travel/attachments/article/20342/PRZYRODA\\_UA.pdf](https://www.polscha.travel/attachments/article/20342/PRZYRODA_UA.pdf)

3 Відпочинок у Польщі [Електронний ресурс].- Режим доступу: <http://ostarbeiter.vn.ua/category/vidpochinok>.

**СУСПІЛЬНО-ГЕОГРАФІЧНІ МОДЕЛІ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОЇ  
СФЕРИ РЕГІОНУ**



**Людмила МАТВІЙЧУК**  
доктор економічних наук, професор  
Луцький національний технічний університет,  
м. Луцьк

**Світлана ПАВЛЕНКО**  
студентка,  
Луцький національний технічний університет,  
м. Луцьк  
[svetapvlnk99@gmail.com](mailto:svetapvlnk99@gmail.com)

## **СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ВЕЛОТУРИЗМУ У МІСТІ ЛУЦЬК**

Велотуризм є популярним видом активного відпочинку, який включає в себе подорожі на велосипеді для відкриття нових місць та природну красу. Він приваблює людей різного віку та фізичної підготовки, сприяючи здоровому способу життя та екологічно свідомому подорожуванню. Популярність велотуризму зростає завдяки розвитку велосипедної інфраструктури, включаючи велосипедні маршрути, гірські траси та велосипедні лісові стежки. Люди також цінують можливість досліджувати культурні та природні атракції під час велосипедних подорожей [3]. Велотуризм стає популярним способом відпочинку як серед локальних жителів, так і серед туристів, які шукають активний та екологічно чистий спосіб відкрити світ. Дослідження сучасних тенденцій велотуризму у Луцьку допоможе покращити інфраструктуру міста, залучити туристів та збільшити дохід місцевого бізнесу [1].

Велосипедна культура у місті Луцьк розвивається поступово, але впевнено. Перші велосипеди в місті з'явилися наприкінці 19 століття, але масовим видом транспорту вони стали лише в міжвоєнний період. У цей час у Луцьку було створено Волинське товариство циклістів і мотористів, яке проводило змагання, а також пропагували велосипедний спорт. У 2000-х роках у місті почали з'являтися перші велодоріжки [2].

У 2010 році було відкрито громадську велосипедну прокатну станцію. У 2020 році в Луцьку було прийнято «Стратегію розвитку велосипедного руху в місті Луцьку». Ця стратегія передбачає створення безпечної та комфортної інфраструктури для велосипедистів, а також популяризацію велотранспорту як альтернативи автомобілю. За останні роки у місті було збудовано кілька нових велодоріжок, а також встановлені велосипедні парковки. Крім того, у Луцьку регулярно проводяться велозаходи, такі як велопрогулянки, веломарафони та інші.

Основними проблемами та недоліками велосипедної інфраструктури у Луцьку є:

- недостатня довжина велодоріжок. Велосипедні доріжки у Луцьку переважно розташовані в центральній частині міста, а в деяких мікрорайонах вони відсутні взагалі;
- недостатня якість велодоріжок. Деякі велодоріжки у Луцьку мають погану якість покриття або не відповідають нормам безпеки;
- недостатня кількість велосипедних стоянок. Велосипедні стоянки у Луцьку розташовані нерівномірно, і їх кількість не відповідає кількості велосипедистів;
- незнання правил дорожнього руху велосипедистами. Деякі велосипедисти не дотримуються правил дорожнього руху, що створює небезпеку для них самих та інших учасників дорожнього руху.

У Луцьку та його околицях є кілька популярних веломаршрутів, які приваблюють туристів з різних куточків України та світу. Ці маршрути проходять через ліси, поля, озера та історичні пам'ятки. Велотуризм має позитивний вплив на економіку та імідж Луцька. Велотуристи, які відвідують місто, витрачають гроші на проживання, харчування, послуги та сувеніри. Це сприяє розвитку місцевої економіки та створює додаткові робочі місця.

Крім того, велотуризм сприяє популяризації Луцька як туристичного напрямку. Велотуристи, які відвідують місто, розповідають про свої враження в соціальних мережах та

на туристичних форумах. Це допомагає формувати позитивний імідж Луцька як безпечного та гостинного міста.

У 2023 році у велотуризмі спостерігається кілька основних тенденцій:

- зростання популярності електробайків. Електробайки дозволяють велосипедистам подолати більші відстані без втоми;

- розвиток велоінфраструктури в містах. Велосипедні доріжки, велопарковки та інші об'єкти велоінфраструктури роблять велотуризм більш безпечним і комфортним.

- Збільшення кількості велоподій. Веломарафони, велопрогулянки та інші велоподії допомагають популяризувати велотуризм.

Луцьк має потенціал для розвитку велотуризму. У місті та його околицях є кілька популярних веломаршрутів, які проходять через ліси, поля, озера та історичні пам'ятки.

З огляду на сучасні тенденції у велотуризмі, Луцьк має хороші можливості для розвитку цього напрямку. Розвиток велоінфраструктури та проведення велоподій допоможуть зробити велотуризм більш доступним і привабливим для туристів. Ось кілька конкретних заходів, які можна вжити для розвитку велотуризму в Луцьку:

- побудувати велодорожки, які б з'єднували різні райони міста. Це дозволить велосипедистам комфортно пересуватися містом без необхідності їздити по проїжджій частині;

- створити веломаршрути, які б проходили через історичні пам'ятки. Це дозволить туристам поєднати велоподорож з відвідуванням визначних пам'яток;

- проводити веломарафони та інші велоподії. Це допоможе популяризувати велотуризм і залучити нових учасників.

Запровадження цих заходів допоможе зробити Луцьк більш привабливим для велотуристів і сприятиме розвитку туризму в місті.

Таким чином, дослідження показало, що велотуризм є перспективним напрямком розвитку туризму у Луцьку. Він має низку переваг для туристів, а також сприяє розвитку економіки та іміджу міста. Для подальшого розвитку велотуризму в Луцьку необхідно вжити заходів щодо розширення мережі веломаршрутів, покращення їх якості та створення інфраструктури для велотуризму. З огляду на сучасні тенденції у велотуризмі, можна прогнозувати, що цей вид туризму буде продовжувати зростати в популярності. Луцьк має хороші можливості для розвитку велотуризму, і при реалізації відповідних заходів місто може стати одним із популярних туристичних напрямків для велотуристів.

#### **Список використаних джерел**

1. Велосипедний туризм в Україні: тенденції та перспективи розвитку URL: <https://reposit.uni-sport.edu.ua>

2. Інформаційний центр Луцька та Волині URL: <https://visitlutsk.com/>

3. Матвійчук Л.Ю., Лепкий М.І., Жадько О.А. (2023). Інтеграційні процеси суб'єктів індустрії гостинності України в сучасних умовах. Товарознавчий вісник, 1(16), 255-262.

**СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ, МАРКЕТИНГУ ТА  
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ  
УКРАЇНИ НА СВІТОВИХ РИНКАХ ПОСЛУГ**

**Григорій БОЯНІВСЬКИЙ**  
магістрант спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа»,  
кафедра готельно-ресторанної справи та харчових технологій,  
географічний факультет,  
Львівський національний університет імені Івана Франка,  
м. Львів  
[hrihriboyanivskiy@gmail.com](mailto:hrihriboyanivskiy@gmail.com)

**Ірина ЧАЙКА**  
доктор філософії  
кафедра готельно-ресторанної справи та харчових технологій,  
географічний факультет,  
Львівський національний університет імені Івана Франка,  
м. Львів  
[iryna.chaika@lnu.edu.ua](mailto:iryna.chaika@lnu.edu.ua)

## **ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА ЛЬВОВА: ОСНОВНІ НАПРЯМКИ**

Питання підвищення якості продукції завжди актуальне в ринкових умовах. Під час конкурентної боротьби у сфері гостинності завжди має місце питання якості як і продукції, так і сервісу. Якість – фундаментальний показник, який досліджується при опитуваннях споживачів та перевірки продукції на відповідність стандартам. Якість харчової продукції є ключовим аспектом роботи ресторанних підприємств, оскільки вона безпосередньо впливає на задоволення клієнтів. Конкуренція між ресторанами підприємствами Львова є недосконалою, через значні можливості продуктової диференціації. Це стимулює підприємців постійно шукати шляхи підвищення якості продукції.

У Законі України "Про безпечність та якість харчових продуктів" подано визначення якості зазначеної продукції: "якість харчового продукту – ступінь досконалості властивостей і характерних рис харчового продукту, які здатні задовольняти потреби (вимоги) і побажання тих, хто споживає або використовує цей харчовий продукт" [6]. Також до цього означення можна додати те, що якість харчового продукту визначається як ступінь відповідності його властивостей та характеристик потребам, вимогам та побажанням споживачів. Це визначення відображає міру досконалості продукту, його здатність задовольнити потреби та вподобання тих, хто вживає чи використовує цей харчовий продукт. Відповідно, якість як відносний критерій можна оцінювати за двома підходами: задоволення очікувань споживачів та відповідність встановленим стандартам.

Правильне застосування системи аналізу загроз і критичних контрольних точок на підприємствах харчової промисловості, в сфері харчового обслуговування і навіть у домашньому господарстві допомагає знизити ризик харчових захворювань. Це досягається шляхом ідентифікації потенційних небезпек, встановлення критичних контрольних точок, розробки процедур контролю та реагування на відхилення [1].

Система аналізу загрози за критичними контрольними точками (НАССР) є важливим інструментом для забезпечення безпеки і якості харчової продукції в ресторанах. Використання НАССР в ресторанах допомагає ідентифікувати потенційні ризики, пов'язані з безпекою харчових продуктів, та встановити критичні контрольні точки для їх ефективного моніторингу. Застосування системи НАССР у ресторанах допомагає забезпечити високу якість харчової продукції, запобігти харчовим отруєнням та забезпечити довіру споживачів. Ресторани, які дотримуються принципів НАССР, здатні ефективно контролювати ризики та забезпечувати безпеку своїх продуктів [2].

Моніторинг діяльності закладів ресторанного господарства Львова продемонстрував наявність декількох шляхів щодо можливості підвищення якості своєї продукції. Зокрема, актуальним буде дотримання таких правил:

1. Ресторанам варто співпрацювати з надійними постачальниками, які гарантують якість своїх продуктів.
2. Впровадження сучасних технологій у процесі приготування страв, зокрема приготування страв за технологією су-від, використання технології дегідратації – допомагає забезпечити стабільність якості, ефективність та точність приготування.
3. Організація навчальних майстер-класів для кухарів допомагає підвищити професійні навички та удосконалити техніки приготування, що позитивно впливає на якість страв.
4. Ресторани можуть стимулювати кулінарну творчість своїх кухарів та впроваджувати нові страви в меню. Проведення кулінарних експериментів дозволяє збагачувати смакові враження гостей та привертати увагу.
5. Звернення уваги на кожен аспект процесу готування та подачі страв, такі як презентація, температура подачі, смакові поєднання, додає цінності харчовим продуктам.
6. Ресторани можуть створювати системи контролю якості, які включають перевірку доставки інгредієнтів, процедури контролю процесу готування, зберігання та сервірування.
7. Регулярний зворотній зв'язок від клієнтів допомагає визначити міцні та слабкі сторони гастрономічного пропозиції та зробити відповідні корективи.
8. Ресторани можуть запрошувати відомих шеф-кухарів та гастрономічних експертів на співпрацю, що дозволить набути цінного досвіду та використовувати найкращі практики.

Окрім всіх вище перелічених пунктів варто зазначити важливість людського капіталу у формуванні та підвищенні якості продукції Львівських закладів. Сюди належать: професійна кваліфікація персоналу, навчання стандартам обслуговування (сервіс, правильна робота з сировиною, правила охорони праці та техніки безпеки)

Отож, при врахуванні та залученні в роботу вище перелічених аспектів в ресторанному господарстві Львова клієнти можуть відчути зміни у якості харчової продукції, які проявляються в більш свіжих, смачних і креативних стравах. Їхні враження можуть бути підкріплені за допомогою додаткових інгредієнтів, нових способів приготування або вдосконалення старих рецептів. Зосередженість на кращому обслуговуванні може привести до збільшення уваги до деталей, швидшої обробки замовлень та доброзичливішого ставлення до клієнтів. Це може позитивно вплинути на загальний досвід відвідування ресторану.

#### **Список використаних джерел**

1. Давидова О.Ю., Писаревський І.М., Ладигенська Р.С. Управління якістю продукції та послуг у готельно-ресторанному господарстві: Навч. посібник. Харків: ХНАМГ, 2012. 414 с.
2. Зіміна Г. К.. Стандартизація систем управління якістю згідно стандартів серії ISO 9000:2000. Київ : Школа Адміністративного Управління Зіміної, 2003. 256 с.
3. Мальська М.П., Пандяк І.Г. Готельний бізнес: теорія та практика: Підручник. 2-вид. перероб. та доп. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 472 с.
4. Салухіна Н.Г., Язвинська О.М. Стандартизація та сертифікація товарів і послуг: Підручник. Київ: Центр учбової літератури, 2010. 336 с.
5. Фейгенбаум. А. Контроль якості продукції. Київ : Діло, 2002. 318 с.
6. Черевко О.І., Малюк Л.П., Дейниченко Г.В. Збірник нормативних документів державного регулювання у сфері ресторанного бізнесу. Харків: ПКФ «Фавор ЛТД», 2003. 440 с.

## ДИНАМІКА ПОКАЗНИКІВ ДІЯЛЬНОСТІ СЕКТОРУ ГОСТИННОСТІ ЗАКАРПАТСЬКОЇ ОБЛАСТІ В ДОКРИЗОВИЙ ПЕРІОД

Для розуміння загальної ситуації в секторі гостинності необхідно розглянути основні показники роботи суб'єктів туристичної діяльності Закарпатської області. Суб'єктами туристичної діяльності вважаються підприємства, установи, організації незалежно від форм власності, фізичні особи, що зареєстровані у встановленому чинним законодавством України порядку і мають ліцензію на здійснення діяльності, пов'язаної з наданням туристичних послуг. До них належать як власне туристичні агентства, бюро подорожей, туристичні оператори, туристичні комплекси, так і готелі, кемпінги, мотелі, пансіонати, підприємства громадського харчування, транспорту, заклади культури, спорту та ін., які забезпечують приймання, обслуговування і перевезення туристів [1]. Аналіз кількості туроднів, наданих туристам та середньооблікової кількості працівників, дозволить прослідкувати динамічні тренди, які спостерігалися із початку століття і до початку кризової ситуації, пов'язаної з розповсюдженням вірусу SARS-CoV-2.

Можна відзначити, що показники мають періодичний характер (Мал. 1) - кількість реалізованих туроднів та середньооблікова кількість працівників в галузі за період із 2000 до 2015 років корелюють прямо пропорційно. Із 2000 року спостерігалось поступове скорочення обох показників. Саме на 2015 припадає мінімум проданих туроднів, число яких становило 68,6 тис., дана депресія пояснюється наслідком нестабільної геополітичної ситуації в Україні у 2014-2015 рр.

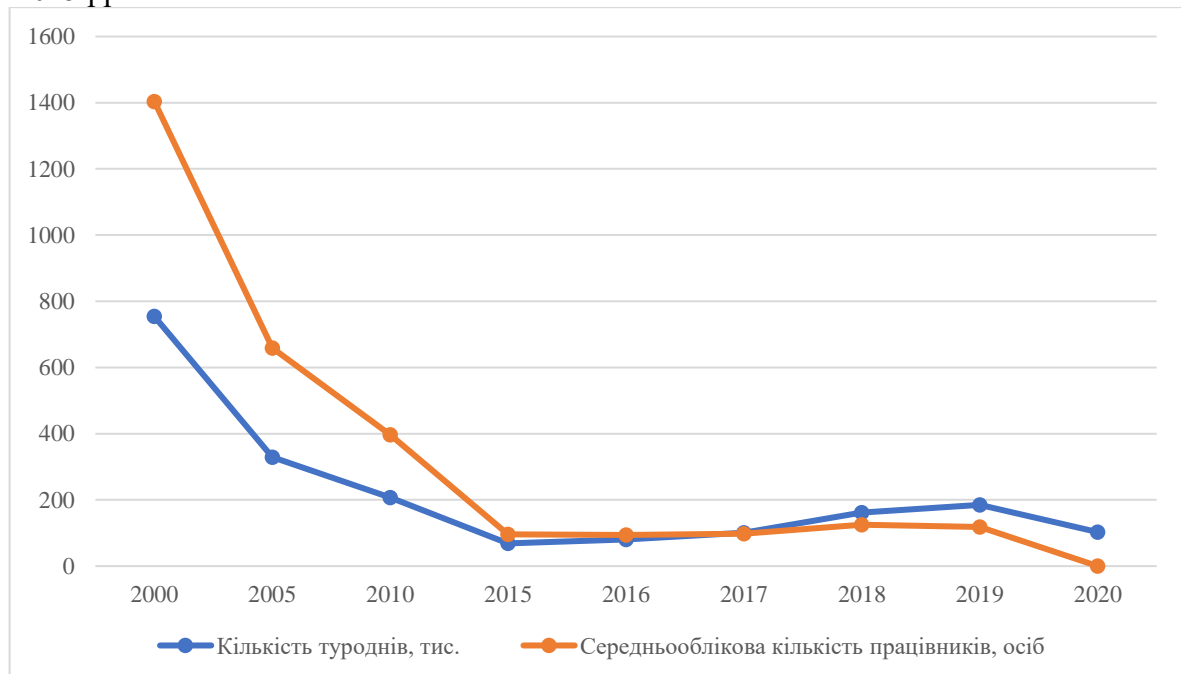


Рис. 1. Динаміка кількості туроднів, наданих туристам та середньооблікової кількості працівників (укладено авторами на основі матеріалів Головного управління статистики в Закарпатській області [2-3])

Мінімальна кількість працівників, зайнятих в галузі спостерігалася також в посткризовий період 2015-2017 років, коли їх число становило від 96 до 98 осіб. Починаючи із

2017 року показники почали демонструвати позитивну динаміку, яка зберігалася до 2019 року, опісля знову спостерігається значний спад, пов'язаний із початком глобальної пандемії.

#### **Список використаних джерел**

1. Характеристика туристичної діяльності [Електронний ресурс]. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://library.if.ua/book/2/275.html> (дата звернення: 16.07.2022 р.)
2. Статистична інформація «Туристична діяльність в Україні у 2019 році». Головне управління статистики в Закарпатській області [Електронний ресурс]. - 2019 - Режим доступу: [http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2019/tyr/tyr\\_dil/arch\\_tyr\\_dil.htm](http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2019/tyr/tyr_dil/arch_tyr_dil.htm) (дата звернення: 20.07.2022 р.)
3. Статистична інформація «Туристична діяльність в Україні у 2020 році». Головне управління статистики в Закарпатській області [Електронний ресурс]. - 2020 - Режим доступу: [http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2019/tyr/tyr\\_dil/arch\\_tyr\\_dil.htm](http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2019/tyr/tyr_dil/arch_tyr_dil.htm) (дата звернення: 20.07.2022 р.)

**Орест ДІДОРА**

II 2 курс магістратури, спеціальність «Готельно-ресторанна справа»  
кафедра готельно-ресторанної справи та харчових технологій,  
географічний факультет,  
Львівський національний університет імені Івана Франка,  
м. Львів  
[iryna.chaika@lnu.edu.ua](mailto:iryna.chaika@lnu.edu.ua)

**Ірина ЧАЙКА**

доктор філософії,  
кафедра готельно-ресторанної справи та харчових технологій,  
географічний факультет,  
Львівський національний університет імені Івана Франка,  
м. Львів  
[iryna.chaika@lnu.edu.ua](mailto:iryna.chaika@lnu.edu.ua)

## **ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ КОНКУРЕНТОЗДАТНОСТІ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА МІСТА ЛЬВОВА**

У сучасному динамічному середовищі конкурентоспроможність закладів ресторанного господарства стає визначальним фактором їхнього успіху на галузевому ринку. Зважаючи на те, що у м. Львів гастрономічна сфера відіграє важливу роль у формуванні його туристичної привабливості – ресторанна індустрія перебуває в постійному розвитку. Інноваційні підходи у цій галузі набувають особливого значення, сприяючи не лише підвищенню якості обслуговування та диференціації продукту, а й забезпечуючи високу конкурентоспроможність у контексті зростаючих вимог споживачів та посилення конкуренції.

Інновація – це процес доведення наукової ідеї або технічного винаходу до стадії практичного використання, що приносить дохід, а також пов'язані з цим процесом техніко-економічні та інші зміни у соціальному середовищі. Інновація повинна задовольняти ринковий попит, мати новизну і приносити прибуток виробнику [3].

Сучасні суспільні та ринкові умови демонструють визначальну роль маркетингових та технологічних груп інновацій у розвитку ресторанного бізнесу. Активне застосування маркетингових стратегій допомагає львівським закладам втримуватись на перенасиченому локальному ринку ресторанних послуг, залучати нових клієнтів та зміцнювати відносини з існуючими. Водночас швидкий технологічний прогрес у сфері інновацій та цифровізації стимулює ресторани підприємства, що відкриває шляхи до більш ефективного управління, оптимізації процесів та впровадження інноваційних продуктів.

Новітні ІТ-технології змінили організацію роботи ресторанних закладів. Поява перших POS-терміналів створила можливості для оптимізації фінансово-розрахункових процесів. Сучасні POS-системи трансформувались, здебільшого працюють на основі хмарного сервера, що дозволяє мінімізувати кількість спеціалізованого обладнання. Також розширились і їхні можливості. Компанія «Poster», що працює на українському ринку створює продукт, який забезпечує вирішення проблематику: онлайн-кас, складу, фінансів, аналітики та CRM. У Львові програмним забезпеченням цієї компанії коористуються ресторан-кондитерська «Cheesebakery» та мережа кав'ярень «Альтернативна кава». Розширення постуг POS-систем створили передумови для можливості впровадження наступних новацій, а саме QR-меню [6].

Початок пандемії Covid-19 стимулював до впровадження QR-кодів в ресторанах міста. Зараз таке рішення залишається популярним та необхідним кроком для оптимізації обслуговування клієнтів. Ця технологія дозволяє клієнтам швидко та зручно здійснювати замовлення, переглядати меню через мобільні пристрої та навіть здійснювати безконтактну оплату. Вони також можуть містити додаткову інформацію про страви, напої або спеціальні акції, що дозволяє ресторанам ефективніше комунікувати з своїми клієнтами. Завдяки QR-



кодам ресторани забезпечують безпеку та гігієну, уникнувши фізичного контакту з меню та забезпечуючи максимальний комфорт для своїх відвідувачів, що відіграло важливу роль в часи пандемії.

Львівські заклади, а саме «Добрий друг» та піцерія «La P'єц» розпочали застосування чат-ботів у соціальних мережах. Вони можуть як доповнювати технологію QR-коду так і виступати самостійним нововведенням. Чат-боти в сучасному ресторанному господарстві виявляються важливими інструментами для автоматизації обслуговування клієнтів та управління внутрішніми процесами. Вони забезпечують ефективний канал комунікації між клієнтами та рестораном, дозволяючи здійснювати замовлення, надавати інформацію про меню та розклад роботи, а також отримувати відгуки від клієнтів для поліпшення якості обслуговування.

Відповідно, можна стверджувати, що технологічний процес дозволяє закладам ресторанного господарства оптимізувати фінансово-розраункову частину роботи та маркетингову діяльність. Щодо маркетингу – він також трансформується під впливом нових технологій, які посилюють комунікаційні можливості компаній.

Сприяють посиленню конкурентоспроможності на ринку ресторанних послуг технології підвищення якості харчової продукції. Зокрема застосування новітніх технік обробки сировини (су-від, дегідратація).

Також, популярною тенденцією впровадження інновацій на львівському ресторанному ринку є зменшення негативного впливу роботи закладів на екологію міста. Цей підхід базується на використанні екологічно чистих продуктів харчування, мінімізації відходів, використанні відновлюваних ресурсів та впровадженні енергоефективних технологій. Якравим прикладом екофредлі закладу на місцевому ринку є коктейль-бар «Sino», який почав використовувати посуд з обрізаних пляшок, вирощувати мікрогрін, використовувати локальні та сезонні продукти, збирати скло для переробки та долучалися до висадження дерев у місті за власні кошти [5].

У результаті аналізу інноваційної діяльності закладів представлених на місцевому ринку ресторанних послуг у м. Львів можна зробити висновок, що впровадження новаторських підходів та технологій в цій галузі допомагає підвищити якість обслуговування, залучити більше клієнтів та підвищити конкурентоспроможність ресторанів. Практичне впровадження вище зазначених інноваційних рішень сприяє підвищенню ефективності роботи цих ресторанів, забезпечуючи збалансований підхід до вимог споживачів та екологічних проблем, що не тільки допомагає зберегти заклади на ринку в сучасних несприятливих політично-економічних умовах в країні, але й сприяє розвитку ресторанного бізнесу в місті.

#### Список використаних джерел

1. Банева І., Величко О. Сучасні підходи до організації готельно-ресторанного бізнесу. *Modern Economics*. 2022. № 36. С. 6–11.
2. Грищенко М. Виклики сучасності та їх вплив на діяльність готельних підприємств України. *Трансформаційна економіка*. 2023 № 1(01). С. 10–14
3. Інвестиційно-інноваційна діяльність підприємства. Available at: <https://buklib.net/books/37223/> (дата звернення: 24.10.23)
4. Кіш Г. Інноваційні технології в діяльності готельно-ресторанних підприємств. *Актуальні питання у сучасній науці*. 2023 № 6 (12). С. 65–77
5. Підтримка українського бізнесу в час кризи. Available at: [https://tvoemisto.tv/exclusive/golka\\_v\\_sino\\_abo\\_yak\\_lvivskyy\\_kokteylbar\\_sadyt\\_dereva\\_v\\_misti\\_i\\_pereboryuie\\_karantyn\\_112439.html](https://tvoemisto.tv/exclusive/golka_v_sino_abo_yak_lvivskyy_kokteylbar_sadyt_dereva_v_misti_i_pereboryuie_karantyn_112439.html). (дата звернення: 24.10.23)
6. Poster. Available at: <https://joinposter.com/ua> (дата звернення: 24.10.23)

**Галина КУШНІРУК**  
кандидат економічних наук, доцентка

**Андрій МАНДЮК**  
магістрант II курсу  
Львівський національний університет імені Івана Франка  
[halyna.kushniruk@lnu.edu.ua](mailto:halyna.kushniruk@lnu.edu.ua)

## **АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ У РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ**

Ресторанний бізнес стикається з безліччю різних видів ризику. Оскільки ресторатори не можуть зазирнути у майбутнє, найкращим способом дій є розробка плану антикризового управління. Усвідомлення свого середовища ризику є критично важливим кроком, який може допомогти відновитися після несподіваних викликів. Саме тому необхідною є розробка стратегії антикризового управління, яка дозволить ресторанному бізнесу своєчасно реагувати на конкретні загрози. Маючи план управління кризовими ситуаціями, можна виявляти ризики на ранніх стадіях і пом'якшувати їх до того, як вони порушать основну діяльність ресторану.

Криза підприємства – це незапланований і небажаний, обмежений у часі процес, що істотно перешкоджає або навіть робить неможливим функціонування підприємства. Вона також представляє собою переломний момент у виробничих, комерційних, фінансових та інших процесах, що відбуваються на підприємстві. Сьогодні маємо в Україні комплекс криз одночасно: економічна, політична, організаційна, соціальна, психологічна, в тому числі криза пандемії та криза, спричинена війною. Кожна з них несе свої наслідки для держави, економіки населення та підприємств.

Антикризове управління, або кризовий менеджмент – це процес порятунку організації, підприємства від руйнівних впливів і створення умов для подальшого розвитку [4]. Антикризове управління підприємством розглядається у двох аспектах: як недопущення до негативних кризових явищ, мінімізації кризових наслідків, уникнення негативних наслідків від кризи так як управління, покликане вивести підприємство з кризового стану і продовжити його працездатність і в післякризовий період [2].

З якими ризиками стикається ресторанний бізнес? Це харчові отруєння, забруднена вода та забруднення інгредієнтів для приготування їжі; поширення інфекційних захворювань через соціальну природу ресторанів; зіпсована репутація через низькі рейтинги ресторанів або невдалі перевірки безпеки; низький попит; загроза кібербезпеці; збій операційної системи; крадіжки, насильницьке пограбування, тероризм тощо.

У контексті ризиків, з якими стикаються ресторани, наявність плану антикризового управління дозволить ресторанному бізнесу своєчасно відреагувати на конкретні загрози. План антикризового управління окреслює кроки, які компанія повинна зробити, зіткнувшись із конкретними ризиками. Оскільки цей план підготовлений заздалегідь, можна швидше відреагувати та пом'якшити потенційні втрати, які в іншому випадку могли б паралізувати діяльність ресторану. Основні компоненти, які повинен включати план антикризового управління у ресторанному бізнесі, включають створення спеціальної групи кризового реагування, антикризове планування та підготовка, страхування, проактивність – бути в курсі майбутніх загроз і готуватися до них заздалегідь, розвиток ефективних каналів комунікації, ефективна логістична діяльність тощо.

Мета антикризового управління – врятувати систему, причому всіма доступними методами з мобілізацією усіх доступних ресурсів. Для ресторанного бізнесу такими напрямками можуть стати: активний розвиток цифрових технологій таких як онлайн маркетинг і інфлюенсер; телеграм-боти та різного роду мобільні додатки для здійснення замовлень; впровадження інноваційних методів, наприклад, технологізація, реінжиніринг, краудсорсинг, бенчмаркінг, аутсорсинг, аутстафінг [4]; впровадження індивідуального підходу до надання послуг; активний розвиток кейтерингу; орієнтація на бюджетний сегмент ринку;

використання сучасних програм автоматизації (наприклад, система автоматизації Poster для ресторанів і кафе) для моніторингу поточного стану бізнесу, швидкого перерозподілу ресурсів і запасів, а також для оптимізації витрат та інше.

Варто зазначити, що криза – це також спроба перейти на якісно інший рівень розвитку підприємства, це можливість перебудувати все по новому та розпочати кардинальні зміни у ресторанному бізнесі. В умовах невизначеності бізнес потребує швидких дій та продуманості у прийнятті рішень, значних інвестицій у цифрові технології та додаткові заходи для покращення роботи ресторану. Саме тому варто розглянути різні типи технологій, що мають вплинути на майбутнє ресторанного бізнесу та дадуть змогу підвищити конкурентоспроможність українських рестораних підприємств на світовому ринку.

В умовах війни вітчизняний ресторанний бізнес знаходиться у стані кризи і ефективні антикризові заходи як з боку самих ресторанів так і з боку держави, допомагають закладам ресторанного господарства стабілізувати свою діяльність. Наприклад, важливу роль відіграє підтримка держави та міжнародних організацій через розроблення та реалізацію різноманітних програм та проектів; проведення різних акцій спрямованих на підтримку сфери гостинності; усунення перебоїв у ланцюгах поставок ресторанної сировини для формування ресторанних послуг та налагодження шляхів для безпечного внутрішнього туризму в Україні; орієнтація на надання бюджетних та соціальних послуг тощо.

У розробці антикризових програм повоєнного відновлення ресторанної сфери також варто врахувати досвід інших країн, ресторанний бізнес яких функціонував в подібних умовах та зазнав втрат через бойові дії, зокрема війну, чи кризові ситуації, але у недалекій перспективі досяг ефективного розвитку ресторанного бізнесу [1; 3].

Таким чином, сьогодні ресторани намагаються завоювати довіру клієнтів і зробити свій бізнес стійким. Простий перехід на онлайн-модель доставки або скорочення кількості місць не є фінансово життєздатним варіантом, оскільки вони вже працюють в умовах серйозної економічної кризи. Саме тому все більше ресторанів впроваджують нові технології і використовують практику антикризового менеджменту. Зокрема, пандемія COVID-19 чітко показала, що антикризовий менеджмент вимагає кардинальних змін у тому, як працює ресторанний бізнес [5]. Існує гостра потреба в тому, щоб ресторани, незалежно від розміру чи формату, розробили ретельний і дієвий антикризовий план. Таким чином ресторани можуть краще підготуватися до наступної кризи у сфері гостинності та врятувати свій бізнес від закриття у майбутньому. Саме тому антикризове управління нині необхідно для того, щоб уникнути величезних збитків, щоб усі заклади ресторанного бізнесу працювали у стабільному режимі, приносячи дохід власникам бізнесу та державі.

#### Список використаних джерел

1. Банева І. О., Величко О. В. Перспективи післявоєнного відновлення готельно-ресторанної галузі в Україні. *Інфраструктура ринку*. 2022. № 67. С. 46-50. <https://doi.org/10.32843/infrastructure67-8>
2. Кіш Г., Шпіс Н. Завдання, мета та інструменти антикризового менеджменту ресторанних підприємств в умовах пандемії Covid-19. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2022. Вип. № 1 (34). С. 96-101. <https://doi.org/10.32782/easterneurope.34-16>
3. Самодай В., Рибальченко С., & Орищенко Є. Антикризове управління готельним підприємством в умовах війни. *Економіка та суспільство*. 2022. № 44. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-44-35>
4. Чаркіна Т. Ю., Марценюк Л. В., Задоя В. О., Пікуліна О. В. Стратегічні напрями управління готельно-ресторанним бізнесом в умовах кризи. *Економіка та держава*. 2021. № 2. С. 19-23. <https://doi.org/10.32702/23066806.2021.2.19>
5. Rutynskyi M., Kushniruk H. (2022). Restaurant industry in the tourist city of Eastern Europe: post-COVID-19 perspectives. The case of Lviv (Ukraine). In Borges A. et al. (Eds). *Gastronomy, Hospitality, and the Future of the Restaurant Industry: Post-COVID-19 Perspectives*. Hershey, USA: IGI Global. P. 220-243. <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-9148-2.ch012>

**Олександр КРУПСЬКИЙ**  
кандидат психологічних наук, доцент  
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара  
м. Дніпро  
[krupskyy71@gmail.com](mailto:krupskyy71@gmail.com)

**Юлія СТАСЮК**  
старший викладач  
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара  
м. Дніпро  
[stasyul@gmail.com](mailto:stasyul@gmail.com)

## **ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В СФЕРІ ТУРИЗМУ**

Сучасна індустрія туризму є однією тих сфер глобальної економіки, які швидко розвиваються та є конкурентоспроможними, незважаючи на виклики останніх років [7]. У 2022 р. загальний внесок подорожей і туризму у світовий валовий внутрішній продукт (ВВП) був на рівні 7,7 трлн дол., що на 23 % нижче, ніж у 2019 р., за рік до початку пандемії коронавірусу (Covid-19). У 2023 р. очікується, що цей показник зросте до 9,5 трлн дол., але все одне буде нижчим за допандемічний рівень на 5 % [1]. Розширення туристичних послуг і зростання попиту на них вимагають від підприємств та організацій у цьому секторі надзвичайно високого рівня професіоналізму та управлінських навичок [3].

Управління персоналом є ключовим аспектом успіху в сфері туризму, оскільки велика частина вартості послуги визначається якістю обслуговування, а ця якість залежить від навичок та ефективності персоналу [4]. Глобальна зайнятість у секторі подорожей і туризму (включаючи транспорт, проживання, послуги харчування та напоїв тощо) зросла у 2022 р. (295 млн робочих місць) порівняно з 2021 р. (289 млн) після різкого падіння з початком пандемії коронавірусу (Covid-19). У 2019 р. кількість робочих місць у сфері подорожей і туризму становила 334 млн, в 2020 р. цей показник склав 271 млн, що на 18,8 % менше показника попереднього року. За прогнозами очікується, що у 2023 р. цей показник досягне рівня 320 млн [2].

Сфера туризму і гостинності включає в себе широкий спектр послуг, від готельного господарства та ресторанної галузі до туристичних агентств та атракційних об'єктів. Особливості цієї галузі, зокрема сезонність, різноманітність послуг, високий рівень конкуренції та взаємодія з представниками різних культур, створюють особливі виклики та можливості для управління персоналом. Ефективне врахування всього перерахованого залежить від рівня освіти [5] та рівня сформованості професійної культури [6].

Управління персоналом в галузі туризму має вирішальне значення для досягнення високої якості обслуговування та задоволення потреб клієнтів. Основні завдання із управління персоналом в туристичній сфері наведено на рис. 1.

Сфера туризму часто включає взаємодію з клієнтами та персоналом з різних культур. Управління міжкультурними відносинами стає важливим аспектом ефективного управління персоналом в цій галузі. Для досягнення високої якості обслуговування HR-фахівцям слід розвивати комунікаційні навички своїх працівників, серед яких особливу увагу слід приділити таким, як: вміння слухати, відмінні вербальні навички, мовна компетенція, невербальна комунікація, культурна чутливість, вміння розв'язувати конфлікти, емпатія, часова ефективність тощо. Окрім того, у сучасному світі дуже важливо володіти навичками електронної комунікації, оскільки багато бронювань та запитів здійснюється через Інтернет та електронну пошту.

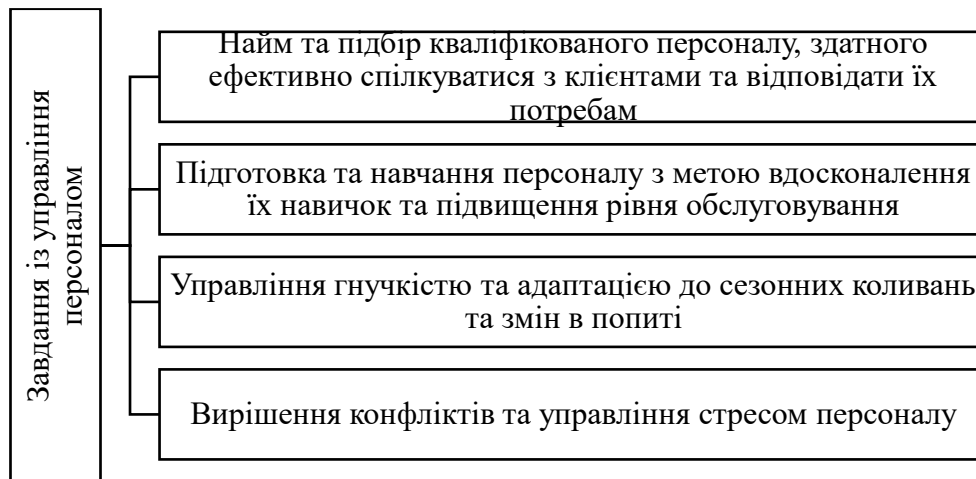


Рис. 1. Основні завдання із управління персоналом в сфері туризму  
Складено авторами самостійно

Отже, управління персоналом в туристичній сфері є складним завданням, що вимагає специфічних навичок та підходів. Здатність вирішувати унікальні виклики, що виникають в цій галузі, визначає успіх підприємств та організацій у сфері туризму та гостинності. Забезпечення високої якості обслуговування та задоволення потреб клієнтів залишаються головними цілями, і управління персоналом грає ключову роль у досягненні цих цілей.

#### Список використаних джерел

1. Total contribution of travel and tourism to gross domestic product (GDP) worldwide. URL: <https://www.statista.com/statistics/233223/travel-and-tourism--total-economic-contribution-worldwide/> (дата звернення 18.10.2023)
2. Number of travel and tourism jobs worldwide. URL: <https://www.statista.com/statistics/1268465/number-of-travel-and-tourism-jobs-worldwide/> (дата звернення 18.10.2023)
3. Крупський О.П. Концептуальні засади управління інноваційною діяльністю туристичних підприємств. *Вісник Дніпропетровського університету. Серія: Менеджмент інновацій*. 2015. Вип. 4, Т.22. С. 64-71 <https://doi.org/10.15421/191509>.
4. Krupskiy O. P., Sardak S. E., Kolbushkin Y. P., Stasyuk Y. M. Formation of the economic security system of tourism and hospitality enterprises. *Journal of Advanced Research in Law and Economics*. 2019. Vol.10. №(4 (42)). С. 1159-1175. [https://doi.org/10.14505//jarle.v10.4\(42\).16](https://doi.org/10.14505//jarle.v10.4(42).16).
5. Волкова Н. П. Моделирование компетентностной профессиональной освіти в контексті євроінтеграції : монографія / кол. авт; за заг. ред. проф. Н. П. Волкової. – Дніпро : Університет ім. А. Нобеля, 2021. – 356 с.
6. Крупський А. П., Стасюк Ю. М. Коммуникативная компетентность как необходимый элемент профессиональной культуры менеджера. *Педагогіка вищої та середньої школи : зб. наук. праць* ; гол. ред. проф. В. К. Буряк. – Кривий Ріг : КДПУ, 2009. – С. 111–116.
7. Апальков С. С. та інші. Глобальна економіка: актуальні проблеми та вектори розвитку: монографія. – Дніпро: ПП «Ліра ЛТД». 2021. – 426 с.
8. Liutak O. M., Baula O. V. The development applied aspects of Ukraine's tourist industry in the globalization conditions. *European Journal of Management Issues*. 2020. Т. 28. №. 3. С. 92-100. <https://doi.org/10.15421/192009>.

**Марина СЛОКВА**  
кандидат економічних наук,  
доцент кафедри міжнародного менеджменту,  
Державний торговельно-економічний університет, м. Київ  
[m.slokva@knute.edu.ua](mailto:m.slokva@knute.edu.ua)

**Валерій ДЖУНКОВСЬКИЙ**  
здобувач вищої освіти спеціальності 073 «Менеджмент» ОС «Магістр»  
Державний торговельно-економічний університет, м. Київ  
[vdzhunk@gmail.com](mailto:vdzhunk@gmail.com)

## **МІЖНАРОДНІ СТАНДАРТИ ВПРОВАДЖЕННЯ ЕКОЛОГІЧНИХ ПРИНЦИПІВ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ**

Відповідно до сучасної парадигми інновацій, у світовій практиці відбувається поєднання інтересів бізнесу та суспільства, а відтак у нинішніх умовах активізувались дискусії щодо впровадження екологічних принципів соціальної відповідальності бізнесу. На нашу думку, соціальну відповідальність слід розглядати як інструмент підвищення конкурентоспроможності, можливості виходу на нові «екочутливі» ринки, покращення іміджу, підвищення ефективності взаємовідносин з інвесторами та залучення нових клієнтів. Екологічну політику не слід розглядати окремо від корпоративної соціальної політики підприємств, адже ця сфера бізнесу охоплює не лише питання пов'язані з виробництвом [1].

Відповідно міжнародного стандарту ISO 26000 корпоративна соціальна відповідальність – це та діяльність (а саме продукція і послуги) на суспільство і навколишнє середовище, що реалізується через прозору і етичну поведінку, відповідає сталому розвитку та добробуту суспільства, враховує очікування зацікавлених сторін, поширена в усій організації і не суперечить відповідному законодавству і міжнародним нормам поведінки [2].

Міжнародна організація стандартизації (ISO) має багатогранний підхід до задоволення потреб бізнесу, промисловості, урядових та неурядових організацій й споживачів у сфері охорони довкілля, раціонального природокористування та екологічної безпеки. Для управління екологічними аспектами діяльності підприємства ISO розробила серію стандартів. ISO 14000 встановлює вимоги до системи екологічного менеджменту, ISO 50000 – до системи управління енергоефективністю, ISO 26000 та IWA 26 – до системи управління соціальною відповідальністю. Імплементация цих стандартів на практиці дозволяє підприємству ефективніше провадити діяльність у частині охорони навколишнього середовища, ефективніше використовувати ресурси, ідентифікувати підходи до вдосконалення системи управління підприємством, навчання персоналу та модернізації виробництва.

В умовах погіршення екологічної ситуації на глобальному рівні суспільство оцінює якість продукції за багатьма критеріями, одним із яких є негативний вплив на навколишнє середовище, що має місце у процесі виробництва. Відтак, екологічна відповідальність бізнесу стає фактором, що підлягає оцінці з позицій інвестора, партнера, споживача та громадськості. Незважаючи на те, що впровадження принципів корпоративної соціальної відповідальності об'єктивно зумовлює суттєві фінансові витрати, у довгостроковому періоді вони компенсуються за рахунок зростання доходу від покращення іміджу й ділової репутації, що в кінцевому підсумку сприяє підвищенню конкурентоспроможності підприємства.

Таким чином, впровадження сучасних систем управління якістю продукції на основі стандартів ISO 14000 забезпечить ефективне вирішення численних екологічних проблем як на національному, так і на міжнародному рівні.

### Список використаних джерел

1. Могильна Л.М., Ткаченко В.В. Міжнародні стандарти впровадження екологічних принципів соціальної відповідальності інноваційно активним бізнесом. *Економіка та суспільство*. 2022. № 37. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-37-12>
2. ISO 26000. Social responsibility. URL: <https://www.iso.org/iso-26000-social-responsibility.html>
3. Терebій А.А. Систематизація міжнародних стандартів корпоративної соціальної відповідальності. *Ефективна економіка*. 2020. № 155. DOI: 10.32702/2307-2105-2020.9.153

**МОНІТОРИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ  
ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ В ПЕРІОД ВОЄННОГО СТАНУ**



**Віта КОТУБЕЙ**

доктор філософії, ст. викладач кафедри  
географії та суспільних дисциплін  
Мукачівський державний університет,  
м. Мукачево

**Жанна ШТЕФАНЬО**

студентка 2-го курсу Г-21  
Мукачівський державний університет,  
м. Мукачево  
[zanna.shtefanio@gmail.com](mailto:zanna.shtefanio@gmail.com)

## **ВПЛИВ ВІЙНИ НА РОЗВИТОК ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ**

В дослідженні моніторингу України лежить великий шлях до розвитку її фінансів економіки, а саме головне стратегій розвитку нашої держави поширення історії нашої країни та її традиції, але це все не в період воєнного стану, тому що на даному етапі наша держава у сфері туризму стоїть на місці.

Туризм є однією з основних галузей економіки України та високорентабельною сферою економічної діяльності. З розвитком країни одночасно розвивається транспортна інфраструктура, покращуються навколишні та екологічні умови поблизу туристичних підприємств і зон відпочинку, міст та громадської інфраструктури.

Проте ринок туризму дуже вразливий до криз різного походження, таких як стихійні лиха, епідемії, соціально-економічні та політичні кризи, воєнні конфлікти, що призводять до дестабілізації ситуації всередині країни. Цей факт підтверджує ситуація в туристичній галузі України, яка з початком повномасштабної війни пережила справжній крах. Зокрема, велика кількість туристичних компаній закрилася або перепрофілювала свою діяльність, а готелі, санаторії та туристичні бази, приймають біженців з окупованих територій. Ситуацію ускладнює й те, що небо над Україною закрито для польотів [1].

Попри військові дії, які продовжуються в багатьох областях нашої держави, та встановлені обмеження, туристичний сектор продовжує працювати в безпечних регіонах, зокрема, в Західній Україні. Саме цей регіон став своєрідним хабом для «вимушених туристів».

В багатьох країнах та регіонах світу туризм виступає в ролі каталізатора соціально-економічного розвитку через стимулювання розвитку інших секторів економіки: транспортування, сфери громадського харчування тощо.

З 2019 по 2020 роки розвиток світової індустрії туризму зіткнувся з серйозними викликами – серйозною кризою, спричиненою стрімким поширенням коронавірусної хвороби 2019 (COVID-2019). Було закрито кордони багатьох країн, зупинено авіа- та залізничне сполучення, у багатьох містах запроваджено повний режим самоізоляції.

Однак в лютому 2022 році туристична галузь зіткнулась з новим випробуванням - російсько-українською війною, що незважаючи на свою обмежену географію, вплинула на стан туризму у глобальних масштабах [1].

Наразі російські туристи є небажаними в багатьох напрямках, їм також важко туди потрапити, враховуючи заборони на російські авіалінії та обмеження на використання повітряного простору. Тим часом мільйони українців були вимушені покинути країну внаслідок вторгнення. Для індустрії туризму така ситуація не дозволяє розвиватися, оскільки біженці не приносять туристичній галузі дохід, а натомість приносять їй додаткові витрати.

Цього року українським та іноземним туристам недоступні морські курорти. Чимало з них знаходиться в окупації або в безпосередній близькості до зони проведення бойових дій. Мова йде про Запорізьку, Херсонську та Миколаївську області. Курортний сезон не відкривали й в Одеській області.

Хоча західна Україна є відносно безпечною для туристів, але їх сьогодні дуже мало. Такі популярні курорти, як курорт Буковель, Трускавець, Східниця чи Шацьке озеро, не відчувають великого напливу туристів.

Також від війни постраждав перспективний медичний туризм, а саме, оздоровлення, репродуктивна медицина та стоматологія. Іноземці бояться їхати в Україну, а самі українці не мають на це коштів. Більшість санаторіїв перепрофілювалися на реабілітаційні центри та приймають постраждалих від війни [1].

Закордонні поїздки під час війни також мають свої особливості. Більшість українців їдуть за кордон не відпочивати, а евакуюватися з небезпечних районів, де тривають бойові дії. Крім того, небо над Україною повністю закрито, що ускладнює поїздки в інші країни.

В Україні визначено у кожній області, в середньому, по 5 туристичних магнітів. Загалом, визначили 141 “туристичний магніт”. На сьогодні приблизно 20% цих локацій так чи інакше постраждали від війни. Найбільше таких локацій постраждало у Луганській та Донецькій областях. Наприклад, Святогірськ, де повністю зруйнована вся готельна інфраструктура, яка була насправді дуже якісною. Це 33 готелі, які просто стерті з лиця землі. Біля Кременної планували створити національний парк, але зараз Кременські ліси схожі на пекло — це чисельні окопи, бліндажі та згорілі дерева [2].

Під час війни ситуація з туристичною галуззю нашої держави виглядає досить песимістично. Однак є надія, що після закінчення конфлікту вона почне відроджуватися. Потенційні втрати світової туристичної економіки від війни оцінили у 14 млрд доларів. Водночас в Україні надходження від галузі до держбюджету скоротилися у 2022 році на понад 30%. Менше податків у перший рік повномасштабної війни сплатили: Турбази, кемпінги, дитячі табори відпочинку (-57%); Туристичні оператори (-35%); Туристичні агенції (-27%) [3].

За даними Державного агентства розвитку туризму, приріст надходжень на 46% був лише від діяльності пансіонатів та гуртожитків. Це пов'язано з тим, що у 2022 році їх використовували як тимчасовий прихисток для переселенців, які змушені були покинути свої домівки через бойові дії. У 2023-му році ситуація не стала кращою. У середньому галузь скоротилася на третину у порівнянні до початку 2022-го року: на 29% менше було сплачено податків за перші 3 місяці 23-го року, а також на 34% зменшилась кількість компаній у туристичній галузі [3].

Отже моніторинг нам дає побачити та проаналізувати на скільки війна в Україні зруйнувала рекреативну систему, погіршила економіку, зруйнувала культурні та національні пам'ятки, забравши від багатьох поколінь українців не лише мирне небо, але й культурну спадщину предків.

### Список використаних джерел

1. <https://eztuir.ztu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/8270/1543-%d0%a2%d0%b5%d0%ba%d1%81%d1%82%20%d1%81%d1%82%d0%b0%d1%82%d1%82%d1%96-1481-1-10-20220822.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
2. <https://dovkola.media/yaki-turystychni-mistsia-ukrainy-naybilshe-postrazhdaly-vid-viyny/>
3. <https://hub.kyivstar.ua/news/turyzm-pid-chas-vijny-yak-galuz-vyzhyvaye-ta-gotuyetsya-do-vidnovlennya/>

**Світлана МАЙКОВА**  
кандидат технічних наук, доцент кафедри  
готельно-ресторанної справи та харчових технологій  
Львівський національний університет імені Івана Франка  
м. Львів

**Злата СУПТЕЛЯ**  
здобувач вищої освіти.  
Львівський національний університет імені Івана Франка  
м. Львів  
[z.suptelia@gmail.com](mailto:z.suptelia@gmail.com)

## **ТЕНДЕНЦІЇ ОБСЛУГОВУВАННЯ У РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ**

Три останніх роки є складними для ресторанного бізнесу. По-перше, це зумовлено спалахом захворювання SARS-CoV-2 у грудні 2019 року, через який ситуація в туристичній сфері кардинально змінилась. Ресторанний бізнес зазнав чи не найбільших збитків через карантинні обмеження та був змушений проявити адаптивність, креативність та інноваційність аби вижити. По-друге, не встиг ресторанний бізнес оговтатись від наслідків SARS-CoV-2, як у лютому 2022 року почалась війна і основною комерційною задачею для бізнесу знову стало виживання.

Сучасні реалії ресторанного бізнесу в Україні ускладнилися військовою агресією з боку російської федерації наприкінці лютого 2022 року. Багато ресторанів, розташованих у зоні бойових дій або у тимчасово окупованих територіях, повністю або частково припинили свою роботу, підприємці зазнали величезних збитків. Внаслідок військової агресії знизилася врожайність основних культур, які споживаються, що призвело до зростання інфляції, споживча інфляція за останній рік становила майже 30 відсотків, що означає здорожчання товарів, збільшився термін постачання продукції харчування. Окрім падіння доходів, звісно, відбулися безліч інших негативних змін. Наприклад, це атаки на енергетичні об'єкти, що призвели до масових тривалих відключень електроенергії. Щоб відновити свою роботу, деякі підприємці були змушені перенести свій бізнес в інші райони України, країни ЄС, або тимчасово не працювати, чекаючи звільнення території [1].

Якщо ми говоримо про зміни у ресторанному бізнесі в умовах війни то слід виокремити наступні тенденції. По-перше, люди відчуваючи небезпеку, підсвідомо шукають безпечне приміщення в будинку, в якому можна сховатися від пострілів і вибухів, тому є попит на підвальні та напівпідвальні приміщення для власників бізнесу, адже це дозволяє безперешкодно здійснювати свою діяльність та гості почуваються у більшій безпеці. По-друге, у зв'язку з запровадженням комендантської години почав розвиватись бізнес «біля дому» (кав'ярні, пекарні, шаурма і т.д). Нічні розваги є неактуальними, адже бізнес рано припиняє роботу. По-третє, через значну міграцію жіночої частини населення, чоловіча кухня стала популярнішою (шаурма, напівфабрикати), а жіноча та дитяча аудиторія зменшилась [2].

За допомогою сервісів доставки під час пандемії вдалось зберегти роботу певної частини персоналу закладів ресторанного господарства. Дані сервіси інтенсивно розвивались в умовах карантину, нарощували прибуток та допомагали послабити безробіття. Зокрема, Іван Гринчук – керівник напряму доставки їжі Bolt Food в Україні, зазначає, що за своєю суттю бізнес не змінився, як була задача надавати людям замовляти їжу з улюблених ресторанів, все так само і залишилось. Перед компаніями, що займаються доставкою харчової продукції, постала задача адаптувати всі процеси до реалій війни. Зрозуміти, як працювати під час повітряної тривоги, як доставляти за умови, що у містах облаштовано багато блокпостів, яка політика по роботі з кур'єрами і багато інших проблем з якими за нормальних умов бізнес не стикався. Компаніями, що займаються доставкою продуктів харчування, було прийняте

рішення не закривати бізнес, надавати змогу ресторанам продавати їжу, споживачам її замовляти, а кур'єрам доставляти. Але з врахуванням нових реалій які відбуваються, формат бізнесу перейшов у інші пріоритетні напрямки: люди замовляють собі їжу не для того, щоб отримати задоволення, чи з'їсти щось більш смачне, ніж можуть приготувати вдома, а коли дійсно є необхідність отримати їжу.

На початку війни додатком Bolt Food можна було скористатися в 5-х містах України: Київ, Львів, Дніпро, Харків та Одеса. Звичайно ситуація є дуже різною від міста до міста. Дуже багато ресторанів закрилась, потім починали працювати знову з різною швидкістю та темпами відновлення залежно від місця розташування, близькості до зони бойових дій. Були міста і мережі які відновились доволі швидко, це стосується міст заходу України і фактично зараз, особливо у Львові найбільша кількість ресторанів з якими співпрацюють сервіси доставки. Отже, для великої кількості ресторанів доставка є важливим елементом для того як збільшити обсяги бізнесу інкрементально. Під час відновлення від шокового періоду бізнес доставки дуже допоміг швидше відновитись. На моменти запуску ресторанів обсяги були малі і доставка давала можливість працювати [3].

Що стосується перспективи сервісу, то доволі часто в різних закладах спостерігається взаєморозуміння між гостями та працівниками закладів ресторанного господарства. Відвідувачі сьогодні коректніше ставляться до роботи ресторанів, з розумінням ставляться до повільного обслуговування, неприбраного посуду, терміналів, що не працюють. Скарги поступають мінімальні. Переважна більшість клієнтів розуміє, що, крім вищенаведених причин, у закладів є великі проблеми з набором персоналу [4].

Багато працівників виїхало закордон, спостерігається значний брак кваліфікованого персоналу в закладах гостинності і все менше людей хоче працювати в даній сфері, адже вона наразі є нестабільною. В командах відчувається емоційне напруження через ситуацію в країні, навіть самим власникам бізнесу складно тримати посмішку на обличчі 24/7 і це все ретранслюється на персонал.

Директорка фонду Київ Волонтерський Лейла Туваклієва, співвласниця пекарні Leilia Bakery, зазначає, що сервіс на початку війни, коли заклади змогли повернутись до роботи після ковіду, був набагато кращим. Заклади у 2022 році намагались повернути атмосферу спокою, миру того минулого життя. Останнім часом відвідувачі звикають до нових умов, як і персонал, і сервіс став погіршуватись [5].

Щодо можливостей в ресторанному бізнесі під час війни то їх насправді безліч. Алекс Купер – ресторатор, засновник та власник понад 20 проєктів у Києві, Львові, Харкові й Одесі, зазначає, що ринок звичайно зменшився, але люди не перестають ходити менше в ресторани. Економіка надто складніша ніж один фактор, а факторів дуже багато: немає інших розваг, психологічний стрес який необхідно зливати людям і т.д. Наразі ринок стає меншим, клієнтів не так багато, але відповідно до цих факторів ринок так само стає більш конкурентним. Тому необхідно шукати шляхи як ефективніше та якісніше надавати послуги гостеві і тоді ваш бізнес зможе вижити і зайняти значну нішу на ринку. Є позитивні фактори для власників бізнесу: звільняються хороші спеціалісти, яких раніше не можна було мріяти взяти до себе на роботу, є можливість формувати домовленості з іншими гравцями ринку, заводити партнерства з людьми, яким ти раніше був не цікавий, хтось випадає з ринку і звільняються хороші приміщення для вашого бізнесу і т.д. Наразі власникам ресторанного бізнесу слід фокусуватись на тому, щоб шукати можливості в пошуку продукції, партнерства, локаціях, в управлінні чужих збиткових ресторанів, фінансових моделях тощо [6].

Отже, для того, щоб досягти успіху в умовах невизначеності та протистояти викликам, власники ресторанного бізнесу повинні відкинути звичні формати діяльності, натомість залучити всі можливі сили на пошуки нових креативних рішень для бізнесу, дивитись ширше та шукати нові можливості. Треба працювати над укрупненням, капіталізацією бізнесу, команди або певного ресурсу. Слід спостерігати та аналізувати зміни на ринку, вони точно відбуваються, хтось шукає інші ніші та можливості для залучення свого бізнесу, але сильні гравці мають хорошу нагоду вижити, укріпитися і розширитися.

### Список використаних джерел

1. Т. С. Кукліна., С.М. Цвілій., О.М. Корнієнко. Стан ресторанного господарства України під час війни: вісник Херсонського національного технічного університету. Херсон: 2023-04-10.// Режим доступу: [https://journals.kntu.kherson.ua/index.php/visnyk\\_kntu/article/view/67](https://journals.kntu.kherson.ua/index.php/visnyk_kntu/article/view/67)
2. Poster POS — Автоматизація кафе та ресторану. (15.02.2023). Вебінар — Як буде розвиватись ресторанний бізнес у 2023? [Відео]. YouTube. <https://bitly.ws/327be>
3. For HR. (23.05.2023). Як змінився ресторанний бізнес під час війни? | Досвід платформи доставки їжі Bolt Food. [Відео]. YouTube. [https://www.youtube.com/watch?v=AxiFblbTZvw&ab\\_channel=ForHR](https://www.youtube.com/watch?v=AxiFblbTZvw&ab_channel=ForHR)
4. Владимир О.М., Химич І.Г., Капаць К.М. Вплив війни на формування смаків українців у споживанні ресторанної їжі. Матеріали XI Всеукраїнської науково-практичної конференції пам'яті почесного професора Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя, академіка НАН Миколи Григоровича Чумаченка: «Наука, інновації, бізнес:проблеми, перспективи і сьогочасні тренди розвитку», (Тернопіль, 26 травня 2023 року).// Режим доступу: [https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/41701/2/KhI\\_VNPK\\_2023\\_Vladymyr\\_O-The\\_war\\_s\\_influence\\_on\\_formation\\_27-28.pdf](https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/41701/2/KhI_VNPK_2023_Vladymyr_O-The_war_s_influence_on_formation_27-28.pdf)
5. Poster POS — Автоматизація кафе та ресторану. (21.11.2022). Resto.Banka «Сервіс сьогодення» — запис семінару від 27.10.2022. [Відео]. YouTube. <https://bitly.ws/327bk>
6. Poster POS — Автоматизація кафе та ресторану. (06.12.2022). Подкаст «Реве та стогне ресторатор» — Алекс Купер про можливості під час війни та системний бізнес. [Відео]. YouTube. <https://bitly.ws/327bn>

**Дарина ЧЕРНИШОВА**  
асистент кафедри інженерії програмного забезпечення та кібербезпеки,  
Державний торговельно-економічний університет, м. Київ,  
[d.chernyshova@knu.edu.ua](mailto:d.chernyshova@knu.edu.ua)

**Юрій ДЖУНКОВСЬКИЙ**  
здобувач вищої освіти спеціальності 073 «Менеджмент» ОС «Магістр»  
Державний торговельно-економічний університет, м. Київ,  
[yurzhunk@gmail.com](mailto:yurzhunk@gmail.com)

## УПРАВЛІННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА

Динамічний розвиток інформаційних технологій прискорив можливості поширення та обробки інформації, що зумовило появу та розвиток нових видів діяльності, трансформацію структури національного виробництва та прискорило економічне зростання окремих країн світу. Як результат, цифровізація охопила практично усі сфери суспільних відносин та стала основою реалізації багатьох видів підприємницької діяльності. Водночас масштаби цифровізації бізнесу супроводжуються суттєвими ризиками, пов'язані з поширенням та неправомірним використанням інформації, можливістю викрадення ресурсів (в тому числі фінансових) засобами електронної комунікації, виникнення проблем технічного характеру щодо роботи систем, мереж, приладів, які можуть спонукати зникнення інформації, її неякісну трансформацію тощо [1].

Під інформаційною безпекою розуміють стан захищеності інформації у всіх її проявах, у якому забезпечується такі принципи, як конфіденційність, цілісність та доступність [2]:

–**конфіденційність** – принцип, відповідно до якого інформація має бути доступна лише тим, хто має відповідні повноваження на доступ до цих даних;

–**цілісність** – це принцип, за яким інформація є послідовною, точною і заслуговує на довіру;

–**доступність** – принцип, який свідчить, що дані відкриті лише для тих, у кого є відповідні дозволи.

Таке визначення інформаційної безпеки є максимально наближеним до стандартів ISO та передбачає системний підхід до інформаційного захисту, адже інформація зберігається не лише на цифрових носіях, але й передається людьми.

В сучасних умовах інформаційна безпека бізнесу стала ключовою компонентою його успішного ведення. Не викликає сумніву факт, що захист інформаційної інфраструктури підприємства відкриває нові ділові можливості, а наявні бізнес-процеси вимагають менше ресурсів для ефективної роботи. Надійний захист інформації дозволяє залучити до бізнесу нових партнерів: чим вищим є рівень довіри, тим більший рівень доступу можна надавати зовнішнім сторонам, зокрема клієнтам, діловим партнерам, співробітникам, підрядникам тощо.

Враховуючи основні тенденції в сфері забезпечення захисту інформації при управлінні інформаційною безпекою слід дотримуватись таких концептуальних принципів, як: законність, дотримання балансу інтересів особи, суспільства і держави; системність; плановість; комплексність; безперервність; взаємна відповідальність суб'єктів забезпечення інформаційної безпеки, їх взаємодія; постійне удосконалення; персональна мінімізація повноважень; наукова обґрунтованість і технічна реалізація; обов'язковість контролю; превентивний характер проведення заходів інформаційної безпеки.

Погоджуємось з позицією С. Онищенко та О. Ківшук, що повномасштабне вторгнення РФ зумовило нові реалії й нові безпекові виклики як в Україні, так і в світі. Глобальний масштаб загроз та небезпек вимагають невідкладних структурних змін національної економіки в умовах воєнного стану. Разом з тим, процеси цифровізації сприяли появі нових інформаційних загроз та масштабних кібератак з боку РФ, і як результат, виявили критичні проблеми в сфері

інформаційної безпеки. Всі ці загрози зумовлюють необхідність формування системи безпекоорієнтованого інформаційного середовища як для підприємства-суб'єкта господарювання, так і для зміцнення безпеки на національному рівні [3].

Таким чином, в умовах динамічного бізнес-середовища інформаційна безпека є невід'ємною компонентою системи економічної безпеки підприємства, а відтак без належного захисту інформаційного середовища підприємства неможливо забезпечити і його економічну безпеку.

#### **Список використаних джерел**

1. Передерій Т.С. Стратегія цифрової безпеки підприємства як драйвер цифрової трансформації економіки України. *Вісник економічної науки України*. 2019. № 2 (37). С. 201-204
2. Кіндзерський Ю.В. Кібербезпека та становлення цифрової економіки. *Економічний вісник*. 2020. № 3. С. 18-26. DOI: <https://doi.org/10.33271/ebdut/71.018>
3. Онищенко С., Ківшук О. Управління інформаційною безпекою стратегічно важливих підприємств в умовах викликів й загроз. *Науковий журнал «Економіка і регіон»*. 2022. Т. 3(86). С. 80-85. doi:[https://doi.org/10.26906/EiR.2022.3\(86\).2817](https://doi.org/10.26906/EiR.2022.3(86).2817).

**АСПЕКТИ ВІДНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТКУ СЕКТОРУ ТУРИЗМУ ТА  
ГОСТИННОСТІ УКРАЇНИ НА ПОВОЄННОМУ ЕТАПІ**



## **ГЛЕМПІНГИ ЯК СУЧАСНИЙ ТРЕНД МАСОВОГО ТУРИЗМУ**

В останні десятиліття серед напрямів організації туристичного відпочинку все більшої популярності набуває глемпінг — своєрідний різновид кемпінгу зі зручностями та, в деяких випадках, послугами в курортному стилі, які зазвичай не асоціюються з «традиційним» кемпінгом (саме слово «глемпінг» походить від сполучення слів «гламурний» та «кемпінг»). Спочатку даним терміном в англосаксонській історіографії прийнято було визначати дозвілля монархів та інших знатних осіб, яке могло включати не лише банкети та виступи придворних артистів, але й полювання чи дипломатичні заходи. Для комфорту відпочинку поважних осіб облаштувалися спеціальні намети, які розкішшю свого оздоблення могли посперечатися зі справжніми палацами. В якості прикладів подібної практики можна навести виїзди на природу шотландських монархів та аристократів у XVI ст, або так зване «Поле Золотого сукна» — дипломатична зустріч 1520 р. королів Англії та Франції, Генріха VIII і Франциска I, на півночі Франції, під час якої розіпнули близько 2800 наметів, а фонтани били червоним вином [1]. Подальше поширення такого стилю відпочинку пов'язується з популярністю сафари, адже навіть в екстремальних умовах дикої природи багаті клієнти не бажали розлучатися зі звичним для них комфортом. Відтак на просторах африканських саван можна було бачити різні блага цивілізації — від електричних генераторів до розкладних ванн і ящиків з шампанським [2].

Досліджувана концепція відпочинку отримує новий поштовх вже у XXI ст., тоді ж і сам термін «глемпінг» у сучасному значенні вперше використовується у Великій Британії (2005 р., доданий до Оксфордського словника англійської мови у 2016 р. [3], [4]). Серед факторів, які сприяють популярності глемпінгу у наш час можна назвати такі:

- екологічно свідомий підхід до відпочинку на природі висуває високі вимоги до місць туристичного дозвілля (облаштування пунктів роздільного збору сміття, відсутність пластикових відходів тощо), які традиційні кемпінги зазвичай не готові задовольняти;
- залежність постіндустріального суспільства від досягнень технічного прогресу не дає змоги повністю відмовитися від них навіть поза звичним середовищем, що в свою чергу потребує забезпечення місць відпочинку сучасним технічним оснащенням;
- глобальний характер індустрії масового туризму мав наслідком освоєння відповідною інфраструктурою раніше маловідомих регіонів та природних зон, відтоді придатних для облаштування комфортних місць відпочинку у стилі глемпінг;
- пандемія COVID-19 сформувала нові тренди в організації дозвілля, яким концепція глемпінгу в дикій природі й з дотриманням соціальної дистанції максимально відповідає.

Глемпінг прийнято уявляти як розкішний вид кемпінгу. Іноді, щоб підкреслити цю характеристику, використовуються альтернативні терміни: бутік-кемпінг, розкішний кемпінг, комфортний кемпінг і шикарний кемпінг. В будь-якому разі турист має справу з відпочинком на природі, але не в звичайному наметі, а в повноцінному готельному номері, до того ж вельми комфортабельному та сучасному. Пропозиції можуть включати і такі зручності, як великі ліжка чи окрема ванна кімната, а також персональну зону відпочинку. Глемпінги найчастіше є частиною кемпінгів, на яких вони розташовані (багато європейських кемпінгів класифікують принаймні частину своєї пропозиції як глемпінг), але не тільки: так ночівлі у глемпінгу можуть включатися в пакетні сафари-тури національними парками. Глемпи відрізняються формою і дизайном, комфортом і оснащенням. Це вже далеко не лише намети, просто більш розкішні за дизайном та оснащенням, ніж звичайні. Існують глемпінги у стилі індіанських вігвамів, юрт кочовиків, візків американських поселенців, ескімоських іглу, варіації на тему класичних сафари-наметів, у вигляді будинків на деревах або фантастичних прозорих півкуль.

Сьогодні глемпінг популярний як ніколи і в глобальному масштабі. Лише на Glamping Hub, одній з найбільшій платформ з бронювання такого типу розміщення, кількість пропозицій виросла з 000 в 2016 р. до понад 34 000 у 2019 р. Зараз у світі існують великі ринки глемпінгу, зокрема в США (з найбільшими в Каліфорнії, Техасі, Нью-Йорку, Колорадо та Вашингтоні), Канаді, Австралії та Новій Зеландії, на додаток до вищезгаданої Великої Британії. Розвивається даний сектор, хоч поки і не на такому ж рівні, в Європі, Азії, країнах Центральної та Південної Америки. Основну категорію гостей глемпінгів становлять так звані бебі-бумери та міленіали з їх пошуком змін у способі подорожей: перші насамперед прагнуть комфорту, другі — унікального досвіду [5].

В Україні в допандемійні роки глемпінги були доволі рідкісним явищем. Натомість COVID-19 надав потужний імпульс для розвитку такого стилю відпочинку. Наразі можна вже говорити про те, що ми стоїмо на порозі справжнього глемпінг-буму в нашій країні, у горах, лісах та на узбережжі якої в останні 3 роки почали активно будуватися дані місця відпочинку. Приклади кількох вітчизняних глемпінгів представлено в таблиці 1.

Таблиця 1.

### Приклади глемпінгів на території України [6]

<i>Назва</i>	<i>Локація</i>	<i>Характеристика</i>
Mandra	Затока, Одеська обл.	для оренди доступно три глемпа з усім необхідним для комфортного відпочинку: на воді для двох, VIP для двох з кухнею і терасою та Basic для трьох з терасою. На території є майданчик для волейболу, місце для вогнища, мангал, каяки та зона відпочинку
Мінімаліст	Нова Дофінівка, Одеська обл.	складається з трьох купольних глемпів, розташованих на березі моря. В кожному глемпі є зручності, ліжко, кондиціонер та затишна тераса з видом на схили та море
Едельвейс	Орявчик, Львівська обл.	на висоті понад 900 м побудовані 4 гео-сфери (повноцінне житло з усіма зручностями) та 6 вігвамів
Шатро	Уляники, Київська обл.	глемпи у формі шатрів, в кожному є ванна кімната з душем та тераса. Вранці для гостей сервірують сніданок, вони можуть відпочивати в саду, готувати барбекю, гуляти
Sfera 365	Біла Церква, Київська обл.	відвідувачам пропонують заночувати у прозорому сферичному будиночку, з якого відкривається панорама на зоряне небо та озеро

Цінність відпочинку в подібних глемперах насамперед зумовлена його безпосереднім зв'язком з природою та її рекреаційними можливостями. Дана обставина в поєднанні з комфортом (достатнім для того, щоб не відчувати себе ізольованим від цивілізації) та помірною ціною (особливо в порівнянні з готелями, які можуть запропонувати лише відомий набір зручностей, але не ексклюзивний та екологічний досвід спілкування з природою), безперечно може розглядатися як передумова подальшого розкриття потенціалу глемперів в країні, громадяни якої потерпають від стресів, пов'язаних із війною та тривогами у містах.

### Список використаних джерел

1. Lindsey, Robert. Sixteenth Century Glamping, The Atholl Hunt. Retrieved 2016-02-04.
2. Bartle Bull: Safari: A Chronicle of Adventure. Carroll & Graf, 2006.
3. Harpaz, Beth. "Glamping? Staycation? Travel Industry Loves Made-up Words". Today.com.
4. Criddle, Cristina. "Glamping, power couple and tl;dr among words added to Oxford English Dictionary". The Telegraph.
5. From camping to glamping: History and evolution. In: glampinghub.com.
6. Глемпінг в Україні — всі глемпінги в Карпатах, в лісі та на море [Електронний ресурс] // journeys6senses.com. — Режим доступу: <https://www.journeys6senses.com/glamping-v-ukraine/>

**Людмила МАТВІЙЧУК**  
доктор економічних наук, професор

**Роман ШЕВЧУК**  
студент гр. ТРМ - 21  
Луцький національний технічний університет  
м. Луцьк  
[Cheva.reflex@gmail.com](mailto:Cheva.reflex@gmail.com)

## **АГРОТУРИЗМ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗБЕРЕЖЕННЯ ТА РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ УКРАЇНИ ПІСЛЯ ВОЄННИХ ПОДІЙ**

Агротуризм в Україні є стратегічно важливим напрямком розвитку туристичної галузі, особливо в контексті повоєнного відновлення. І тому його розвиток має особливе значення в тих регіонах і місцевостях, які обмежені у виробничому розвитку через своє місце розташування або низьку родючість земель, тобто мають слабку економічну кондицію, є депресивними, оскільки не мають основ для промислового розвитку. Розвиток таких сільських населених пунктів можливий лише на основі розвитку в них вмілого господарювання натуральними і людськими засобами, чому слугує агротуризм туризм.

Україна, з її багатим природним та культурним потенціалом, має всі передумови для розвитку агротуризму. Агротуризм може стати потужним інструментом для стимулювання економічного зростання, збереження культурного спадку та покращення якості життя в сільській місцевості. Однак, незважаючи на цей потенціал, агротуризм в Україні все ще знаходиться на початковому етапі розвитку.

Сучасні зміни та нові виклики значно ускладнюють розвиток агротуризму як окремого виду туризму та й загалом, оскільки військові дії котрі ще досі тривають на нашій території посилюють відчуття ненадійності, небезпеки та відлякують туристів від подорожей та відвідин туристичних дестиніцій, що в свою чергу спричиняє ефект доміно, а саме – відсутність належного потоку туристів, а точніше його трансформація, що призводить до часткового занепаду агротуризму, особливо у сільських територіях, де немає такої великої кількості локацій та об'єктів для показу. Саме тому, для сільських територій, агротуризм є проміжною ланкою, що рятує село від загибелі, відтоку молоді та є одним із основних джерел наповнення бюджету.

Варто враховувати і той фактор, що агротуризм є вужчим терміном ніж сільський туризм, а точніше є його окремою самостійною складовою. Та незважаючи на це, агротуризм може виступати самостійною дестинацією, оскільки передбачає перебування або проживання на території фермерського господарства та можливість роботи на фермі, в городі, в саду. Перевагою такого відпочинку є можливість побути в гармонії з природою та водночас займатися фізичною працею у своє задоволення, відпочиваючи від міської метушні.

На рівні сільських територій агротуризм впливає на їх соціально-економічний розвиток через вирішення проблем зайнятості, доходів місцевого бюджету; інфраструктурного розвитку, відродження культурної та кулінарної спадщини, збереження природного середовища тощо [1].

На сьогодні є позитивна тенденція розвитку креативних агросадіб, які пропонують не лише звичні послуги але й заохочують масових відвідувачів новими або ж унікальними продуктами, для прикладу тюльпанове поле біля села Свидники («Волинська Голландія») Луцького району, лавандові поля (котрих з кожним роком стає все більше і власники полів змушені пропонувати все різноманітніші додаткові послуги для того,щоби заохочувати туристів відвідати саме їх), равликові ферми котрі стрімко набирають популярності. Кожна з цих дестиніцій продукує розвиток супутніх послуг, що в свою чергу дає змогу мешканцям і собі підзаробляти надаючи ті чи інші унікальні послуги та товари.

Звісно ж, повномасштабна війна з росією надто пригальмувала розвиток агротуризму, особливо на тимчасово окупованих територіях та областях поблизу них, та як показує досвід вже звільнених територій Чернігівської та Київської областей, агротуризм може бути не лише основним інструментом розвитку та збереження сільських територій, але й сприяє активному післявоєнному відновленні сіл та активному поверненню туди молоді та бізнесу, котрі бачить перспективи та активно сприяє розвитку сільських територій. Є, на жаль і скептики, котрі не вірять в цей напрямок і взагалі в те, що туризм у воєнний та післявоєнний періоди має хоч якісь шанси на розвиток, однак у світі існує дуже багато прикладів коли після подібних військових конфліктів країни швидко відновлювались та знову ставали туристично-привабливими та розвинутими.

Одним із прикладів так званого «чорного» туризму є Боснія і Герцеговина, де туризм є частиною спогадів про війну 1992–1995 рр. і вшануванням людей, які загинули під час збройного конфлікту. За допомогою цієї особливої форми туризму населення країни розповідає молодому поколінню та іноземцям про війну, скоєні військові злочини, страждання мирного населення та трагічну долю людей у таборах, а також окупованому Сараєво [2].

Тому, власники агросадиб, так чи інакше змушені будуть диверсифікувати свою діяльність, працюючи над розширенням асортименту послуг та пропонуючи туристам нові знання та досвід, та активно розвивати все нові та нові напрямки, і зокрема у взаємодії з мешканцями територій, де вони розміщені, оскільки така кооперація допоможе не лише раціоналізувати витрати і збільшити прибуток, але й забезпечити сталий розвиток сільських територій та покращення фінансового та соціального становища їхніх мешканців. При цьому, важливо задіювати всі можливі ресурси, як внутрішні (зокрема: залучаючи безробітні верстви населення до створення нового продукту, який можна буде використати для розвитку кількості та якості послуг агросадиби; активно рухатись в ногу з сучасними тенденціями та новими напрямками,- зокрема із застосуванням новітніх технологій та соціальних мереж, як інструменту якісної презентації як агротуризму так і конкретної агросадиби, що дозволить залучати соціально-активне населення), так і зовнішні ресурси та інструменти( починаючи від міжнародних кредитів та грантів до освоєння передових технологій та співзалежних напрямків, котрі вже впровадженні високорозвинутими країнами). І, саме всі ці елементи, ефективно поєднані в єдине ціле, стануть каталізатором розвитку агротуризму у повоєнний час, що спричинить за собою не лише збереження сільських громад, але і їх подальших розвиток.

### Список використаних джерел

1. Аграрний і сільський розвиток для зростання та оновлення української економіки : наукова доповідь [за ред. чл.-кор. НАН України Бородіної О.М., д-ра екон. наук Шубравської О. В.], НАН України, ДУ «Ін-т екон. та прогнозів НАН України». Київ, 2018. 152 с. URL: <http://ief.org.ua/docs/sr/298.pdf>. ( дата звернення: 19.10.2023).

2. Бойко В.О., Далевська Н.М. Розвиток туризму після збройних конфліктів у різних країнах світу. Управління змінами та інновації. Вип. 3. 2022. С. 5–10. URL: <http://http://cmi.politehnica.zp.ua/index.php/journal/article/view/38>(дата звернення: 18.10.2023).

**ЕКОНОМІЧНИЙ ВПЛИВ ІННОВАЦІЙ НА РИНОК ТУРИСТИЧНИХ  
ПОСЛУГ**

**Вікторія ГРИЦЬКО**  
доктор філософії, викладачка  
ВСП «Гуманітарно-педагогічний фаховий коледж МДУ»  
м. Мукачево  
[viktoriagrisko@gmail.com](mailto:viktoriagrisko@gmail.com)

**Олександра КАЛІЙ**  
здобувачка освіти Початкової освіти  
ВСП «Гуманітарно-педагогічний фаховий коледж МДУ»  
м. Мукачево  
[kaliyoleksandra@gmail.com](mailto:kaliyoleksandra@gmail.com)

## **ВЛИВ ІННОВАЦІЙ НА РИНОК ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ**

Швидкий темп розвитку усіх аспектів життя сучасного світу відзначається впливом на їх функціонування. Різні тенденції вказують на те, що розвиток світу потребує адаптації до нових викликів і пошуку рішень. Для глобального добробуту важливо розробляти стратегії сталого розвитку, які забезпечують якість життя майбутніх поколінь, захищають природні ресурси та розвивають технології та інновації.

З урахуванням змінливого зовнішнього середовища, невизначеності щодо майбутнього та вразливості туризму до різних ризиків, важливо, щоб туристична галузь розвивалася в інтенсивному напрямку. Зараз ми свідчимо інтенсивному росту комп'ютеризації та цифровізації, який виникає внаслідок активного впровадження інновацій.

На зміну традиційним методам приходять інноваційні, споживачі все більше вимагають продуктів і послуг. Компанії все більше впроваджують інновації в операційні процеси для підвищення конкурентоспроможності та підтримки лояльності споживачів. Сфера туризму не є винятком і є однією з актуальних сфер для впровадження інновацій, оскільки першочерговими факторами, що визначають конкурентоспроможність туристичних продуктів, є корисність для потенційних покупців.

Туристична сфера є важливою галуззю для економіки кожного регіону України, оскільки вона створює значну економічну активність і можливості для працевлаштування. До початку повномасштабного вторгнення країни-агресора Україна приваблювала все більше туристів як із внутрішнього, так і з міжнародних ринків, сприяючи економічному розвитку країни.

Узагальнюючи, варто відзначити що туристична індустрія – це є сукупність готельно-ресторанних та транспортних засобів, об'єктів харчування, а також розважальних, пізнавальних, лікувальних, спортивних, ділових, релігійних осередків, які забезпечують туроператорську та турагентську діяльність та надають туристично-екскурсійні послуги [1].

Фактори, які спонукають до виникнення інновацій:

1. Бажання населення до всебічного розвитку.
2. Розширення можливостей туристичного продукту.
3. Велика кількість аналогічних пропозицій на ринку.
4. Стандартизація туристичних пропозицій.
5. Переважання економіки попиту над економікою пропозиції.

Використання інновацій у галузі туризму спрямоване на створення новітніх туристичних продуктів, надання унікальних послуг, використання сучасних маркетингових стратегій і застосування новітніх технологій, які підвищують конкурентоспроможність туристичних продуктів як на внутрішньому, так і на міжнародному ринках та сприятимуть появі нових видів туризму.

Складне соціально-економічне і політичне становище, низький рівень доходів, невисокий рівень управлінської структури українського туризму роблять необхідною не лише структурну перебудову соціально-політичного і економічного характеру, але і пошук нових, ефективніших форм роботи [2].

Поточний рівень інноваційного потенціалу на туристичних ринках регіону можна вважати низьким. Надто негативні впливи він отримує на себе, такі як насамперед політичні, екологічні та економічні чинники, погіршені хронічними карантинами та внутрішньою закритістю національних ринків перед зовнішніми туристами, створюють загрозу для майбутнього не лише регіональних, але й національних туристичних центрів.

Зв'язок між війною та туризмом зазнає обмеженого наукового вивчення, проте очевидно, що війна негативно впливає не лише на туризм, але і на економіку та загальний соціальний прогрес країни. Агресія Росії створює значні перешкоди для відновлення туристичної галузі на континенті після пандемії. Така ситуація спонукає туристів відвідувати інші країни. Основним фактором, що впливає на вибір подорожі сьогодні, є ступінь ризику. Галузь туризму є важливим сектором для економіки кожного регіону України, оскільки вона генерує значний обсяг економічної активності і створює можливості для зайнятості. До початку повномасштабної агресії з боку іншої країни, Україна залучала все більше туристів як з внутрішніх, так і з міжнародних ринків, сприяючи економічному зростанню країни. Одночасно з цим, регулювання соціальних та екологічних аспектів безпечного інноваційного розвитку туризму є більш складним завданням і вимагає, серед іншого, активного залучення інформаційних технологій [3].

Тому, коли, як не сьогодні особливо важливим є використання інноваційних технологій у сфері туризму, таких як віртуальна реальність, доповнена реальність, мобільні додатки і маркетинг у соціальних мережах, дозволяє туристичній галузі привертати більше відвідувачів і розповсюджувати інформацію про регіон на глобальному рівні. Застосування цих інноваційних рішень може сприяти відновленню та росту туристичної індустрії в післявоєнний період. Одним з найпоширеніших видів є використання віртуальної реальності (VR), вона представляє собою інноваційну технологію, яка може бути використана для розвитку туристичної галузі після війни. VR дозволяє туристам зануритися у місця призначення більш захоплюючим способом, не виходячи з дому. Це особливо корисно для напрямків, які зазнали серйозних пошкоджень від війни або залишаються небезпечними для фізичного відвідування. VR може надати туристам унікальний інтерактивний досвід, що дозволить їм відкрити красу та культурну спадщину регіону. Це, в свою чергу, може привернути більше туристів та зробити регіон більш відомим на світовому рівні.

Проаналізувавши різноманітні економічні теорії та наукові дослідження дозволяє нам зробити висновок, що новий підхід до економічного зростання ґрунтується на інноваційному розвитку та передбачає перегляд суті понять науково-технічного прогресу та економічного розвитку. Галузь туризму є особливо чутливою до змін в зовнішньому та внутрішньому середовищі, і головним каталізатором її розвитку є інновації. Досвід успішних інноваторів у галузі туризму підкреслює важливість створення та впровадження нових підходів як обов'язкової умови конкурентоздатності. Особливо в періоди економічної нестабільності інновації визнаються ключовим чинником для виживання.

### **Список використаних джерел**

1. Горішевський П. А., Васильєв В. П., Зінько Ю. В. Сільський зелений туризм: організація надання послуг гостинності. Івано-Франківськ: Місто НВ, 2003. 148 с.
2. Севастьянова С.А. Регіональне планування розвитку туризму й готельного господарства: навчальний посібник / С.А. Севастьянова. – М.: КНОРУС, 2007.– 250 с.
3. Городиський Т. І. Інноваційно-інвестиційний потенціал: фактори впливу. Науковий вісник НУ «Львівська політехніка». 2007. № 17 (2). С. 276–284.

**ГЕОГРАФІЧНІ АСПЕКТИ ПРОСТОРОВОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ ТЕРИТОРІЇ,  
СУСПІЛЬСТВА ТА ЗБАЛАНСОВАНОГО ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ**



**Микола КАРАБІНЮК**

кандидат географічних наук, доцент  
ДВНЗ «Ужгородський національний університет»  
м. Ужгород  
[mykola.karabiniuk@uzhnu.edu.ua](mailto:mykola.karabiniuk@uzhnu.edu.ua)

**Віктор ФАЛАЙЛО**

Здобувач ОП «Географія» освітнього ступеня «Магістр»  
ДВНЗ «Ужгородський національний університет»  
м. Ужгород  
[falailo.viktor@student.uzhnu.edu.ua](mailto:falailo.viktor@student.uzhnu.edu.ua)

## **ТАКСОНОМІЧНА ПРЕЗЕНТАТИВНІСТЬ ЛАНДШАФТНИХ КОМПЛЕКСІВ УЖАНСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО ПРИРОДНОГО ПАРКУ**

В сучасних умовах критичної екологічної ситуації в Україні та зростання вагомості природоохоронних об'єктів для формування стійких й екологічно чистих територій особливе значення відіграє їх ландшафтна репрезентативність. Для різних регіонів та об'єктів природно-заповідного фонду вона суттєво відрізняється у залежності від місця положення та розмірів об'єкту, а головне – загального ландшафтного різноманіття території [3, 5].

Аналіз ландшафтного різноманіття Ужанського НПП є одним із основних напрямків вивчення сучасної ландшафтно-структури території та проводиться з метою визначення його репрезентативності як одного із основних природоохоронних об'єктів Українських Карпат – важливого елементу каркасу екологічної мережі регіону. Він ґрунтується на геоінформаційному аналізі сучасної ландшафтно-структури території у програмному середовищі ArcGIS на основі векторизованого картографічного матеріалу В. Брусака та Д. Кричевської [1]. Аналіз основних показників ландшафтного різноманіття проводилося за методикою А. Домаранського, а основним показником ландшафтно-репрезентативності вважаємо таксономічну презентативність ( $P_{\text{такс}}$ ) [2].

Територія Ужанського НПП характеризується відносно складною ландшафтною структурою, яка сформована 5 типами висотних місцевостей та 25 типами ландшафтних стрій. Найбільшу площу в межах парку займає висотна місцевість *A* – *крутосхиле ерозійно-денудаційне лісисте середньогір'я* (800–1 250 м н.р.м.) складене переважно грубо- та середньоритмічним пісковиковим флішем Дуклянської та Кросненської зон, дреноване деревоподібною і паралельною системою річок з прохолодним (липень +11 °С, січень -7 °С), вологим (1300–1450 мм) кліматом, з пануванням субформацій яворово-букових, ялицево-букових і букових лісів та фрагментами криволісся з вільхи зеленої і горобини, чорницевими пустищами і післялісовими луками на темно- і світло-бурих гірсько-лісових слабопотужних сильноскелетних суглинкових ґрунтах і гірсько-лучних буроземах [1]. Вона займає площу 177,9 км<sup>2</sup>, а тому характеризується найвищим показником таксономічної презентативності – а саме 45 % (рис. 1). Висотна місцевість займає найвищі гіпсометричні рівні та займає найбільші площі в межах Стінського та Рунського ландшафтів.

Високою таксономічною презентативністю (33 %) також характеризується висотна місцевість *B* – *крутосхиле ерозійно-денудаційне лісисте і вторинно-лучне низькогір'я* (500–750 м н.р.м.), складене переважно середньоритмічним аргілітово-пісковиковим флішем Дуклянської та Кросненської зон, дреноване паралельною системою річок з помірно теплим (липень +15 °С, січень -6 °С), вологим (1200–1250 мм) кліматом, з пануванням субформацій яворово-букових і грабово-букових лісів і вторинних березняків і смеречників та післялісових луків на світло-бурих гірсько-лісових потужних середньоскелетних суглинкових ґрунтах [4]. У межах Ужанського НПП вона займає площу 127,7 км<sup>2</sup> та характеризується значним вираженням головно в Стужицькому, Стінському та Тарницькому ландшафтах. Вони розміщені на правобережжі басейну р. Уж та безпосередньо знаходяться у прикордонній з

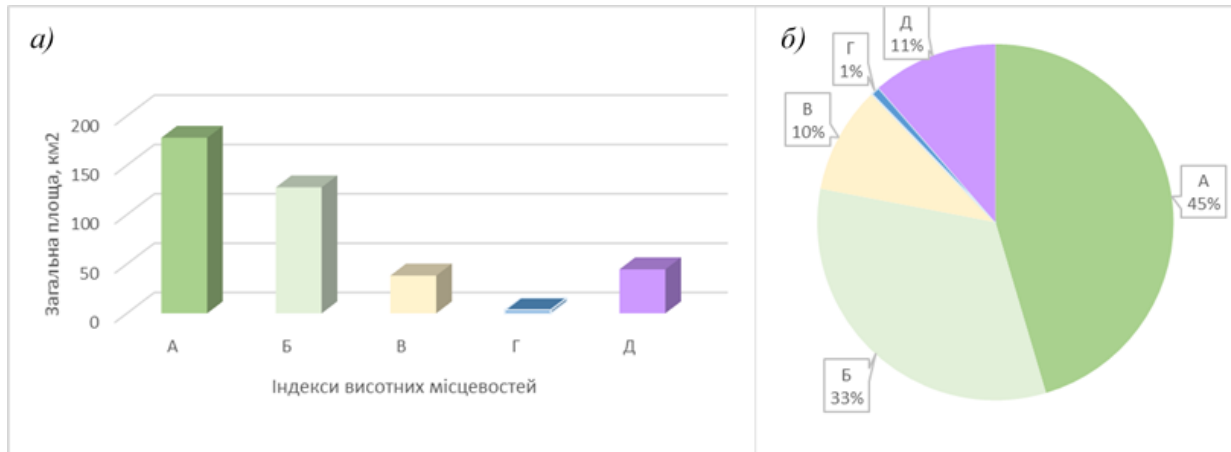


Рис. 1. Розподіл загальних площ (а) та показників таксономічної презентативності (б) висотних місцевостей на території Ужанського НПП (обчислено за картографічними матеріалами В. Брусака та Д. Кричевської [1])

Подібною за генезисом є висотна місцевість *В* – *спадистосхиле ерозійно-денудаційне лісисте і вторинно-лучне низькогір'я* (450-700 м н.р.м.), складене тонкоритмічним флішем (з перевагою аргілітів та алевролітів) Дуклянської та Кросненської зон, дренаване паралельною системою річок з помірно теплим (липень +15 °С, січень -5,5 °С), вологим (1 200–1 250 мм) кліматом, з пануванням субформацій букових і смереково-букових лісів та вторинних березняків, вільшняків, грабняків, смеречників і післялісових луків на світло-бурих гірсько-лісових і дерново-буроземних потужних слабоскелетних суглинкових ґрунтах [1, 4]. Вона характеризується суттєво меншим розвитком в Ужанському НПП і займає площу тільки 38,3 км<sup>2</sup>. У результаті таксономічна презентативність місцевості становить 10 %.

Тривалий розвиток ландшафтів Ужанського НПП головно під ерозійно-аккумулятивною дією річки Уж сприяють формуванню двох наступних висотних місцевостей, розміщення та морфологія яких залежить головно від аккумулятивних процесів алювіальних відкладів у минулому й утворенні своєрідних умов динаміки геоконструкцій зараз. Особливою морфологічною одиницею Стужицького ландшафту є висотна місцевість *Г* – *високі терасовані вторинно-лучні схили міжгірських долин* (400–480 м н.р.м.) з прохолодним (липень +16° С, січень ~5°С), вологим (близько 1 000 мм) кліматом, вкриті вторинними різнотравними луками, осередками грабняків і березняків на світло-бурих гірсько-лісових і дерново-буроземних потужних суглинкових слабокам'янистих ґрунтах, сформованих на алювіальних відкладах, частково розорані [1]. Вона зосереджена у долині р. Стужиця у вигляді 9-ти різномірних фрагментів, які в сукупності займаються площею 3,2 км<sup>2</sup>. Ці ландшафтні комплекси активно освоюються в сільському господарстві. У результаті для місцевості характерний найнижчий показник таксономічної презентативності, що становить близько 1 %.

У результаті аккумулятивної діяльності річки Уж та її допливів на території Ужанського НПП сформувалася остання, п'ята висотна місцевість *Д* – *терасовані днища міжгірських долин* (240–480 м н.р.м.) з прохолодним (липень +16 °С, січень -5 °С), вологим (близько 1 000 мм) кліматом і ріками паводкового режиму, вкриті вільшняками, вторинними березово-грабовими лісами та гідрофільними різнотравними луками на дерново-буроземних глейових і лучно-буроземних суглинкових кам'янистих ґрунтах, сформованих на алювіальних відкладах [1, 4]. Її показник таксономічної презентативності досягає 11 %. Вона представлена розгалуженою мережею вирівняних річкових терас, що витягнуті вздовж добре розвинених річкових долин шириною близько 400–600 м. Геоінформаційний аналіз ландшафтної структури території Ужанського НПП свідчить, що загальна площа місцевості терасованих днищ міжгірських долин річки Уж становить 44,6 км<sup>2</sup>.

Аналіз таксономічної презентативності ландшафтних комплексів Ужанського НПП нами також проведено на рівні літогенетичних ландшафтних стрій. У результати визначено, що найбільшою презентативністю характеризуються найбільші за площею ландшафтні стрії № 1, 10, 11 та 25 (табл. 1). Перші три характеризуються домінування сірих пісковиків, аргілітів та алевролітів, а остання – слабоспадистими та цокольними терасами з галечникового алювію і валунів [4].

Таблиця 1.

**Репрезентативність ландшафтних стрій в Ужанському НПП  
(обчислено авторами за матеріалами В. Брусак та Д. Кричевської [1])**

<i>Індекси стрій</i>	км <sup>2</sup>	<i>Індекси стрій</i>	км <sup>2</sup>	<i>Індекси стрій</i>	км <sup>2</sup>	<i>Індекси стрій</i>	км <sup>2</sup>	<i>Індекси стрій</i>	км <sup>2</sup>
1	58,4	6	7,6	11	48,6	16	1,7	21	10,7
2	7,2	7	2,8	12	1,4	17	6,3	22	7,8
3	12,4	8	3,4	13	23,9	18	2,3	23	1,9
4	24,1	9	5,7	14	1,4	19	17,7	24	3,2
5	29	10	33,7	15	24,2	20	11,7	25	44,6

**Список використаних джерел**

1. Брусак В., Кричевська Д. Особливості ландшафтної структури національного природного парку «Ужанський». *Вісник Львівського університету. Серія географічна*. 2001. Вип. 29. С. 130-141.
2. Домаранський А. О. Ландшафтне різноманіття: сутність, значення, метризація, збереження. Кіровоград: ТОВ «ІМЕКС-ЛТД», 2006. 146 с.
3. Мельник А. В. Українські Карпати: еколого-ландшафтознавче дослідження. Львів: Видав. центр ЛНУ ім. Івана Франка, 1999. 246 с.
4. Ужанський національний природний парк. Поліфункціональне значення / за ред. С. М. Стойка. Львів: «Меркатор», 2007. 306 с.
5. Karabiniuk M. Landscape representativeness of the Transcarpathian region of Ukraine. *Nature of the Carpathians: Annual Scientific Journal of CBR and the Institute of Ecology of the Carpathians NAS of Ukraine*. 2023. Vol. 8. Pp. 19-30.

## **ГЕОГРАФІЧНА НАУКА ТА ОСВІТА: СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ**

**Аліна ІВАСЮК**  
студентка 2 року навчання ОС «Магістр»  
спеціальності 014.07 «Середня освіта. Географія»  
ДВНЗ «Ужгородський національний університет»,  
м. Ужгород  
[ivasyuk.alina@student.uzhnu.edu.ua](mailto:ivasyuk.alina@student.uzhnu.edu.ua)

**Степан ПОП**  
доктор фізико-математичних наук, професор  
ДВНЗ «Ужгородський національний університет»,  
м. Ужгород

## **ОСОБЛИВОСТІ ПЕДАГОГІЧНИХ ВЛАСТИВОСТЕЙ НАВЧАЛЬНИХ ЕКСКУРСІЙ**

Незалежно від типу та структури навчальних виробничих екскурсій, їх метою є спостереження реальних процесів виробництва та виробничих відношень, застосування теоретичних знань на практиці. Разом із тим цілі екскурсії часто зумовлюються її типом. Наприклад, метою вступної екскурсії буде засвоєння основних фундаментальних понять, формування образних уявлень про практичний досвід, ознайомлення з фактами, суть яких буде розкрита, розширена та поглиблена на наступних уроках.

Інформація про педагогічні можливості екскурсій має не лише теоретичне, а й практичне значення, оскільки допоможе вчителю правильно визначити їх місце в системі інших форм навчальних занять під час планування педагогічного процесу зі свого предмета (в нашому випадку з географії).

Аналізуючи тематичні праці можна виділити окремі властивості та ознаки, які сприяють визначенню екскурсійної діяльності, як окремого виду педагогічного процесу:

1. Суб'єктність учасників екскурсії; вона має місце, перш за все, у спілкуванні екскурсовод-екскурсанти (аналог вчитель-учні);
2. Екскурсія також, як і навчальна діяльність, має свою визначену тематику, мету, та задля досягнення мети виконуються відповідні завдання. І як наслідок будь-яка екскурсія надає нові знання та допомагає в зацікавленні до пошуку нових фактів;
3. Кожна екскурсія проводиться за певною методикою, як і навчальний процес, вона включає ряд методів та засобів навчання, які застосовує екскурсовод. Найважливіший - це метод наочної демонстрації, яка супроводжується традиційними педагогічними методами – словесними та практичними;
4. Мотивація обох сторін-учасниць екскурсійної діяльності, як екскурсовода, так і екскурсантів;
5. Мотивація зацікавленості до участі в екскурсії, зазвичай нею може виступати новизна, яка і зацікавлює учнів до участі у навчальній екскурсії;
6. Як і навчальна діяльність, екскурсія є груповим (колективним) видом діяльності. Екскурсовод комунікує із групою екскурсантів, проте на відміну від усталеного навчального колективу, група екскурсантів є тимчасово створеною. Тому колективом екскурсійну групу називати є не зовсім доречно.
7. У екскурсії наявна та прослідковується чітка структура, що наближає їх до уроків. Проявляється послідовність етапів, на яких виконуються відповідні педагогічні завдання;
8. Взаємодія на екскурсії полягає в прямому спілкуванні, так само як і педагогічне спілкування при навчальній діяльності. До культури спілкування екскурсовода ставляться дуже високі вимоги (культура та техніка мовлення, культура міжособистісних стосунків тощо);
9. До кожного екскурсанта, як і до учнів в закладах освіти, необхідно знаходити та застосовувати індивідуальний підхід.

10. Диференційований підхід до подання інформації екскурсоводом;
11. Екскурсант також проявляє активність впродовж екскурсій;
12. Врахування психологічних особливостей як території проведення, так і відвідувачів-екскурсантів;
13. Позитивна емоційна насиченість здобутого досвіду, знань;
14. Екскурсовод, як і педагог, має вміти зацікавлювати слухачів, володіти навичками професійного спілкування та високим рівнем емоційного інтелекту.

#### **Список використаних джерел**

1. Король О.Д. Організація екскурсійних послуг у туризмі [Електронний ресурс] – Режим доступу: [https://tourlib.net/books\\_ukr/korol-ekskurs1-1.htm](https://tourlib.net/books_ukr/korol-ekskurs1-1.htm)
2. Педагогічні властивості екскурсій [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.educationua.net/silovs-436-1.html>
3. Покоłodна М. М. Організація екскурсійної діяльності: підручник/ М. М. Покоłodна; Харків. нац. ун-тміськ. госп-ва ім. О.М. Бекетова. –Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2017. –180с.
4. Федорченко В.К., Костюкова О.М., Дьорова Т.А., Олексійко М.М. Історія екскурсійної діяльності в Україні. – К.: Кондор, 2004. – 166 с.
5. Черезова М.В. Педагогічні ознаки екскурсій. Вісник Луганського національного Університету ім. Тараса Шевченка. Серія: Педагогічні науки. 2009. №10 (173). С.96-103
6. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. - Чернівці: Книги-XXI, 2003. - 300 с.

**Ольга СОХАНИЧ**

здобувачка другого (магістерського) рівня вищої освіти  
спеціальність 014.07 «Середня освіта. Географія»  
ДВНЗ «Ужгородський національний університет»  
м. Ужгород  
[sokhanych.olha@student.uzhnu.edu.ua](mailto:sokhanych.olha@student.uzhnu.edu.ua)

**Юлія ШАРОДІ**

Асистент  
ДВНЗ «Ужгородський національний університет»  
м. Ужгород  
[yuliia.sharodi@uzhnu.edu.ua](mailto:yuliia.sharodi@uzhnu.edu.ua)

## **ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕРАКТИВНИХ ЗАВДАНЬ ТА ВПРАВ НА УРОКАХ ГЕОГРАФІЇ, СТВОРЕНИХ НА ОСНОВІ СУЧАСНИХ СЕРВІСІВ**

Використання інтерактивних завдань та вправ на уроках географії у закладах загальної середньої освіти (ЗЗСО) є як ніколи актуальним. Створюються передумови за яких здобувачі освіти можуть навчатися обраному предмету, висловлювати власне бачення в дискусіях з однокласниками, проявляти лідерські позиції та працювати в команді тощо.

Інтерактивне навчання - специфічна форма організації пізнавальної діяльності, що передбачає створення комфортних умов навчальної діяльності, за яких кожен із здобувачів освіти буде відчувати свою успішність та інтелектуальну спроможність [2].

У сучасному світі навчальний процес спрямований на те, щоб дедалі більше залучати учнів в активне, спільне та засноване на критичному аналізі. Інтерактивні форми та методи включають спільну групову роботу, моделювання життєвих ситуацій, дебати, дискусії, залучення ігор і творчих робіт. Ці методи значно підвищують інтерес до навчального предмету, допомагають краще засвоїти учбовий матеріал, виробити нові вміння та навички [2].

Інтерактивне навчання є актуальним для курсів шкільної географії. Сучасний вчитель повинен звернути увагу на інтерактивні методи викладання предмету для того, щоб вдосконалити процес навчання. Мета такого виду навчання - створити комфортні умови, за яких учень може самостійно здобувати, аналізувати вивчений матеріал, а сам навчальний процес у класі відбувається за повної взаємодії здобувачів освіти та вчителя.

Інтерактивне навчання передбачає моделювання різних життєвих ситуацій, використання ігор, а також спільне розв'язання проблемних питань між всіма учасниками навчального процесу. Воно дає можливість учням вільно обмінюватися думками та ідеями, дискутувати на різні питання [4].

На сьогоднішній день значна роль в навчанні географії як шкільного предмету відводиться різним інтерактивним методам навчання, які дають нові можливості учням, пов'язані з взаємодією як між собою, так з вчителем у процесі засвоєння нових знань. Правильна організація цього процесу під час уроку географії є важливим фактором підвищення ефективності вивчення нового матеріалу [1].

Традиційні методи навчання на уроках географії є важливими, але їх потрібно поєднувати з більш новими, а саме інтерактивними. Використання таких методів і технологій навчання на уроках географії є одним із пріоритетних напрямів, який спрямований на розвиток творчих, розумових здібностей учнів, формування географічних компетентностей, підвищення мотивації, спонукання любити географію як навчальний предмет [3].

Наявна наразі достатньо велика кількість сервісів, що допомагають педагогічним працівникам створювати дидактичний матеріал. Одними з найбільш корисних та цікавих є: Flippity, LearningApps та WordWall. Ці сервіси мають багато спільних можливостей, кожен з перелічених вище сайтів має свою бібліотеку готових ресурсів.

Flippity – це колекція шаблонів, на основі таблиць Google, які можна перетворити у різноманітні вправи, котрі застосовують у онлайн режимі, або ж у офлайн, їх можна скачати та роздрукувати. На сьогодні, у Flippity є 28 шаблонів різних типів для створення різних ігрових вправ («Кросворди», «Замочки», «Тренажер пам'яті», «Випадковий вибір», «Пошук слів», «Флеш-карти» та інші). На основі цих шаблонів з легкістю можна підготувати електронні матеріали для уроків. Щоб створити власний дидактичний матеріал вчителю потрібно обрати шаблон, прочитати інструкцію та на її основі розробити свої власні завдання чи вправи. Найбільш корисними для уроків географії шаблонами з Flippity є вікторини, кросворди та флеш-картки. Останнє доречно використовувати для вивчення певних термінів, столиць чи прапорів країн.

Сайт WordWall дозволяє створити 18 типів інтерактивних матеріалів, проте лише 5 завдань можна створити безкоштовно, також є ще 15 типів завдань, які стають доступними для створення лише при оформленні платної підписки, після цього можна створювати велику кількість вправ.

Сайт «LearningApps» також є досить популярним серед вчителів, здобувачам освіти ЗЗСО подобається, коли його використовують на уроках. Сервіс дозволяє нам створити 21 вид різноманітних вправ, серед яких є і пазли, і кросворди, і вправи на знаходження слів, скачки, «класифікація», «знайди пару» та багато інших. Найбільш цікавою на уроках з географії є вправа «знайди пару», де можна учням запропонувати з'єднати назви материків з їх зображенням на фрагментах карти, і т.п.

Використання інтерактивних вправ навчання географії робить навчальний процес більш цікавим та ефективним, підвищує навчальну мотивацію та активність учнів під час заняття, допомагає розвивати комунікативні та творчі здібності здобувачів освіти, спонукає обирати ними вивчення географії як профільного предмету. Створення інтерактивних матеріалів з допомогою сучасних сервісів дає можливість вчителю оптимізувати навчально-виховний процес і досягати кращих результатів щодо якості знань здобувачів освіти.

#### **Список використаних джерел**

1. Куца О. С. Використання інтерактивних форм і методів навчання на уроках географії. *Wiadomości o postępie naukowym i rzeczywistych badaniach naukowych współczesność*. 2019. №6. С. 25–26.
2. Харчинська К.П., Ковальова Л.П. Використання інтерактивних методів навчання на уроках економічної і соціальної географії. Матеріали міжнародної науково-практичної конференції «Методика викладання природничих дисциплін у вищій школі» / За заг. ред. проф. М.В. Гриньової. Полтава: Астроя, 2012. С. 212-215.
3. Шумило В. В., Стецула Н. О. Інтерактивні методи навчання як засоби розвитку творчих здібностей учнів на уроках географії. Збірник наукових праць матеріалів II Всеукраїнської заочної наукової конференції «Освітні та наукові виміри природничих наук». 2021. Ст. 213-218.
4. Яковлева, В. А., Проценко, А. В. Інтерактивні методи та їх використання в процесі вивчення географії. *Theories of world science and technology implementation*. 2023. С.197-200.



**Василь ЛЕТА**  
кандидат географічних наук, доцент кафедри  
географії та суспільних дисциплін  
Мукачівський державний університет  
м. Мукачево  
[v.leta@mail.msu.edu.ua](mailto:v.leta@mail.msu.edu.ua)

**Яна СЕДОВ**  
здобувачка освіти  
ДВНЗ «Ужгородський національний університет»  
м. Ужгород  
[sedov.yana@student.uzhnu.edu.ua](mailto:sedov.yana@student.uzhnu.edu.ua)

## **ФОРМУВАННЯ КАРТОГРАФІЧНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ У ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ ГЕОГРАФІЧНИХ СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ**

Вища географічна освіта невід'ємно пов'язана з формуванням у здобувачів картографічної компетентності, адже одним з основних методів дослідження є картографічний метод. Відтак, при підготовці майбутніх фахівців географії необхідно приділяти належну увагу формуванню саме навиків картографування, що дозволить у майбутньому краще розуміти та відтворювати принципи та закономірності географічної інформації.

В межах підготовки майбутніх фахівців географії, зокрема за спеціальностями 014.07 «Середня освіта. Географія» та 106 «Географія» в ДВНЗ «Ужгородський національний університет» освітніми програмами передбачено освоєння таких освітніх компонентів як «Основи геоінформатики», «Основи картографії», «Картографія та ГІС», «Тематична картографія», що дозволить впродовж перших двох курсів навчання сформувати у майбутніх географів практичні навички картографування та моделювання, роботи з картографічним матеріалом тощо. Успішне вивчення вказаних освітніх компонентів освітньої програми «Географія» дозволяє сформувати у здобувачів освіти картографічну компетентність.

Невід'ємною складовою роботи студентів при вивченні вказаних дисциплін є опанування навичками, необхідними для створення власних векторних шарів карт, що є складовою картографічного методу дослідження. Опрацювання баз даних просторово-координованої інформації з використанням ГІС-технологій дає можливість, практично в «режимі реального часу», представити результати наукових досліджень у вигляді картографічних творів (електронних карт, картодіаграм, тривимірних зображень), геоінформаційних систем чи геопорталів. Таким чином, візуалізація картографічних творів на основі цифрових баз даних засобами ГІС сприяє кращому розумінню географічної інформації

Картографічна компетентність – це важливий компонент професійної компетентності майбутнього фахівця з географії, водночас інтегральна характеристика, що включає комплекс картографічних і геоінформаційних знань, умінь та практичних навичок; використання картографічного методу дослідження та геоінформаційного моделювання, як видів практичної діяльності фахівця з географії; використання картографічних творів для аналізу території та об'єктів природного середовища; формування в учнів елементарних навичок роботи з картографічними творами та атрибутивними даними для аналізу явищ та процесів у географічній оболонці; відтворення на карті причинно-наслідкові зв'язки між явищами та процесами, що відбуваються в межах окремих ландшафтних комплексів та природними умовами.

Для підготовки майбутніх фахівців-географів важливо використовувати новітні методи та засоби збору, обробки, аналізу й представлення просторової інформації. Сьогодні такі методи та засоби об'єднані та реалізовані під загальною назвою «географічні інформаційні технології» або ж «геоінформаційні технології». Часто останній термін у науковій галузевій літературі замінюють терміном «ГІС-технології» (GIS-technology). Просторова інформація є

«географічною» складовою інформаційних систем, які використовуються у вищій школі при підготовці майбутніх фахівців, зокрема вчителів географії та викладачів закладів вищої освіти.

Відносна легкість подання геоінформації з використанням ГІС-технології розширює коло споживачів від конкретно прикладних галузей (інженерна геологія, кадастр, топографія) до надання послуг, менеджменту, адміністрування, а також освітньої діяльності. В сфері освіти споживачами інформації, представленій у вигляді карт є учні, студенти, вчителі, наукові та педагогічні працівники закладів вищої освіти. Саме тому вивчення ГІС-технологій з подальшим набуттям умінь і навичок створення, редагування та відтворення картографічної інформації є важливою складовою навчального процесу за освітньою програмою «Географія».

Беручи до уваги, що картографічний метод є одним з основоположних у географії та широко використовується як у освіті, так і в науці, а також, те, що для побудови карт необхідні інформаційні технології та спеціалізоване програмне забезпечення, стає необхідним вивчення ГІС-технологій студентами-географами з метою розширення переліку предметних, в тому числі картографічної компетентностей та професійних знань, умінь і навичок роботи з географічною та картографічною інформацією.

### Список використаних джерел

1. Компетентнісний підхід у сучасній освіті: світовий досвід та українські перспективи. Бібліотека з освітньої політики. Колективна монографія. / під заг. ред. О.В. Овчарук. К.: «К.І.С.», 2004. 112 с.
2. Освітньо-професійна програма «Географія». URL: <https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/35401>
3. Яценко В. С. Державний стандарт: оцінювання навчальних досягнень учнів з географії/ В. С. Яценко// Педагогіка і психологія. 2003. № 3-4(39-40). С. 149-155.

**Василь ЛЕТА**  
кандидат географічних наук, доцент кафедри  
географії та суспільних дисциплін  
Мукачівський державний університет  
м. Мукачево  
[v.leta@mail.msu.edu.ua](mailto:v.leta@mail.msu.edu.ua)

**Василь ФЕТЬКО**  
здобувач освіти  
ДВНЗ «Ужгородський національний університет»  
м. Ужгород  
[fetko.vasyl@student.uzhnu.edu.ua](mailto:fetko.vasyl@student.uzhnu.edu.ua)

## **ВИКОРИСТАННЯ ГІС-ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ ФОРМУВАННЯ ПРЕДМЕТНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ МАЙБУТНІХ ГЕОГРАФІВ**

З прискоренням розвитку суспільства інформація стала одним з найважливіших соціальних ресурсів, а інформаційні технології - невід'ємною частиною життя людини. У зв'язку з цим виникає необхідність підготовки фахівців, здатних швидко створювати, обробляти та використовувати інформацію в рамках науково-технічної, соціально-економічної, освітньої та культурної діяльності.

Загалом, інформаційні технології широко використовуються в різних сферах життя людини, як у повсякденному житті, так і в професійній діяльності. Однак саме освітній процес надає студентам та учням можливість не тільки зрозуміти сучасні розробки в інформаційній сфері, а й оволодіти інформаційними технологіями (учні закладів загальної середньої освіти) та геоінформаційними технологіями (студенти вищих навчальних закладів).

Інтеграція апаратних, програмних, інформаційних засобів і методів, що використовуються для введення, зберігання, обробки, аналізу та виведення просторово-координованих даних [3]. Геоінформаційні технології використовуються в освітній діяльності із залученням глобального спектру геоінформаційних технологій.

На географічному факультеті Ужгородського національного університету вивчаються дисципліни "Основи картографії" та "Геоінформаційні системи" для підготовки студентів за спеціальністю "Географія", зокрема 014 "Середня освіта (Географія)". Методологія цих дисциплін полягає у вивченні основних компонентів геоінформаційних систем та формуванні навичок роботи з програмним забезпеченням для створення, редагування, аналізу та відображення геопросторової інформації.

Для викладання ГІС-технологій студентам спеціальності 014 «Середня освіта (Географія)» широко використовується програмний пакет ArcGIS компанії ESRI. ArcGIS - це інтегрований набір програмних продуктів ГІС, достатній для роботи з базами геоданих [3]; ArcMap - це програмний пакет, який дозволяє студентам створювати, редагувати, аналізувати та відображати геопросторову інформацію в одному додатку, основний додаток ArcGIS, призначений для створення, редагування, аналізу та оформлення картографічних творів. Наприклад, ми використовуємо додаток для редагування та візуалізації 3D-зображень ArcScene. Безпосереднім створенням та управлінням просторово-координованими даними займається додаток ArcCatalog - файловий менеджер для створення, копіювання та видалення файлів, що використовується в ArcGIS.

Векторним елементом у роботі студентів над цими дисциплінами є набуття навичок, необхідних для створення власних картографічних шарів, які є частиною методології картографічних досліджень: обробка просторово-координованих даних за допомогою ГІС-технологій дозволяє використовувати результати наукових досліджень у картографічних творах (електронні карти, картограми, 3D-моделі) Створення картографічних творів на основі

цифрових баз даних з використанням ГІС багато в чому сприяє кращому розумінню географічної інформації. Таким чином, вони будуть доступні широкому колу користувачів з можливістю виконувати візуальний аналіз, автоматично створювати карти і змінювати загальний вигляд картографічних зображень.

Достатні знання в цій галузі сприяють засвоєнню теоретичних основ картографії та практичному застосуванню набутих навичок у тематичній картографії, зокрема навчанню картографуванню геологічного та рослинного покриву, створенню цифрових моделей рельєфу та тривимірних зображень поверхонь.

Оволодіння основами геоінформатики шляхом розвитку навичок і вмінь роботи з ГІС-технологіями, зокрема з програмним пакетом ArcGIS, є важливою складовою професійної підготовки кваліфікованих вчителів географії. Враховуючи те, що картографічний метод є одним з найбільш фундаментальних методів географії і широко використовується як в освіті, так і в науці, а також те, що для створення карт використовуються інформаційні технології та спеціалізоване програмне забезпечення, можна стверджувати, що студентам необхідно більше вивчати ГІС-технології.

### Список використаних джерел

1. Компетентнісний підхід у сучасній освіті: світовий досвід та українські перспективи. Бібліотека з освітньої політики. Колективна монографія. / під заг. ред. О.В. Овчарук. К.: «К.І.С.», 2004. 112 с.
2. Освітньо-професійна програма «Географія». URL: <https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/35401>
3. Про ESRI. URL: <https://www.esri.com/en-us/about/about-esri/overview>
4. Робоча програма навчальної дисципліни «Географічні інформаційні системи». URL: <https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/46307>
5. Робоча програма навчальної дисципліни «Основи картографії». URL: <https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/46306>

**Ірина ФЕКЕТА**  
кандидат біологічних наук, доцент кафедри  
фізичної географії та раціонального природокористування  
ДВНЗ «Ужгородський національний університет»  
м. Ужгород  
[iryna.feketa@uzhnu.edu.ua](mailto:iryna.feketa@uzhnu.edu.ua)

**Богдан РОМАНЕНКО**  
здобувач освіти  
ДВНЗ «Ужгородський національний університет»  
м. Ужгород  
[romanenko.bohdan@student.uzhnu.edu.ua](mailto:romanenko.bohdan@student.uzhnu.edu.ua)

## **КРАЄЗНАВЧІ ДОСЛІДЖЕННЯ У ШКІЛЬНОМУ КУРСІ ГЕОГРАФІЇ НА ПРИКЛАДІ М. УЖГОРОД**

Завданням сучасної шкільної освіти в Україні є розвиток та соціалізація учня, формування його національної свідомості, екологічного мислення, творчих здібностей, дослідницьких навичок. Дуже важливо, щоб формування цих вмінь та навичок поєднувалося з набуттям власного досвіду. Саме тому краєзнавчі дослідження є важливою формою організації навчальної діяльності при вивченні географії.

Застосування краєзнавчих досліджень у географії передбачає вивчення природних та суспільних явищ на прикладі свого регіону. Такий підхід дозволяє активізувати пізнавальну діяльність учнів шляхом використання їх власного досвіду. В місті Ужгород багато об'єктів, відвідувати та досліджувати які необхідно при вивченні географії.

Вивчення географії починається у 6 класі. Саме тут формується опорні географічні поняття, які не завжди є зрозумілими для учнів. Формування таких понять відбувається значно легше, коли учні спостерігають певні явища чи процеси навколо себе. Важливим є використання запитань про географічні об'єкти та явища, які відбуваються безпосередньо у районі проживання школярів [1].

Вивчаючи орієнтування на місцевості, заняття краще провести на території школи або у найближчому парку. Там можна пояснити учням, як визначити сторони горизонту за компасом та за місцевими знаками.

Використовувати краєзнавчий матеріал можна під час вивчення масштабу. Це дозволить, використовуючи кроки чи мірну стрічку, виконувати практичні завдання стосовно вимірювання відстаней між різними об'єктами на місцевості, а потім за масштабом нанести відстані на папір.

У процесі вивчення плану місцевості перед учнями ставиться завдання його зробити. В якості території місцевості найкраще використати добре відомий для учнів район проживання або територію поблизу школи. Вивчаючи географічні карти необхідно використовувати місцеві карти, щоб учні краще орієнтувалися у положенні свого населеного пункту в межах області, навчилися читати карту, використовувати умовні знаки [5, с. 59].

При вивченні окремих оболонок Землі доцільно знайомити учнів з формами рельєфу (рівнини, гори), водними об'єктами, рослинним та тваринним світом своєї місцевості [1]. В Ужгороді такими об'єктами можуть бути: парки, сквери, Шахтинський ліс, річка Уж, озеро "Кірпічка", канал.

Під час таких екскурсій вчителям варто наголосити на ролі внутрішніх вод та рельєфу Землі, які зумовлюють ті чи інші процеси та явища, а також впливають на життєдіяльність людей. Це формуватиме в учнів цілісну картину про особливості природних умов та ресурсів Землі [1].

Вивчення теми «Природні комплекси Землі» доцільно поєднати з екскурсією у природні ландшафти краю. Це дозволить учням усвідомити вплив людини на природні комплекси

рідного краю. Для цього доцільно показати учням об'єкти антропогенного походження. В Ужгороді таким об'єктом може бути кар'єр.

У 7 класі на уроках географії вивчаються материки та океани. Цей курс досить обмежений можливістю для використання краєзнавчого матеріалу. Найбільш доречним тут є використання порівняння особливостей природи свого краю (тектонічних структур, форм рельєфу, клімату, поверхневих вод, ґрунтів, рослинного та тваринного світу) з природними особливостями інших материків [5, с. 62].

Курс географії 8 класу має найкращі можливості для краєзнавчих досліджень. Його програмою передбачено вивчення розділу «Природа та населення свого адміністративного регіону» [4]. Тут вивчається географічне положення, адміністративно-територіальний устрій, природні умови і ресурси регіону, його населення. Програмою заплановано проведення екскурсії на місцевості. Крім цього пропонуємо учням зробити проєкт, де можна дослідити екологічний стан району свого проживання чи окремого природного об'єкта (парку, річки, озера).

Інші теми курсу 8 класу також варто поєднувати з краєзнавством. Вивчаючи тему "Географічні дослідження території України", варто запропонувати учням відшукати найдавніші письмові згадки та відомості про місто Ужгород зокрема та про Закарпатську область загалом.

Вивчаючи тему "Географічний простір України" учні повинні вміти характеризувати положення свого регіону в межах України та Європи, визначати напрямки між населеними пунктами. Тут слід наголосити на унікальності розташування Закарпатської області та м. Ужгорода, яке має безпосередній кордон зі Словаччиною та знаходиться майже у центрі Європи.

При вивченні часу учні повинні вміти визначати місцевий та поясний час свого населеного пункту, визначати різницю у поясному часі з сусідніми країнами, різницю у місцевому часі з сусідніми містами.

Вивчаючи клімат, учні повинні вміти характеризувати клімат міста Ужгород, характеризувати стан погоди, визначати несприятливі погодно-кліматичні явища в межах району проживання.

При вивченні вод суходолу України учні досліджують поверхневі води свого регіону. В м. Ужгород об'єктом дослідження в першу чергу є річка Уж. При знайомстві з ґрунтами, учні орієнтуються в особливостях ґрунтів свого регіону, порівнюють їх родючість з ґрунтами інших регіонів. Тут можна порівняти ґрунти Закарпатської області з ґрунтами області півдня чи сходу України, де переважають чорноземи.

При вивченні населення України учні досліджують природний та механічний рух населення свого регіону, його відмінності від інших регіонів. Учні аналізують тенденції природного та механічного руху населення Закарпатської області, які мають відмінності від загальноукраїнських показників. Важливим є дослідження етнічного складу населення своєї області, аналіз його причин.

Використовувати краєзнавчі дослідження варто під час виконання окремих практичних робіт у 8 класі. Це урізноманітнить навчальний процес, активізує пізнавальну та дослідницьку діяльність учнів.

Багато краєзнавчих досліджень можна виконати у курсі 9 класу, де вивчається господарство світу та України [4]. Вивчаючи чинники розміщення виробництва, учні повинні розуміють вплив природних і суспільних чинників на розміщення підприємств у Закарпатській області та м. Ужгороді. Також учні повинні знати приклади підприємств Закарпатської області секторів економіки (первинного, вторинного, третинного).

Враховуючи переважання сільського населення в Закарпатській області, учні можуть досліджувати сільське господарство регіону. Учні мають знати основні зернові та технічні культури, овочі та фрукти, які вирощують в регіоні та вказати експортні сільськогосподарські товари.

Важливими є краєзнавчі дослідження при вивченні лісового господарства. Закарпаття є найбільш лісистим регіоном України, тому учні оцінюють стан галузі та подальші перспективи її розвитку. Особливу увагу учнів необхідно звернути на проблеми незаконної вирубки лісу в регіоні.

Вивчаючи вторинний сектор господарства, для учнів можна організувати екскурсію на промислове підприємство міста чи регіону (швейна фабрика, підприємство машинобудування). Учні повинні самостійно визначити основні чинники його розміщення та споживачів продукції.

У вивченні третинного сектору економіки варто дослідити транспортну систему свого регіону, заклади торгівлі та освіти. Основну увагу варто приділити туристично-рекреаційній сфері регіону, яка є пріоритетною для регіону.

Вивчаючи глобальні проблеми людства, учні повинні знати основні види глобальних проблем людства та їх прояв/відсутність у своєму населеному пункті.

Значна увага у процесі вивчення географії у 10-11 класах приділяється узагальненню та систематизації знань з попередніх курсів, що обмежує використання краєзнавчого принципу навчання у порівнянні з попередніми курсами [5, с. 72].

Вивчаючи країни та регіони світу, можна порівнювати їх природні умови та економіку з відповідними характеристиками свого населеного пункту чи регіону [3].

У курсі 11 класу не вивчається нічого нового, відбувається систематизація та узагальнення вивченого у попередні роки. Основним методом впровадження краєзнавчого принципу у вказаному курсі є розповідь учителя та метод порівняння, а також частково-пошуковий і дослідницький методи [5, с. 73-74].

Отже, краєзнавчі дослідження необхідно проводити для формування ключових компетентностей учнів. Вони активізують пізнавальну діяльність учнів, створюють умови для більш творчої діяльності.

#### **Список використаних джерел**

1. Качайло М. М., Лета В. В., Карабінюк М. М. Особливості проведення краєзнавчих досліджень у курсі шкільної географії (на прикладі Закарпатської області). Інноваційна педагогіка. 2022. Вип. 50, с. 84-87.
2. Методика використання краєзнавчого матеріалу на уроках географії та у позакласній роботі. URL: <http://surl.li/soyoq>
3. Навчальна програма з географії для 10–11 класів. URL: [https://geographer.com.ua/content/geografiya10-11-klasy-riven-standartu-integrovanuyu-kurspryrodoznavstvo-10-11-klasy#google\\_vignette](https://geographer.com.ua/content/geografiya10-11-klasy-riven-standartu-integrovanuyu-kurspryrodoznavstvo-10-11-klasy#google_vignette)
4. Навчальна програма з географії для 6–9 класів. URL: [https://mon.gov.ua/storage/app/media/zagalna% 20serednya/programy-5-9-klas/2020/ geografiya-6-9-14.07.2017.pdf](https://mon.gov.ua/storage/app/media/zagalna%20serednya/programy-5-9-klas/2020/geografiya-6-9-14.07.2017.pdf)
5. Олішевська Ю.А. Шкільне географічне краєзнавство. Навчальний посібник. К.: «ФОП Кравченко». 175 с

**Тетяна ЛУЖАНСЬКА**

кандидат географічних наук, доцент,  
доцент кафедри географії та суспільних дисциплін  
Мукачівський державний університет  
м. Мукачево  
[t.luzhanska@mail.msu.edu.ua](mailto:t.luzhanska@mail.msu.edu.ua)

**Галина ІЛЬТЬО**

кандидат політичних наук, доцент,  
доцент кафедри географії та суспільних дисциплін  
Мукачівський державний університет  
м. Мукачево

**Олексій НЕЖУР**

магістрант спеціальності 106 «Географія»  
Мукачівський державний університет  
м. Мукачево

## **НОВІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ГЕОГРАФІЧНОЇ НАУКИ**

В сучасних умовах університети потребують такої організації діяльності, яка б забезпечувала реалізацію принципу гуманізації освітнього процесу, виявлення індивідуальних варіантів розвитку здобувачів вищої освіти, їх творчих здібностей, зміцнення активності, розкриття неповторності особистості, своєчасної допомоги у навчанні. Важливим є розкриття пізнавальних мотивів, самооцінки, здатності до співпраці серед здобувачів вищої освіти. Нині вивченню питання професійної підготовки майбутнього фахівця з географії приділяється різноаспектна увага, зокрема формуванню готовності до творчо-пошукової професійної діяльності (С. Гончаренко, Н. Гузій, В. Луговий, Л. Хомич та ін.); удосконаленню змісту фахової підготовки (С. Кобернік, Н. Муніч, К. Немець, Я. Олійник, С. Шевчук, Г. Топчієв, Д. Мальчикова, П. Шищенко, І. Пилипенко, В. Яворська та ін.); сутнісним та організаційно-діяльнісним аспектам географічної освіти (М. Багров, А. Даринський, О. Колотуха, В. Самойленко, О. Стадник та ін.).

Нині студентська молодь має можливість здобувати вищу освіту із використанням сучасних комп'ютерних засобів та різних способів навчання: програмоване навчання; засвоєння знань із використанням комп'ютера; розгалужені програми (дають можливість ознайомлюватися з правильною та хибною точками зору); електронні енциклопедії, хрестоматії, словники, пошук інформації в Інтернет-просторі; системи перекладу; комп'ютерна діагностика; навчальні ігри; інтерактивні засоби.

На сьогодні у реальній практиці фахової підготовки географів наявні певні розбіжності між:

1) необхідністю запровадження інновацій, дослідницьких та пошукових методів, викликаних процесами євроінтеграції й модернізації освітніх стандартів, і теоретичною необґрунтованістю науково-методичних основ їх використання у процесі фахової підготовки майбутніх фахівців з географії;

2) значним обсягом накопиченого вітчизняного та зарубіжного досвіду в організації пошукової роботи здобувачів вищої освіти та недостатнім ступенем його запровадження у практику підготовки майбутнього фахівця з географії;

3) вимогами до рівня організації пошукової роботи здобувачів вищої освіти та ступенем сформованості дослідницької компетентності майбутніх фахівців з географії.

Для вирішення зазначених вимог відбувається реалізація індивідуальних дослідницьких маршрутів і професійних перспектив здобувачів вищої освіти на основі інтеграції фахового навчання та практичної і методологічної підготовки; компетентне управління поетапним включенням здобувачів вищої освіти у систему науково-дослідницької роботи університету,



моніторинг їх персональних досягнень із застосуванням ІКТ; розроблено методика організації пошукової роботи в процесі фахової підготовки, що структурує формувальні впливи у теоретико-методологічний, змістово-процесуальний та критеріально-оцінювальний блоки; визначено зміст та структуру пошукової роботи майбутніх фахівців географії, критерії і показники її оптимальної організації [2]. Пошукова робота майбутніх фахівців географії за сутністю є процесом цілеспрямованого пошуку академічно та практично зорієнтованої професійно значущої інформації, а за змістом – складним динамічним і системним об'єктом, який забезпечує створення здобувачами вищої освіти нового об'єктивного, системно-організованого й обґрунтованого знання [3].

Для активізації творчих здібностей студентської молоді все частіше починають запроваджуватися в освітній процес технології географічних (дидактичних) ігор [1]. Головною метою їх є: розширення географічного кругозору; формування та розвиток пізнавальних інтересів до географічної науки; спонукання до навчально-пошукової діяльності; прагнення за допомогою ігрових ситуацій досягти успіхів у поглибленні географічних знань. Їх використання в освітньому процесі дозволяє застосовувати різноманітні види діяльності, комбінувати індивідуальні, групові й колективні форми роботи. Здобувачі вищої освіти самостійно можуть застосовувати свій досвід і знання для встановлення нових фактів, явищ, відшукати невідомі їм чинники, наслідки чи визначити новий спосіб вирішення проблеми, тобто отримують новий для себе результат навчання. Аналіз графіків, діаграм потребує високого рівня абстрактного мислення серед здобувачів вищої освіти. А співвідношення різних джерел інформації, а саме – карти й діаграми, тексту й картосхеми вимагає уміння переключати увагу й користуватися одночасно декількома прийомами роботи. Також може виникати потреба проявити творчі нахили у процесі написання географічного твору, адже процес написання твору є процесом творчого уявлення. Щоб успішно керувати цим процесом, розвивати творчі здібності здобувачів вищої освіти, необхідно знати їх індивідуально-психологічні особливості, ставлення до навчання, особливості їх знань, умінь і навичок, вольових якостей.

### **Список використаних джерел**

1. Немець К.А. Теорія і методологія географічної науки: методи просторового аналізу / Навчально-методичний посібник // К.А. Немець, Л.М. Немець. – Харків: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2014. – 172 с.
2. Олійник Я.Б., Шевчук С.М. Методологічні основи розвитку суспільної географії в Україні у ХХ столітті: Навчальний посібник / Я.Б.Олійник, С.М.Шевчук – К.: ВГЛ «Обрії», 2011. – 168 с.
3. Топчієв О. Г. Методологічні засади географії: підручник / О. Г. Топчієв, Д. С. Мальчикова, І. О. Пилипенко, В. В. Яворська. – Херсон: Видавничий дім «Гельветика», 2020. – 366 с.

**Електронне наукове видання**

**МІЖНАРОДНИЙ ТА НАЦІОНАЛЬНИЙ ДОСВІД СУСПІЛЬНО-  
ГЕОГРАФІЧНОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ В УМОВАХ  
ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ**

**27 жовтня 2023 р.**

**Збірник тез доповідей за матеріалами**

**IV Міжнародної науково-практичної  
інтернет-конференції**

**Відповідальний за випуск:** кандидат географічних наук, доцент Лета В.В.

Формат 60x84 1/16  
Гарнітура Times New Roman

Адреса видавництва:

Мукачівський державний університет, вул. Ужгородська, 26, м. Мукачево,  
Закарпатська обл., 89600. тел./факс (03131) 2-11-09, 3-13-43



# МУКАЧІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

89600, м. Мукачево, вул. Ужгородська, 26

тел./факс +380-3131-21109

Веб-сайт університету: [www.msu.edu.ua](http://www.msu.edu.ua)

E-mail: [info@msu.edu.ua](mailto:info@msu.edu.ua), [pr@mail.msu.edu.ua](mailto:pr@mail.msu.edu.ua)

Веб-сайт Інституційного репозитарію Наукової бібліотеки МДУ: <http://dspace.msu.edu.ua:8080>

Веб-сайт Наукової бібліотеки МДУ: <http://msu.edu.ua/library/>