

Міністерство освіти і науки України
Запорізька обласна рада
Національний університет «Запорізька політехніка»
Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»
Одеський національний технологічний університет
Полтавський університет економіки і торгівлі
Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка
Туристичний інформаційний центр, м. Запоріжжя
Університет імені Альфреда Нобеля, м. Дніпро
Український державний університет науки і технологій, м. Дніпро
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна.
Consul Travel Service, Туреччина
University of Hradec Kralove, Hradec Králové, Czech Republic



«СВІТОВІ ДОСЯГНЕННЯ І СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА»

МАТЕРІАЛИ

II Міжнародної науково-практичної конференції
(Запоріжжя, 10 листопада 2023 р.)



Запоріжжя, 2023

Міністерство освіти і науки України
Запорізька обласна рада
Національний університет «Запорізька політехніка»
Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»
Одеський національний технологічний університет
Полтавський університет економіки і торгівлі
Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка
Туристичний інформаційний центр, м. Запоріжжя
Університет імені Альфреда Нобеля, м. Дніпро
Український державний університет науки і технологій, м. Дніпро
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна.
Consul Travel Service, Туреччина
University of Hradec Kralove, Hradec Králové, Czech Republic

«СВІТОВІ ДОСЯГНЕННЯ І СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА»

МАТЕРІАЛИ

II Міжнародної науково-практичної конференції
(Запоріжжя, 10 листопада 2023 р.)

Запоріжжя, 2023

Рекомендовано до видання Вченою радою
Національного університету «Запорізька політехніка»
(протокол №4 від 27.11.2023 р.)

Редакційна колегія:

Зайцева Валентина Миколаївна – кандидат педагогічних наук, професор, завідувач кафедри туристичного, готельного та ресторанного бізнесу НУ «Запорізька політехніка»;

Віндюк Андрій Валерійович – доктор педагогічних наук, професор, професор кафедри туристичного, готельного та ресторанного бізнесу НУ «Запорізька політехніка»;

Гурова Дар'я Дмитрівна – кандидат географічних наук, доцент, доцент кафедри туристичного, готельного та ресторанного бізнесу НУ «Запорізька політехніка».

С24 **Світові досягнення і сучасні тенденції розвитку туризму та готельно-ресторанного господарства:** матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції, м. Запоріжжя, 10 листопада 2023 р. [Електронний ресурс] : колектив авторів ; за заг. ред. проф. В. М. Зайцевої ; Електрон. дані. – Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2023. – 1268 с. – 1 електрон. опт. диск (DVD-ROM); 12 см. – Назва з тит. екрана.

ISBN 978-617-529-435-2

У збірці представлені матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції «Світові досягнення і сучасні тенденції розвитку туризму та готельно-ресторанного господарства», яка проводилася кафедрою туристичного, готельного та ресторанного бізнесу Національного університету «Запорізька політехніка» 10 листопада 2023 року. В них відображені сучасний стан, тенденції й перспективи розвитку туризму та готельно-ресторанного господарства; актуальні проблеми туризму та готельно-ресторанного бізнесу України під час воєнного стану; економічні, соціально-психологічні, організаційно-правові аспекти розвитку туризму та готельно-ресторанного господарства.

Призначено для наукових, науково-педагогічних працівників, фахівців з туризму та економіки, студентів, аспірантів.

УДК 338.48+640.4

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1. «ТУРИЗМ»

Агєєва І. В. ДОСВІД СОЦІАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В ПОЛЬЩІ.....	28
Александров А.О., Цвілий С. М. МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ В ТУРИЗМІ.....	32
Александрова В. В., Цвілий С. М. СЕГМЕНТАЦІЯ ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ.....	35
Aleksandrova S.A., Radionova O.M., Kolodchuk E.L. FEATURES OF MANAGEMENT IN THE FIELD OF CULTURAL TOURISM...	37
Антонова-Рафі А. М., Цвілий С. М. РОЗРОБКА АНТИКРИЗОВОЇ СТРАТЕГІЇ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	40
Бабасєва О. В. ОСОБЛИВОСТІ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ У СФЕРІ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ.....	43
Барран І. Г. СУЧАСНИЙ СТАН ТА ТРЕНДИ СФЕРИ ТУРИЗМУ У ФРАНЦІЇ.....	45
Басов Д. О., Зайцева В. М. ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ РЕГІОНУ.....	49
Безхлібна А. П. ЕКОСИСТЕМНІ ТУРИСТИЧНІ КЛАСТЕРИ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРИМОРСЬКОГО РЕГІОНУ.....	51
Бєлікова М. В. «ЕТИКА І ПСИХОЛОГІЯ МІЖНАРОДНОЇ КОМУНІКАЦІЇ»: НАВЧАННЯ ЦИФРОВИМИ ЗАСОБАМИ ПІДЧАС ПАНДЕМІЇ ТА ВІЙНИ.....	55
Бєлова А. Є., Гурова Д.Д. КІНОТУРИЗМ – ПОПУЛЯРНИЙ НАПРЯМОК ПОДОРОЖЕЙ.....	59
Бєлозьоров Д. М., Жилко О. В. СУТНІСТЬ ПОСЛУГИ У СФЕРІ ТУРИЗМУ.....	60
Бичков В. В., Корнієнко О. М. ВІДНОВЛЕННЯ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В ПОВОЄННИЙ ЧАС.....	63
Бірюков В. І., Цвілий С.М. РОЗРОБКА СТРАТЕГІЇ МАРКЕТИНГУ ВІТЧИЗНЯНОГО ТУРИСТИЧНОГО КОМПЛЕКСУ.....	66
Благій В. О., Шиманський Г. М. КОРЕКЦІЯ ПСИХОЕМОЦІЙНОГО СТАНУ МОЛОДІ ЗАСОБАМИ ФІЗИЧНОЇ РЕКРЕАЦІЇ В УМОВАХ ПРАВОВОГО РЕЖИМУ ВОЄННОГО СТАНУ.....	69

СЕКЦІЯ «ТУРИЗМ»

УДК: 351:379.85 (477)

Агєєва І.В.

к.е.н., доцент

Таврійський державний агротехнологічний університет
імені Дмитра Моторного
м. Запоріжжя, Україна

ДОСВІД СОЦІАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В ПОЛЬЩІ

Україна має великий потенціал до розвитку туризму, але він не повністю реалізований. Військовий конфлікт призвів до негативних наслідків у туристичній галузі. Велика кількість туристичних фірм поставили роботу «на паузу» або зовсім закрилися. Попри це туризм продовжує функціонувати, а українці потроху почали дозволяти собі подорожі. В умовах воєнного стану туристична діяльність має певні особливості. Тому є потреба в вивченні зарубіжного досвіду.

Польща відповідно законодавчого забезпечення здійснює активну та ефективну політику у сфері туризму. Вона володіє багатьма видами туристичних ресурсів. У Польщі європейська модель управління туризмом.

З 2000 року в Польщі розпочала свою діяльність Польська туристична організація (РОТ). Це організація співпраці між місцевим урядом і індустрією туризму. РОТ виконує своє статутне завдання, яке полягає у забезпеченні функціонування та розвитку польської туристичної інформаційної системи в країні та за кордоном. Функціонують національні форми організаційної інформації для туристів:

- провінційні центри туристичної інформації;
- місцеві туристичні інформаційні центри (районні, міські, міжрайонні та міжмуніципальні);
- центри «it» – постійні, сезонні та випадкові;

– мультимедійні інформаційні пункти, розташовані в «it» центрах і точках або за межами своїх приміщень.

У всіх важливих містах, округах і комунах створені «ІТ-центри».

На підставі Закону про Польську туристичну організацію, створена трирівнева система просування туризму в Польщі. РОТ співпрацює з представниками органів влади – воєводами, органами місцевого самоврядування, регіональними та місцевими туристичними організаціями, Польською туристичною палатою та іншими організаціями туристичної індустрії, а також асоціаціями, що діють у цій сфері.

В Польщі, як і в країнах Європейського Союзу великий відсоток суспільства не може дозволити собі туристичні поїздки, особливо за кордон. В основному це пов'язано зі станом здоров'я, віком, особистими, сімейними та професійними причинами, а також економічного та фінансового характеру. У зв'язку з цим у Польщі користуються агротуризмом, екотуризмом, активним туризмом, караванінгом і соціальним туризмом. Представлені види туризму відносяться до сучасних тенденцій, які постійно змінюються, і туристи шукають нові форми відпочинку з елементами оздоровлення.

Нині в усьому світі розвивається соціальний туризм. На думку польських вчених, соціальний туризм — «це коротко- чи довготермінові подорожі різних верств туристів, які становлять групи соціально відчужених людей. Такі поїздки організовують представники соціального сектору (асоціації, фонди), громадського сектору (місцеві органи влади) та іноді за підтримки приватного сектору» [1].

Л. Мінерат, Р. Мейтленд і Г. Міллер виділяють чотири типи соціального туризму: участі, включення, адаптації та стимулювання [2].

Тип участі – це заохочення людей, які перебувають у скрутному економічному стані чи мають обмежені можливості займатися туризмом.

Тип включення – це ініціатива на основі громади, які мають на меті заохотити певні соціальні групи займатися туризмом. Це можна зробити за допомогою субсидованих програм, таких як ваучери на відпустку та ін.

Тип адаптації відноситься до пропозицій соціального туризму, пов'язаних з адаптацією туристичної інфраструктури до потреб людей, які практикують цей вид туризму.

Основною метою типу стимулювання є економічна вигода від розвитку соціального туризму для туристичних місць прийому. Ця форма соціального туризму часто пропонує варіант «все включено» і націлена на людей похилого віку.

Кожен з цих типів представляє напрямок розвитку соціального туризму в Європейському Союзі.

Групи туристів, які практикують соціальний туризм як і у Польщі, а також в інших країнах Європейського Союзу, загалом однакові.

У державах Європейського Союзу соціальними групами, які не можуть собі дозволити повноцінний туризм, вважаються:

- діти дошкільного та шкільного віку;
- школярі та студенти;
- економічно та соціально незахищені люди віком 18–30 років;
- сім'ї, які мають фінансові та інші труднощі;
- люди з обмеженими можливостями та проблемами зі здоров'ям;
- літні люди.

Дорослі туристи, які беруть участь у соціальному туризмі, відрізняються від звичайних туристів тим, що вони або безробітні, або мають низькі доходи, а тому мають обмежений доступ до споживання матеріальних благ [3].

Соціальний туризм у Польщі посідає важливе місце у внутрішньому туризмі. Польща має потенціал для сільського туризму. Його розвиток зумовлений переважно привабливою природою сільських регіонів. На підставі досліджених джерел можна констатувати, що розвиток агротуризму пов'язаний із соціальним туризмом. Останніми роками в сільській місцевості Польщі розвивається нова форма соціального туризму – специфічний вид відпочинку на агротуристичних господарствах. Це так звані ферми догляду, які пропонують в основному туризм для людей похилого віку та інвалідів [4].

Учасники туристичних поїздок у сільську місцевість, незалежно від того, до яких груп туристів вони належать, не лише користуються фінансовою підтримкою, яку пропонують різні установи та організації, а й мають гарантований відпочинок на природі, в оточенні привабливих природних цінностей.

На розвиток туристичних послуг в Польщі впливають місцеві органи влади. Що стосується соціальної сфери, то слід відмітити діяльність агротуристичних асоціацій, місцевих туристичних організацій та Товариства любителів польського туриста (РТТК).

Але Пандемія COVID-19 спричинила бар'єри щодо розвитку соціального туризму як в Європейському Союзі так і в Польщі. Через пандемію зросла кількість соціально ізольованих осіб, які не можуть самостійно організувати та фінансувати свої туристичні поїздки, і ЄС вже тривалий час підтримує такі туристичні групи. Це сприяло величезному спаду в секторах туризму, готелів, транспорту та громадського харчування. Тому, польські вчені вивчають ці питання та вносять рекомендації щодо подальшого розвитку соціального туризму в Польщі.

Україна має великий туристичний потенціал, а тому може створювати сприятливі умови для розвитку соціального туризму в теперішній час. Чимало в країні родин, які потребують сьогодні відпочинку, зміни обстановки та оздоровлення. Соціальний туризм безпосередньо підтримує головну соціальну мету – покращення якості життя людей похилого віку, людей з обмеженими можливостями та бідних людей, надаючи їм змогу відкривати нові місця за допомогою туризму.

Література:

1. Michał Roman, Josef Abrham, Arkadiusz Niedziółka, Ewa Szczucka, Lubos Smutka and Piotr Prus. Tourist Attractiveness of Rural Areas as a Determinant of the Implementation of Social Tourism of Disadvantaged Groups: *Evidence from Poland and the Czech Republic. Agriculture. 2022, №12, 731.*
<https://doi.org/10.3390/agri-culture12050731>

2. McCabe, S.; Johnson, S. The happiness factor in tourism: Subjective well-being and social tourism. *Ann. Tour. Res.* 2013, №41, 42–65.
3. Minnaert, L.; Maitland, R.; Miller, G. What is social tourism? *Curr. Issues Tour.* 2011, № 14, 403–415.
4. Linderova, I.; Janecek, P. Accessible tourism for all: Current state in the Czech business and non-business environment. *E+M, Econ. Manag.* 2017, 4, 168–186.

УДК 338.48:658.8.007

Александров А.О.
студент гр. МТЕ-110
Національний університет «Запорізька політехніка»
м. Запоріжжя, Україна
наук. кер. – к.е.н., доцент Цвілий С.М.

МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ В ТУРИЗМІ

Індустрія туризму представляє собою важливу складову українського та світового ринку послуг і є прибутковим складним міжгалузевим комплексом. Розвиток туризму для багатьох держав та регіонів є пріоритетним напрямом економічного розвитку, всебічно сприяє підвищенню рівня життя населення [1]. Стратегічну конкурентну перевагу на ринку туристичних послуг неможливо завоювати тільки на основі специфіки й особливостей продукту, тому в сучасних умовах до найбільш значущих учені-економісти відносять питання формування стратегії маркетингових комунікацій, використання інноваційних інструментів управління просуванням послуг від ініціаторів комунікаційної активності до контактних аудиторій [2]. Крім цього, раніше об'єктом комунікаційної діяльності ринку туристичних послуг виступали анонімні групи покупців, то сьогодні ними є споживачі, що ідентифікуються, взаємодіям з якими слід приділяти особливу увагу. В умовах зростаючого значення відношення споживачів до підприємств та послуг, які вони виробляють, даний аспект набуває особливої актуальності.

До специфічних особливостей індустрії туризму можна віднести її складну