



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«ПРИАЗОВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»

О.К. Любчук, І.Ф. Марченко, Н.П. Борецька, Г.О. Крапівіна, М.В. Шарко, І.І. Лаврова, Т.В. Герасименко, О.М. Гривцова

ТЕОРЕТИКО-ПРАКТИЧНІ ЗАСАДИ ВІДРОДЖЕННЯ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ УКРАЇНИ В УМОВАХ МОДЕРНІЗАЦІЇ ТА ВИКЛИКІВ

Колективна монографія

Рекомендовано вченою радою ДВНЗ
«Приазовського державного технічного університету»

Дніпро
2025

УДК 338.48:001.8(477)

Рекомендовано вченою радою ДВНЗ
«Приазовського державного технічного університету»
(протокол № 8 від 27.02.2025 р.)

Рецензенти:

Безугла Л.С. – завідувач кафедри туризму та економіки підприємства НТУ «Дніпровська політехніка», д.е.н., професор;

Фокіна-Мезенцева К.В. – професор кафедри міжнародного менеджменту Державного торговельно-економічного університету (м.Київ), д.е.н., професор;

Чижова Т.В. – доцент кафедри фінансів, обліку та оподаткування Херсонського національного технічного університету, канд. економ. наук, доцент, директор туристичної агенції Аквавита (ФОП Чижова Т.В.)

Холодинська С.М. – завідувач кафедри філософських наук та історії України ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет», д-р культурології, доцент

Любчук О.К.

Теоретико-практичні засади відродження внутрішнього туризму України в умовах модернізації та викликів: колективна монографія / О.К. Любчук, І.Ф. Марченко, Н.П. Борецька, Г.О. Крапівіна, М.В. Шарко, І.І. Лаврова, Т.В. Герасименко, Гривцова О.М.; за заг. ред. О.К.Любчук. Дніпро : ДВНЗ «ПДТУ», 2025. 156 с.

ISBN 978-966-604-322-4

Монографія присвячена теоретико-практичним засадам відродження внутрішнього туризму України в умовах модернізації та викликів. Теоретико-експериментальні дослідження наведені у монографії розкривають територіальну специфіку та складові привабливості внутрішнього туризму, його потенційні можливості розвитку в різних регіонах України в умовах викликів та модернізації. Монографія може представляти інтерес для наукових співробітників та фахівців у сфері туризму і рекреації, аспірантів, здобувачів.

ISBN 978-966-604-322-4

© О.К. Любчук, І.Ф. Марченко,
Н.П. Борецька, Г.О. Крапівіна,
М.В. Шарко, І.І. Лаврова, Т.В. Ге-
расименко, О.М.Гривцова, 2025
© ДВНЗ «ПДТУ», 2025

Зміст

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1. КОНЦЕПТУАЛЬНО-ТЕОРЕТИЧНІ ПЕРЕДУМОВИ ВІДРОДЖЕННЯ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	7
1.1. Сутність поняття та показники привабливості внутрішнього туризму в теоретичних підходах	7
1.2. Вітчизняний досвід організації туристичної привабливості регіону для в'їзного та внутрішнього туризму	17
1.3 Теоретичні засади етнокультурної спадщини як ресурсу для відродження внутрішнього туризму в Україні	21
1.4 Культурно-пізнавальний туризм: значення, складові ресурсної бази, передумови виникнення та регіональний потенціал.....	27
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ СТАНУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ ТА ЇЇ РЕГІОНІВ	32
2.1. Дослідження проблем туристичної привабливості Донецького регіону України в довоєнний та воєнний періоди	32
2.2. Аналіз привабливості туристичної України та Маріуполя для молоді (довоєнний період).....	38
2.3 Перлини історико-культурної спадщини Північного Причорномор'я та Маріуполя	44
2.4 Сучасний стан етнокультурної спадщини України	49
2.5 Аналіз сучасного стану та ресурсної бази культурно-пізнавального туризму у місті Новомосковськ	57
2.6. Генезис, становлення та сучасний стан гастрономічного туризму в Україні	66
РОЗДІЛ 3 АНАЛІЗ ОСОБЛИВОСТЕЙ СТАНУ ТА ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ ВОЛОНТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	77
3.1. Людські ресурси та їх мотивація в волонтуризмі України	77
3.2 Дослідження розвитку волонтуризму в світі.....	79
3.3 Застосування проєктного підходу до волонтерства молоді (на прикладі публічної влади Маріуполя)	83
3.4 Державне сприяння волонтуристичному обслуговуванню великих спортивних змагань в світі та Україні	89
РОЗДІЛ 4. СТРАТЕГІЧНІ ПЕРСПЕКТИВИ ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	97
4.1. Організаційні засади фестивалю історії та культури Самар в контексті тенденції сталого розвитку туристичної галузі та міста Новомосковськ	97
4.2 Перспективи удосконалення гастротурів в Україні (на прикладі гастротуру «Равлик природи»)	114
4.3 Стратегічні напрямки та рекомендації щодо розвитку етнокультурного туризму в Україні	121
4.4 Перспективні напрями розвитку волонтуризму в Україні	128
РОЗДІЛ 5. УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	129

5.1 Міжнародні та державні програми збереження і популяризації етнокультурної спадщини як ресурсу внутрішнього туризму	129
5.2 Удосконалення управління привабливістю туризму на основі моделювання	131
5.3 Рекомендації щодо удосконалення інструментальної складової управління внутрішнім туризмом на основі закордонного досвіду	137
5.4 Управління інноваційним потенціалом внутрішнього туризму на основі методичного підходу в умовах невизначеності та викликів	141
ВИСНОВКИ	146
ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	149

ВСТУП

Внутрішній туризм завжди був та залишається складовою частиною сучасного туризму. Будучи однією з високоприбуткових, динамічних та багатофункціональних сфер економічної діяльності, яка зорієнтована на задоволення потреб населення, туризм першим постраждав від деструктивних змін розвитку соціально-економічної системи України, що виникли в період пандемії COVID-19 та значно поглибились та поширились в результаті воєнних дій на території країни. При цьому слід зазначити, що окрім умов, притаманних українському сьогоденню, світові тенденції розвитку після пандемії характеризуються подальшою глобалізацією, цифровізацією (Індустрія 5:0) та широким впровадженням інновацій, у тому числі роботизації. На тлі цього важливим для кожної країни стає збереження своєї культурно-історичної ідентичності. Переплітаючись у своєму взаємовпливі, світові та національні тенденції формують нестабільне середовище для розвитку туризму з цілим рядом викликів.

В цих складних та непередбачуваних умовах внутрішній туризм може стати тим важелем, який дозволить зберегти та прискорити відновлення туристичної сфери України, а також, зважаючи на мультиплікативний ефект, вплинути на формування позитивних тенденцій розвитку як економіки в цілому, так і регіональних конгломератів та соціуму.

Метою представленої монографії є обґрунтування можливостей відродження внутрішнього туризму України на основі системного та комплексного аналізу побудованого на теоретико-практичних засадах особливостей його розвитку в умовах модернізації та викликів. Тому виконане дослідження відповідає запитам сучасності, актуальне та своєчасне.

В межах виконання теми науково-дослідної роботи ДВНЗ «ПДТУ» «Модернізація туристичної галузі Донецького регіону в умовах цифрової трансформації економіки» (021U114022) професором, доктором наук з державного управління О.К. Любчук підготовлено загальна редакція колективної монографії та наступні підрозділи: 1.1 та 1.2, підрозділ 2.1 сумісно з доцентом кандидатом технічних наук І.Ф. Марченко, підрозділ 2.2, підрозділи 2.6, 4.2, 5.2, 5.3, професором, доктором економічних наук Н.П. Борецькою, доцентом, кандидатом наук з державного управління Г.О. Крапівіною підготовлені підрозділи 3.1, 3.2, 3.3, 3.4, а також підрозділ 4.4; доцентом, кандидатом історичних наук І.І. Лавровою підготовлені 1.3, 2.4, 4.3, 5.1; доцентом, кандидатом геологічних наук Т.В. Герасименко підготовлені такі підрозділи, як 1.4, 2.5, 4.1, асистентом О.В. Гривцовою підготовлен підрозділ 2.3. професором, доктором економічних наук підготовлено підрозділ 5.4.

Структура роботи відзеркалює її особливості та складається з п'яти розділів. Перший розділ присвячено сутності та характерним ознакам туристської привабливості внутрішнього туризму в контексті теоретичних підходів задоволення потреб населення, «суб'єктивної» задоволеності життям та «туристичного інтересу».

Особливе місце в теоретичних підходах займає розкриття сутності поняття «туристична привабливість» регіону, в основу якої покладено туристсько-рекреаційний, природно-антропогенний та детермінантний підходи. Узагальнення підходів надало можливість класифікації основних факторів розвитку внутрішнього туризму, які відповідають сучасним реаліям.

Аналіз вітчизняного досвіду розвитку внутрішнього та в'їзного туризму дозволило дійти висновку, що в умовах глобалізації у населення країни та регіонів зростає відчуття власної унікальності й самобутності. Україна як багатонаціональна держава має різноманітну етнокультурну спадщину, яка може бути покладена в основу відродження та розвитку внутрішнього туризму через культурно-пізнавальний напрям.

Особливістю монографії слід вважати дослідження проблем туристичної привабливості Донецького регіону України в довоєнний та воєнний періоди та Маріуполя для молоді (довоєнний період), що надано у другій главі монографії. Не менш цікавим як за змістом, так і за прикладним значенням, є аналіз стану та ресурсної бази культурно-пізнавального туризму у місті Новомосковськ та рекреаційного та гастрономічного туризму в Україні. Поєднання територіально-просторового підходу з основними видами внутрішнього туризму, характерними для України, придало дослідженню багатогранності та можливості відобразити багатоаспектність внутрішнього туризму та проблем, які пов'язані з його відродженням.

Вважаємо, що практично вперше в монографії розкрито роль волонтерського туризму (волонтуризму) в третьому розділі як основної складової розкриття людського потенціалу та одного з вирішальних факторів подолання деструктивних змін в процесах розвитку, що показує світовий досвід та практика використання волонтерства. При цьому науковий інтерес викликає обґрунтування проектного підходу до організації волонтерства молоді та перспектив застосування цього потенціалу для розвитку внутрішнього та в'їзного туризму в Україні.

Теоретичні узагальнення та дослідження практичного досвіду розвитку внутрішнього туризму в Україні розкрили його сучасні тенденції та надали змогу обґрунтувати стратегічні перспективи, які лежать в площині етнокультурного, подієвого та гастрономічного туризму (розділ четвертий).

Вирішальним аспектом подолання негативних змін та відродження туризму є підтримка його розвитку з боку державних органів управління, яке потребує значного удосконалення (розділ п'ятий). Новизна підходу, представленого в монографії, вибудована на застосуванні в управлінні привабливості, здатної мотивувати населення до подорожей та збереженні і популяризації етнокультурної спадщини як ресурсів відродження та подальшого розвитку внутрішнього туризму. При цьому, на основі закордонного досвіду запропоновано впровадження в управління сучасних інструментальних складових, здатних розкрити інноваційний потенціал внутрішнього туризму та сприяти його відродженню в умовах невизначеності.

Не претендуючи на всеосяжність розкриття всіх проблем та шляхів їх вирішення, які притаманні багатогранному та багатофункціональному процесу розвитку внутрішнього туризму України в умовах невизначеності та викликів, колектив авторів залишає за собою можливість розгляду інших аспектів розвитку та на продовження цієї роботи в подальшому.

Сподіваємося, що теоретико-практичні результати проведеного дослідження та практичні рекомендації щодо удосконалення управління внутрішнім туризмом будуть корисними широкому колу фахівців у галузі туризму та рекреації сфери обслуговування, аспірантам, здобувачам.

З повагою, колектив авторів

РОЗДІЛ 1. КОНЦЕПТУАЛЬНО-ТЕОРЕТИЧНІ ПЕРЕДУМОВИ ВІДРОДЖЕННЯ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

1.1. Сутність поняття та показники привабливості внутрішнього туризму в теоретичних підходах

Одним із головних завдань туристичної привабливості України в довоєнний період було створення високорозвиненої сфери обслуговування відповідно до міжнародних стандартів, що дозволило б задовольняти туристські потреби внутрішніх туристів-рекреантів, зокрема, в умовах для відпочинку, оздоровлення, отримання послуг в різних видах реабілітації, підвищення стресостійкості, зниження рівня втоми, емоційного вигорання, тривожності.

На ринку туристичних послуг двадцять першого століття констатувалася тенденція доступності та тенденція затребуваності їх для споживачів середнього і нижче середнього достатку, що сприяло розвитку туристичної галузі, призводило до необхідності вивчення їх туристських потреб, цінностей, туристського інтересу, дифференціації їх за віковими, статевими, економічними ознаками, показниками здоров'я тощо.

Спрямованість державної політики багатьох країн світу на сприяння розвитку в'їзного туризму потребувала як опису та вимірювання потоків відвідувачів, так і з'ясування сутності, показників та детермінант туристської привабливості.

У Законі України «Про туризм» сутність поняття «туризм» розкривається як тимчасовий виїзд особи з місця її постійного проживання з оздоровчою, пізнавальною або професійно-діловою метою без здійснення нею оплачуваної діяльності [1].

Більшість громадян України розглядають туризм як спроможність провести дозвілля, організований або неорганізований, активний або пасивний відпочинок з метою оздоровлення та розширення свого світогляду або світогляду своїх дітей, про що й зазначається у наукових дослідженнях. Туризм стає формою використання вільного часу поряд з роботою на присадибних ділянках, відвідуванням театрів, студій, мастер-класів, фестивалів тощо [2]. Однак в процесі історичного розвитку зміст і сенс даного поняття постійно зазнавали змін і доповнень.

Сутність поняття «внутрішній туризм» розуміється в контексті подорожі туриста або відвідувача в межах країни свого постійного проживання з зазначенням показників, які відрізняють його від екскурсій.

До таких показників відносять:

– показник місцеперебування: місцевість, яка відмінна від її постійного місця проживання;

– часовий показник – тривалість подорожі, яка повинна знаходитися в межах: більше ніж 24 години, але менше року;

– показник мети привабливості подорожі, яка не передбачає здійснення трудової діяльності, а отримання туристських послуг відповідно до своїх потреб, інтересів, цінностей: оздоровлення, лікування, відпочинок, паломництво, ділові зустрічі, розширення світогляду, отримання нових вражень, задоволення пізнавальних потреб або потреб в спокої, комфорті, екстремальності, розвагах, спортивних випробуваннях тощо.

Вважаємо, що сутність та характерні ознаки туристської привабливості об'єктів для внутрішнього туризму розглядаються в різних теоретичних дослідженнях, на основі аналізу яких автором було виокремлено наступні підходи:

– «Потребовий» підхід розуміння сутності привабливості туризму;

– підхід «Суб'єктивної задоволеності життям»;

– підхід «Туристського інтересу»;

– «Детермінантний» підхід в розумінні сутності привабливості туризму.

Так сутність та характерні ознаки туристської привабливості внутрішнього туризму згідно «Потребовому» підходу представлено на рис.1.1.

В «Потребовому» підході туристська привабливість ґрунтується на можливостях задовольнити потреби під час здійснення внутрішнього туризму, а саме:

- потреби в новому як туристської привабливості;
- потреби в спокої як туристської привабливості;
- потреби -мети в зміцненні здоров'я, оздоровленні, лікуванні туристської привабливості;
- потреби особистісного саморозвитку та самореалізації, збагачення світогляду туристської привабливості.

Потреба в новому як туристської привабливості розуміється в представленні дестинації як місця призначення, яке наділене такими характерними ознаками, які подобаються внутрішнім туристам, бо їх не має в місці їх постійного проживання і вони викликають позитивні враження та емоції.



Рисунок 1.1. - Туристська привабливість внутрішнього туризму: потребовий підхід

Задоволення потреби в спокої як туристської привабливості для внутрішніх туристів досягається наданням таких можливостей та умов, що відволікають від повсякденних турбот.

Задоволення потреби-мети в зміцненні здоров'я, оздоровленні, лікуванні реалізується через надання активного та пасивного відпочинку за вибором внутрішнього туриста.

Задоволення потреби особистісного саморозвитку та самореалізації, збагачення світогляду щодо туристської привабливості країни або її певного регіону, дестинації досягається через реалізацію спрямованості особистості внутрішніх туристів в екологічних умовах буття, споглядання об'єктів культурно-пізнавального характеру, перебування в місцях паломницького туризму.

Дані потреби [3] для більшості внутрішніх туристів задовольняються під час організації їх вільного часу, відпустки.

Великий міжгалузевий комплекс представляла собою туристична галузь початку двадцять першого сторіччя, що суттєво впливав на економічний розвиток суспільства в цілому. Індустрія туризму становила майже 11% глобального загальносвітового валового внутрішнього продукту та забезпечувала 8% робочих місць в світовому господарстві [4].

Підхід «суб'єктивної задоволеності життям» може бути концептуальним підґрунтям для створення туристської привабливості дестинації. Суб'єктивна задоволеність життям людьми» являє собою суб'єктивну оцінку стану свого життя, вона також є цінною для зворотнього зв'язку з мешканцями регіонів при проведенні соціально-економічних реформ, в тому числі туристської діяльності, для поширення успішних практик з реформування галузей, здійснення ефективної економічної політики держави.

В дослідженнях, які були присвячені проблемі суб'єктивної задоволеності життям в довоєнний період, детермінантами її формування були визначені такі:

- ІТ – технології,
- сфера культури,
- система освіти,
- рівень розвитку індустрії туризму,
- ЗМІ.

Послуги індустрії туризму, починаючи з другої половини ХХ століття, стають затребуваними та доступними в багатьох країнах світу. Все більше людей намагається відпочити в інших, більш комфортабельних умовах, поєднуючи відпочинок із задоволенням культурних, духовних потреб, потреб в самореалізації, вирішенні ділових та професійних цілей, потреб самопізнання своїх можливостей, потреб пізнання менталітету та особливостей життєдіяльності інших народів світу.

Менталітет нації розглядається як сукупність типових психологічних властивостей конкретної нації чи народу, які являють собою національні особливості світогляду, національного характеру та національних взаємовідносин [5].

Туристська привабливість внутрішнього туризму може розглядатися в контексті спрямованості економічної політики держави на досягнення міжнародного індексу «Щастя» завдяки створенню умов в туристичній та рекреаційній сфері для досягнення показників (рис.1.2): показника «суб'єктивної задоволеності життям», показника «очікуваної тривалості життя», показника «екологічний слід» у різних верств населення України.

Проблема «суб'єктивної задоволеності життям» нерозривно пов'язана з проблемою розрахунку міжнародного індексу «Щастя». В наукових дослідженнях констатовано, що не існує безпосередньої прямої залежності між розвитком економіки та його суб'єктивним сприйняттям людьми: підвищення позитивного «суб'єктивного задоволення життям» не завжди залежить від зростання економічних показників. Даний показник міжнародного індексу «Щастя» залежить також і від міжнародного індексу «Здоров'я».

Міжнародний індекс «Щастя» (англ. Happy Planet Index) являє собою індекс. Він відображає добробут людей та стан навколишнього середовища в різних країнах світу. В липні 2006 року запропонований був New Economics Foundation (NEF). Для його розрахунку використовують три показники, одним з яких є показник «суб'єктивна задоволеність життям» людьми. Серед суб'єктивних детермінант, що його обумовлюють, виокремлюють наявність стану «соціальної рівноваги», національного почуття спокою, почуття відносного матеріального задоволення, менталітет нації як сукупність типових психологічних

властивостей конкретної нації. Вони являють собою національні особливості світогляду, національного характеру та національних взаємовідносин, лідерство.



Рис. 1.2 - Туристська привабливість внутрішнього туризму: підхід «суб'єктивної задоволеності життям»

Відновлення соматичного та психічного здоров'я для багатьох українців було актуальною необхідністю ще в довоєнний період для підтримки своєї працездатності, стану соціальної та психічної рівноваги. Отже, особливо роль показника «суб'єктивної задоволеності життям» підвищується в умовах війни, тому суттєво зростає значущість та актуальність використання та розвитку рекреаційних ресурсів та туристичної галузі України в сучасних умовах.

Для сьогодення в умовах повномасштабної війни важливим є:

- функціонування курортів, санаторіїв;
- використання туристично-рекреаційних комплексів задля оздоровлення, відновлення, покращення здоров'я;
- зниження станів тривожності, смутку, розпачу у громадян, які пережили особистісні втрати, лишилися своєї домівки, звичайного способу життя, зазнають поневірянь;
- надання послуг різних видів реабілітації, тому становлення рекреаційних ресурсів є актуальною потребою для сьогодення наскільки це можливо в умовах війни та тих страждань і випробувань, які переживають громадяни України.

Підходом, в контексті якого розглядається туристська привабливість, також є підхід на основі «туристського інтересу» (рис.1.3).

В наукових дослідженнях сутність поняття «туристський інтерес» розкривається як:

- відповідність своїм особистим уподобанням;
- реалізація поставлених цілей в подорожі;
- перспектива отримання туристом затребуваної послуги у вигляді інформації, позитивних емоцій;
- потенційна можливість задовольнити потреби в конкретному туристичному продукті, що базується на певному комплексі туристських ресурсів.



Рисунок 1.3. - Показники «туристської привабливості»: підхід «туристський інтерес»

Об'єктами туристського інтересу зазвичай є місця, які привабливі для туристів завдяки природним або штучно створеним характеристикам (природа, кліматичні умови, видатні пам'ятники) [2].

В даному дослідженні було виокремлено основні показники прояву «туристської привабливості» об'єктів на основі туристського інтересу для внутрішнього туриста та їх характеристика:

- показник «Атракція»: привабливість об'єктів для туристів тими враженнями, які отримують від їх споглядання;
- показник «Пізнавальна цінність»: зв'язок об'єкта з конкретним історичним суб'єктом, життям і творчістю відомих людей, естетичні переваги;
- показник «Рекреаційна цінність»: можливість використання об'єкта для організації відпочинку та оздоровлення туристів;
- показник «Популярність»: викликає захоплення у туристів та бажання здійснити подорож, так як підтримується певним соціальним оточенням;
- показник «Незвичайність»: екзотичність;
- показник «Взаємодія об'єкта з навколишнім середовищем»: будівлями, спорудами, природою;
- показник «Стан об'єкта»: його підготовленість до прийому туристів;
- показник «Місце розташування»: відстань до об'єкта, зручність під'їзду до нього,
- показник «Придатність»: рівень комфортності для пересування автотранспорту, розміщення в умовах природної обстановки, яка визначає об'єкт.

Наявність самотніх національних парків, регіональних ландшафтних парків, заказників, пам'яток природи, історії культури, музеїв є передумовою для туристичної привабливості дестинації. Так як вони можуть задовольнити потребу в новому, завдяки характерним особливостям, яких немає в місцях їх постійного проживання, що обумовлює конкуренцію між дестинаціями

На сучасному етапі розвитку туристичної галузі на рівні регіону характерним є підхід, де поняття «туристська привабливість регіону» може розглядатися як здійснення успішної

маркетингової діяльності, яка забезпечує високу задоволеність споживачів туристичних послуг.

В більшості досліджень, які присвячені проблемі туристської привабливості території, з'ясовується лише інвестиційна привабливість, яка характеризується сукупністю ознак, що впливають на доцільність інвестицій.

Сутність поняття «туристська привабливість» регіону розкривається в різних теоретичних підходах, серед яких слід зазначити наступні (рис.1.4) .



Рисунок 1.4. - «Туристська привабливість» регіону в теоретичних підходах

Виокремлюють теоретичний підхід, в якому науковці пов'язують туристську привабливість регіону з його потенціалом як наявною сукупністю туристично-рекреаційних ресурсів та рівнем розвитку і функціонування туристичної інфраструктури, а також з ризиками як імовірністю нереалізації даного потенціалу території.

Прикладом розуміння сутності поняття «Туристична привабливість» регіону в контексті даного підходу може слугувати дослідження С. П Кузика [6], в якому воно розкривається як отримання відповідного соціально-економічного ефекту без порушення екологічної рівноваги довкілля та повне збереження туристичних ресурсів під час їх експлуатації шляхом оптимального туристично-рекреаційного навантаження.

В дослідженнях туристична привабливість розглядається також в якості.

S Formica [7] розглядає в якості туристичного потенціалу регіону, зокрема як сукупність природних привабливих або «атракативних» характеристик; Е.Фролова [8] констатує її в якості похідної взаємного функціонування попиту і пропозиції, виходячи з того, що туризм – це система, яка є результатом їхньої взаємодії, в якості вимірювального приладу системи туризму.

До теоретичних підходів щодо виокремлення складових туристично-рекреаційного потенціалу регіону на основі проведеного теоретичного аналізу можна віднести (рис.1.5.):

- природно-антропогенний підхід;
- туристично-рекреаційний підхід.
- згідно природно-антропогенному підходу, до складових туристично-рекреаційного потенціалу регіону включають:
 - природну складову як рівень здатності території задовольняти туристично – рекреаційні потреби туристів (рекреантів);
 - антропогенну складову, яка включає все, що є пам'ятками культурно-історичного надбання та витоками духовної та національної культури;
 - нерозривні та взаємодоповнюючі зв'язки між вищезазначеними складовими регіону.

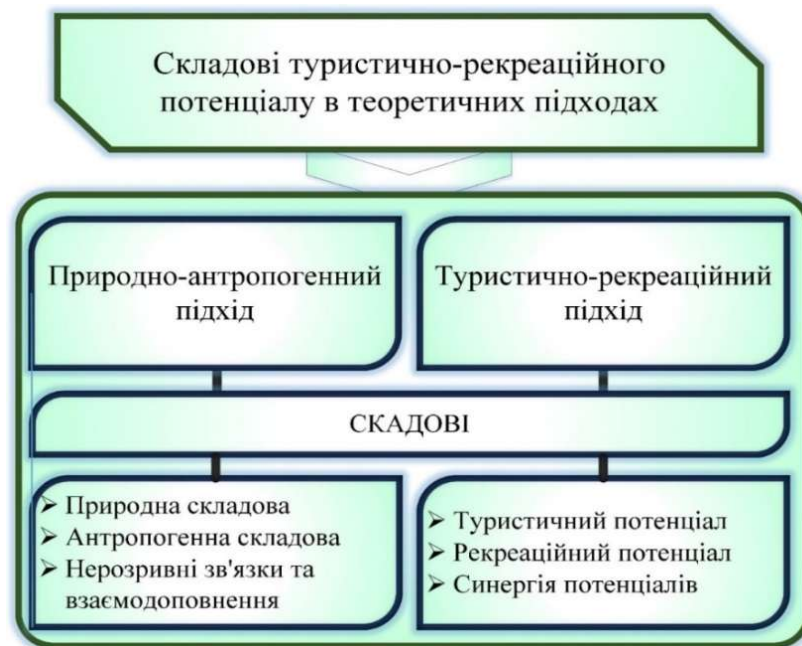


Рисунок 1.5 - Складові туристично-рекреаційного потенціалу регіону в теоретичних підходах

В дослідженнях показано, що природні та антропогенні ресурси України мають високий рівень «туристичної привабливості», який базується на наступних показниках (рис.1.6.):

- показник Атрактивність;
- показник Багатократність використання;
- показник Необхідність збереження;
- показник Просторовий консерватизм;
- показник Обов'язковість моніторингу туристичних ємності та навантаження;
- показник Ефекту (для антропогенних- пізнавального, для природних – рекреаційного);
- показник Впливу (для антропогенних- короткочасного, для природних – довготривалого);
- показник Здатність до самовідновлення (для антропогенних-відсутність, для природних – наявність);
- показник Просторового розташування (для антропогенних- розташування в межах поселень, для природних – розташування просторове вільне) та ін.

Згідно туристично-рекреаційному підходу, складовими даного потенціалу території (регіону) вважають:

–туристичний потенціал як сукупність туристичних ресурсів, здатних задовольняти потреби споживачів туристичних послуг без нанесення збитків природі та екології регіону. Так, в дослідженні Г. І. Гапоненко, Л. В. Кучечук [9], до туристичних ресурсів відносять таку сукупність природно-кліматичних, історико-культурних та соціально-економічних об'єктів та умов, які забезпечують створення та просування конкурентоспроможного туристичного продукту для туристів в регіоні, що забезпечує значний внесок у його соціально-економічний розвиток;

–рекреаційний потенціал розглядається як потенціал території, що базується на природній складовій та використовується для задоволення рекреаційних потреб туристів без порушення природної та екологічної рівноваги.



Рисунок 1.6 - Показники туристичної привабливості природних та антропогенних ресурсів України

Констатовано, що чим більший рейтинг туристичного регіону, тим більше відвідується він туристами [10].

В «детермінантному» підході представлено детермінанти як складові «туристсько-рекреаційної привабливості» регіону (рис.1.7).



Рисунок 1.7 - Складові туристично-рекреаційної привабливості регіону на основі «детермінантного» підходу

Серед результатів наукових досліджень [11], які проведені вже в ХХІ сторіччі в Україні, зазначається, що туристична привабливість конкретного регіону країни залежить від достатньо великої кількості детермінант. Зокрема, до впливових відносять такі:

- фінансово- економічні детермінанти;
- детермінанта рівня розвитку та стан функціонування туристичної інфраструктури регіону;
- детермінанта рівня транспортної доступності регіону;
- соціально-демографічна детермінанта;
- детермінанта відповідності трудових ресурсів соціально-економічним потребам регіону та їх здатності до впровадження інновацій;
- природно-екологічна детермінанта;
- культурно-етнографічна детермінанта;
- спрямованість адміністративно-управлінської детермінанти на розвиток туристично-рекреаційного потенціалу регіону та ін.

Зазначається, що наявний стан туристичних ресурсів, туристична інфраструктура та інформаційне забезпечення регіону є впливовими на його туристичну привабливість [6]

Вважаємо, що детермінанти впливу утворюють різні «сектори» неповторного зовнішнього та внутрішнього середовища для розвитку туристично-рекреаційної привабливості регіону з врахуванням динамічних змін, ризиків та загроз:

- безпековий сектор;
- правовий сектор;
- економічний сектор;
- транспортний сектор;
- трансферний сектор;
- сектор розміщення;
- сектор харчування;
- сектор побутового обслуговування;
- історично-культурний сектор;
- природний сектор;
- науково-технологічний сектор;
- демографічний сектор;
- віковий сектор;
- ментальний сектор тощо.

Так, віковий сектор туристично-рекреаційної привабливості регіону обумовлений тривалістю життя, матеріальним становищем, наявністю знань, власного досвіду, рекомендацій, чуток та особливостями оцінки потенційними туристами різного віку наявних туристично-рекреаційних послуг, які здатні задовольнити їх потреби в них, та ризиків як ймовірності настання негативних подій, що будуть перешкоджати задоволенню його потреб.

Найбільш затребуваними видами туристичної діяльності для людей даного віку виявлені екологічний, культурно-пізнавальний, лікувально-оздоровчий, релігійний. Для туристів молодого та середнього віку туризм виконує значущу комунікативну функцію: створює повноцінне середовище для спілкування, встановлення нових контактів, сприяє прояву позитивного настрою, збагаченню світогляду, розвитку особистості тощо.

Сукупність емоційних та раціональних уявлень, а також власного досвіду та чуток про туристично-рекреаційні спроможності території [12] впливають на створення певного образу території, завдяки якому досягається диференціація регіону в людській свідомості, передбачає формування відношення до його іміджу [13], як позитивного, так і негативного в різній мірі представленого.

Лідером з прийому туристів, як в Європейському туристичному регіоні, так і в усьому світі була Франція [4, с.34].

Розглядаємо, що безпековий сектор середовища для розвитку туристично-рекреаційної привабливості регіону стає одним із головних в умовах війни, можливості аномальних

природних явищ; травми чи погіршення здоров'я; впливу особливостей клімату; дії третіх осіб або втрати матеріальних цінностей та ін. Концептуальні засади збереження туризму в сучасних умовах ще не розроблені та виявляються у вигляді ініціативних дій, які повинні мати упереджувальний характер під час воєнних дій.

Звертається увага на значущість внутрішнього туризму для економічного розвитку регіону. Розробка допоміжного рахунку туризму показує, що внесок внутрішнього туризму в економіку регіону може бути більшим, ніж в'їзного туризму.

Дослідження потоків внутрішнього туризму потребує використання інших статистичних процедур, ніж в'їзного туризму. Важливим джерелом статистичної інформації про внутрішніх та в'їзних відвідувачів є їх статистика розміщення. Але дана статистика є неточною, так як є проблеми щодо диференціації внутрішніх відвідувачів від в'їзних [14].

В своєму дослідженні К. Дінні [15] відзначає залежність привабливості національного туристичного ринку від критеріїв, які класифіковані за мірою їх впливу на розвиток в'їзного туризму, зокрема:

- критерій рівня внутрішніх цін у країні щодо світових цін;
- критерій транспортних витрат;
- критерій репутації країни (регіону);
- критерій наявності інфраструктури для туризму;
- критерій високої кваліфікації кадрів.

Термін «рекреаційна привабливість» [16] застосовується до курортних територій з використанням таких їх критеріїв:

- критерій перспективності для бізнесу;
- критерій інвестицій пов'язаних з курортним та туристичним бізнесом.

Розвиток туризму потребує проведення досліджень в різних галузях наукового знання, зокрема з [3]:

- галузі економіки;
- галузі державного управління;
- галузі права;
- галузі історії;
- галузі географії;
- галузі архітектури;
- галузі культури;
- організації готельного, ресторанного господарства;
- діяльності туристичного агентства;
- виявлення перспектив розвитку туристичної галузі в конкретному регіоні.

До сучасних чинників, що сприяють розвитку туризму в світі, відносять:

- задіяність транснаціональних компаній;
- міжнародний рівень регулювання проблемних питань з надання туристичних послуг;
- розбудова національного правового поля;
- використання міжнародного правового поля;
- ефективність міжнародної реклами туристської галузі;
- відкриття кордонів;
- відповідність європейським стандартам транспорту і зв'язку;
- достатній рівень життя широких верств населення;
- входження до міжнародного освітнього простору підготовки фахівців сфери обслуговування;
- налагодження системи обміну досвідом щодо успішного функціонування туристських компаній тощо.

Так, М.В. Тонкошкур вважає, що внутрішніми чинниками є процеси попиту, пропозиції; сегментація ринку, в якому розвивається туристичний продукт; маркетингові технології; туристський приватний сектор; людський фактор. Особливості сучасних ринкових факторів: попит стає постійним запитом; відбувається розвиток індивідуального туризму;

зростає частка різних за часовим виміром турів, особливо в зарубіжних поїздках. Всі ці фактори розвитку туризму виступають екстенсивними, інтенсивними та стримуючими (негативними)» [10].

До визначальних факторів розвитку туризму відносять:

фактор зростання особистих доходів громадян;

–фактор технічне вдосконалення засобів транспорту та зв'язку,

–фактор залучення до туризму нових верств суспільства (пенсіонерів, господарів дрібних підприємств, сімейний туризм);

–фактор підвищення темпів урбанізації – формуються потужні туристичні комплекси, що рекламують свої послуги;

–тенденціальний фактор дроблення відпустки, що призводить до термінів скорочення часових термінів подорожей і до зростання їх кількості;

–фактор суб'єктивних причин зростання туризму належить діяльність державних органів, що регулюють порядок в'їзду-виїзду з країни та перебування на її території іноземних громадян.

–Фактор становлення міжнародного туризму засобом розвитку економіки;

–фактор розвитку міжнародного туризму як ефективного джерела валютних надходжень, за допомогою «внутрішнього експорту», тобто. Продажу туристам місцевих товарів [17].

1.2. Вітчизняний досвід організації туристичної привабливості регіону для в'їзного та внутрішнього туризму

Досвід на основі аналізу вітчизняних публікацій на тему регіонального туризму констатує запит на дослідження, що присвячені проблематиці туристська привабливість регіону.

Можна відзначити велику кількість досліджень, де об'єктом яких є привабливість регіону (території), проте предметом досліджень в більшості виступає лише інвестиційна привабливість.

Туристична привабливість регіону розглядається як:

–сукупність об'єктивних і суб'єктивних характеристик регіону;

–сукупність матеріальних і нематеріальних факторів, що впливають на результати туристичної діяльності та визначають положення регіону для туристів та суб'єктів туристичної діяльності;

–ресурсно-інфраструктурний потенціал туристичної діяльності та соціально-інституційні ризики її здійснення на даній території;

–сукупність природно-кліматичних, історико-культурних та соціально-економічних об'єктів та умов, необхідних для організації обслуговування туристів у регіоні;

–створення та просування конкурентоспроможного туристичного продукту, здатного забезпечити значний внесок у соціально-економічний розвиток регіону;

–можливості регіону задовольнити потреби туристів;

–сукупність природних, культурних, кадрових туристичних ресурсів, об'єктів туристичної індустрії (коштів розміщень, транспортних засобів, торгових організацій, системи громадського харчування, розважальних, оздоровчих, спортивних та ділових центрів), рівня гостинності, лояльності місцевого населення та суб'єктів економічної діяльності та рівня безпеки, що задовольняють запити туристів;

–кількість готельних номерів у готелях (приватних готелях, мотелях) різного класу;

–кількість транспортних засобів на всіх видах транспорту, спрямованих на задоволення запитів туристів у цих послугах;

–оцінка потенційними туристами можливості регіону задовольнити їх туристично-рекреаційні потреби.

Організаційно туризм може виступати утворюючим чинником для пам'яткоохоронної тенденції як в окремо взятій країні, так і у всьому світі в цілому. Збереження пам'яток історії

та культури, навколишнього середовища набуло актуальності для України ще в довоєнний період.

Однак існує низка досі не вирішених організаційних проблем для внутрішнього туризму (рис.1.8), серед яких:

- проблеми реєстрації пам'яток історії та культури;
- проблеми надання їм режиму схоронності;
- проблеми туристичного перевантаження пам'ятками історії та культури;
- проблеми перетворення пам'яток історії та культури в об'єкти туристичної атракції;
- проблеми, які не були вирішені ще в довоєнний період: до 70% об'єктів культурної спадщини перебували до війни у незадовільному стані (кожен десятий об'єкт – в аварійному) та потребували проведення робіт з реставрації або реконструкції, облаштування для туристичних відвідувань;

- проблеми он-лайнізації ринку туристичних послуг;

– до невирішених проблем в організації внутрішнього та віздного туризму відносять також необхідність розробки інвестиційних проектів реконструкції пам'яток, які користуються туристським інтересом, з визначенням вимог до інвестора на основі пам'яткоохоронного законодавства;

– однією із значущих нерозв'язаних проблем в довоєнний період була невикористаність туристичного потенціалу країни для формування спільної ідентичності українців, позитивного іміджу держави.



Рисунок 1.8 - Проблеми в організації внутрішнього туризму

Надання йому права на реалізацію підприємницької ініціативи (відкриття палац-готелю, музею, арт-галереї тощо) [18].

Прикладом організації використання туристично-рекреаційного потенціалу регіону для створення привабливості в'їзного туризму може слугувати вітчизняний досвід міста Болград та населених пунктів Болградського, Арцизького та Ізмайльського районів [11]:

Представлено поетапний алгоритм організації туристичної привабливості регіону для болгарських туристів та туристів з Румунії і Молдови (рис.1.9).



Рисунок 1.9 - Поетапний алгоритм організації туристичної привабливості регіону для в'їзних туристів

Таким чином, етапи організації туристичної привабливості регіону для в'їзних туристів включають:

Перший етап: пошук та відбір історичних пам'яток, які пов'язані з Болгарією, її історією для створення туристичної привабливості регіону (ТПР) для болгарських туристів;

Другий етап: пошук та відбір культурних пам'яток, зокрема: архітектурних пам'яток місць, де збереглися самобутні мовні діалекти болгарської мови і культурно-побутових традицій, що не збереглися на історичній батьківщині;

Третій етап: пошук та відбір пам'яток в молдавських та румунських селах Українського Придунав'я, які представляють туристський етнографічний і лінгвістичний інтерес для туристів з Румунії і Молдови;

Четвертий етап: розробка та проведення моніторингу туристських потреб, туристського інтересу в'їздних туристів;

П'ятий етап: розробка турів та реклами їх відповідно до туристських потреб, попиту туристів з Румунії і Молдови та Болгарії;

Шостий етап: відбір та підготовка кадрів для проведення розроблених турів: мовленева компетентність, професійна компетентність, комунікативна компетентність та ін.

Вітчизняний досвід. В довоєнний період базою для організації підвищення туристичної привабливості України планувалося зробити агротуризм:

- розробка програм розвитку агротуризму в низці областей на основі визначення потенційної туристичної привабливості туристичної індустрії у сільській місцевості України;

- з'ясування стану розвитку агротуризму в країні. За даними державних статистичних служб, 2013 року було зареєстровано лише 230 фізичних осіб, які надавали такі послуги. Прогнозування його розвитку:

- вважалося, що із понад шести мільйонів сільських житлових будинків кожен десятий може прийняти відпочиваючих [19],

- проведення розрахунку соціально-економічного ефекту від впровадження агротуризму.

Туристично-рекреаційний потенціал Одеського регіону, до якого відносять:

- підтримка культурних, етнічних традицій різних національностей і народностей мешканців області (більше 130);

- збереження укладів життя в селах,

- вплетення звичаїв місцевих жителів в повсякденне життя,

- задіяність народного фольклору, мистецтва в духовному житті,

- ґрунтація кухні на національних стравах – все це є передумовою для розвитку туристичної привабливості регіону для в'їздних туристів.

До вітчизняного досвіду підвищення туристичної привабливості регіонів в довоєнний період слід віднести:

- розробку та втілення напряду фестивального руху для внутрішніх туристів, використовуючи туристично-рекреаційний потенціал регіону. Серед української молоді користувалися попитом музичні та культурно-історичні фестивалі. Так, Влітку 2018 року пройшли музичні фестивалі в багатьох містах України, зокрема: в Києві – Upark Festival, BeLieve, Atlas Weekend; в Тернополі – Файне Місто, в Маріуполі – MRPL CITY FESTIVAL, в Одеській області – фольклорно-спортивний фестиваль Чорноморські доблесті, фестиваль моди і шопінгу Модний Look, День Помідора, фестиваль Покрова, Козацька Одещина, Купальська ніч фестиваль Сільський зелений туризм – запрошує та ін.;

- співпрацю Асамблеї туристичного бізнесу та Одеського туристичного фестивалю;

- урізноманітнення різних заходів, що відбуваються в межах фестивалів, що включають конференції та семінари, що присвячені туристичній тематиці, навчальні активності у вигляді тренінгів;

- залучення маркетингових технологій до просування туристичних продуктів з використанням місцевих ресурсів;

- проведення презентаційних заходів для формування туристського інтересу до місцевих туристичних та рекреаційних локацій;

- впровадження безкоштовних оглядових екскурсій по туристичному центру та до туристичних пам'яток.

Таким чином, проведений аналіз вітчизняного досвіду організації туристичної привабливості регіонів дозволив виокреслити як невирішені проблеми, так і здобутки-наопрацювання у використанні туристично-рекреаційного потенціалу регіону для підвищення його туристичної привабливості як для в'їздного, так і внутрішнього туризму в довоєнний період.

1.3 Теоретичні засади етнокультурної спадщини як ресурсу для відродження внутрішнього туризму в Україні

Для чіткого розуміння предмету дослідження важливо визначитися в відповідною термінологією, яка дає розуміння етнокультурної спадщини, її змісту та її значення як потенційного ресурсу для розвитку певних видів туризму.

Втім, в науковій та спеціальній літературі немає єдиного розуміння поняття «культурна спадщина». Ця відсутність точного трактування сутності поняття «культурна спадщина» не дозволяє однозначно виділити, що ж відноситься до її об'єктів і що виступає предметом відносин у туристично-економічному співробітництві.

Частина вітчизняних та зарубіжних науковців відносять до культурної спадщини нерухомі об'єкти, оскільки вважають, що культурне надбання неподільно пов'язане з природою.

Науковці-юристи розглядають культурну спадщину як частину загальної спадщини людства, використання якої має бути на благо всього людства та врахувати інтереси всього міжнародного товариства при їх експлуатації. Тобто ці наковці також притримуються думки, що культурне надбання становлять нерухомі об'єкти.

У Конвенції ЮНЕСКО «Про охорону всесвітньої культурної та природної спадщини» визначено, що «культурна спадщина» – це пам'ятки (твори архітектури, монументальної скульптури й живопису, елементи та структури археологічного характеру, написи, печери та групи елементів, які мають видатну універсальну цінність з точки зору історії, мистецтва чи науки), ансамблі (групи ізольованих чи об'єднаних будівель, архітектура, єдність чи зв'язок з пейзажем яких є видатною універсальною цінністю з точки зору історії, мистецтва чи науки), визначні місця (твори людини або спільні витвори людини й природи, а також зони, включаючи археологічні визначні місця, що є універсальною цінністю з точки зору історії, естетики, етнології чи антропології).

Отже, більшість науковців підтримують думку, що до культурної спадщини повинні належати тільки нерухомі об'єкти.

Водночас, повинен вживатися термін культурні цінності чи пам'ятки історії та культури. Проте це положення не враховане у вітчизняному законодавстві, оскільки з прийняттям Закону України «Про охорону культурної спадщини» традиційне для нашого законодавства поняття «пам'ятки історії і культури» було замінено новим терміном «культурна спадщина». Та оскільки під пам'ятками історії та культури розумілися споруди, пам'ятні місця і предмети, пов'язані з історичними подіями в житті народу, розвитком суспільства і держави, твори матеріальної і духовної творчості, які становлять історичну, наукову, художню чи іншу культурну цінність, а до об'єктів культурної спадщини включені місця, споруди (витвори), комплекси (ансамблі), їхні частини, пов'язані з ними території чи водні об'єкти, інші природні, природно-антропогенні або створені людиною об'єкти часу незалежно від стану збереженості, що донесли до нашого часу цінність археологічного, естетичного, антропологічного, етнографічного, історичного, наукового чи художнього погляду ізберегли свою автентичність, то рухомі об'єкти культурного надбання лишилися поза полем зору Закону, який повинен регулювати їх використання.

Як бачимо, недосконалість диспозиції Закону України «Про охорону культурної спадщини» породжує ряд проблем у сфері використання об'єктів культурної спадщини. Але враховуючи наявність інших нормативно-правових актів, в яких розглядається культурна спадщина та культурні цінності і визначаються вони як рухомі та нерухомі об'єкти, то для визначення об'єкта туристично-економічного співробітництва під культурною спадщиною будемо розуміти нерухомі і рухомі об'єкти, які мають антропологічну, археологічну, естетичну, етнографічну, історичну, наукову чи культурну цінність.

До культурної спадщини при цьому належатимуть:

– археологічні об'єкти (городища, кургани, залишки стародавніх поселень, стоянок, укріплень, військових таборів, виробництв, іригаційних споруд, шляхів, могильники, культові місця та споруди, мегаліти, наскальні зображення, ділянки історичного культурного шару,

поля давніх битв, рештки життєдіяльності людини, що містяться під водою, археологічні знахідки та археологічні відкриття, пов'язані із переліченими об'єктами, а також складові частини розчленованих археологічних місць);

- історичні (будинки, споруди, їхні комплекси (ансамблі), окремі поховання та некрополі, визначні місця, а також предмети, пов'язані із важливими історичними подіями, з життям та діяльністю відомих осіб, культурою та побутом народів);

- монументального мистецтва (твори образотворчого мистецтва, як самостійні (окремі), так і ті, що пов'язані з архітектурними, археологічними чи іншими пам'ятками або з утворюваними ними комплексами (ансамблями), а також їх складові частини та фрагменти);

- архітектури та містобудування (історичні центри, вулиці, квартали, площі, архітектурні ансамблі, залишки давнього планування та забудови, окремі архітектурні споруди, а також пов'язані з ними твори монументального, декоративного та образотворчого мистецтва, їх складові частини та фрагменти); садово-паркового мистецтва (поєднання паркового будівництва з природними або створеними людиною ландшафтами);

- ландшафтні (природні території, які мають історичну цінність);

- об'єкти науки і техніки (унікальні промислові, виробничі, науково-виробничі, інженерні, інженерно-транспортні, видобувні об'єкти, що визначають рівень розвитку науки і техніки певної епохи, певних наукових напрямків або промислових галузей);

- художні (оригінальні твори живопису, графіки та скульптури, а саме: полотна, картини й малюнки цілком ручної роботи на будь-якій основі та з будь-яких матеріалів (за винятком креслень і промислових виробів, прикрашених від руки),

- оригінальні вироби скульптурного мистецтва, оригінальні гравюри, естампи, літографії, оригінальні художні підбірки й монтажні з будь-яких матеріалів, твори декоративно-прикладного і традиційного народного мистецтва);

- документальні (унікальні акти державності, архівні документи, кіно-, фото-, фонодокументи, рідкісні рукописи і видання, манускрипти, інкунабули, стародруки);

предмети музейного значення, а також унікальні і рідкісні предмети колекціонування, а саме музичні інструменти, монети, ордени, медалі, печатки, поштові марки, різноманітні види зброї та ін.[20]

Етнокультурна спадщина – це сукупність успадкованих людством від попередніх поколінь об'єктів культурної спадщини, результат матеріальних і духовних цінностей, вироблених певним етносом упродовж його історії на власній території або в межах їх реального проживання засобами етнічного самовираження, серед яких першочергове місце посідають рідна мова, культура у всіх формах її прояву та релігія.

Наявність етнокультурної спадщини в зарубіжних українців означає присутність у них чітких етнокультурних та етнорелігійних ознак, які відрізняють їх як від титульної нації у країні їхнього проживання, так від представників інших етносів, які існують поруч з ними [21].

У фаховій літературі в поняття «культурна спадщина» включаються поняття «матеріальна культурна спадщина» та «нематеріальна культурна спадщина». Для чіткого висвітлення теми важливо визначитися з цими поняттями. В першу чергу, науково доцільним є вивчення цих термінів в нормативно-правових актах. Серед таких документів міжнародного рівня є одним з найважливіших є Конвенція, до яких приєдналася і Україна.

16 листопада 1972 р. на 17 сесії Генеральної конференції ООН з питань освіти, науки і культури у Парижі була прийнята світовим співтовариством Конвенція про охорону всесвітньої культурної і природної спадщини. Ця Конвенція була ратифікована Указом Президії Верховної Ради УРСР від 4 жовтня 1988 р.

Через понад 30 років, 17 жовтня 2003 р. на 32 сесії Генеральної конференції Організації Об'єднаних Націй з питань освіти, науки і культури (ЮНЕСКО), на засіданні в Парижі відповідного нормативно-правового забезпечення зазнала також нематеріальна культурна спадщина. Причиною такого зволікання було тривале нівелювання ролі нематеріальної культурної

спадщини у збереженні культурного різноманіття країн та регіонів, її спроможності забезпечувати сталий розвиток територій, сприяти зближенню людей, поглибленню взаєморозуміння між ними [22].

Нематеріальна культурна спадщина окремої держави є частиною спільної спадщини людства в різних областях діяльності, потужним засобом зближення народів, етнічних груп і затвердження їх культурної самобутності. Стратегічним завданням кожної держави, відтак, є збереження національної мови та літератури, значущих традицій та звичаїв, пам'яток фольклору, а також захист культурної самобутності народу, створення умов для популяризації його нематеріальної культурної спадщини в середині країни та за її межами заради збереження єдиного культурного простору.

Відродження, збереження та популяризація етнокультурної спадщини є важливими процесами для захисту власного способу життя та інтересів української громади, для формування та збереження національної ідентичності у світі та для підтримання зв'язків представників народу між собою та з історичною Батьківщиною у разі перебування за кордоном, для збереження єдиного культурного простору.

Українська етнокультурна спадщина може вивчатися та популяризуватися через різні форми туристичної діяльності. Для визначення їх популярності та ефективності як на теренах України, так і за кордоном, важливо ці форми ідентифікувати та схарактеризувати. Івент-туризм, або подієвий туризм. Для характеристики подієвого туризму часто використовується поняття івент, або event, яке прийшло в українську мову з англійської та означає «подія, захід».

«Event (подія, або спеціальна подія) – запланована соціально-суспільна подія (захід), що відбувається в певний час, із певною метою та має певний резонанс для суспільства. До івентів можуть належати кардинально різні заходи: фестивалі, карнавали, паради, конференції, форуми, семінари, тренінги, спортивні змагання, концерти, прем'єри фільмів, театральні вистави» [23].

Часто метою подорожі люди ставлять не лише відвідання певної країни чи відпочинок на морі, але й відвідання конкретного заходу, і для цього туроператори планують івент-тури. Коли знайомство з історією, культурою та мистецтвом країни пов'язано з відвіданням певних заходів, поїздка краще запам'ятовується як яскрава подія чи момент життя. Особливістю івент-туризму є його спрямування на створення яскравих і неповторних моментів та отримання вражень від них. Національні свята, музичні фестивалі, гастрономічні тури є різновидами популярних івент-турів.

Подієвий туризм має фінансово-економічну привабливість. Завдяки івент-туризму як чиннику формування позитивного іміджу країни та пригортання уваги світової спільноти можливо залучити інвестиції та розвивати туристичний ринок країни.

Найбільш відомим івентом етнокультурного характеру в Україні є Сорочинський ярмарок.

Фестивалі є популярним видом подієвого туризму, для якого долучаються люди різного віку, статі, соціального статусу та смаків. Широка аудиторія є відвідувачами фестивального туризму.

«Фестиваль» (з фр. *fete* – свято та лат. *festivus* – святковий, веселий) – масове святкове дійство, що включає огляд чи демонстрацію досягнень певних видів мистецтва; вид подієвих туристичних ресурсів» [24].

Фестиваль – це мистецький захід чи цикл заходів, він відбуваються одноразово чи періодично, в певному місці чи регіоні. Фестивалі об'єднуються спільною тематикою та відбуваються в особливо святковій атмосфері. Фестивалі бувають різного рівня та тривалості: національні та міжнародні, залежно від контингенту учасників; довготривалі і одноденні; періодично повторювані чи (рідше) одноразові; залежно від змісту – фестивалі кіно і театру, музичні, літературні, хореографічні, гастрономічні, фестивалі реклами тощо.

В умовах процесів глобалізації у багатьох народів та регіонів сьогодні зростає відчуття власної унікальності й самобутності. Захист місцевих національних традицій та рис є глобальним феноменом сучасності. Народні традиції продовжують жити в масовому мистецтві. Зараз

в Україні є багато рок- та поп-гуртів, що адаптують українську співочу традицію під сучасну музику. Етнічні мотиви використовують гурти «Тартак», «ВопліВідоплясова», «Мандри», «Гайдамаки», «Очеретяний кіт»; оригінальне нашарування етнічних елементів пропонує гурт «ДахаБраха». Але інтерес становлять фестивалі етнічної музики, такі як «Країна мрій», «Шешори», «Трипільське коло», «Червона Рута» та ін. Організатори фестивалів прагнуть пробудити живий інтерес до історичної спадщини, відродити та інтегрувати в сучасний світ різноманітні етнічні традиції, поєднуючи їх з елементами сучасних досягнень. Завдяки фестивалям відбувається збереження і актуалізація національної мистецької спадщини, розвиток і популяризація етнотворчості, виявлення і підтримка обдарованої молоді.

Як приклад сучасних фестивалів України варто розглянути міжнародний еко-культурний етнофестиваль, що проходить на пагорбах Дніпра біля м. Ржищева Київської обл. – «Трипільське коло». Фестиваль має п'ятирічний цикл, кожен фестивальний рік носить тематику однієї із стихій природи – Вода, Земля, Повітря та Вогонь. Кожен фестиваль циклу має також власну мистецьку, освітню, екологічну і соціальну тематику: 2008 рік – Вода; 2009 рік – Земля; 2010 рік – Вогонь; 2011 рік – Повітря; 2012 рік – Парад стихій.

Фестиваль «Трипільське коло» включає різноманітні культурно-пізнавальні програми:

- фестивальна толока (будівництво трипільського житла, обробка кременю, жнива, облаштування джерела),
- гончарне містечко (ліплення горщиків, трипільських людиноподібних фігурок із зерном – символом продовження роду, нанесення трипільського орнаменту, ліплення з глини великих знаків символів води, землі, повітря та вогню),
- показ науково-популярних та художніх фільмів на фестивальну тематику,
- міжнародна школа танцю (танці по колу),
- збір лікарських трав,
- презентація музеїв та заповідників, пов'язаних із трипільською культурою,
- виставка-ярмарок народних майстрів,
- численні майстер-класи,
- семінари, лекції та бесіди науковців про трипільську культуру;
- спортивно-розважальні програми: командні змагання «Трипільські ігри», елементи спортивного туризму, етно-атракціони, трипільля-квест;
- мистецькі програми: вечірні концерти гуртів, що працюють у стилі «фолк-рок» та «worldmusic», денна програма – фольклорні колективи, кобзарі, барди, творчі майстерні для професіоналів та усіх бажаючих долучитися, театральні покази, містерія – Свято Купала, лендарт композиції.

Організатори фестивалю ставлять перед собою завдання пробудити інтерес до трипільської культури, запропонувати альтернативні способи організації відпочинку для сім'ї та молоді. Фестиваль об'єднує оздоровчі, спортивні, музичні, екологічні, освітні, виставкові та інші культурно-розважальні й культурно-просвітницькі програми в стилі «етно». На прикладі фестивалю «Трипільське коло» виявляється інтеграція мистецтв.

Успіх фестивалю безпосередньо пов'язані з рейтингом заходу в Україні та за кордоном. Провідним принципом в його організації є принцип атракціону, застосування якого спрямоване на декларування унікальності культурного середовища регіону.

В місті Бориспіль щороку проводиться етнофестиваль «Козацька варта» за підтримки Бориспільської міської ради, Центру туризму, Спільки митців Борисполя, громадських організацій. Фестиваль триває кілька днів, на ньому представлені традиційні страви та напої регіону, народне вбрання, посуд, народні дитячі іграшки, предмети побуту. Великим інтересам відвідувачів користуються майстер-класи, народні пісні, участь в народних танцях та інші інтерактивні заходи (рис. 1.10).



Рис. 1.10 - Етнофестиваль «Козацька варта», м. Бориспіль

Організовуючись як культурні осередки, фестивалі є показниками інтенсивності та якості мистецького життя країни, сприяють його активізації, визначають напрями розвитку мистецтва, формують нові ідеї, відкривають нові обрії творчої діяльності, формують новий регламент культурного життя, нову модель споживання мистецтва. Сучасні українські етнофестивалі є важливим елементом розвитку і самоорганізації суспільства, територіальних громад, професійних груп. Фестивалі дають можливість організувати спілкування багатьох людей за зацікавленнями, здійснюючи при цьому міжкультурні діалоги.

Отже, в інформаційно-культурному просторі фестиваль «переростає» своє суто мистецьке значення, перетворюючись на «потужне соціальне явище» [24].

Серед представників української діаспори за кордоном фестивалі також користуються великою популярністю. Етнічні фольклорні фестивалі, які бувають:

- закритими, тобто призначеними для членів етнічної громади;
- фестивалі для всієї громади, присвячені одній культурі (наприклад, Канадський Національний український фестиваль (Дофін, провінція Манітоба);
- полі етнічними фольклорними фестивалями (наприклад, Національний фольклорний фестиваль в США).

Такі фольклорні фестивалі часто мають шалений успіх та збирають тисячі відвідувачів. У чому секрет такої популярності? Ймовірно в унікальному поєднанні старого й нового. Такі етнічні фольклорні фестивалі, що організуються українською діаспорою за кордоном, мають позитивні економічні наслідки, бо вони стимулюють слабку місцеву економіку маленьких містечок. Крім того, такі дійства розважають людей на відпочинку. І ще одним важливим результатом є те, що ці фестивалі вирішують важливу проблему етнічного виживання у новому світі, бо фольклорний фестиваль «творює себе на руїнах іммігрантської фольклорної спадщини, спрямовує минуле на майбутнє й підвищує соціально-культурний статус етнічної меншини, яка з успіхом задіяла власну етнічну ідентичність задля потреб широкого загалу» [25].

Відвідання виставок також належить до подієвого туризму, як ділового, так і розважально-пізнавального. Визначаючи ступінь віддзеркалення в туристичній діяльності предметів української етнокультурної спадщини, слід зазначити, що за різними критеріями, у тому числі, за метою подорожі, етнічний туризм може поєднуватися з релігійним, історичним чи історично-культурним, культурним та музейним.

Музейний туризм є доброю можливістю знайомства з етнокультурною спадщиною і в Україні, і за її межами (рис.1.11). В історичних та краєзнавчих музеях України, а також в музеях народного побуту зберігаються колекції національного жіночого та чоловічого вбрання, традиційний посуд, рушники, меблі, які дають уявлення про життя народу в історичному минулому та про предмети матеріальної культури, які були створені людьми та якими вони користувалися.



Рис. 1.11 - Музейний туризм та знайомство з етнокультурною спадщиною

Традиційне жіноче вбрання Сходу України: сорочка, керсетка, хустка. Фото з Музею народного побуту, м. Маріуполь, вересень 2021 р., власний архів

Сьогодні музеї стають локаціями, де відбуваються народні свята, на їх подвір'ях готуються національні страви, проводяться майстер-класи з виготовлення ляльок-мотанок, Петриківського розпису. Проведення майстер-класу з приготування вареників, майстер народної кулінарії Наталя Волошина (рис.1.12).



Рис. 1.12 - Приготування борщу з полуницями на подвір'ї Бориспільського державного історичного музею

Не тільки в Україні, але і за її межами, наприклад, в США українські музеї проводять на високому науковому рівні різну за формами і методами музейницьку роботу зі збирання і збереження традиційних духовно-мистецьких цінностей, створених українським народом, їх пропагандою в усьому світі. Важлива роль у збереженні історико-культурної спадщини українців у США належить Українському музею в Нью-Йорку. Діяльність українських музеїв у США підтримується Українською церквою, Науковим Товариством імені Тараса Шевченка, Українською Вільною Академією Наук, численними громадськими організаціями [25].

Таким чином, етнічний туризм є різновидом туризму, який ставить за мету знайомство з культурою та побутом народів через відвідання етнографічних музеїв, експозицій та виставок, у тому числі, музеїв побуту під відкритим небом, сільських садиб із залученням до майстер-класів, здійснення подорожів за етнографічними маршрутами, доручення до знакових подій, особливо участь у фольклорних фестивалях та масових народних святах.

1.4 Культурно-пізнавальний туризм: значення, складові ресурсної бази, передумови виникнення та регіональний потенціал

Культурно-пізнавальний туризм – це вид туризму, основною метою якого є ознайомлення з культурними, історичними, етнографічними та архітектурними аспектами різних регіонів і країн. Це один з найпопулярніших видів туризму, який дозволяє розширити світогляд, дізнатися більше про історію, традиції, мистецтво та архітектуру інших народів. Такий туризм сприяє збереженню культурної спадщини, розвитку міжнародного співробітництва та взаєморозуміння між народами [26].

Термін «культурно-пізнавальний туризм» був вперше використаний у 1982 р. на Всесвітній конференції з культурної політики, організованій UNESCO та ICOMOS. Ці організації розробили визначення і стандарти для збереження культурно-історичної спадщини. UNESCO трактує культурно-пізнавальний туризм як окремий вид туризму, який враховує особливості культур різних народів. ICOMOS визначає його як туризм, метою якого є дослідження пам'яток. Серед українських науковців відсутнє однозначне визначення цього поняття, часто використовується схожі терміни, як пізнавальний, культурний чи екскурсійний туризм [27].

Види культурно-пізнавального туризму:

- історичний туризм – передбачає відвідування місць, пов'язаних з історичними подіями, давніми цивілізаціями та видатними особистостями. Туристи можуть відвідувати замки, палаци, фортеці, меморіали, місця важливих битв тощо;

- етнографічний туризм – це ознайомлення з традиціями, побутом та культурою різних народів. Туристи можуть відвідувати села, де збереглися стародавні звичаї, брати участь у національних святах і фестивалях, знайомитися з народними ремеслами;

- археологічний туризм – пов'язаний з відвідуванням археологічних розкопок, стародавніх пам'яток та музеїв, присвячених археології. Туристи можуть побачити залишки давніх міст, храмів, некрополів та інших об'єктів старовини;

- релігійний туризм – це подорожі до священних місць різних релігій, таких як храми, монастирі, мечеті, церкви тощо. Метою таких подорожей може бути паломництво або просто інтерес до релігійної культури;

- Літературний туризм – вид туризму, пов'язаний із відвідуванням місць, де жили або творили відомі письменники та поети, можуть бути будинки-музеї, літературні маршрути або місця, описані в їхніх творах;

- Арт-туризм – спрямований на ознайомлення з різними видами мистецтва, може бути відвідування художніх виставок, музеїв, театрів, музичних концертів або фестивалів. [28].

Снігур К.В. трактує культурно-пізнавальний туризм як поїздки, що задовольняють допитливість, подібно до екскурсійного туризму [27]. Паньків Н. Є., Сагайдак В. І. Розглядають його як подорожі з метою пізнання [29]. Мельник М.С. розширює визначення, додаючи відвідини природних, історичних, культурних об'єктів, а також ремесел і наукових досягнень [30]. Бейдик О.О. вважає, що він охоплює відвідування історичних місць і культурних подій [31]. Корж Н.В., Басюк Д.І. підкреслюють важливість інтернет-технологій для його просування в постпандемічний період, що сприяє збереженню культурної спадщини та розвитку національної ідентичності [32].

Культурно-пізнавальний туризм є важливим засобом популяризації культурної спадщини і створює умови для взаємного обміну досвідом та знаннями між народами, що сприяє культурному розвитку та толерантності.

Передумови виникнення культурно-пізнавального туризму пов'язані з кількома факторами історичного, соціального, економічного та культурного характеру. Вони зумовили розвиток цього виду туризму та його популярність у різні епохи. Основні передумови виникнення культурно-пізнавального туризму:

Історичні передумови

– давні цивілізації та подорожі, ще в давні часи люди подорожували з метою ознайомлення з культурами інших народів, наприклад, грецькі та римські мандрівники відвідували інші країни для обміну знаннями, вивчення архітектури, мистецтва і звичаїв;

– паломництво – одним із ранніх проявів культурно-пізнавального туризму було паломництво до святих місць, таких як Єрусалим, Рим або Мекка, подорожі сприяли не лише релігійному, але й культурному обміну.

Соціальні та культурні передумови

– розвиток науки і освіти – з поширенням освіти в Європі, особливо в епоху Відродження, зростала зацікавленість до історії, мистецтва і культури. Освічені люди прагнули побачити шедеври архітектури, відомі картини і скульптури, що підвищило популярність культурних подорожей;

– гранд-тур у Європі – у XVII-XIX століттях Гранд-тур став традицією серед європейської аристократії та багатих родин, тривалі подорожі Європою (переважно Італією та Францією) для вивчення мистецтва, архітектури та мов, що вважалося частиною освітнього процесу.

Економічні передумови

– розвиток транспортної інфраструктури – з розвитком залізничного транспорту у XIX столітті, а пізніше автомобільного та авіаційного, подорожі стали доступнішими, що дало змогу більшим верствам населення подорожувати для ознайомлення з культурними та історичними пам'ятками;

– зростання добробуту середнього класу – у XX столітті, зі зростанням рівня життя і добробуту середнього класу, туризм став доступним не тільки для аристократії, але й для ширших верств населення. Люди почали витрачати більше часу на відпочинок і подорожі з культурною метою.

Технологічні передумови

– інформаційна революція – завдяки розвитку засобів масової інформації та пізніше Інтернету, люди отримали доступ до величезних обсягів інформації про культури інших народів, що стимулювало бажання подорожувати та особисто досліджувати культурні цінності різних регіонів;

– фотографія і кіно – фотографії, а пізніше фільми, показували культурні пам'ятки та природні чудеса, що викликало велику цікавість до подорожей і бажання побачити ці місця на власні очі.

Політичні передумови

– відкритість кордонів – після Другої світової війни багато країн Європи та інших регіонів світу відкрили свої кордони для міжнародного туризму, що дозволило розширити географію культурно-пізнавальних подорожей;

– поширення дипломатичних відносин – підтримка міжнародних відносин між країнами сприяла взаємному обміну культурними досягненнями та розвитку туризму.

Культурна глобалізація

– культурний обмін і глобалізація – у сучасному світі, завдяки процесам глобалізації, культурні взаємодії між країнами стали ще більш інтенсивними [29].

Туристи прагнуть відвідувати інші країни для вивчення історичних пам'яток, національних традицій і культурних заходів. Глобальні фестивалі, виставки та інші культурні події стимулюють розвиток культурно-пізнавального туризму.

Культурно-пізнавальний туризм займає важливе місце в туристичній галузі, оскільки сприяє не лише економічному розвитку, але й збереженню та популяризації культурної спадщини. Його значення полягає у формуванні міжкультурного діалогу, залученні туристів до культурних та історичних цінностей різних країн, а також у стимулюванні розвитку супутніх галузей.

Розглянемо більш детально значення культурно-пізнавального туризму в загальній туристичній індустрії.

Економічна значимість:

– внесок у ВВП – культурно-пізнавальний туризм відіграє значну роль в економіці багатьох країн. Відвідування історичних та культурних об'єктів приносить значний дохід у вигляді плати за вхід, екскурсії, супутні послуги (громадське харчування, проживання, сувеніри). Особливо це важливо для країн із багатою історією та культурною спадщиною, таких як Італія, Франція, Єгипет, Китай;

– розвиток регіонів – багато історичних і культурних об'єктів розташовані в невеликих містах чи сільській місцевості. Культурний туризм стимулює економічний розвиток цих регіонів, створюючи нові робочі місця у сфері гостинності, транспорту, обслуговування та інших пов'язаних галузей.

Збереження культурної спадщини:

– фінансування збереження пам'яток – культурно-пізнавальний туризм часто стає джерелом фінансування для збереження та реставрації культурних і історичних об'єктів. Завдяки туризму, доходи від відвідувачів можуть бути спрямовані на охорону пам'яток архітектури, музеїв, історичних споруд;

– популяризація культурної спадщини – туризм робить культурну спадщину більш доступною для широкої аудиторії. Відвідування музеїв, археологічних парків, національних культурних фестивалів допомагає зберігати традиції і передавати їх майбутнім поколінням.

Розвиток інфраструктури:

– інвестиції в інфраструктуру – попит на культурно-пізнавальні подорожі стимулює розвиток туристичної інфраструктури — готелів, ресторанів, транспорту, туристичних агентств. Особливо це важливо для історичних міст і місць з великою кількістю культурних пам'яток;

– підвищення стандартів обслуговування – конкуренція на ринку культурного туризму змушує місцеві громади та організації покращувати якість обслуговування туристів, що підвищує загальний рівень туристичних послуг у країні.

Освітня функція:

– розширення світогляду – культурно-пізнавальний туризм сприяє освітньому розвитку туристів, допомагає їм дізнатися більше про історію, мистецтво, культуру інших країн та народів, що може бути організоване через екскурсії, майстер-класи, культурні події;

– зростання культурного обміну – подорожі з культурною метою сприяють міжнародному обміну знаннями, традиціями та цінностями, що сприяє кращому розумінню між народами і поширенню ідей мультикультуралізму.

Сегментація туристичного ринку:

– аудиторія культурно-пізнавального туризму – такий туризм приваблює різні групи людей — від освітніх турів для студентів до елітних подорожей для людей, що цікавляться мистецтвом та історією. Завдяки цьому культурно-пізнавальний туризм охоплює широкі сегменти ринку, від бюджетного до преміум-класу;

– спеціалізовані види туризму – культурно-пізнавальний туризм часто перетинається з іншими видами, такими як гастрономічний туризм (відвідування винних або кулінарних фестивалів), археологічний туризм, екотуризм тощо. Це дозволяє створювати нові туристичні продукти, які відповідають різним інтересам і смакам.

Вплив на імідж країн і регіонів:

– формування позитивного іміджу – завдяки культурному туризму країни можуть покращити свій міжнародний імідж. Показ культурної спадщини, організація міжнародних фестивалів, виставок і концертів сприяє створенню позитивного враження про країну як про привабливий туристичний напрямок;

– підвищення привабливості для іноземних інвесторів – успішний розвиток культурного туризму сприяє залученню інвесторів, які готові вкладати в реставрацію пам'яток, будівництво туристичної інфраструктури, організацію подій на міжнародному рівні.

Культурно-пізнавальний туризм відіграє ключову роль у туристичній галузі, оскільки не лише приносить економічний дохід, але й зберігає культурну спадщину, розвиває інфра-

структуру і підвищує культурний рівень суспільства. Він є потужним інструментом для зближення народів, формування позитивного іміджу країн і сприяє розвитку туристичної індустрії в цілому [5].

Оцінка потенціалу культурно-пізнавального туризму в регіоні є важливим етапом у стратегічному плануванні розвитку туристичної інфраструктури. Розглянемо ключові причини, які обґрунтовують необхідність та доцільність такої оцінки.

Ідентифікація ресурсів:

- визначення культурної спадщини – оцінка допомагає виявити унікальні культурні, історичні та природні ресурси регіону, які можуть стати основою для розвитку культурно-пізнавального туризму;

- аналіз інфраструктури – оцінка існуючої туристичної інфраструктури дозволяє виявити сильні та слабкі сторони, що впливають на туристичний досвід.

Визначення конкурентних переваг:

- позиціонування на ринку – знання потенціалу культурно-пізнавального туризму дає можливість регіону ефективно позиціонувати себе на туристичному ринку, акцентуючи на унікальних пропозиціях;

- конкуренція з іншими регіонами – оцінка дозволяє зрозуміти, які елементи культурно-пізнавального туризму можуть залучити більше туристів у порівнянні з конкурентами.

Розробка стратегій розвитку:

- планування інвестицій – оцінка потенціалу допомагає визначити, куди варто інвестувати для розвитку туристичної інфраструктури, зокрема в збереження культурної спадщини;

- створення програм підтримки – включає програми з підвищення обізнаності, збереження об'єктів культурної спадщини, розвитку нових туристичних маршрутів тощо.

Покращення економічних показників:

- залучення інвестицій – чітке розуміння потенціалу культурно-пізнавального туризму може залучити приватні інвестиції, що стимулюють розвиток регіону;

- зростання зайнятості – розвиток туризму створює нові робочі місця в різних секторах економіки, таких як готельний бізнес, громадське харчування, транспорт і екскурсійні послуги.

Збереження культурної спадщини:

- підтримка локальних традицій – розвиток культурно-пізнавального туризму сприяє збереженню та популяризації місцевих культурних традицій, що може позитивно вплинути на громаду.

- екологічна відповідальність – оцінка потенціалу також може включати елементи екологічної стійкості, що важливо для збереження природних та культурних ресурсів.

Розвиток міжкультурного діалогу:

- сприяння культурному обміну – культурно-пізнавальний туризм є платформою для обміну знаннями і досвідом між різними культурами, що може посилити міжкультурну толерантність і співпрацю [34].

Оцінка потенціалу культурно-пізнавального туризму в регіоні є критично важливою для ефективного управління, стратегічного планування та забезпечення сталого розвитку. Вона допомагає не лише визначити можливості для залучення туристів, а й сприяє збереженню культурної спадщини та розвитку місцевих громад.

Наведені нище складові слугують основою для всебічної оцінки потенціалу культурно-пізнавального туризму в конкретному регіоні.

Для оцінки та перспектив розвитку культурно-пізнавального туризму використовуються різні підходи, які можна умовно поділити на традиційні, зарубіжні та інноваційні.

Традиційні підходи – базуються на аналізі місцевих туристичних ресурсів, таких як історико-культурні пам'ятки, музеї, архітектура, звичаї та традиції, основні критерії оцінки включають:

- аналіз історичних та культурних об'єктів (кількість пам'яток, музеїв, архітектурних споруд);

- туристичний потік (кількість відвідувачів за рік);
- рівень туристичної інфраструктури (наявність готелів, ресторанів, транспорту);
- місцевий вплив (оцінка внеску туризму в економіку регіону).

Зарубіжні підходи включають застосування більш комплексних та стратегічних методів оцінки:

- культурні маршрути (розробка туристичних маршрутів за прикладом Європейських культурних шляхів, що об'єднують кілька країн і регіонів на основі спільної культурної спадщини);
- сталий туризм (акцент на екологічні, соціальні та економічні аспекти туризму з метою мінімізації негативного впливу на культуру та довкілля);
- туристичний маркетинг (просування туристичних продуктів через інтернет, соціальні мережі та цифрові платформи).

Інноваційні підходи передбачають використання новітніх технологій та інтеграцію сучасних методів управління:

- цифровізація туризму (використання віртуальної реальності та доповненої реальності для віртуальних екскурсій та інтерактивних музейних експозицій);
- Smart-туризм (використання технологій Інтернету речей для покращення туристичного досвіду, наприклад, смарт-гід, навігація, системи бронювання);
- креативний туризм (залучення туристів до активної участі у культурних заходах, майстер-класах, що створює унікальний досвід та сприяє розвитку місцевих культурних індустрій).

Вибір підходів до оцінки залежить від цілей розвитку туризму та ресурсів регіону, але їх поєднання дозволяє створити ефективну стратегію розвитку культурно-пізнавального туризму.

РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ СТАНУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ ТА ЇЇ РЕГІОНІВ

2.1. Дослідження проблем туристичної привабливості Донецького регіону України в довоєнний та воєнний періоди

Головними пріоритетами розвитку Краматорської громади Донецької області (обласного центру після 2014 року) напередодні війни програми розвитку у 2022 році відзначалася спрямованість громади на підвищення якості життя та людського розвитку, що передбачало:

- формування та використання туристичного потенціалу громади;
- створення умов для розвитку спорту;
- забезпечення доступності для кожного мешканця до спортивної інфраструктури високого рівня;
- придбання спортивного інвентарю, спортивної форми та меблів для дитячо-юнацьких спортивних клубів, дитячо-юнацьких спортивних шкіл;
- здійснення виплати премії міського голови за розбудову фізкультурно-спортивного руху у місті;
- розвиток спортивного туризму;
- модернізація культурної інфраструктури громади;
- проведення обласного конкурсу скрипичної музики «Срібна струна»;
- проведення пісенного фестивалю аматорських колективів «Вересневі роси»;
- підвищення доступності культурних послуг;
- підготовка проекту створення подієвого туризму «Культурний променад»;
- розвиток культурно-пізнавального туризму;
- розбудова дозвілєвої інфраструктури з урахуванням вимог інклюзивності;
- проведення протягом року вистави-екскурсії старим містом «Машина часу з Конрадом Гампером»;
- сприяння розвитку активного туризму та велотуризму.
- стимулювання ефективного та комплексного використання туристичного та курортно-рекреаційного потенціалу регіону;
- проведення заходів «Краматорськ у смартфоні: культура, мистецькі події, туризм» протягом року;
- передача в комунальну власність «Вілли Протце»;
- запуск комунікаційних кампаній через ЗМІ, соціальні мережі про використання туристичного та курортно-рекреаційного потенціалу регіону;
- розробка проекту «Створення поліфункціонального культурного центру на базі комунального закладу «Центр культури і дозвілля ім Л.Бикова» та ін.

Святогірська територіальна громада знаходиться у Краматорському районі Донецької області.

Під час повномасштабної війни місто Святогірськ зруйнований повністю.

З метою підтримки та відновлення ресурсного потенціалу міста, в тому числі туристичного і паломницького, стартувала нова програма «Місто-побратим» між Істоном, штат Коннектикут, США та Святогірськом Донецької області (березень 2023 року).

Святогірська Лавра – унікальний об'єкт культурної спадщини до війни стала третьою православною святинєю в Україні.

У 2014 році у Святогірській Лаврі знайшли притулок біженці із зони бойових дій, серед них було понад 300 дітей.

Під час обстрілів міста Святогірськ у 2022 році були пошкоджені або зруйновані:

пошкоджений Успенський собор та приміщення монастиря, в яких проживали ченці та біженці;

зруйнований Свято-Георгіївський скит відповідно до отриманої інформації з інтернет-ресурсів.

Туризм може виступати в якості інструменту при проведенні статистичних досліджень і розглядатися як одна із її форм, яка пов'язана з подорожами [35].

До впливових чинників туристичної привабливості регіону в дослідженнях зазначають:

- особливості географічного розташування;
- багатий рекреаційний потенціал;
- кількість історичних та культурних пам'яток;
- естетична привабливість природних ландшафтів;
- придатність територій для тривалого відпочинку;
- розвинена інфраструктура туристичної дестинації;
- достатньо високий рівень туріндустрії;
- сформованість туристичного іміджу регіону;
- наявність висококваліфікованих кадрів та ін.

Понад 200 000 об'єктів пізнавального туризму та більше 300 музеїв нараховувалося на 1 січня 2014 року в Україні [19].

До війни до списку об'єктів Світової спадщини ЮНЕСКО були включені в Україні такі:

- Собор Святої Софії та прилеглі монастирські споруди;
- Києво-Печерська Лавра;
- Ансамбль історичного центру Львова;
- Пункти геодезичної дуги Струве (Хмельницька та Одеська області);
- Резиденція митрополитів Буковини та Далмації (м. Чернівці);
- Місто Херсонес Таврійський (м. Севастополь);
- Дерев'яні церкви Карпатського регіону України (Львівська, Івано-Франківська та Закарпатська області);
- Букові ліси Карпат .

Шість курортів державного значення були діючими у 2016 році в Україні. Для розвитку інфраструктури курортів вирішувалося багато територіальних, соціально-економічних, екологічних проблем та завдань для використання природних лікувальних ресурсів [17].

Україна зайняла вісімдесят восьме місце у 2017 році за привабливістю для туристів згідно експертів Всесвітнього економічного форуму в Давосі. Але він знизився в порівнянні з 2013 роком. Тоді країна займала 76 місце. В той же час такі країни, які раніше в своїй історії входили до складу Радянського Союзу, мали вищі позиції:

- Естонія - 37 місце,
- Латвія - 54 місце,
- Литва - 56 місце,
- Грузія - 69 місце,
- Азербайджан - 71 місце.

При складанні рейтингу враховувалися такі чинники ризиків та загроз для життя та здоров'я, як:

- наявність збройних конфліктів на території держави,
- рівень злочинності,
- терористичні загрози,
- рівень охорони здоров'я,
- рівень санітарних стандартів,
- рейтинг міжнародної відкритості,
- рівень екології,
- рівень авіаінфраструктури,
- рівень туристичного сервісу та ін. [36].

124 місце зайняла Україна, ще більш низьке місце, у вирішенні питання залучення інвестицій у туристичний бізнес - 124 місце [37].

Як зазначали експерти ВЕФ, Україна має різні показники по оцінюваним критеріям:

- критерій безпеки – дуже низький рівень: на відпочинок їхати не рекомендується;
- критерій охорони здоров'я - високий рівень: потрапила до першої десятки;

- критерій міжнародної відкритості - 78 місце;
- критерій санітарних стандартів - високий рівень: увійшла до країн-лідерів;
- критерій екології - 98 місце - дуже низький рівень;
- критерій авіаінфраструктури – 79 місце;
- критерій портової та наземної інфраструктури – 81 місце;
- критерій туристичного сервісу - 71 місце;
- критерій культурних ресурсів - 51 місце [38].

Лікувально-оздоровчий туризм як туристична привабливість Донецчини для внутрішнього туриста.

Бальнеологічні курорти є в кожному регіоні України, які допомагають лікувати широкий спектр захворювань:

Донецька область - курортним та лікувальним центром є місто Слов'янськ. На його території знаходиться озеро Ріпне. В санаторіях Слов'янська застосовують як мінеральні лікувальні води без вмісту специфічних компонентів різноманітного хімічного складу, з мінералізацією 250-1000 г/л., так і грязі, які застосовуються у вигляді ванн, аплікацій, тампонів, компресів тощо [2].

Донецька область - основні приморські кліматичні курорти степової зони України:

- Маріуполь як курортне місто;
- Мелекіне як курортне селище;
- Урзуф як курортне селище;
- Юр'ївка як курортне селище;
- Ялта як курортне селище та інші.

Особливостями даних курортів є:

– розташованість біля узбережжя. Азовського моря, води якого прогріваються до 27 - 32° С влітку;

– природні ресурси Маріуполя та його околиць знайшли відображення в творчості відомого художника грецького походження А. Куїнджі.

– найбільш відомими творами художника стали «Лунна ніч на Дніпрі», «Березова роща», «Українська ніч», «Вечір на Україні», «Після дощу» та інші. Куїнджі міг за допомогою найтонших ніжно-перломутрових тонів передати мерехтіння південного степового повітря, яке було прогріте сонцем. Він був неповторним майстром передачі не тільки лунного світла, але й сонячного. В своїх картинах він змушує повірити в реальність переливів світла, вібрацію повітряного середовища та зорово його відчувати [39];

- нараховувалося 232 оздоровчих установ, в тому числі 15 дитячих;
- тривалість купального сезону більше чотирьох місяців;
- купальний сезон може продовжуватися з кінця травня до початку жовтня.

Екотуризм як туристична привабливість Донецчини для внутрішнього туриста.

Однією із перлин Донецької області є Національний природний парк (НПП) «Меотида», який розташований на узбережжі Азовського моря та у місцях поселення греків в Україні. Він був створений 25 грудня 2009 року на основі регіонального ландшафтного парку. Найцінніші його ділянки відповідали статуту національного, що відповідно потребувало охорони даного рівня.

Особливостями Національного природного парку «Меотида» є:

– у межах Нікольського, Мангушського і Новоазовського районів Донецької області розміщено на суходолі 24 ділянки;

– розташування їх відбувається вздовж узбережжя моря від державного кордону України на сході до с. Урзуф на заході;

– наявними є дві азовські коси – Крива коса та Білосарайська коса, ці коси утворюють однойменні затоки моря;

– затоки утворюють водно-болотні угіддя міжнародного значення;

– флора Меотиди включає в себе більше 640 видів рослин;

- ендемічними і субендемічними для південного сходу України є близько 20 видів рослин;
- реліктовими є 8 видів рослин флори Меотиди;
- до Червоної книги України включено 10 видів рослин.

В довоєнний період мешкало більше 50 видів ссавців, більш 200 видів птахів, сім видів плазунів, п'ять видів земноводних, понад 1500 видів комах і близько 90 видів риб [40].

В довоєнний період туристична привабливість підконтрольних територій Донбасу обумовлювалась також достатньою кількістю культурно–історичних та природньо–рекреаційних ресурсів, необхідних для організації традиційних та інноваційних видів туризму (рис.2.1)



Рис. 2.1 - Туристична привабливість Донбасу для внутрішнього туриста

Релігійний туризм як туристична привабливість Донецчини для внутрішнього туриста включає наступні паломницькі об'єкти:

- Святогірська лавра є найвідомішою духовною святинею православного Донбасу;
- Ніколо-Василівський монастир біля Волновахи;
- Святе джерело в Коньковому;
- Кисельова балка з цілющими водами;
- Старобільський Свято-скорботний жіночий монастир, який також є пам'ятником архітектури другої половини дев'ятнадцятого століття. Один із найкращих зразків церковної архітектури, а й унікальне місце – приклад незламності духу та великої сили віри [38];
- Свято-Миколаївський кафедральний собор міста Маріуполя, в якому знаходився Маріупольський образ Божої Матері. Чудотворну ікону Святої Марії, на честь якої був названий Маріуполь, переселенці вивозили з Криму з великою обережністю. Також у храмі є частинки мощів Оптинських старців, Святителя Миколи Чудотворця, мученика Трифона, святителя Феофана Затворника та святителя митрополита Ігнатія Маріупольського;
- Собор Святого Архістратиґа Божого Михаїла міста Маріуполя (Поживановська церков в народі). Територія Собору до війни була однією із найкрасивіших місць в Маріуполі: у великому сквері розташовані храм, оглядовий майданчик з неповторними видами на Азовське море та узбережжя, пам'ятник митрополиту Ігнатію, який згідно історії Маріуполя очолював міграцію православних греків з Криму в Приазов'я [41].

Кожний турист є потенційним інвестором.

Кожні 10 туристів дають роботу двом працівникам в туристичній галузі та створюють 4 робочі місця в суміжних галузях.

Кожний вкладений один долар приносить сім доларів прибутку у суміжних сферах економіки [42].

Розвиток промислового туризму як туристичної привабливості Донеччини для внутрішнього туриста стикався з певними проблемами:

Українські промислові холдинги не горіли бажанням пускати туристів на свої території. Обмеження пояснювалися ризиками для здоров'я та життя людей.

Зараз це іржавіючі руїни з іншою небезпекою.

Депресивні регіони, зіткнувшись з масовим безробіттям і безгрошів'ям, військовим конфліктом, перетворюються у ще більш убогі поселення. Це є непривабливою картинкою навіть для туриста. Екстремалу;

З настанням воєнних дій у регіоні виник так званий військовий туризм. Військовий туризм, тобто відвідування регіонів, де відбуваються військові конфлікти чи тільки що закінчилися, в сучасному світі став набирати обертів з 1990-х років [38].

Планувалося відновити внутрішній туризм на підконтрольних Україні територіях. Не кожна українська сім'я може дозволити собі відпочинок за кордоном. Бажання провести відпустку далеко від постійного місця проживання є у багатьох, тому відновлення туризму було актуальним.

Підконтрольні території Донбасу все ще мали достатню кількість культурно-історичних та природно-рекреаційних ресурсів, необхідних для організації різних видів туризму.

Найбільш перспективними для цієї території є:

- лікувально-оздоровчий туризм;
- сільський туризм (агротуризм);
- екотуризм;
- подійний туризм;
- релігійний туризм;
- екзотичний туризм.

Подієвий туризм як туристична привабливість Донеччини для внутрішнього туриста до війни заходи розроблялися та впроваджувалися:

- цей вид туризму активно розвивався місцевими органами влади;
- завдяки міжнародним проектам технічної допомоги організовувалися різноманітні заходи для привернення уваги громадськості до проблем та перспектив розвитку цього регіону;
- серед найбільш перспективних напрямів подієвого туризму були:
 - гастрономічні фестивалі,
 - культурно-освітні та етнографічні заходи,
 - спортивні змагання,
 - економічні форуми,
 - релігійні свята.

В Донецькій області у 2018 році, в попередньому 2017 році центром провення був Маріуполь:

- проводився масштабний open-air музичний фестиваль «MRPL CITY FESTIVAL 2018», який залучив відвідувачів з різних міст та регіонів України;
- етнографічними заходами стали свята греків Приазов'я;
- популярними серед них стали такі свята Панаїр і «Мега Юрти»;
- Панаїр – престольне свято, яке організовували заможні люди, які зарізали баранів і пригощали село, та були спортивні змагання – скачки і «хошкуреш»(боротьба). Переможець змагань отримував барана, якого мав пронести по колу на плечах;
- Мега Юрти був фестивалем культури греків Приазов'я .

Екологія Донбасу із високою ймовірністю зазнала потерпань від воєнних дій на Донбасі та перебуває у прийдешньому стані, який характеризується:

- як зона техногенного лиха;
- 15 тисяч. квадратних кілометрах, що можуть перетворитися на солоні болота;
- під час війни зруйновані трубопроводи;
- знищено багато шосейних та залізничних доріг;
- неможливість капітального будівництва;
- повна відсутність власних джерел питної води (рис.2.2);
- скорочення водовідливу (відкачування води) на виробках на Донбасі.



Рис. 2.2 - Екологічні проблеми Донбасу

Екологічні наслідки неконтрольованого «воєнного» процесу зупинки вугільних шахт:

- повсюдний підйом шахтних вод та затоплення нижніх гірських горизонтів;
- «брудна» шахтна вода з великою кількістю солей вже зараз робить непридатними для більшості резервних джерел води в регіоні;
- вода з великою кількістю солей також надходить до Сіверського Донецька [36];
- негативна екологічна ситуація позначається на зниженні туристичного потоку в Донбас;
- негативний вплив на попит у туристів;
- негативний вплив на формування уявлень про туристичні об'єкти Донбасу, на які позначається нестача популяризації, реклами, просування туристичного продукту Донбасу;
- прибутки від туристичної діяльності були незначні у порівнянні з величезними бюджетами металургійних і вугільних компаній.

В останні кілька довоєнних років туризм став відігравати помітну роль життя Донбасу. Туристична сфера регіону розвивалася по декільком напрямам:

- лікувально-оздоровчий туризм;
- спортивний туризм;
- релігійний туризм;
- промисловий туризм. Однак конфліктна ситуація не дає можливості їх розвитку достатньою мірою [38].

Оцінити збитки для екосистем заповідників Донецького регіону на сьогодні неможливо:

- в умовах війни не можливо науковцям обстежити ці місцевості;
- зазнали припинення роботи підрозділи Академії наук України на непідконтрольних державі територіях;

- не охороняється територія заповідників;
- припинені стаціонарні моніторингові, фенологічні і метеорологічні спостереження за природними комплексами.

Немає гарантії в таких умовах в підтриманні заповідного режиму та збереження території [43].

Піднімалася проблема туристичної привабливості Донецького регіону для в'їзного туризму ще в довоєнний період з метою:

- виявлення загальних закономірностей в розвитку міжнародного та внутрішнього туризму;
- з'ясування прогностичних значень туристичних потоків для регіонального туристського розвитку;
- для виявлення причин зниження привабливості туристичних потоків;
- зменшення чи усунення факторів, що впливають негативно на привабливість туристичних продуктів Донбасу;
- вивчення особливостей довоєнного етапу розвитку туризму в регіоні в ХХІ сторіччі;
- пошуку засобів підвищення ефективності туристичного бізнесу в Донбасі.

2.2. Аналіз привабливості туристичної України та Маріуполя для молоді (довоєнний період)

Емпіричне дослідження 1.

Особливості туристичних подорожей молоді України досліджувалася серед молоді міста Маріуполя та туристичної привабливості України з'ясовувалася серед молоді різних країн в довоєнний період [17].

Перша вибірка становила 215 респондентів-маріупольчан (рис.2.3).

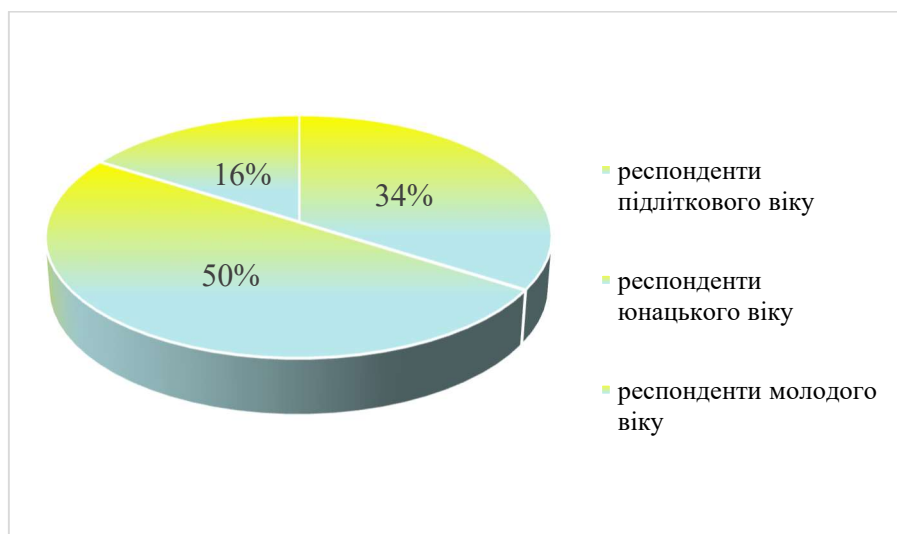


Рис. 2.3 - Розподіл респондентів молоді міста Маріуполя за віком

Релігійний туризм як туристична привабливість Донеччини для внутрішнього туриста включає наступні паломницькі об'єкти:

- Святогірська лавра є найвідомішою духовною святинею православного Донбасу;
- Ніколо-Василівський монастир біля Волновахи;
- Святе джерело в Коньковому;
- Кисельова балка з цілющими водами;
- Старобільський Свято-скорботний жіночий монастир, який також є пам'ятником архітектури другої половини дев'ятнадцятого століття. Один із найкращих зразків церковної архітектури, а й унікальне місце – приклад незламності духу та великої сили віри [38];

– Свято-Миколаївський кафедральний собор міста Маріуполя, в якому знаходився Маріупольський образ Божої Матері. Чудотворну ікону Святої Марії, на честь якої був названий Маріуполь, переселенці вивозили з Криму з великою обережністю. Також у храмі є частинки мощів Оптинських старців, Святителя Миколи Чудотворця, мученика Трифона, святителя Феофана Затворника та святителя митрополита Ігнатія Маріупольського;

– Собор Святого Архістратиго Божого Михаїла міста Маріуполя (Поживановська церков в народі). Територія Собору до війни була однією із найкрасивіших місць в Маріуполі: у великому сквері розташовані храм, оглядовий майданчик з неповторними видами на Азовське море та узбережжя, пам'ятник митрополиту Ігнатію, який згідно історії Маріуполя очолював міграцію православних греків з Криму в Приазов'я [41].

Всього вибірка включала:

– вибірка була представлена молоддю із різних країн, зокрема із Бразилії, Мексики, Канади, США, Франції, Росії, Іспанії, Італії, Швейцарії;

– 126 респондентів – представників інших країн;

– віковий розподіл вибірки був включав молодь старшого підліткового віку та юнацького віку відповідно до періодизації вікового розвитку вітчизняної психології;

– проведення дослідження здійснювалось у міжнародному таборі «Sol Camps International (Toronto)»;

– вибір в якості респондентів саме таких вікових груп обумовлений як становленням ринку туристичних послуг, де вивчення туристських потреб молоді є віддзеркаленням знань, уявлень, бажань найближчого майбутнього спрямування в розвитку туристичної галузі та врахуванням їх потреб для розвитку внутрішнього туризму в Україні, а також вивченням туристичної та культурної поінформованості у молоді з інших країн про нашу державу.

В цьому дослідженні зясовувалися особливості туристичних подорожей серед молодих маріупольчан:

Виявлено, що за спрямованістю подорожей переважали ціннісні орієнтації характерні для даних вікових періодів (рис.2.4):

– пізнавально-культурні, шопінгові, дозвілєві – 41 % респондентів,

– особистісні – 41% респондентів;

– за діловою спрямованістю наявними були подорожі у 18% респондентів;

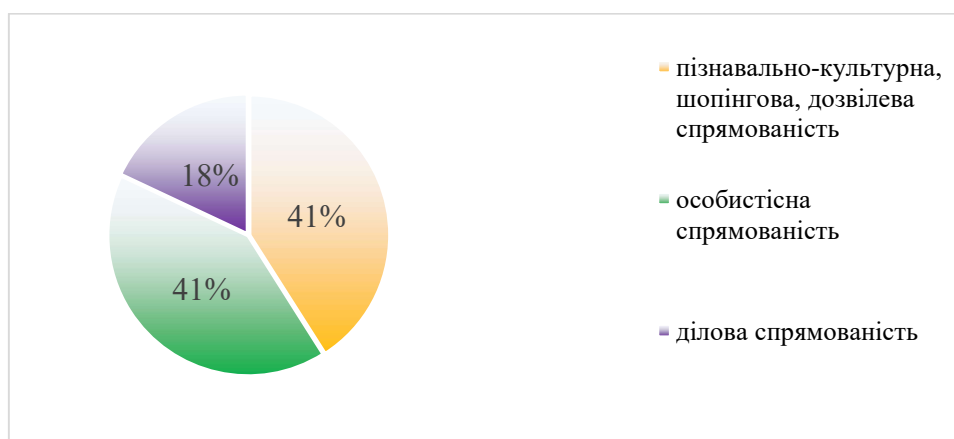


Рис. 2.4 - Спрямованість туристичних подорожей молоді міста Маріуполя

Вивчення вподобань щодо вибору послуги розміщення виявило (рис. 2.5) наступне:

– 37% підлітків і юнаків надавали переваги поселенню недалеко від моря;

– для 23% респондентів важливими були комфортні умови проживання,

– для 24% респондентів скорочення витрат на проживання;

У проведенні дозвілля для молоддю надавалися переваги таким формам:

– 32% респондентів потребувало розваг характерних для нічного життя міста,

– 30% респондентів бажало присвятити свій час шопінгу,

– 20% респондентів – ознайомленню з пам'ятниками культури та мистецтва,

– 15% респондентів – відвідуванню виставок сучасного мистецтва.

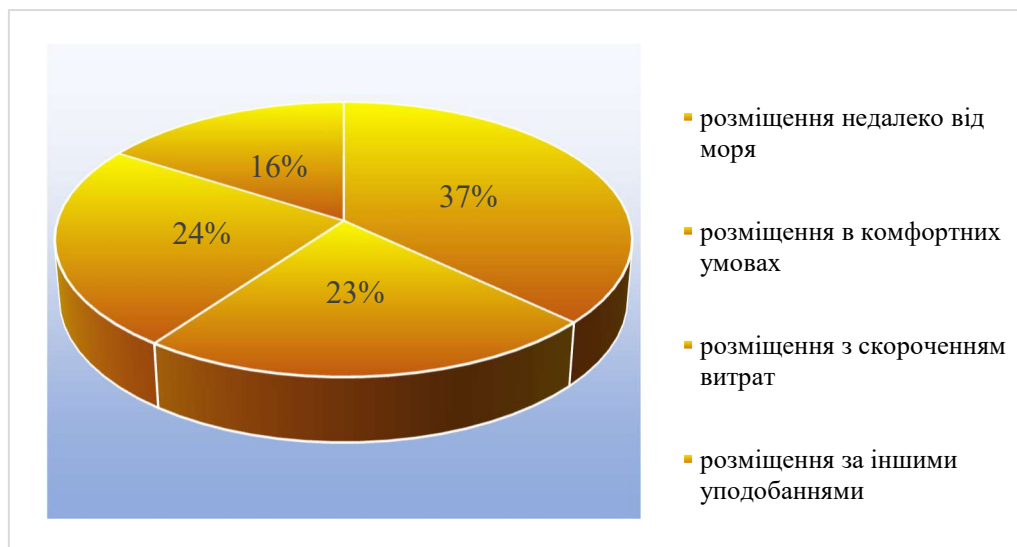


Рис. 2.5 - Вибір послуг розміщення за потребами молоддю Маріуполя

Внутрішньому туризму надали переваги 55% респондентів (рис.2.6).

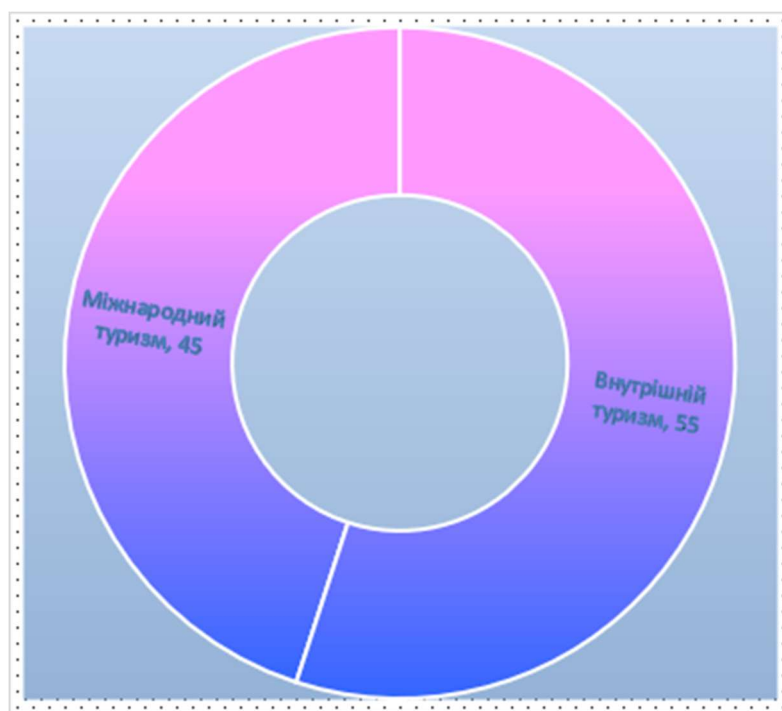


Рис. 2.6 - Співвідношення внутрішнього та міжнародного туризму у молоді Маріуполя (довоєнний період)

У зарубіжних країнах побувало 45% респондентів, із них: в Європі – 46%, в Азії – 17% респондентів, в Африці та Америці – 5% респондентів та 35% відвідували країни колишнього Радянського Союзу;

Найбільш відвідуваними країнами в Африці - Єгипет, а Азії – Туреччина.

Отримані дані підтверджують тенденцію домінування внутрішнього туризму над міжнародним в даних вікових групах, що зумовлено меншими фінансовими та тимчасовими витратами (поїздки на ближню відстань) [17].

Під час з'ясування обізнаності про Україну запитання були спрямовані на виявлення у респондентів із Бразилії, Мексики, Канади, США, Франції, Росії, Іспанії, Італії, Швейцарії туристичної, культурної поінформованості про Україну (рис.2.7).

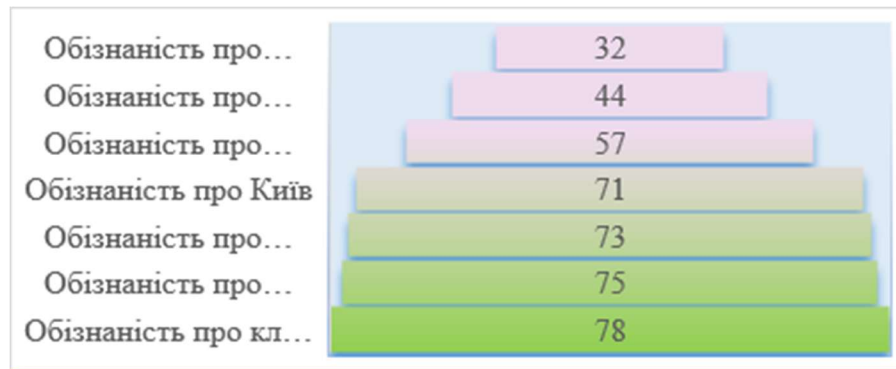


Рис. 2.7 - Обізнаність молоді інших країн про національно-географічні символи України

Виявлення обізнаності про географічне розташування України (в Азії, Африці, Європі, Південній Америці) показало, що правильну відповідь дали 89% респондентів;

З'ясування інформованості про національно-культурні та географічні особливості країни констатувало наступне:

- 78% респондентів показали достатній рівень обізнаності про український футбольний клуб «Шахтаря»;
- 75% респондентів - достатній рівень обізнаності про прапор України;
- 73% респондентів - достатній рівень обізнаності про борщ як національну українську страву;
- 71% респондентів - достатній рівень обізнаності про Київ як столицю України;
- 57% респондентів - середній рівень обізнаності про Т.Г.Шевченка як українського письменника;
- 51% респондентів - середній рівень обізнаності про гривню як валюту України;
- 44% респондентів показали низький рівень обізнаності про те що Чорне море омиває береги України;
- 32% респондентів змогли продемонструвати знання про країн-сусідів України;
- 44% респондентів до війни зазначали що в Україні не існує розвиненої злочинності.

Вивчення туристичної та культурної поінформованості про Україну у молоді з інших країн показало наявність достатньо-середнього рівня поінформованості на 60% питань [17].

Отже, до війни обізнаність про Україну у молоді з інших країн показало наявність достатньо та середнього рівнів обізнаності у 60% респондентів

До чинників підвищення рівня обізнаності про Україну слід віднести: досягнення спортсменів нашої країни та проведення культурно-мистецьких заходів за кордоном.

Емпіричне дослідження 2.

Аналіз рівня обізнаності студентської молоді з пам'ятками міста було проведено на основі опитування за допомогою методики «Пам'ятки Маріуполя».

Вибірка включала 45 респондентів віком від 17 років до 25 років.

В даному дослідженні зясовувалася обізнаність молоді Маріуполя з туристичними пам'ятками міста, які пов'язані з його історією, неповторністю культурної спадщини як регіонального, так і національного значення.

Проведене опитування констатувало різні рівні поінформованості Маріупольської молоді про вище зазначені туристичні об'єкти, пам'ятки (рис.2.8.).

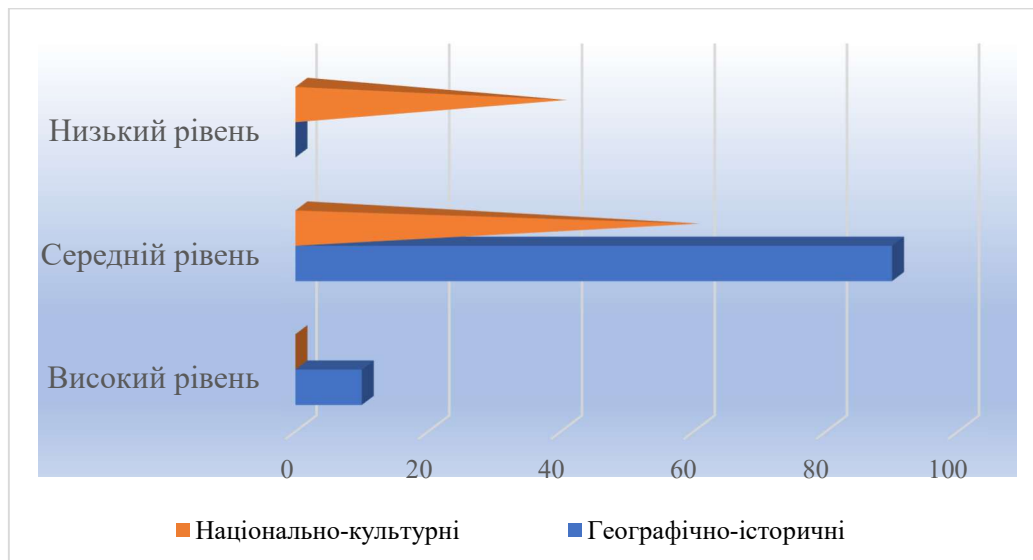


Рис. 2.8 - Рівні поінформованості молоді про туристичні пам'ятки Маріуполя

Виявлено наступні рівні обізнаності молоді про туристичні пам'ятки міста:

- 10% респондентів представили високий рівень обізнаності про географічно-історичні події та пам'ятки;
- 90% респондентів мають середній рівень поінформованості про географічними та історичними об'єкти та пам'ятки;
- 60% респондентів показали середній рівень обізнаності щодо національно-культурних пам'яток Маріуполя;
- 40% респондентів продемонстрували низький рівень обізнаності щодо національно-культурних пам'яток міста.

Емпіричне дослідження 3.

Також проводилося дослідження туристських потреб студентської молоді. Для цього використовувалася методика О.Любчук «Туристичні потреби та способи їх досягнення».

Дана методика була розроблена відповідно до принципу побудови методики Рокича «Ціннісні орієнтації»: включала термінальні групи потреб.

Метою даного дослідження було з'ясування особливостей значущості виокремлених груп туристичних потреб молоді міста Маріуполя.

Визначення рівнів значущості було з'ясовано відповідно до алгоритму представленого в монографічному дослідженні Н.Антонової [42].

Вибірка включала 30 респондентів віком від 17 до 22 років.

Вивчення груп туристичних потреб, включало такі, як:

- група Духовно-родинні потреби;
- група Оздоровчо-відпочивальні потреби;
- група Соціальні та самовираження потреби;
- група Хоббі як потреби.

Отримані результати показали наступні показники значущості туристичних потреб молоді (Рис.2.9):

- 4% респондентів вважають значущими духовно-родинні туристичні потреби;
- для 91% респондентів вважають духовно-родинні туристичні потреби займають середні ранги в ціннісному профілі;
- для 5% респондентів духовно-родинні туристичні потреби є незначущими;
- 4% респондентів продемонстрували значущість туристичних потреб групи хоббі;
- у 87% респондентів туристичні потреби групи хоббі займають середні ранги в ціннісному профілі;

- для 9% респондентів туристичні потреби групи хоббі є незначущими;
- 22% респондентів зазначили значущість туристичних оздоровчо-відпочивальних потреб;
- для 78% респондентів туристичні оздоровчо-відпочивальні потреби займають середні ранги в ціннісному профілі;
- 0% респондентів вважають туристичні оздоровчо-відпочивальні потреби незначущими;
- 0% респондентів констатували значущість для себе соціальних потреб та потреб самовираження;
- для 96% респондентів соціальні туристичні потреби та туристичні потреби в самовираженні займають середні ранги в ціннісному профілі;
- для 4% респондентів соціальні та в самовираженні туристичні потреби є незначущими.

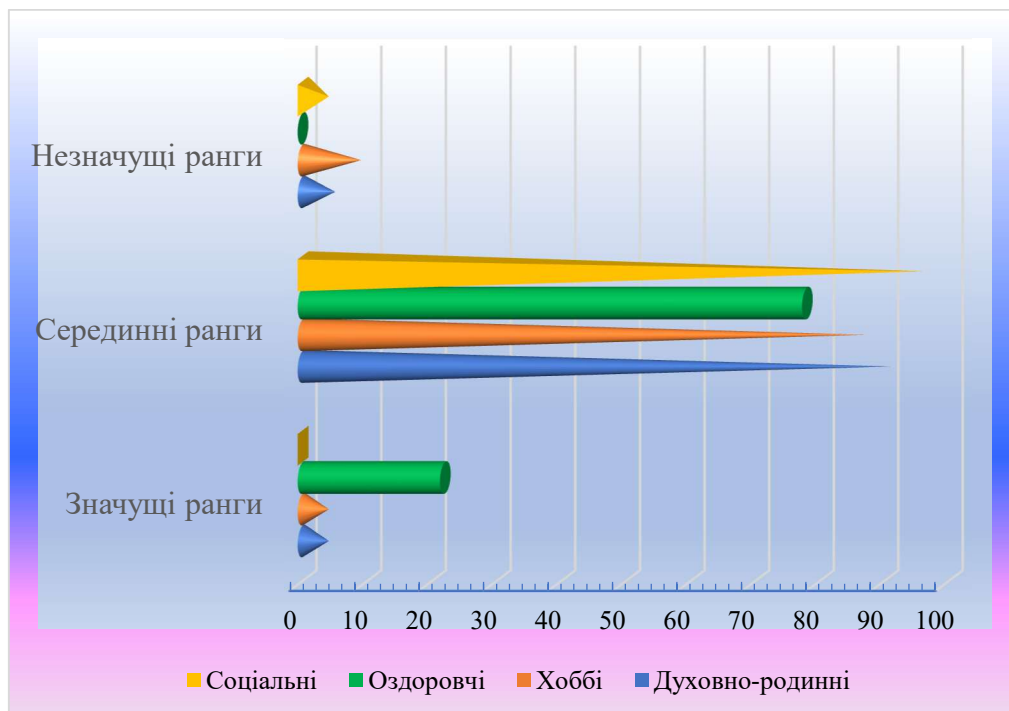


Рис. 2.9 - Показники значущості туристичних потреб молоді міста Маріуполя (довоєнний період)

Проведене дослідження виявило, що оздоровчо-відпочивальні туристичні потреби є значущими або займають середні ранги.

Серед туристичних потреб групи «Духовно-родинні» значущими для молоді є потреби в пізнанні культури, зокрема мистецтва. Дані потреби в пізнанні мистецтва є:

- значущими для 61% респондентів;
- «відвідування родичів» є значущими для 34% респондентів;
- знайомство з археологічними розкопками - для 26% респондентів;
- національними святами – для 21% респондентів.

Використання опитувальника «Пам'ятки Маріуполя» дозволило виявити недоліки в обізнаності молоді в історії, національно-духовних витоках мешканців Маріуполя та в знаннях туристичних об'єктів Маріуполя.

Вияв значущості кожної туристичної потреби із групи «Оздоровчо-відпочивальні» показав:

- туристичні потреби у відпочинку є значущими для 74% респондентів;
- в оздоровленні - для 57% респондентів;
- задоволення потреби в любові до природи для 43% респондентів.

Визначено, що значущими туристичними потребами для молоді міста Маріуполя є:

- туристичні потреби у відпочинку,
- подієві потреби (молодіжні фестивалі, конкурси, квести тощо),
- пізнавально-оздоровчі потреби;
- шопінг-потреби.

Отже, в процесі дослідження виявлено:

Особливістю молодіжного туризму в Україні є прояв високої активності в здійсненні внутрішнього і зовнішнього туризму в підлітковий період, що обумовлено спільними турами з батьками або без них, але за рахунок їх фінансування;

Зниження туристичної активності молоді в період закінчення школи і вступу до вищого навчального закладу;

Незначне підвищення туристичної активності під час навчання, що обумовлено недостатком особистих фінансів для туризму;

Молодіжний туризм сприяє відволіканню від буденних проблем, сприяє емоційній розрядці, зниженню перевтоми, організації відпочинку відповідно до запитів, розширенню світогляду, набуттю нових контактів.

2.3 Перлини історико-культурної спадщини Північного Причорномор'я та Маріуполя

Шляхи розвитку внутрішнього туризму в регіоні повинні базуватися на залученні туристів з інших регіонів на основі впровадження наступних заходів:

- створювати нові туристичні маршрути та екскурсії району;
- рекомендувати Державному комітету телебачення і радіомовлення України сприяти програмі з популяризації української історико-культурної спадщини, які б висвітлювали регіональні особливості Північного Приазов'я, актуальні питання розвитку внутрішнього туризму, актуалізували світовий досвід культури як чинника регіонального розвитку. До реалізації відповідної програми залучати організації громадянського суспільства, благодійні фонди, в) також необхідно розробити в одному атласі за географічним і тематичним принципом туристичні маршрути, які б дозволяли у короткий термін ознайомитися з культурними пам'ятками Північного Приазов'я (цим питанням зараз займається креативний простір «VEZHA»);

- надавати регіональним та місцевим закладам культури (управлінням, музеям, креативним простірам) інформаційної та методичної підтримки у розробці нових туристичних маршрутів із залученням місцевих пам'яток історії та культури.

- розробити рекламні компанії по залученню туристів, які реально працюють.

Одним із шляхів залучення туристів до Приазов'я, тим самим розвитку внутрішнього туризму регіону, може служити проведення екскурсій та турів різноманітної направленості, зокрема пізнавальних в межах краю з відвідування історико культурних місць регіону які включають до себе релігійні об'єкти міста Маріуполя та регіона тобто це релігійно-пізнавальний туризм по рідному краю, цікавий як місцевим мешканцям так і туристам з інших регіонів України.

Саме для цього нами був розроблений тур по регіону «Незвіданий Приазов». Розглянемо його детальніше.

Методична розробка проекту туру вихідного дня «Незвіданий Приазов»

Формування турів, екскурсійних програм, надання основних, додаткових і супутніх послуг складають технологію туристського обслуговування, тобто формування конкретного туристського продукту для задоволення потреб туристів.

На туристському ринку Північне Приазов'я в першу чергу відоме як таке, що має всі перспективи для розвитку сімейного та пізнавального туризму, а саме релігійно-пізнавального. Тому розробка даного туристського маршруту розрахована на відвідання релігійних об'єктів міста Маріуполя і його близприлеглих районів [45]. Ознайомлення з історико куль-

турними релігійними духовними пам'ятками сприяє духовному і культурному розвитку людини, розширює її кругозір, виховує любов до батьківщини, через пізнання чогось нового, незвіданого.

Релігійний туризм належить до найдавніших видів туризму. Його витoki сягають часів формування основних світових релігій. «Релігійний туризм, - зазначає дослідник Т. Христов, - це люди, які виїжджають за межі традиційного середовища проживання на термін не більше року для відвідування святих місць і центрів релігій». Релігійний напрям діяльності, пов'язаний з участю у подіях релігійного життя, що здійснюються за допомогою екскурсій, і паломницький, як подорож з метою відвідування святих і святих місць. Термін «релігійний туризм» відображає, передусім релігійно-пізнавальні аспекти або лише пізнавальні, а "паломницький туризм" пов'язаний з мандрівкою виключно з релігійною метою [46].

Релігійно-пізнавальний туризм сприяє згуртуванню членів сім'ї, які відвідують тур, допомагає відкривати щось нове одне в одному, налагодити контакт, глибше дізнатися про інтенси родини не зовні, а з середини. Іншими словами, під час відпочинку всією сім'єю, її члени мають можливість зробити для свого благополуччя все те, на що у звичайні будні не вистачає часу.

У даному випадку тур є груповим – це спільна поїздка декількох осіб (не менше 10 чоловік) по єдиному маршруту й на однакових умовах.

Тема туру: Незвіданий Приазов.

Мета: ознайомити туристів з основними природними та релігійними культурно-історичними пам'ятками міста і краю.

Тривалість туру: 2 дні / 1 ніч.

Вид транспорту: мікроавтобус, місткістю 15 місць.

Сезон для подорожей: найбільш оптимальний час для туру – травень - жовтень.

Протяжність усієї маршрутної частини – 149,2 км.

Маршрут туру: м. Маріуполь – с. Ялта - с. Білосарайська Коса - с. Юр'івка - с. Урзуф - м. Маріуполь.

Програма туру передбачена для сімейного відпочинку і можна так сказати спокійного відпочинку, з оздоровчою та пізнавально-розважальною метою. Вся програма буде проводитися гідом, який на протязі 2х днів буде супроводжувати туристів та ознайомлюватиме з релігійно-історичними та пізнавальними особливостями всіх складових маршруту.

1-й день

8:00 група зустрічається біля Драматичного театру м. Маріуполя.

8-30 розповідь гйда про храм Марії Магдаліни, прогулянка оновленим головним сквером Маріуполя. Частина фундаменту храму XIX століття виявили при реконструкції центрального Театрального скверу в Маріуполі.

Місцевий краєзнавець Микола Шевченко, керівний археологічними розкопками, уточнив, що на даний момент точне місце розташування храму і його масштаби встановити не можна, так як вдалося знайти лише частину цегляної кладки. «Десь у цьому районі перебувала церква Марії Магдаліни, але ми не можемо дізнатися точно де, оскільки ця площа була не один раз перебудована», - сказав він. На теперішній час місце розкопок помістили під скло, щоб гості і мешканці міста бачили свою історію. Храм на честь святої Марії Магдаліни в Маріуполі почали зводити в 1862 році на місці старої, розібраної від старості, церкви. Будівництво завершилося через 35 років, в 1897 році. У 1930-ті роки храм був зруйнований.

10-00 відвідування храму Покрова Божої Матері розташований поруч з головним сквером Маріуполя. Храм Покрова Божої Матері в Маріуполі буде найвищим в Донецькій області, а може навіть й в Україні. Повна висота (з врахуванням хреста) становитиме 84,3 метра

Храм будується прямо в центрі, буквально за сотню метрів від маріупольського драмтеатру навпроти водонапірної вежі.

10-20 відвідування водонапірної вежі. Старá водонапірна вежа– архітектурна пам'ятка Маріуполя. Знаходиться в Центральному районі на перетині вулиць Варганова та Енгельса. Висота 33 м. Проект створив інженер, міський архітектор та гласний В. О. Нільсен. Будівельні

роботи зі спорудження водонапірної вежі та міського водопроводу були розпочаті в грудні 1909 року. Міський водопровід почав діяти 3 липня 1910 року. На вулицях міста були побудовані водяні колонки з приміщеннями для доглядачів, які продавали воду. Окремі лінії були проведені в будинки заможних маріупольців. За словами мера міста, Вежа - один з яскравих туристичних магнітів кластера «Міста Марії» [47]. Це візитна картка та історична спадщина міста. Будівля давно потребувала не тільки ремонту, а й перезавантаженні філософії. Водонапірна вежа перетворилася у відкритий простір - цікавий, культурний та сучасний. У «Вежі» з'явилися туристичний центр, простір для спілкування та обговорення, коворкінг, оглядовий майданчик з телескопом. Тут можна не тільки побачити місто з висоти пташиного польоту, але і подивитися на зірки. На згадку про відвідини «Вежі» можна придбати сувенір - брендову продукцію міста.

10-45 відвідування руїн синагоги. Поруч з Маріупольським краєзнавчим музеєм вже кілька десятиліть стоять мальовничі руїни двоповерхового будинку, в якому колись розміщувалася хоральна синагога Маріуполя (додаток Є). Синагогу було побудовано в 1882 році. В 1930-х роках, в період масових гонінь на представників всіх релігій, синагогу було зруйновано. Маріупольський краєзнавець Сергій Буров вважає, що в будівлі послідовно розміщувалися гімнастичний зал, лікарня, медичне училище, вечірньо-заочна школа, школа юних моряків, дуже може бути було тут щось й інше». [48] В середині 1980-х років рішенням міськвиконкому тут розмістили картинну галерею. Але однієї зими після занадто сильного снігопаду (що не традиційно для клімату Приазов'я) дах не витримав ваги снігового покриву й рухнув. Частку будівельних матеріалів розтягнули мешканці навколишніх будинків, а те, що залишилося від однієї з найстаріших будівель Маріуполя, можна бачити в сьогодення.

11-15 відвідування мечеті Султана і Роксолани міста Маріуполь. В Приморському парку Маріуполя підноситься мінарет мечеті Сулеймана і Роксолани - це одне з найбільш несподіваних архітектурних споруд, що стало окрасою парку та однією з основних визначних пам'яток міста. Мечеть відкрили в жовтні 2007 р. з ініціативи турецьких металоторгівців. На відкриття приїжджав один з міністрів турецького уряду. В будівництві брали участь й місцеві азербайджанці. Двір мечеті відразу ж став об'єктом паломництва не тільки мусульман, а й весільних процесій. На вході висить оголошення, що на території можна фотографуватися безкоштовно. Ось так культова споруда мусульман виявиться в фотоальбомах багатьох молодих маріупольців, які в більшості своїй - православні християни.

11-45 відїзд до Білосарайської коси

12-15 прибуття до Білосарайської Коси. Обід в місцевому кафе «Іюль».

12-15 відвідування пам'ятника Осетрові. Так, так - саме так, Осетра з великої літери! А все тому що цей новий пам'ятник розміром в три метри, виготовлений з армованого бетону, оббита гігантська риба мідним 500 кілограмовим листом. Встановили цей монумент, щоб нагадати всім, що ще не так давно Азовське море могло похвалитися величезною кількістю риби сімейства осетрових. Зараз води моря жажливо спорожніли, а осетер занесений в червону книгу і заборонений до вилову. Тому, помилуватися рибкою можна тепер тільки на площі перед сільрадою.

12-45 Відвідування білосарайського маяка. Ще одна місцева визначна пам'ятка, відвідати яку просто обов'язково. Його добре видно з різних місць коси і стоїть він тут ще з 1835 року. Один з найстаріших маяків все ще робочий, тому всередину потрапити досить складно. Хіба що домовитися з доглядачем. Але, навіть якщо у вас це не вийшло, не турбуйтеся, фотографії на тлі 22-метрової восьмигранної вежі все одно виходять відмінні. Оточує маяк гарний плодовий сад, обійти огорожу можна з боку моря і там же пошукати доглядача. Вони тут живуть зі своїми сім'ями і найчастіше досить привітно зустрічають гостей. Біля білосніжної вежі лежить ще один досить найдавніший експонат - величезний якір-кішка, якій близько 400 років. Є відомості, що підняли його з затонулої турецької галери.

13-15 Відвідування храму Марії Магдалини. Крім маяка, осетра і заповідника, тут ще є храм Марії Магдалини. Не стара, досить цікава будівля, яку буде приємно відвідати.

Також, сміливо можна сказати, що вся природа Білосарайської коси є її пам'яткою. Вона буквально закохує в себе, заворожує і їхати звідси зовсім не хочеться.

13-45 Відвідування білосарайського орнітологічного заповідника. Досить цікава природна локація, яка отримала статус заповідника порівняно недавно - в 1995 році. У цьому заповіднику можна помилуватися великою кількістю різних птахів таких як: лебеді, крякви і гуси, чайки, кулики. Також, тут знаходиться Приазовський чапельник - в Північному Приазов'ї це місце вважається найбільшою природною колонією чапель. Пернаті мешканці тут вільно ходять по березі, будують гнізда, вирощують пташенят. Деякі облюбували територію озер і болота. Так тут навіть є озеро Лебедине, на якому ви зможете не тільки сфотографувати, але і погодувати цих гордих, прекрасних птахів. Погуляти по заповіднику можна самостійно, або ж домовитися з місцевими про екскурсію. Тоді у вас з'явиться шанс дізнатися багато цікавої інформації про крилатих мешканців Белосарайкі. Крім птахів на території коси можна зустріти ящірок, дрібних тварин. Тут росте понад 217 видів рослин, причому, деякі з них вважаються вкрай рідкісними і зникаючими. Також, води Азовського моря багаті на рибу. Якщо вам подобається риболовля - просто йдіть подалі від готелів на камені і ви точно зможете наловити собі бичків на вечерю.

15-00 приблизний час прибуття до селища Ялта.

15-15 відвідання місцевого храму Іоанна Златоуста. Туристи, прямуючи центром селища Ялта, насолоджуються позолоченими куполами Храму Іоана Златоуста. В Криму є храм з такою ж назвою, який зведено ще в 30 рр. XIX століття. Приазовські інформаційні джерела кажуть, що місцеву церкву (невелику, кам'яну) на честь Іоанна Златоуста, архієпископа Константинопольського, побудовано в перший рік після переселення греків, а її назву перенесено з кримської Ялти. Однопрістольний, 5-купольний храм Іоанна Златоуста побудовано на кошти парафіян близько 1863 р. Але в 1930 р. храм закрили, а незабаром зруйнували.

Лише в 2007 році на найвищому місці с. Ялта побудовано сучасну церкву. В ній зберігаються частки мощей Святителя Іоанна Златоуста (347-407 рр.) і Святителя Василя Великого, які були передані з острова Крит напередодні 1600-річчя пам'яті покровителя Храму (додаток І).

15-45 прибуття до селища Юр'ївка. Розміщення в пансіонаті «Металург»

16-15 полудник в кафе або їдальні пансіоната за вибором.

16-45 вільний час. Прогулянка селищем, купання в Азовському морі.

19-00 Вечеря в кафе або їдальні пансіонату за вибором.

2-й день

Другий день туру розпочинається зі смачного сніданку в їдальні пансіонату «Металург», після якого група звільнює номери та прямує до юр'ївського храму Георгія Победоносця. Туристи знайомляться з історією храму та вирушають у дорогу до селища Урзуф, де на них чекає історія храму Архістрати́га Божого Михаїла, який знаходиться в самому серці селища. Літературні джерела стверджують, що наприкінці XVIII в. в північному Приазов'ї теперішньої Донецької області греки заснували 22 села та місто Маріуполь. В 1779 році в тодішнє село Урзуф прибуло 185 осіб.

В 1780 р узбережжя відвідав митрополит Ігнатій (Гозодінов). В кожному селі на знак свого благословення він залишав ікони. В Урзуфі це була ікона Св. Архістрати́га Михаїла. На честь цього святого в 1800 р. й була освячена перша в Урзуфі церква. Перша церква була напівпідвальним «шестікупольним» приміщенням з дуже скромними розмірами - 3 метра завдовжки та 2 метри шириною. Воно було обшите дошками. В середину вели 3 сходи́нки. Стіни церкви були увішані іконами, на головному місці висіла велика ікона Св. Архістрати́га Михаїла, подарована Святителем Ігнатієм. Віруючі під час служіння стояли на вулиці.

В такому стані церква проіснувала до кінця 20-х років XIX століття. Кам'яний храм в селі Урзуф був побудований за проектом італійських архітекторів в 1876 р. Будівництво тривало понад 10 років. Церква будувалася на кошти народу. Урзуфську церкву було побудовано в формі хреста з п'яти куполів та однієї дзвіниці. Церква мала огорожу з кам'яних тумб, з'єднаних залізними прутами з гострими списами вгорі. Висота церкви дорівнювала 33 м, що від-

повідас рокам життя Ісуса Христа. Своє ім'я церква успадкувала від першої церкви - Православна церква Архістрати́га Божого Михаїла. Першим настоятелем був священник Спиридон Калафатов, який прослужив до 1905 року. Другим настоятелем був священник Костянтин Трапляєв (грек, з Малої Янісо́лі), який прослужив до 1928 р. Влітку 1929 р. храм був закритий, а священника заслали. Будівлю церкви перетворили на склад. Людиною, яка врятувала храм і повернула історичну назву населеному пункту, став Спиридон Іванович Кудакочев. Спиридон Іванович разом з дружиною працював в с. Урзуфі все життя. Після фронту, він повернувся в рідне село. Він викладав історію та географію, а його дружина - хімію та біологію. Більше п'ятдесяти років він працював в школі. Він учив любити свій край, свою історію, своє село. Виросли його учні. Вони досі згадують ті давні уроки як щось незвичайне. В 1948 р. С.І. Кудакочев, який не мав сил дивитися на спотворення храму, потайки зібрав кілька десятків підписів і написав листа Москву, в Управління православної церкви при Раді Міністрів СРСР. Це було величезним ризиком - в ті часи за такі листи ув'язнювали.

З початку вісімдесятих років він знову почав спроби відновити храм. Численні листи, які підписували до 400 осіб, надси́лалися в усі інстанції колишнього СРСР. І тільки після того, коли лист з підписами членів ініціативної групи з реставрації церкви, створеної С.І. Кудакочевим, були відправлені в Москву: Г.Х. Попову, М.С. Горбачову, Д.С. Лихачову, С.І. Кудакочева викликали в райвиконком, де йому сказали: «Організуйте церковну громаду та приступайте до реставрації храму». С.І. Кудакочев через районну газету звернувся до всіх підприємств та організацій району з проханням надати допомогу у відновленні та реставрації єдиного храму, що зберігся на півдні Донецької області. І в 1991 р. почалася реставрація храму. Першу літургію у відновленому храмі провів священник Павел Олійник 2 червня 1994 р.

Вільний час.

16.00 – виїзд до м. Маріуполь.

Детальний опис об'єктів показу наведений нами в другому розділі та в додатках.

Калькуляція вартості туру

При розрахунку калькуляції нашого туру, будемо спиратися на методику, яка базується на технології подорожей і організацій обслуговування клієнтів.

Приступаючи до розрахунку ціни на тур, виходимо з того, що собівартість туристського продукту складається з суми змінних і постійних витрат на організацію туру.

До змінних (прямих і непрямих) витрат відносяться:

- вартість розміщення туристів в пансіонаті;
- вартість замовленого харчування (харчування не обов'язково включене, все залежить від бажання туриста);
- вартість екскурсій;
- вартості трансферу і організації зустрічі/проводів;
- комісійні турагентам.

До основних постійних витрат туристської фірми відносяться: оренда офісу, заробітна плата управлінського та іншого персоналу з відррахуваннями на соціальне страхування, витрати на загальну рекламу, інші загальногосподарські витрати.

У повну вартість туру входять комісійні тур агентам, у вигляді відсотка до загальної вартості туру, а також витрати на керівника тургрупи. У різних країнах прийняті різні підходи до оплати готельних витрат і харчування керівника тургрупи: розміщується і харчується безкоштовно, за пільговими тарифами або за тими ж тарифами, що і туристи.

Отже, з урахуванням вищевикладеного, наведемо приблизний розрахунок собівартості нашого туру, виходячи з поділу витрат на постійні та змінні.

1. Розрахунок постійних витрат.

Проживання (гід і водій): 1 д. (150+150грн) = 300 грн.

Мед/страховка: 50 * 2 = 100 грн.

Розрахунок транспортних послуг за даних умов: протяжність маршруту 74,6 км, швидкість мікроавтобусу 60 км/год, витрати палива 16л/100км, ціна палива 1 л * 29,5 грн.

Отже, витрати на проходження маршруту складають:

$74.6 \cdot 16 / 100 = 11,93 \text{ л} \cdot 29.5 \text{ грн} = 351,93 \text{ грн.}$

Послуги екскурсовода (гіда): 2 дн. * 150 грн. = 300 грн.

Разом постійних витрат: $300 + 100 + 351,93 + 300 = 1051,93 \text{ грн.}$

2. Розрахунок змінних витрат:

Проживання за 2 дорослих.: 1 д. $(150 + 150 \text{ грн}) = 300 \text{ грн} \cdot 5 \text{ кімнат} = 1500 \text{ грн.}$

Проживання дітям від 5 до 9 років: – 50 %, а дітям до 5 років: безкоштовно.

Мед/страховка: $50 \cdot 10 = 500 \text{ грн.}$

Разом змінних витрат: $1500 + 500 = 2000 \text{ грн.}$

Виходячи з таких умов розрахунку вартості туру, який включатиме вартість послуг гіда групи, а також витрати на водія, розрахуємо собівартість туру за формулою 3.1:

$C \text{ туру} = 3 \text{ пост.} + 3 \text{ пер. (3.1)}$

де, C тура - собівартість туру;

3 пост. - постійні витрати;

3 пер. - змінні витрати.

$C \text{ туру} = 1051,93 + 2000 = 3051,93 \text{ грн.}$

Для спрощення розрахунку ціни розроблюваного туристського маршруту скористаємося методом «витрати плюс прибуток», закладаючи рентабельність в розмірі 10 %. У цьому випадку ціна туристської путівки для конкретного покупця даного туру буде визначатися за формулою 3.2:

$\Pi = (C \text{ туру} / 16) + R \text{ рент (3.2)}$

де, Π - ціна турпутівки для однієї особи;

C туру - собівартість цієї турпутівки для фірми;

R рент. - встановлений коефіцієнт рентабельності.

$\Pi \text{ туру} = (3051,93 / 10) + 10 \% = 335 \text{ грн.}$

$\Pi \text{ туру на дитину 5-9 років} = 167 \text{ грн.}$

Таким чином, вартість туру на сім'ю з двох дорослих складає 670 грн., на сім'ю з двох дорослих та дитини 5-9 років складає 837 грн.

До вартості туру включено: транспортне перевезення; екскурсійне обслуговування; харчування (сніданок); страховка.

Додатково оплачується: харчування (обід, вечеря); сувеніри; вхідні білети до музею, зоопарку.

Отже, проблеми сучасного стану внутрішнього туризму полягають у недостатньо удосконаленій рекламній сфері та заохочувальних заходів, що сприяли б застосуванню рекреаційного виду відпочинку з метою підвищення його розвитку як на місцевому, так і на державному рівнях.

Зважаючи на це, нами і був розроблений проект туру «Незвіданий Приазов», що може слугувати розвитку внутрішнього туризму Північного Приазов'я, яке має для цього всі необхідні ресурси.

Різноманітність екскурсій і розваг робить тур насиченим і привабливим, перевагою туру є поєднання екскурсійного обслуговування та вільного часу туристів. Конкурентоспроможність тура досягається за рахунок порівняно невеликої його вартості при максимальній насиченості екскурсіями і якісним сервісом. Базовою умовою подальшого динамічного розвитку внутрішнього туризму є створення його ефективної національної моделі, як інтеграції даного виду туризму у соціальний механізм об'єднання членів родин і не сімейних громадян через пізнання нових вражень.

2.4 Сучасний стан етнокультурної спадщини України

Розвиток туризму обумовлений актуальними соціально-економічними, політичними та культурними факторами, які можуть бути сприятливою або несприятливою основою для туризму. Так, рекордна кількість іноземних громадян, які в'їхали на територію України у 2013 р., а саме 24,8 млн осіб, пояснюється чемпіонатом Європи з футболу 2012 р., який дозволив

світу познайомитися з Україною. З іншого боку, несприятлива політична ситуація, зокрема війна, що зараз відбувається на території України, є в корні негативною умовою для туристичної діяльності. Руйнація туристичних атракцій, що відбувається під час воєнного вторгнення росії в Україну, також є несприятливою обставиною для розвитку туризму та обумовлює зменшення кількості туристів.

На основі аналізу даних Державної служби статистики України за 27 років (1990-2017 рр.) можна спостерігати стійку тенденцію зменшення кількості культурних туристичних атракцій – театрів, бібліотек, демонстраторів фільмів, клубних закладів – та сильне скорочення їх відвідувачів. Ця тенденція скорочення відвідувачів простежується ще яскравіше на прикладі музейного туризму та концертів. Хоча за 1990-2017 рр. кількість музеїв в Україні збільшилася вдвічі, кількість їхніх відвідувачів вдвічі зменшилася. Кількість концертних організацій за досліджений період збільшилася в півтора рази, але кількість відвідувачів концертів зменшилася у п'ять разів.

Отже, ще до початку повномасштабного вторгнення росії на територію України спостерігається тенденція зменшення відвідувачів закладів культурного туризму.

Після початку повномасштабної війни кількість туристів – відвідувачів культурних туристичних атракцій ще зменшилася, про що повідомляє директорка Одеського літературного музею Тетяна Ліптуга. Тому музеї змушені працювати у зовсім незвичайних обставинах, закривати експозиції та працювати неповноцінно. Саме тому вони стали за власною ініціативою реалізовувати проекти, які передбачають безплатні культурологічні заходи для вимушених переселенців, які приїхали до Одеси через складні військові обставини, щоби показати цікаві виставки, мистецтво Одеси, проводити екскурсії, бесіди про феномен Одеси, розповідати про відомих письменників.

Представники музеїв працюють також з дітьми переселенців, які переїхали, переживши складні стресові ситуації. Наукові співробітники музеїв проводять з дітьми майстер-класи з малювання, аби долучити дітей до культури минулого. Діти пишуть гусиними перами, використовуючи чорнила, про які раніше нічого не знали. Проводять літературну інтерактивну екскурсію «Історичний вояж» по саду скульптур. Діти отримують подарунки – сувеніри від музею з його логотипом.

Такі культурологічні практики є ціннісними і для внутрішніх переселенців, і важливими для самих музеїв, щоби вони продовжували діяти в нових, складних для них обставинах. Отже, музеї пристосовуються до вимог воєнного часу та вигадують нові проекти. Ці обставини змушують туристичних агентів переходити на інші способи ведення туристичної діяльності.

Також знаковими реаліями є такі, що в умовах незалежності України та деколонізації культури з українського книжкового ринку пішли російськомовні видання та продукція російських видавництв.

Натомість зросла кількість українських видавництв книжок, які за останні роки видали багато етнокультурологічної книжкової продукції:

- Іван Франко. Історія кожуха. Видавництво: Librarius,
- Дар'я Анцибор. Під подушку чи під ялинку? Антропологічне дослідження свят. Видавництво: Лабораторія, 2023,
- Наталія Пашинська. Різдвяні історії під подушку. Видавництво: Чорні вівці, 2022,
- Катерина Липа. Історія архітектурних стилів, великих і не дуже. Видавництво: Віхола, 2024,
- Тарас Ярослав. Архітектура дерев'яних храмів українців Карпат: культурно-традиційний аспект, Видавництво: Фоліо, 2018,
- Анна Врочинська. Українські народні жіночі прикраси XIX - початку XX століть. Видавництво Родовід, 2015 рік та ін.

Наявність наукових, науково-популярних та художніх книжок культурно-етнологічного змісту, виданих протягом останніх років, свідчить величезний попит на них та робить їх додатковим туристичним ресурсом для вивчення та популяризації етнокультурної

спадщини українського народу. Туризм – це подорож. А отже він пов’язаний з переміщенням людини. Точніше, традиційно був пов’язаний. В сучасну добу з’явився віртуальний туризм – подорож за допомогою гаджетів, віртуальних музеїв, електронних баз даних.

Виходячи з особистого досвіду культурницької діяльності в напрямку популяризації народного спадку, можна запропонувати додати як перспективний різновид пізнавального туризму також літературний та ігровий туризм. Читання наукової, науково-популярної та художньої літератури про певні туристичні атракції, культурно-історичні пам’ятки чи етнокультурні предмети, а також організація народних рухливих ігор або настільних ігор етнокультурологічного змісту також можуть розглядатися як туристичні подорожі або види діяльності, що супроводжують туристичні події.

Сьогодні на ринку з’являються інноваційні етнокультурні продукти, які пропонують симуляцію – подорож-занурення в світ українських традицій, матеріальної культури. До таких етнокультурологічних продуктів можна віднести настільні ігри:

- Україна: Спадщина – етнокультурологічна гра авторки Ірини Лаврової, де комплексно показаний український народний костюм, національна кухня, музичні інструменти (рис.2.10);



Рисунок 2.10 - Україна: Спадщина – настільна гра про українську етнокультурну спадщину

- Чарівний світ – настільна гра львівського видавництва Бюро Ігор Така Мака про язичницьку культуру східних слов’ян;

- Їдломарафон – гра про українські народні страви та кулінарні традиції авторки Євгенії Кузнецової, яка зараз доступна за передпродажем, і вийде з друку у січні 2025 р.

- Пацьорки – настільна гра про українські народні свята. Гра розроблена українською діаспорою в Естонії;

- Хата Багата – настільна гра, де крім вищезгаданих предметів етнокультурної спадщини показаний традиційний транспорт, народна іграшка, знаряддя праці та символи України (рис.2.11) та ін.



Рис. 2.11 - Хата Багата – етнокультурологічна настільна гра

В сучасних умовах формуються та діють нові колаборації суб'єктів етнокультурницької діяльності, які потребують визнання, наукового вивчення, обґрунтування як інноваційних способів організації туристичних заходів.

Традиційні музейні експозиції, які є туристичним ресурсом та локаціями культурно-історичного або пізнавального туризму, втрачають свою привабливість для відвідання широким колом туристів. З іншого боку, коли етнічні предмети, що складають ці музейні експозиції, стають предметом відображення в сучасному живописі через творчу інтерпретацію художників України, або коли вони відображаються на сторінках популярних літературних видань чи на ігровому інвентарі настільних ігор (рис.2.12), за цих умов вони набувають туристичної привабливості. Отже, відображення традиційних предметів народної культури в новітніх формах викликає інтерес та попит на їх пізнання, уважніше дослідження, що може стати стимулом для розвитку відповідних форм туризму.



Рис. 2.12 – Керсетка як традиційне жіноче вбрання з експозиції Музею народного побуту (м.Маріуполь) через творчу інтерпретацію художниці Олі Гайдамаки як ігрова картка настільної гри «Україна: Спадщина»

Схоже мистецьке відображення в мистецьких творах сучасних українських художників знаходять предмети експозицій історичних та археологічних музеїв – археологічні пам'ятки та прикраси: намиста, кільця, гривні, скроневі кільця, застібки для одєжі, предмети побуту. Це робить їх туристично привабливими для широкого кола людей.

Конвенція «Про охорону нематеріальної культурної спадщини» від 17.10.2003 р. надає визначення поняттю «нематеріальна культурна спадщина»: «Термін "нематеріальна культурна спадщина" означає ті звичаї, форми показу та вираження, знання та навички, а також пов'язані з ними інструменти, предмети, артефакти й культурні простори, які визнані спільнотами, групами й у деяких випадках окремими особами як частина їхньої культурної спадщини. Ця нематеріальна культурна спадщина, що передається від покоління до покоління, постійно відтворюється спільнотами та групами під впливом їхнього оточення, їхньої взаємодії з природою та їхньої історії і формує у них почуття самобутності й наступності, сприяючи таким чином повазі до культурного різноманіття й творчості людини. Для цілей цієї Конвенції до уваги береться лишета нематеріальна культурна спадщина, яка є сумісною з існуючими міжнародними договорами з прав людини, з вимогами взаємної поваги між спільнотами, групами та окремими особами, а також сталого розвитку».

Проявляється нематеріальна культурна спадщина в усних традиціях та формах вираження, зокрема в мові як носії нематеріальної культурної спадщини, виконавському мистецтві, звичаях, обрядах, святкуваннях, знаннях та практиці, що стосуються природи та всесвіту, традиційних ремеслах. Нематеріальна культурна спадщина окремої держави є частиною спільної спадщини людства в різних областях діяльності, потужним засобом зближення народів, етнічних груп і затвердження їх культурної самобутності. Стратегічним завданням кожної держави, відтак, є збереження національної мови та літератури, значущих традицій та звичаїв, пам'яток фольклору, а також захист культурної самобутності народу, створення умов для популяризації його нематеріальної культурної спадщини всередині країни та за її межами заради збереження єдиного культурного простору.

Для того, щоби розпізнавати, популяризувати та захищати від забуття нематеріальну культурну спадщину, Конвенція започаткувала створення Репрезентативного списку нематеріальної культурної спадщини людства (стаття 16) та Список нематеріальної культурної спадщини, що потребує термінової охорони (стаття 17).

Україна сьогодні представлена у цих Списках п'ятьма шедеврами, серед яких:

- Петриківській декоративний живопис як феномен української орнаментальної народної творчості (2013 р.);
- козацькі пісні Дніпропетровщини (2016 р.);
- традиція косівської розписної кераміки (2019 р.);
- Орнек, кримськотатарський орнамент і знання про нього (2021 р.);
- культура приготування українського борщу (2022 р.).

Україна також склала Національний перелік елементів нематеріальної культурної спадщини України (Наказ Міністерства культури України від 12.02.2018 р. № 105 «Про затвердження Національного переліку елементів нематеріальної культурної спадщини України»). У 2024 р. до цього списку внесено 93 об'єкти спадщини.

Сьогодні зростає інтерес до вивчення та популяризації етнокультурної спадщини як на українському національному, так і на міжнародному рівні.

На світовому рівні наприкінці ХХ – на початку ХХІ ст. в багатьох країнах сформувався запит на відродження самобутніх національних культур. Цей запит, спричинений своєрідним «етнічним вибухом» чи, як його назвав Е. Сміт, «етнічним ренесансом», проявився в демонстративному розвитку етнічної самосвідомості та прагненні репрезентувати світові надбання окремих етнічних спільнот. Це посприяло згуртуванню світового співтовариства навколо ідеї відтворення, збереження та популяризації культурної спадщини.

Оскільки проблемами матеріальної культурної спадщини людство на той час вже досить сильно опікувалося, на порядку денному постали питання нематеріальної її складової. Україна долучилася до Конвенції про охорону всесвітньої культурної і природної спадщини

6 березня 2008 р., цим самим взявши на себе зобов'язання забезпечити охорону нематеріальної культурної спадщини, ідентифікувати й визначати різні її елементи на власній території.

Кінець XX – початок XXI ст. зазначалися і в Україні зростанням інтересу до вивчення вікового народного спадку. Цей період в історії нашої держави став добою здобуття незалежності, процесами політичної демократизації та культурної деколонізації, позбавлення від диктату імперської російської культури та отримання омріяної можливості розвивати власну національну культуру.

Отже, загальносвітові явища етнічного ренесансу співпадають зі здобуттям незалежності України та з процесами деколонізації культури, що посилює прагнення відродити забуту етнокультурну спадщину.

В умовах децентралізації територіальні громади України виявилися особливо зацікавленими в використанні, збереженні та популяризації культурної спадщини. Тому вони відіграють в цій сфері колосальну роль.

На сьогодні великого поширення набуло співробітництво суб'єктів туристичного бізнесу з місцевими громадами та залучення до програм перебування туристів локальних практик нематеріальної культурної спадщини. Найбільшим попитом користуються тематичні майстер-класи, участь у народних звичаях та обрядах, зустрічі з носіями місцевих традицій та ремесел. Діяльність народних майстрів, мистецтвознавців та фахівців у галузі української минувшини, громадських активістів та мешканців місцевих територіальних громад.

Важливу роль відіграють місцеві заходи. До таких заходів належать фестивалі, етнофестивалі, різноманітні івенти, зокрема, фестивалі, які мають на меті акцентувати увагу на локальних осередках народної творчості, ремесел та традицій, що формувалися століттями та становлять сьогодні колосальний скарб українського народу.

Одним із найвідоміших в Україні та добре відомим за її межами є Сорочинський ярмарок, на якому можна як придбати широкий асортимент автентичних виробів, так і взяти участь у театралізованих дійствах, виконанні українських народних пісень та танців тощо. Серед етнографічних / фольклорно-етнографічних фестивалів, організатори яких роблять акцент на популяризації національної самобутності та унікальності культурного надбання українського народу, найбільш пізнаваними є :

- «Етновир» (Львів),
- Міжнародний гуцульський фестиваль (міста Івано-Франківщини),
- «Трипільське коло» (Ржищів на Київщині),
- «Ту Стань» (Урич Львівської обл.), ін.
- Окремої уваги вартують гастрофестивалі, які особливо полюбися вітчизняним та іноземним туристам, а саме:
 - «Закарпатське Божоле» (Ужгород),
 - «Борщик у глиняному горщику» (Опішня Полтавської обл.),
 - львівські фестивалі кави, шоколаду, сиру та вина,
 - «Червене вино» (Мукачеве),
 - «Галицька дефіляда» (Львів), ін.

Народні промисли: гончарство, писанкарство, ткацтво, плетнекарство, вишивка, народна іграшка, в'язання. Значний потенціал для розвитку туризму у регіонах мають осередки народних промислів, які зберігають сформовані упродовж багатьох тисячоліть культурні надбання українців та мають значний культурний та туристичний потенціал. Так, приміром, традиції гончарного ремесла в Україні на сьогодні найкраще збереглися в м. Косів на Івано-Франківщині, с. Опішня на Полтавщині та в Гавареччині на Львівщині, головним осередком декоративного розпису є с. Петриківка на Дніпропетровщині, центрами писанкарства є с. Космач та м. Коломия Івано-Франківської області, традиціями плетнекарства за старовинними технологіями славляться с. Бромлі Сумської обл., м. Хуст та м. Тячів на Закарпатті, стародавні техніки ткацтва зберігають місцеві майстри в Кролеві, Решетилівці, Богуславі, Переяславі-Хмельницькому, Косові, Коломиї, ін. А щоб ознайомитися з традиціями вишивки, традиційними техніками виготовлення витинанки, народної іграшки чи в'язання,

достатньо просто поїхати подалі від міста, адже в українському селі наразі функціонує чимало осередків зазначених промислів.

В сучасних умовах набувають ваги та поширення заходи, що організовані в колаборації територіальних та місцевих органів влади з музеями, бібліотеками, громадськими організаціями та ініціативами, фахівцями, науковцями, за організаційної та фінансової підтримки міжнародних організацій та фондів. Серед таких заходів, які мають спільну організацію, можна назвати:

- виставки, експозиції, інтерактивні заходи;

- лекції. Як приклад можна навести лекцію «Секрети вишиванки», яку провела народна майстриня, старша наукова співробітниця Національного музею архітектури та побуту України Оксана Гордієць про символізм, який приховують вишиті сорочки, за підтримки ТРС Бориспіль, Бориспільський державний історичний музей.

- проект «Етноспадок»: створення модерного бізнес-продукту, а саме етнологічних настільних календарів. Організатори: Бориспільський історичний музей, місцеві фотографи, моделі, вдягнуті в український народний стрій;

- проект «Бориспіль – місто майстрів», де зйомки відео для YouTube-каналу були проведені на території Бориспільського державного історичного музею, проект профінансований Бориспільською міською радою та Британською радою в Україні, реалізований проект мешканкою міста з числа ВПО Іриною Лавровою в рамках програми «Активні громадяни».

- різдвяні посиденьки організовують Тернопільська обласна бібліотека для дітей, ТатоХаб для дітей та сімей ВПО та місцевих;

- концерти української народної пісні. Співорганізатори: Муніципальний театр "Березіль», Бориспільський державний історичний музей, Творчий клуб "Спілка митців Борисполя";

- етнокультурні фестивалі: наприклад, Козацька варта, м. Бориспіль;

- етногастрофестивалі, зокрема, «Борщик у глиняному горщику», с. Опішня Полтавської обл., організаторка етнологиня Олена Щербань;

- народні свята: Етнофест "Бориспільська весна". Співорганізатори: Бориспільський державний історичний музей, Управління культури Бориспільської міської ради.

- виставки: вивчення й популяризація української народної іграшки. Співорганізатори: Бориспільський державний історичний музей, Управління культури Бориспільської міської ради, Творчий клуб "Спілка митців Борисполя"

Важливим способом приваблення уваги туристів до етнокультурного туризму є організація їх участі в традиційних народних промислах: гончарство, писанкарство, ткацтво, плетнекарство, вишивка, народна іграшка, в'язання та ін. Такі заходи, де відвідувачі безпосередньо беруть участь у виготовленні традиційної народної речі, стають дедалі більше цікавішими для учасників.

Значний потенціал для розвитку туризму у регіонах мають осередки народних промислів, які зберігають сформовані упродовж багатьох тисячоліть культурні надбання українців та мають значний культурний та туристичний потенціал:

- традиції гончарного ремесла в Україні на сьогодні найкраще збереглися в м. Косів на Івано-Франківщині, с. Опішня на Полтавщині та в Гавареччині на Львівщині,

- головним осередком декоративного розпису є с. Петриківка на Дніпропетровщині,

- центрами писанкарства є с. Космач та м. Коломия Івано-Франківської області,

- традиціями плетнекарства за старовинними технологіями славляться с. Бромлі Сумської обл., м. Хуст та м. Тячів на Закарпатті,

- стародавні техніки ткацтва зберігають місцеві майстри в Кролевці, Решетилівці, Богуславі, Переяславі-Хмельницькому, Косові, Коломійі, ін.

- ознайомлення з традиціями вишивки, традиційними техніками виготовлення витинанки, народної іграшки чи в'язання, достатньо поїхати подалі до села, адже в українському селі наразі функціонує чимало осередків зазначених промислів.

В сучасних умовах музеї проводять як традиційні, так і інноваційні заходи в сфері етнокультурного туризму:

- майстер-класи в Національному музеї народної архітектури та побуту України, м. Київ,

- експозиції: українське село. м. Київ, вул. Академіка Тронька, 1, Пирогів. Національний музей народної архітектури та побуту України, що має архітектурно-ландшафтний комплекс усіх історико-етнографічних регіонів України

- експозиції: Бориспільський державний історичний музей: традиційний жіночий одяг Київщини XIX-XX ст.

- події: Національний музей народної архітектури та побуту України,

- проекти: Школа майстрів – культурно-освітній проєкт з вивчення традиційних народних мистецтв: восковий вінок. Витинанка та ін., Творчий клуб "Спілка митців Борисполя" в колаборації з Бориспільським державним історичним музеєм

- бібліотеки: Бориспільська публічна бібліотека імені В'ячеслава Чорновола організувала Клуб ментального здоров'я "Берегиня", ініціативу громадської установи (Директорка бібліотеки Жанна Кручиніна).

В нових умовах можна розглянути також літературні видавництва та літературні агенції як нових ймовірних стейкхолдерів в сфері етнографічного туризму.

В Україні та за кордоном є видавництва, які спеціалізуються на культурологічній та мистецтвознавчій тематиці. В межах їх видавничої діяльності останнім часом публікуються достатньо велика кількість наукової, науково-популярної та художньої, дитячої та дорослої літератури з етнокультурної тематики. Вони можуть слугувати путівниками в світ етнокультурної спадщини.

Також в Україні вже створено електронні платформи, які уможливають читання таких книжок для читачів-туристів з різних куточків світу. Так, на платформі Лібраріус можна купити електронний варіант багатьох сучасних книжок або аудіо книги. Також можна оформити підписку за доступними цінами на 1, 3 або 6 місяців та отримати доступ не до однієї, а до багатьох книжок, що представлені на платформі.

Отже, організація або проведення наукових заходів: конференцій, лекцій, з вивчення спадку, видавнича та наукова діяльність, науковий рівень осмислення спадщини, статті, конференції, лекції для громадськості, діяльність видавництв настільних ігор можуть поживати розвиток етнокультурного туризму.

Серед заходів етнокультурного туризму, що відбуваються навіть в несприятливих умовах війни, слід виділити:

Етнофест "Бориспільська весна", що відбувся 10 березня 2024 року на музейному подвір'ї. Організатори дякують усім, хто завітав на захід та підтримав Збройні сили України та усій спільноті, Управління культури Бориспільської міської ради за співорганізацію свята.

Бориспільський державний історичний музей: майстер-класи з вивчення традиційного мистецтва та виготовлення воскового вінка: «У суботу, третього серпня, відбулося чергове заняття у Школі майстрів. Культурно-освітній проєкт з вивчення традиційних народних мистецтв реалізується Творчим клубом "Спілка митців Борисполя" разом з Бориспільським державним історичним музеєм з осені минулого року. Олена Кравчун, голова «Спілки митців Борисполя», повідомляє «Сьогодні у Школі майстрів навчилися робити воскові бутоньєрки та елементи воскового віночка. Наша неймовірна Таня Цівун, вміє мздатися, все - ляльки, Дідухи, вибірку, народне вбрання! От сьогодні вчила робити й воску вати квітки, листочки, крапельки-восківнички. І як же цікаво, коли збираються майстрині з досвідом, які вже багато вміють і знають. Тому обмінювались, ділились, радились і - раділи результату й захоплювались!».

Школи майстрів: «10 лютого у Бориспільському державному історичному музеї відбулося чергове заняття Школи майстрів. Цього разу зустріч була присвячена давньому українському народному мистецтву витинанки. Провела заняття бориспільська майстриня Олена Андрецова. Творчий клуб "Спілка митців Борисполя" запрошує усіх художників і

майстрів, працівників закладів культури та освіти, інших зацікавлених - долучатися до вивчення і відтворення українського народного мистецтва в рамках Школи майстрів. Слідкуйте за оновленнями»

Популяризація української народної пісні: «Запрошуємо на благодійний концерт "Ой, зйідімося роде" за участю неперевершеного вокального тріо ансамблю "Громиця"! Вхід за донат! Зібрані кошти перерахуємо військовослужбовиці Василенко Альона! Вона змінила голку на зброю в руках! Олена – талановита майстриня з Творчого клубу "Спілка митців Борисполя", яка власноруч може вишити, викроїти та зшити унікальну українську вишиванку. 22.05.2024 о 18:00 Муніципальний театр "Березіль" (вул. Бежівка,1) Забронювати квитки ви можете за телефоном 066 1089067. Колектив подарує вам незабутні емоції та дивовижну можливість знайомства з українською народною піснею, які наповнять кожного весняною гармонією та додадуть наснаги. Приєднуйтеся до нас і насолоджуйтеся красою та чарівністю української пісенної традиції! Якщо у вас немає можливості прийти, то донатьте! Немає маленьких донатів. Є різноможливості! Будь-який донат – це прояв небайдужості. Номер картки Олени Василенко 5457 0825 0560 6231»

Етнокультурологічна настільна гра «Україна: спадщина» як інструмент знайомства зі спадщиною в етнічному туризмі: «24 квітня під час чергової зустрічі клубу «Берегиня» учасниці переглянули відеопрезентацію «Чарівний світ писанки» та закінчили виготовлення великоднього деревця, яке вони прикрасили розмальованими власноруч писанками, пташками, янголами, кольоровими стрічками. Такі арттерапевтичні вправи допомагають розслабитись, підняти настрій, відновити власний енергетичний ресурс і навіть провести дослідження психічного стану. А колективна праця ще й поліпшує комунікаційні навички. Учасниці бібліоклубу «Берегиня» вивчають українські традиції, діляться знаннями з етнографії, що розширює світогляд і сприяє психічно-емоційній стабільності. Активна учасниця бібліоклубу Світлана Бойко продемонструвала збережені сімейні реліквії: світлини та автентичні бориспільські рушники своєї бабусі. Кульмінацією зібрання стала етнокультурна настільна гра «Україна: спадщина», яку провела методист Катерина Майко. Гра «Україна: Спадщина» є не лише розважальним продуктом, але й освітнім, адже гравці можуть дізнатися про основи національного вбрання, народної кухні та духовної культури українців. Україна: Спадщина» - настільна гра, яка була започаткована в Маріуполі. Як зауважує Ірина Лаврова, авторка, кандидат історичних наук, доцент кафедри філософських наук та історії України ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет» (місто Дніпро): «гра виготовлена з урахуванням традицій, характеру, культури та духовності нашого народу». За правилами гри учасниці з цікавістю допомагали господині упорядкувати спадок, ще й стравами-напоями почастувалися та музикою розважились. Посиденьки справили на славу і господарство привели до ладу. Сміялися, жартували, співали й танцювали, вдосконалювали власні знання з української етнографії та змістовно провели час.»

Отже, серед різних стейкхолдерів туристичної діяльності в сфері етнокультурної спадщини сьогодні найбільш активними є колаборації суб'єктів: місцевих органів влади, митців, науковців, туристичного бізнесу, музеїв, бібліотек.

2.5 Аналіз сучасного стану та ресурсної бази культурно-пізнавального туризму у місті Новомосковськ

Адміністративним центром Новомосковського району є місто Новомосковськ, розташоване на півночі Дніпропетровської області, лише за 28 км від обласного центру – міста Дніпро. Воно межує з громадами Піщанською та Губинською в Новомосковському районі, а також із Підгороднянською громадою в Дніпровському районі.

Новомосковськ, відомий як перлина Присамар'я, є містом з багатою козацькою історією та давніми металургійними традиціями. Він був заснований у 1576 р. на правому березі річки

Самара, лівої притоки Дніпра. Ця територія була свідком багатьох значних історичних подій і суспільних змін, а також неодноразово зазнавала військових нападів [49].

Першу письмову згадку про Самарь задокументував польський король Стефан Баторій 20 серпня 1576 р. за старим стилем (31 серпня за новим стилем).

У XVII столітті запорозькі козаки заснували навколо сучасного Новомосковська кілька хуторів-зимівників. Будівництво Самарського Пустинно-Миколаївського монастиря в 1672 р. стало поштовхом до масового заселення запорожцями територій між Старою Самарою та монастирем. Спочатку місто називалося Самарчик або Новоселиця. У 1734 р. місто Самарь стало центром великої козацької паланки – Самарської. За свідченнями архієпископа Катеринославського Феодосія Макаревського, місто отримало сучасну назву Новомосковськ у 1786 році на наполягання намісника краю, графа О. Потьомкіна.

29 серпня 1797 р., після створення Новоросійської губернії замість Катеринославського намісництва, Новомосковськ став повітовим містом. У 1802 році Новоросійська губернія була розділена на Миколаївську, Катеринославську та Таврійську губернії, й Новомосковськ залишився в складі Катеринославської як повітове місто.

У 1778 році в Новомосковську збудували унікальний Свято-Троїцький собор – визначну пам'ятку козацького бароко. Цей собор, що є перлиною дерев'яної монументальної архітектури, був створений на замовлення козацької старшини за проектом талановитого майстра Якіма Погрібняка. Його конструкція не має аналогів у світовій архітектурі. Собор надихнув багатьох митців, зокрема відомого українського письменника О. Гончара, який зробив його центральним «героєм» свого твору «Собор».

Місто Новомосковськ пройшло крізь буремні історичні події, зокрема революцію, громадянську війну та період радянської влади, які залишили свій відбиток у його біографії. Місто відіграло важливу роль і в роки Великої Вітчизняної війни. Під час фашистської окупації з вересня 1941 до вересня 1943 р. в Новомосковську діяло підпілля, яке героїчно боролось, а на всій території району був активний партизанський рух. Пам'ять про героїв-земляків, а також про визволителів міста – воїнів 20-ої Гвардійської стрілецької дивізії та 295-ої стрілецької дивізії – увічнена в пам'ятниках і меморіальних дошках.

Рішенням сесії Новомосковської міської ради від 7 вересня 2005 року офіційно було визначено дату заснування міста – 31 серпня 1576 року.

Розвиток містобудування в Новомосковську можна розділити на чотири етапи:

- кінець XVII – XVIII століття – слобода Новоселиця, потім повітове місто Новомосковськ. Відбувається формування території та об'ємно-просторової структури;
- 1823–1913 рр. – затверджується проект перепланування, який ускладнює структуру та зонування міста;
- 1921–1991 рр. – радянський період характеризується розширенням промислової та капітальної забудови, експансією території та реконструкцією центральної частини міста;
- з 1991 року і до початку XXI століття – сучасний етап розвитку [50].

Новомосковська громада займає площу 36 км² і налічує 70230 жителів. Земельний фонд представлений 440,5 га промислових територій та 590,2 га земель громадської забудови. Транспортна інфраструктура міста включає автомобільні шляхи, такі як Е50 «Україна-Росія-Норвегія» та Е105 «Франція-Німеччина-Україна», кілька автостанцій і залізничний вокзал Новомосковськ-Дніпровський. Найближчі аеропорти знаходяться в містах Дніпро та Запоріжжя. Є можливість вантажоперевалки річковим транспортом з обсягом до 3000 тонн на добу.

Одним із ключових напрямів економічного розвитку міста є стимулювання бізнесу та підприємництва. Незважаючи на труднощі воєнного часу, у 2023 р. відзначається зростання активності малого та середнього бізнесу, що привело до створення майже 700 нових робочих місць. Головною метою цього розвитку є створення сприятливих умов для малого та середнього підприємництва, налагодження співпраці між бізнесом та владою.

Культура та духовність відіграють важливу роль у житті Новомосковська, сприяючи соціальній ідентичності, покращенню якості життя та збагаченню культурного середовища. Основними завданнями в цій сфері є забезпечення доступу громадян до культурних цінностей,

підтримка мистецької освіти, стимулювання творчого розвитку особистості та патріотичне виховання, а також зміцнення матеріально-технічної бази закладів культури.

Показники розвитку культурної галузі в місті наведено в табл. 2.1.

Таблиця 2.1 - Основні показники галузі розвитку культури у м. Новомосковськ

Показники	Одиниця виміру	2022 р.	2023 р.	2024р. проєкт
Кількість закладів культури	один.	11	12	12
Кількість бібліотек	один.	6	6	6
- в тому числі дитячі	один.	2	2	2
Книжковий фонд Публічної бібліотеки	тис.екз.	94,689	92,965	93,522
- в тому числі дитячих	тис.екз.	29,827	31,416	31,695
Кількість закладів дозвілля (парки, будинки культури та ін.)	один.	3	4	4

Джерело: [49]

До війни культура та мистецтво займали значне місце в житті міста Новомосковськ, зокрема завдяки численним культурним заходам, які привертали увагу туристів не лише з України, а й з-за кордону. Такі події стали невід'ємною частиною міського життя та сприяли формуванню культурного іміджу міста.

Щороку у вересні Новомосковськ збирає майстрів народної творчості з усієї України та інших країн на масштабну виставку-продаж. Це значуща подія, що надає майстрам можливість продемонструвати свої роботи та обмінятися досвідом. Виставка приваблює численних туристів і слугує платформою для популяризації народного мистецтва.

Майстер-класи, які проводять поважні гості, також викликають великий інтерес серед місцевих жителів. Такі заходи дають можливість учасникам демонструвати свої навички, а також освоювати нові техніки. Майстер-класи є важливою частиною культурної програми, сприяючи розвитку творчих здібностей та збагаченню культурного досвіду.

Майстри народної творчості, які спеціалізуються, наприклад, на Миколаївському розпису, регулярно організовують виставки до Дня Незалежності України. Під час святкування місто прикрашають яскравими рушниками, що створюють урочисту атмосферу та підкреслюють культурну спадщину регіону.

Свято квітів, яке відзначають на День міста, стало невід'ємною традицією. Це свято підтримують не лише майстри, а й трудові колективи та учні. Яскраві квіткові композиції прикрашають місто, створюючи атмосферу радості та свята.

Фізична культура і спорт також відіграють важливу роль у житті міста, приносячи соціальні, культурні та економічні переваги. Основні показники розвитку фізичної культури та спорту в місті Новомосковськ наведені в табл. 2.2.

Розвиток фізичної культури та спорту в місті спрямований на популяризацію дитячо-юнацького спорту та досягнення високих спортивних результатів, зміцнення здоров'я жителів шляхом залучення їх до регулярних занять фізичною культурою і спортом, що передбачає збереження й розбудову наявної мережі спортивних шкіл та клубів, а також оновлення матеріально-технічної бази закладів фізичної культури і спорту.

Туристична галузь відіграє важливу роль у розвитку економіки та соціальної сфери міста. Пріоритетний розвиток туризму сприяє створенню нових робочих місць та зміцненню іміджу міста в області.

Таблиця 2.2 - Основні показники галузі фізичної культури та спорту у м. Новомосковськ

Показники	Одиниця виміру	2022 р.	2023 р.	2024 р. (проект)
К-ть охоплених всіма видами фізкультурно-оздоровчої діяльності	один.	2185	1600	1900
К-ть населення, охопленого фізкультурно-оздоровчою роботою за місцем проживання	один.	8735	9000	9200
К-ть федерацій з видів спорту	осіб	10	10	11
К-ть спортивних клубів за місцем проживання	один.	18	18	19
К-ть фізкультурних кадрів	осіб	25	27	27
К-ть ДЮСШ/в них учнів	осіб	742	777	780
Підготовлено майстрів спорту, КМС, МСМК, ЗТУ	осіб	–	МС - 1	МС - 3, КМС - 6

Джерело: [49]

Аналіз даних щодо динаміки туристичних потоків у місті Новомосковськ за період 2019-2023 рр. показує значні зміни у туристичному потоці та структурі туристичних цілей, особливо на фоні пандемії COVID-19:

– загальний туристичний потік в регіоні зменшився на 63% у 2023 р. порівняно з 2019 р., але показав зростання на 1907% порівняно з 2020 р., коли потік був майже зупинений (лише 61 особа). Внутрішні туристи залишаються основною частиною відвідувачів, хоча також спостерігається зниження інтересу з боку іноземних туристів, зокрема на 74% у 2023 р. порівняно з 2019 р.;

– частка культурно-пізнавального туризму у загальній структурі туристичних цілей знизилася з 19% у 2019 р. до 15% у 2023 р., що може вказувати на те, що культурно-пізнавальний туризм постраждав від пандемії, втративши свою популярність у 2022 р. (14 відвідувачів), але в 2023 р. відновився на 29% порівняно з 2022 р. У порівнянні з 2019 р., культурно-пізнавальний потік знизився на 71%, що свідчить про потребу відновлення інтересу до цього виду туризму;

– середня тривалість перебування туристів залишалася стабільною у 3-4 дні протягом аналізованого періоду. У 2023 р. тривалість відпочинку становила 4 дні, що свідчить про певний інтерес до регіону, незважаючи на труднощі останніх років.

– витрати туристів значно скоротилися, зменшившись на 61% у 2023 р. порівняно з 2019 р. У той же час, витрати в 2023 р. збільшилися більш ніж у 26 разів порівняно з 2022 р., що, ймовірно, пов'язано з поступовим поверненням туристів і частковим відновленням галузі.

Розглянемо динаміку кількості туристів за метою подорожі (рис. 2.13)

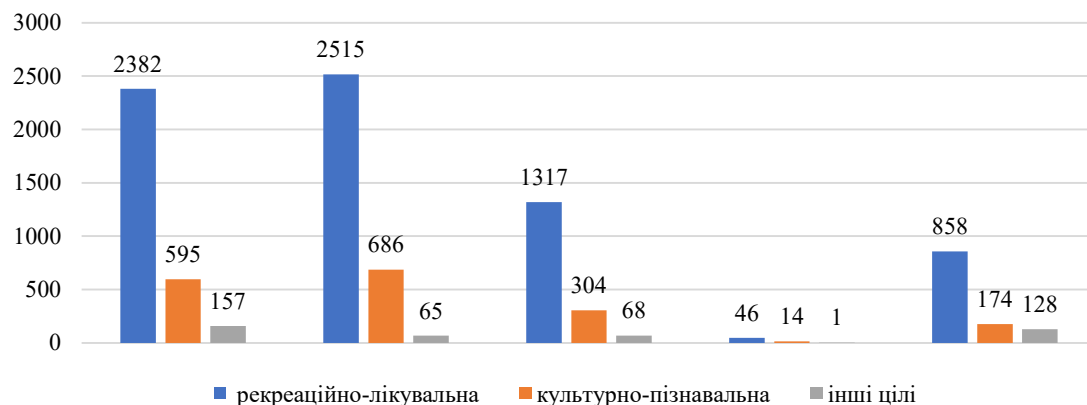


Рис. 2.13 - Кількість туристів за метою подорожі до міста Новомосковськ протягом 2019-2023 рр.

Джерело: сформовано автором за допомогою [51]

Загалом, для відновлення культурно-пізнавального туризму у місті Новомосковськ необхідно залучати нових відвідувачів і популяризувати місцеві пам'ятки та події, що могли б зацікавити як внутрішніх, так і іноземних туристів. Успішна стратегія розвитку культурного туризму може посилити економічний вплив туристичної галузі в регіоні та сприяти збереженню культурної спадщини. На рис.2.14 представлено чисельність туристів за метою подорожей у місто Новомосковськ за метою подорожі.

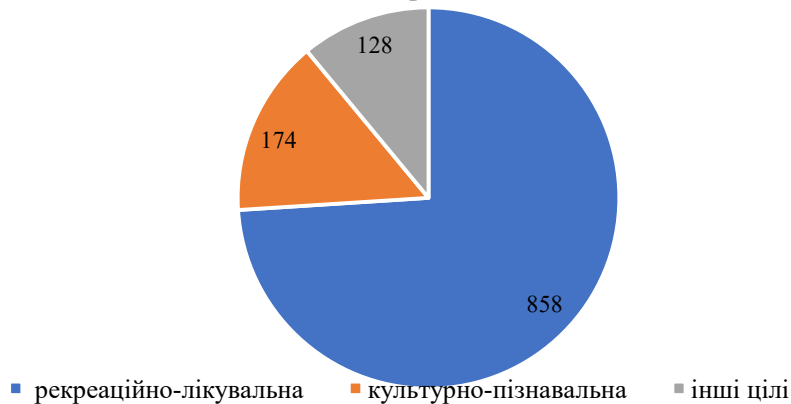


Рис. 2.14 - Кількість туристів за метою подорожі до міста Новомосковськ у 2023 р.
Джерело: сформовано автором за [49]

На рис.2.15 показано кількість туристів за сезонами на території міста Новомосковськ протягом 2023 року.



Рис. 2.15 - Кількість туристів за сезонами на території міста Новомосковськ у 2023 р.
Джерело: сформовано автором за [51]

Як видно з рис. 2.15 туристичні послуги у місті Новомосковськ є сезонними, найбільша кількість туристів приходить на червень-серпень, найменша на вересень-листопад.

Новомосковськ внесено до Списку історичних населених місць України як місто, що частково зберегло свій історичний ареал. На території міста знаходяться 9 пам'яток архітектури та містобудування, з яких 3 – національного значення, включно з Пустельно-Миколаївським Самарським монастирем, розташованим за межами міста, та 4 – місцевого значення. Також тут збереглися 2 пам'ятки містобудування місцевого значення [52].

Територія архітектурних пам'яток Новомосковська визначена землевпорядними та обліковими документами, а їхні площі наведено в табл. 2.3.

Таблиця 2.3 - Площа територія пам'яток архітектури міста Новомосковська

№ з/п	Назва пам'ятки	Площа, га
1	Комплекс Свято-Троїцького собору	0,6
2	Забудова кварталу 1930-1950 рр. (вул. Сучкова, 15; пл. Героїв, 10; вул. Гетьманська, 31)	7,2
3	Забудова вул. Шевченко початок ХХ ст.	0,32
4	Навчальний корпус Новомосковського кооперативного коледжу економіки і права	0,77
	Всього	8,89
	Відсоток від загальної площі міста (3600,0 га), %	0,002%

Джерело: [52]

Пам'ятки культурної спадщини національного значення в місті:

- Свято-Троїцький собор, що є архітектурною пам'яткою 1775-1780 років (охоронний номер 151), розташований на площі Перемоги, 1, охороняється відповідно до розпорядження голови обласної державної адміністрації від 12 квітня 1996 року №158-р.;

- Дзвіниця Свято-Троїцького собору, архітектурна пам'ятка ХІХ століття (охоронний номер 1082), також знаходиться на площі Перемоги, відповідно до розпорядження від 12 квітня 1996 року №158-р.;

- Пустельно-Миколаївський Самарський монастир, датований 1782-1820 роками (охоронний номер 1081/0), монастир розташований за межами міста та включає такі об'єкти:

- Миколаївський собор, споруджений у 1787 році (охоронний номер 1081/1).

- Братські та настоятельські келії, збудовані між 1816-1820 рр. (охоронний номер 1081/2).

Історична територія цього монастиря охоплює острів, утворений річками Стара Самара та Нова Самара.

Пам'ятки місцевого значення:

- комплекс забудови кварталу, споруджений у 1930-1950 рр. (охоронний номер 162), розташований між вулицями Гетьманською, Сучкова, Калнишевського та площею Героїв. Комплекс є пам'яткою містобудування та охороняється відповідно до розпорядження від 12 квітня 1996 р. №158-р.

- житлові будинки 1930-1950 рр., що мають архітектурне значення:

- будинок на вул. Сучкова, 15 / Гетьманська, 33 (охоронний номер 163), датований 1930 рр.;

- будинок на пл. Героїв, 10 (охоронний номер 164), споруджений у 1940 рр.;

- будинок на вул. Гетьманська, 31 (охоронний номер 165), зведений у 1950 рр.;

- забудова вулиці на початку ХХ століття (охоронний номер 6166) на вул. Шевченка, 2, 3, 4, обмежена вул. Гетьманською та площею Перемоги;

- будівля навчального корпусу Новомосковського кооперативного коледжу економіки та права 1950-х років (охоронний номер 167), що знаходиться на вул. Гетьманська, 29.

Археологічні пам'ятки міста:

- курган, розташований на північ від дороги до села Хащове, недалеко від школи №7 (охоронний номер 4589), його висота становить 1,5 м, а площа має поперечник близько 50х50 м.

Під час обстеження визначено шість архітектурних об'єктів, які можуть бути взяті на облік:

- будинок історичного музею на вул. Українська, 4, зведений у 1905-1910 рр. у стилі еклектики з елементами модерну та інших стилів;

- будівля міської ратуші на вул. Гетьманська, 12, яка набула остаточного вигляду у 1908 р., цей двоповерховий будинок з червоної цегли і оштукатурений;

– будівля чоловічої гімназії (тепер школа №11) на вул. Г. Зелінського, заснована у 1890 р;

– колишній готель «Франція», зведений у 1880-1885 рр., тепер – будівля ЖЕУ на вул. Паркова, 1 та пл. Перемоги, 14;

– будівля церкви менонітів на вул. Головка, споруджена у 1860-1864 рр., яка зараз використовується як дитяча спортивна школа, виконана у цегляному стилі доби пізнього історизму з романо-готичними елементами.

Визначні історичні будівлі міста не відповідають критеріям пам'яток і не можуть претендувати на статус об'єктів культурної спадщини, проте вони відіграють важливу роль у міській забудові, формуючи фронти будівель або наріжні ділянки кварталів:

– кінотеатр «Модерн» на вулиці Шевченка, 5 існує з 1867 р., спершу слугував міською біржею. У 1929 р. його реконструювали під кінотеатр «Авангард». Під час війни будівля зазнала руйнувань, але в перші повоєнні роки кінотеатр відновили, на початку 2000 р. кінотеатр закрили;

– будівля старого казначейства на вулиці Гетьманській, 6, споруджена з цегли в 1868 р., розташована праворуч від кінотеатру «Авангард». Будівля є одноповерховою з високим цоколем і спочатку використовувалася як міське казначейство;

– «Споконвічний магазин» на вулиці Шевченка, 6, побудований у 1830-1910 рр. з червоної цегли, спершу був одноповерховим. Сьогодні це двоповерхова будівля, в якій розташований торговий центр «Троянда»;

– будівля жіночої гімназії (ЗОШ №8) на вулиці Шевченка, 8, побудована у 1895 р., тут до 1921 р. розміщувався краєзнавчий музей, а згодом – школа;

– дім музичної команди на вулиці Кушівській, №57 та №59, побудований у 1870-1890 рр. як казарми для місцевої музичної команди. Двоповерховий №57 і одноповерховий №59 служили казармою, кімнатами для занять і проживання персоналу, згодом будівлі передали місцевій поліції;

– садиба Скорика на вулиці Гетьманській, 54, побудована в 1850-1855 рр., первісно слугувала заміським маєтком, після війни тут розмістили казарми артилерійського полку;

– будівля початкової школи на вулиці Гетьманській, 175, споруджена у 1908 році як земська школа. Аналогічну будівлю було зведено у 1913 р. в селі Кулебівка, де нині розташована школа №13;

– будинок ремісничого училища на вулиці Паланочній, 32 побудували в 1885 р. Комплекс доповнили кімнатами для навчання і майстернями. В 1970 рр. приміщення переобладнали під житло;

– будівля залізничного вокзалу, зведена в 1913-1916 рр. під час будівництва Мерефо-Херсонської залізниці, досі успішно функціонує [52].

Миколаївський розпис є значущою частиною нематеріальної культурної спадщини Дніпропетровського регіону, з найбільш яскравим вираженням цього мистецтва у місті Новомосковськ, це особливе художнє явище характеризується своєю унікальністю та традиціями, які передаються з покоління в покоління.

Розпис відображає багатство культурної спадщини українського народу та відомий своєю символікою й стильовими рисами, серед яких особливо виокремлюються елементи, такі як «вазон», гілка, квітка та віночок. Миколаївський розпис вражає своєю елегантністю, символічністю та майстерністю виконання. Він складає важливу частину культурного надбання України і продовжує привертати увагу місцевих жителів та туристів своєю неповторністю та красою.

Цей вид розпису відображає багатогранну культурну спадщину українського народу, а також відтінки його історії, вірувань, традицій і національного духу. Миколаївський розпис наноситься на стіни хат, церковні споруди та побутові артефакти, в основному використовується для прикрашання інтер'єрів.

Символіка і зображення, що використовуються в Миколаївському розписі, часто несуть глибокий духовний зміст і сприймаються як обереги. Вони відображають духовність, віру та спільноту українського народу.

У Новомосковську Миколаївський розпис має особливе значення в культурному житті. Місцеві майстри працюють над збереженням традицій та популяризацією цього ремесла серед жителів і відвідувачів. Виставки, майстер-класи та інші заходи, присвячені Миколаївському розпису, сприяють збереженню та розвитку цього унікального виду народного мистецтва [53].

Де кілька разів на рік Новомосковський міський історико-краєзнавчий музей ім. Петра Калнишевського проводить виставки, присвячені Миколаївському розпису, що свідчить про його значущість та популярність серед місцевої громади та гостей. Ці виставки щорічно відвідують близько 1500 місцевих жителів та понад 100 туристів з інших міст України.

Музей є хранителем наших коренів і пам'яті. За його дверима ховається не просто колекція, а й історія міста Новомосковська, його мешканців, їхніх предків – історія, сповнена таємниць і зворушливих моментів. Музей виступає як вартовий на перехресті минулого та майбутнього, має шість залів, де представлені експонати різних епох.

У залі № 1 під назвою «Давня історія Присамарського краю» відвідувачі можуть перенестися на 15 тис. років у минуле, оглянути кістки мамонтів, ознайомитися з першими знаряддями, які використовували наші предки, а також прослідкувати етапи розвитку цивілізації, познайомитися з воєвничими племенами скіфів, сарматів і кіммерійців, а також зануритися в епоху Київської Русі.

У залі № 2, що присвячена «Козацькій добі», відображені найзначніші моменти історії нашого міста – період козацтва. Тут можна опинитися на теренах Самарської паланки, дізнатися про повсякденне життя козаків, їх військові подвиги, а також побачити ікони та церковне начиння. Відвідувачі можуть ознайомитися з унікальною культурною спадщиною нашого регіону.

Зала № 3 пропонує знайомство з історією Новомосковська в період між 1861 та 1941 рр. У цьому залі представлені фаянсовий та срібний посуд, колекція монет і книг.

Зала № 4 присвячена історії Новомосковська під час Другої світової війни. Героїчне минуле міста відображається в фотографіях, нагородах, особистих речах та зброї.

У залі № 5 під назвою «Сучасність» відвідувачі можуть ознайомитися з новітньою історією міста та його сучасними досягненнями [54].

Виставкова зала регулярно презентує роботи місцевих художників, зброярів, майстрів декоративно-ужиткового мистецтва та інші творчі витвори.

Сьогодні музей історії краєзнавства ім. П. Калнишевського є одним із центрів культури міста і став постійним місцем зустрічей для краєзнавців, викладачів історії та етнографії, письменників, майстрів декоративно-ужиткового мистецтва, художників і громадських діячів. Новітні сторінки життя Новомосковська представлено в музейних експозиціях, які постійно поповнюються новими матеріалами.

Аналіз відвідування виставки «Миколаївський розпис» у краєзнавчому музеї Новомосковська за останні кілька років вказує на певні тенденції та можливості для вдосконалення заходу. Варто зазначити, що кількість відвідувачів зростає: за останні п'ять років спостерігається стабільне зростання. Наприклад, у 2019 р. виставку відвідали 1235 осіб, а в 2023 р. ця цифра зросла до 1642 осіб, що свідчить про зростаючий інтерес громади до заходу та можливу популярність виставки серед місцевих жителів (табл. 2.4).

Також варто відзначити, що більшість відвідувачів виставки протягом усіх років складають учні, що може бути важливою інформацією для розробки програми та експозиції виставки, орієнтованої на освітні потреби та інтереси молоді. Оскільки більшість відвідувачів є учнями, доцільно розробити додаткові освітні та інтерактивні програми, спрямовані на підвищення інтересу до культурної спадщини та історії регіону. Важливо також дослідити можливості залучення дорослої аудиторії до виставки, що може включати організацію спеціальних заходів, лекцій або екскурсій, що враховують інтереси дорослих відвідувачів. Для підтримки

та розширення інтересу до виставки «Миколаївський розпис» необхідно постійно вдосконалювати експозицію, впроваджувати нові тематичні рубрики та заохочувати учасників до активної участі в заходах.

Таблиця 2.4 - Динаміка кількості відвідувачів виставки «Миколаївський розпис» Новомосковського міського історико-краєзнавчого музею ім. Петра Калнишевського

Показник	2019 р.	2020 р.	2021 р.	2022 р.	2023 р.
Кількість відвідувачів, з них:	1235	1589	1423	1542	1642
- чоловіки	395	588	398	463	361
- жінки	840	1001	1025	1079	1281
Вік учасників:					
- до 18 років	827	1144	1039	1079	1067
- від 18 до 25 років	49	79	48	56	66
- від 26 до 40 років	86	127	92	88	197
- від 41 до 61 років	111	159	114	134	159
- від 60 років та старші	161	79	129	185	153
Географія відвідувачів:					
- мешканці м. Новомосковськ	963	1239	1110	1203	1281
- мешканці інших міст України	248	338	294	316	346
- іноземні громадяни	24	12	19	23	15

Джерело: складено автором за [55]

Систематична організація виставок «Миколаївського розпису» слугує платформою для презентації робіт місцевих митців, які працюють у цьому стилі, що сприяє їхньому визнанню та розвитку мистецької спільноти. Проведення таких виставок привертає увагу до музейної справи та підвищує інтерес громади до діяльності музею, що є важливим фактором для залучення нових відвідувачів та підтримки музейних ініціатив.

Постійне проведення виставок «Миколаївського розпису» стало вже усталеною традицією та культурним надбанням у місті Новомосковськ. Цей процес є важливим елементом культурного життя міста, який активно підтримується та оцінюється місцевою громадою. Миколаївський розпис у Новомосковську виступає не лише як окреме мистецьке явище, але й як важлива частина культурної спадщини, що зберігає та передає українську ідентичність, традиції та цінності. Його збереження і розвиток сприяють розкриттю культурного багатства регіону та підтримці місцевого мистецького співтовариства.

У Новомосковському краєзнавчому музеї зберігаються скрині з Миколаївським розписом кінця XIX – початку XX століття. Працівники музею прагнуть популяризувати цей вид розпису, орієнтуючись на зразки, що збереглися в музеях та у місцевих жителів, та заохочувати мешканців громади до активної участі у збереженні культурних надбань нашого краю, а також посилити вплив культурної спадщини на рівень самоідентифікації громади.

Керівництво музею планує організувати сімейні заходи для мешканців та гостей міста, такі як майстер-класи з розпису на папері, еко-торбинках і склі, які проводитимуть викладачі «Новомосковської школи мистецтв». Також заплановані інтерактивні квести у музеї та пере-

сувні фотодисплеї, де будуть представлені весільні скрині з акцентом на унікальність орнаментальних композицій та символіку розпису. Виставки будуть супроводжуватися екскурсіями та фотозонами.

Оскільки інтернет та соціальні мережі є найбільш популярними та ефективними каналами розповсюдження інформації серед сучасної молоді, працівники музею створюють відеоролики в соціальних мережах, щоб популяризувати Миколаївський розпис.

Крім історичних пам'яток, у Новомосковську є й сучасні об'єкти відпочинку.

Центральний міський парк імені Сучкова є головним парком міста з атракціонами, пляжем, дитячими і спортивними майданчиками, міською набережною, та іншими цікавими місцями.

«Молодіжний острів» на перехресті вулиць Паланочної та Бориса Джонсона пропонує зони для відпочинку, пляжі та місця для риболовлі. Планова реконструкція на 2022 р. була відкладена через вторгнення росії.

Площа Героїв після реконструкції стала популярним місцем відпочинку з фонтаном, дитячими зонами та зоною Wi-Fi.

На кінець 2023 р. в місті діяло 9 закладів для колективного розміщення, які можуть вмістити понад 400 осіб. У 2023 р. місто прийняло понад 10 тисяч гостей.

За рівнем комфорту готельний сектор Новомосковська є лідером серед міст Дніпропетровської області. В місті діють готелі «Нашготель», «BEST-готель», «Relax», «Турист», «Султан» (усі тризіркові) і чотиризірковий «Ермітаж».

Стан ринку готельних послуг у Новомосковську потребує вдосконалення, оскільки розвиток готельної інфраструктури є пріоритетом для обслуговування туристів та організованих груп.

Аналіз роботи ресторанів, кафе та кав'ярень у місті Новомосковськ свідчить про наявність різноманітної та розвиненої гастрономічної сцени. Ресторани та кафе пропонують широкий спектр послуг і можливостей для відвідувачів, що охоплюють різні смаки й уподобання.

Кав'ярні «Dark Horse Coffee Roasters», «Woolyk.coffee.bar», «Шоколад» та «Kusika», розташовані в центрі міста, створюють приємну атмосферу для відпочинку й насолоди кавою.

Кафе «GARDEN-restobar», «Їли-Пили», «Фаворит» і «У мамі на дачі» мають стильний інтер'єр, пропонують великий вибір страв і напоїв та отримали високі оцінки за якість їжі й обслуговування.

Ресторани «Каспій», «Султан», «Trickster bar» і «Inside» забезпечують мешканців та гостей міста широким вибором, з особливим акцентом на якість обслуговування, атмосферу та різноманітність меню [50].

У місті також представлена велика кількість суші-барів, піцерій та пекарень, що задовольняють різноманітні смаки й потреби мешканців та гостей.

Ця різноманітність закладів харчування в Новомосковську пропонує широкі можливості для вибору страв та закусок на будь-який смак, що робить місто привабливим для гастрономічних поціновувачів та сприяє задоволенню різних смакових вподобань.

Система маркетингового просування туристичного продукту на українському та обласному ринках розвивається повільно. Головною установою, що займається цими питаннями, є Управління культури, спорту та туризму Новомосковського виконавчого комітету.

2.6. Генезис, становлення та сучасний стан гастрономічного туризму в Україні

Туристична галузь переживає динамічний розвиток, що перетворює її на важливу складову сучасного світу. Завдяки швидкій глобалізації та інтеграції світового туристичного ринку, подорожі стали не лише популярним видом відпочинку, але й ключовим атрибутом розвиненого суспільства. Туризм сьогодні відіграє багатогранну роль: він сприяє економічному зростанню, стимулює розвиток інфраструктури, створює нові робочі місця та генерує значні доходи для багатьох країн. Водночас туризм є важливим інструментом для культурного обміну, збереження історичної спадщини та популяризації екологічного способу життя [56].

Завдяки сучасним технологіям та доступності транспортних засобів, подорожі стають більш комфортними та доступними для широких верств населення. Це сприяє збільшенню інтересу до нових напрямків і стимулює розвиток нестандартних форматів туризму, таких як екотуризм, гастротуризм, пригодницькі та освітні подорожі. Усе це підкреслює значення туризму як потужного фактору, що об'єднує людей, сприяє розумінню між культурами та робить світ відкритішим і взаємопов'язаним.

Економічний вплив туризму неупинно зростає в багатьох країнах світу, адже ця галузь не лише сприяє збільшенню валового внутрішнього продукту, а й допомагає вирішувати низку соціальних та економічних проблем. Зокрема, розвиток туризму сприяє зменшенню рівня безробіття на регіональному рівні, створюючи нові робочі місця, а також стимулює розбудову інфраструктури - від транспортних шляхів до об'єктів громадського призначення, таких як готелі, ресторани та туристичні центри [57].

Однак традиційні туристичні напрямки та види розваг поступово втрачають свою популярність серед значної частини мандрівників. Це пов'язано з бажанням сучасних туристів шукати нові, унікальні враження та відкривати для себе незвідані місця. У результаті географія туризму стрімко розширюється, відкриваючи перспективи для розвитку нестандартних і нішевих видів подорожей.

Сьогодні все більшої популярності набувають екологічний туризм, культурно-історичні експедиції, гастрономічні мандрівки, а також активний та пригодницький відпочинок у віддалених регіонах. Крім того, туристи починають звертати увагу на етичність та екологічність своїх подорожей, підтримуючи локальні громади та прагнучи залишити позитивний вплив на довкілля. Така тенденція сприяє не лише економічному, але й сталому розвитку країн і регіонів, що розвивають туризм [58].

Україна, з її багатого історико-культурною спадщиною, вигідним географічним положенням, сприятливими кліматичними умовами та унікальними національними традиціями, має великий потенціал для розвитку гастрономічного туризму. Цей напрямок може стати однією з ключових складових туристичної галузі країни, приваблюючи як вітчизняних, так і іноземних туристів.

На сьогодні гастрономічний туризм в Україні знаходиться на початковому етапі свого становлення, інтегруючись у національний туристичний сектор. Попри значний потенціал, цей напрямок стикається з низкою проблем, серед яких відсутність систематизованої теоретичної бази, недостатнє просування локальних кулінарних традицій та нестача інфраструктури, яка б відповідала сучасним потребам туристів.

Для забезпечення динамічного і сталого розвитку цього виду туризму необхідно розробити нові підходи до його організації та управління. Зокрема, актуальними завданнями є створення унікальних гастрономічних маршрутів, активне просування місцевих продуктів та страв на міжнародному ринку, а також залучення інвестицій для розвитку інфраструктури. Крім того, важливу роль відіграє співпраця між туристичними операторами, місцевими виробниками та органами влади, що дозволить ефективно інтегрувати гастрономічний туризм у загальну стратегію розвитку туристичної галузі України. Отже, дослідження цієї теми є не лише актуальним, але й необхідним для використання багатого потенціалу країни у цій сфері.

Гастрономічний туризм в Україні почав активно розвиватися з початку XXI століття, що стало можливим завдяки кільком ключовим чинникам. Серед них – здобуття незалежності, відкриття нових перспектив у процесі євроінтеграції та зростаюча увага до туризму як важливого джерела економічного прибутку. Саме в цей період стали закладатися основи для популяризації національної кухні та виноробства, які є невід'ємною частиною культурної ідентичності України.

Значною подією у розвитку цієї сфери стало створення у 2006 році Асоціації сприяння гастрономічному та винному туризму. Її діяльність спрямована на популяризацію локальних кулінарних традицій, підтримку виноробних регіонів та розвиток тематичних маршрутів, які приваблюють як внутрішніх, так і міжнародних туристів.

Популярність гастрономічного туризму зросла також завдяки організації різноманітних фестивалів, таких як дні вина та сиру, свята меду чи кулінарних ярмарків. Ці заходи не лише сприяють знайомству з українською гастрономічною спадщиною, але й стимулюють розвиток малого та середнього бізнесу, створюючи нові можливості для виробників місцевих продуктів. Незважаючи на досягнення, галузь стикається з викликами, такими як необхідність розробки сучасних стандартів сервісу, покращення інфраструктури та розширення міжнародного маркетингу. Успішне вирішення цих завдань сприятиме подальшому зростанню гастрономічного туризму, підвищуючи конкурентоспроможність України на світовому туристичному ринку [3].

Термін «кулінарний туризм» вперше було запропоновано у 1998 році професором університету Bowling Green (США) Лусі Лонг (табл. 2.5).

Таблиця 2.5 - Етапи становлення гастрономічного туризму [59]

Назва етапу	Період	Характеристика
Генезис: кулінарний туризм	1998– 2002 р.	- запропоновано термін «Кулінарний туризм»
Концептуальний етап	2003 – 2010 р.	- сформована концепція кулінарного туризму; засновано Міжнародну асоціацію гастрономічного туризму «The International Culinary Tourism Association»;
Науковий етап дослідження кулінарної культури України	2011-2013 р.	- асоціювання української кухні як невід’ємної складової національної культури, самобутності українського народу; - констатування входження традицій гостинності українців до ціннісних орієнтацій української ментальності;
Етап становлення гастрономічного туризму	2012 – 2013 р.	- впровадження терміну «гастрономічний туризм» - становлення поняття
Етап розвитку гастрономічного туризму	2013 р. – до нашого часу	- розвиток гастрономічного туризму як пізнавального гастро-культурно-регіонального напрямку

Вже у 2001 році Ерік Вольф написав першу в світі статтю, присвячену цій тематиці, яка стала основою для подальшого розвитку цієї галузі. У 2003 році він опублікував книгу, що стала важливим етапом у формуванні концепції кулінарного туризму, і заснував Міжнародну асоціацію гастрономічного туризму (The International Culinary Tourism Association). Ця організація зосереджується на підтримці професіоналів індустрії, пропонуючи їм можливості для навчання, розвитку та популяризації гастрономічного туризму [60].

Кулінарний туризм як явище привертає увагу туристів з усього світу, які бажають дослідити унікальні традиції харчування, регіональні страви та напої. Він став не лише важливою частиною туристичної індустрії, а й засобом збереження культурної спадщини через гастрономію. Сучасні програми гастрономічного туризму включають кулінарні майстер-класи, дегустації місцевих продуктів, відвідування фермерських ринків та ресторанів з автентичною кухнею.

Міжнародна асоціація гастрономічного туризму активно сприяє розвитку цієї галузі через організацію конференцій, семінарів та обмін досвідом між країнами. Завдяки цьому кулінарний туризм відіграє ключову роль у зміцненні культурних зв’язків і стимулюванні економічного зростання у регіонах [61].

У 2011 році Інститут світової політики провів дослідження, метою якого було з'ясувати, які асоціації виникають у представників країн, що є основними джерелами іноземних туристів, щодо України. Результати опитування показали, що в першу чергу Україна асоціюється з образом гостинного народу. Це враження супроводжується уявленням про українську кухню як невід'ємну частину національної культури, що відображає самобутність етносу. Українці сприймаються як люди, що цінують традиції гостинності та поважають своїх гостей, що є важливим елементом національної ідентичності [62].

Ці асоціації створюють у туристів позитивний образ України як країни, яка привітно зустрічає іноземців і надає можливість познайомитися з унікальними традиціями та смаками. Українська кухня, з її різноманіттям смаків, рецептур і звичаїв, стає важливим фактором, що приваблює туристів. Традиційні страви, такі як борщ, вареники, сало, як символи української культури, а також вміння гостинно приймати, формують позитивний імідж країни на міжнародній арені.

У контексті розвитку туризму це відкриває нові можливості для популяризації гастрономічного туризму, що став важливою частиною сучасної туристичної індустрії. Україна має потенціал стати популярним напрямом для туристів, які прагнуть не лише насолодитися красивими пейзажами, але й зануритись у культурну атмосферу через смакову палітру традиційної кухні.

Маніфест Міжнародної асоціації кулінарного туризму підкреслює унікальну здатність людини пізнавати культуру країни через її національну кухню, що є важливою частиною ідентичності кожного народу. У маніфесті зазначається: *«Їжа – це квінтесенція нації, відображення її характеру, традицій та історії»*. Це визначення акцентує увагу на тому, що гастрономічний досвід є не лише способом задовольнити фізичні потреби, але й потужним інструментом для міжкультурного спілкування та занурення в автентичну атмосферу країни [63].

У 2012 році Міжнародна асоціація гастрономічного туризму запропонувала ширше використовувати термін «гастрономічний туризм» замість «кулінарний туризм». Це зміна мала на меті підкреслити багатогранність гастрономічного досвіду, який включає не лише страви та кулінарні традиції, але й вино, локальні продукти, методи їх вирощування, приготування та сервірування.

Тож, гастрономічний туризм виходить за межі звичайного кулінарного задоволення. Він охоплює цілу екосистему – від ферм і виноградників до ресторанів та вуличних ринків. Цей напрямок туризму дозволяє мандрівникам занурюватися в культуру регіонів через смакові відчуття, водночас підтримуючи місцеву економіку та збереження традицій. У наш час гастрономічний туризм займає вагоме місце на туристичній мапі світу, сприяючи створенню нових туристичних маршрутів, популяризації локальних продуктів та об'єднанню людей через кулінарні відкриття.

За даними дослідження, проведеного соціологічною групою «Рейтинг» у 2013 році, були визначені найулюбленіші національні страви серед українців. Найпопулярнішою стала традиційна страва – український борщ, яку обрали 44% опитаних. Серед інших кулінарних фаворитів мешканців України названо шашлик, холодець, котлети, домашні ковбаси, відбивні, а також вареники з різними начинками, зокрема з сиром, картоплею та вишнями [64]. Ці результати свідчать про те, що українці цінують страви, які поєднують у собі автентичність, насичений смак і традиції домашньої кухні. Особливо це стосується вареників та борщу – символів національної кулінарної культури, які широко відомі за межами України.

Такі вподобання демонструють зв'язок українців із їхньою культурною спадщиною через кухню, яка не лише задовольняє гастрономічні потреби, але й об'єднує людей за сімейним столом. Ці страви часто стають основою для святкових меню, родинних зустрічей і культурних заходів, що популяризують українську кухню як всередині країни, так і на міжнародній арені. Збереження й популяризація традиційних страв може стати основою для розвитку гастрономічного туризму, привертаючи увагу мандрівників до автентичних смакових традицій України. Фестивалі борщу, вареників чи українських ковбас могли б сприяти як зростанню інтересу до української кухні, так і зміцненню її позицій у світовій гастрономічній культурі.

Традиційний асортимент страв української національної кухні сформувався порівняно недавно – протягом останніх 100 років, переважно у період XVIII століття та першої половини XIX століття. Подібність української кухні до близькоспоріднених польської та білоруської кухонь зумовлена спільними історичними умовами та культурними впливами, що супроводжували розвиток народів цього регіону [59].

Національна кухня України зберегла у собі риси, що відображають історичні перипетії, географічне положення та традиційний спосіб життя. Саме автентичність і багатство кулінарних традицій стали одними з факторів, які приваблюють іноземних туристів. Згідно з даними Міністерства економічного розвитку, у 2016 році Україна зайняла 27-ме місце серед 30 найпривабливіших країн для міжнародних подорожей, і значною мірою це пов'язано з її унікальною гастрономічною спадщиною [65].

Українська кухня, із її багатим розмаїттям страв – від борщу та вареників до домашніх ковбас і традиційного хліба – є важливою частиною культурного бренду країни. Гастрономічні традиції, що поєднують простоту, ситність та унікальні смакові комбінації, привертають увагу як внутрішніх, так і міжнародних туристів, стаючи невід'ємною частиною туристичних маршрутів [66].

Подальше просування української кухні на глобальному рівні, наприклад, через кулінарні фестивалі, участь у міжнародних виставках та гастрономічні тури, може ще більше зміцнити позиції України як привабливого туристичного напрямку. Це відкриває можливості для розвитку як локальної економіки, так і міжнародного іміджу країни.

Аналіз спеціалізованої літератури свідчить про зростаючу увагу науковців до проблеми розвитку гастрономічного туризму в Україні. Ця тема активно досліджується у працях вітчизняних науковців, таких як Л. Прокопчук, Т. Шпарага, Є. Маслов, В. Бойко, О. Любіцева, Ф. Шандор, Г. Волкова, М. Баштова, А. Бусигін, І. Комарницький, В. Федорченко, Д. Басюк, Т. Сокол, Т. Божук та інших. Їх дослідження зосереджені на аналізі історико-культурних передумов розвитку гастрономічного туризму, а також на вивченні специфіки туристичного продукту, що базується на автентичних кулінарних традиціях різних регіонів України [67].

У працях цих авторів гастрономічний туризм розглядається як унікальна можливість для популяризації регіональної кухні, яка відображає багатство етнічних традицій і культурну самобутність України. Вчені досліджують особливості формування гастрономічних маршрутів, які включають відвідування місцевих виробників продуктів, участь у фестивалях, майстер-класах і дегустаціях. Наприклад, О. Любіцева акцентує увагу на тому, що гастрономічний туризм сприяє зміцненню локальної економіки та культурному обміну, особливо в сільських регіонах.

Деякі дослідники розглядають гастрономічний туризм у ширшому контексті. Так, І.М. Школа визначає його як хобі-туризм, тобто подорожі з метою задоволення кулінарних інтересів і отримання нових вражень. З іншого боку, З.С. Каноністова і Т.Г. Сокол вважають гастрономічний туризм частиною тематичного туризму, що поєднує культурний і рекреаційний аспекти. У свою чергу, І.М. Мініч і В.К. Федорченко досліджують гастрономічний туризм як професійний напрямок, спрямований на поглиблення знань у сфері кулінарії та виноробства [68].

Особливу увагу приділяють дослідженню регіональних аспектів гастрономічного туризму. У працях Д. Басюк і В. Антоненка обґрунтована необхідність розробки стратегії розвитку гастрономічного туризму в конкретних областях України, таких як Закарпаття, Галичина та Поділля, які мають багатий кулінарний спадок. Автори наголошують на важливості співпраці між місцевими громадами, органами влади та бізнесом для створення конкурентоспроможного туристичного продукту, що здатен привабити як внутрішніх, так і іноземних туристів [69].

Отже, гастрономічний туризм в Україні є не лише перспективним напрямком розвитку туристичної галузі, але й інструментом для збереження та популяризації культурної спадщини країни. Подальші дослідження та практичні ініціативи в цій сфері сприятимуть покращенню

туристичної інфраструктури, розширенню регіональних гастрономічних пропозицій та зміцненню міжнародного іміджу України як привабливої туристичної дестинації [70].

Дослідження взаємодії гастрономії та туризму у вітчизняній науці активно ведуть такі фахівці, як Д. Гусенова, А. Лук'янченко, Е. Чернова, В. Гордін, А. Карабасва та Ю. Трабська. У своїх роботах вони зосереджуються на вивченні різноманітних форм і проявів гастрономічного туризму як ефективного інструменту для підвищення привабливості туристичних дестинацій. Їхні дослідження розкривають важливість гастрономічного туризму як одного з ключових факторів у розвитку туристичної індустрії, що забезпечує унікальний досвід для мандрівників.

Одним із основних аспектів їхніх робіт є аналіз методів формування та просування гастрономічних брендів, які допомагають регіонам виділитися на туристичній мапі. Автори акцентують увагу на тому, що гастрономія є не лише частиною туристичного продукту, але й самостійним магнітом для подорожей. Вивчаючи успішні кейси з інших країн, дослідники пропонують рекомендації для розвитку регіональних брендів в Україні, що базуються на автентичних кулінарних традиціях, місцевих продуктах та особливостях культурної спадщини.

Д. Гусенова та А. Карабасва підкреслюють важливість інтеграції гастрономічного туризму з іншими формами тематичного туризму, такими як екологічний, культурний чи агротуризм. Вони наголошують, що синергія цих напрямків дозволяє створювати комплексні туристичні продукти, які приваблюють широку аудиторію – від гурманів до поціновувачів природи та етнічної культури. Такі підходи сприяють як економічному розвитку регіонів, так і збереженню їхньої автентичності.

Особливу увагу дослідники приділяють питанням промоції гастрономічного туризму. У своїх роботах Е. Чернова та В. Гордін аналізують інструменти маркетингу, які дозволяють ефективно позиціонувати гастрономічні дестинації. Вони акцентують увагу на ролі соціальних мереж, кулінарних фестивалів, майстер-класів, а також співпраці з міжнародними гастрономічними гідами, такими як Michelin чи Gault&Millau. Ці заходи дозволяють не лише популяризувати місцеву кухню, але й створювати довгострокові економічні переваги для регіонів.

Отже, дослідження взаємодії гастрономії та туризму, проведені зазначеними авторами, не лише розширюють наукові знання у цій галузі, але й мають важливе практичне значення. Їхні рекомендації спрямовані на розвиток гастрономічного туризму як стратегічного напрямку, що сприяє підвищенню конкурентоспроможності туристичних регіонів, збереженню кулінарної спадщини та формуванню позитивного іміджу України на міжнародному туристичному ринку.

На основі проведеного аналізу наукових досліджень можна окреслити основні проблеми та перспективи розвитку гастрономічного туризму в Україні на сучасному етапі. Цей напрямок має значний потенціал для розширення, але водночас стикається із численними викликами, які потребують вирішення для забезпечення сталого розвитку галузі.

Гастрономічний туризм в Україні володіє унікальними перевагами, які включають багатство кулінарної спадщини, регіональне розмаїття та традиції гостинності. Проведення автентичних гастрономічних фестивалів, таких як фестивалі борщу, вареників, меду чи вина, є ключовими інструментами популяризації української кухні як усередині країни, так і на міжнародній арені. Ці заходи не лише привертають увагу туристів, але й сприяють збереженню та відродженню локальних кулінарних традицій, залучаючи молодь і підприємців до відновлення культурної спадщини [71].

Однією з основних проблем є недостатньо розвинута туристична інфраструктура в багатьох регіонах країни. Відсутність якісних доріг, обмежений вибір сучасних закладів харчування, що пропонують автентичні страви, а також низький рівень підготовки персоналу в галузі обслуговування є вагомими стримуючими факторами. Крім того, нестача комплексної стратегії розвитку гастрономічного туризму ускладнює формування конкурентоспроможних туристичних продуктів, які могли б зацікавити іноземних гостей.

Водночас, перспективи розвитку цієї галузі залишаються значними. Створення гастрономічних маршрутів, які б охоплювали найцікавіші кулінарні дестинації України, може стати

потужним драйвером для залучення туристів. Такі маршрути можуть включати майстер-класи з приготування традиційних страв, відвідування місцевих фермерських господарств, дегустації вин чи сирів. Важливим елементом є розвиток цифрових платформ, які дозволяють туристам легко знаходити інформацію про гастрономічні події, заклади харчування та маршрути.

На сучасному етапі важливим кроком є активне просування української гастрономії за кордоном. Участь у міжнародних кулінарних виставках, співпраця з гастрономічними гідами, такими як Michelin, та популяризація українських страв через соціальні мережі та впливових блогерів сприятимуть покращенню іміджу країни. Завдяки таким ініціативам Україна може зайняти гідне місце серед світових гастрономічних дестинацій, використовуючи свій багатий кулінарний спадок як важливий інструмент для залучення туристів.

Стратегічним напрямом розвитку гастрономічного туризму в Україні є створення умов для всебічного і збалансованого розвитку її територій. Особливий акцент повинен бути зроблений на врахуванні соціально-економічних інтересів місцевих громад, які відіграють ключову роль у збереженні автентичності кулінарних традицій і формуванні туристичної пропозиції. Такий підхід сприятиме не лише популяризації української кухні, а й стимулюватиме економічне зростання та покращення якості життя в регіонах [72].

Одним із основних завдань у цьому напрямі є інтеграція гастрономічного туризму в систему місцевого економічного розвитку. Це передбачає створення нових робочих місць у сільській місцевості, розвиток малих і середніх підприємств у сфері харчової промисловості та туризму, а також стимулювання локального виробництва [73]. Місцеві громади можуть отримати значні вигоди від розвитку цього сектору завдяки участі у фестивалях, гастрономічних турах та інших тематичних заходах, які сприяють залученню туристів та інвесторів.

Ще одним ключовим аспектом є збереження історико-культурної спадщини, яка лежить в основі гастрономічного туризму. Розробка програм, спрямованих на відновлення традиційних рецептів, підтримку майстрів кулінарного мистецтва та збереження локальних гастрономічних традицій, є важливим кроком у цьому напрямку. Важливо, щоб туристичні проєкти не призводили до втрати автентичності, а навпаки, підкреслювали унікальність української кухні, яка є важливим елементом національної ідентичності [74].

Розвиток гастрономічного туризму також повинен враховувати потребу в екологічній стійкості. Використання локальних продуктів, впровадження принципів екологічного туризму та підтримка органічного фермерства сприятимуть створенню екологічно чистих гастрономічних продуктів і збереженню природних ресурсів. Це дозволить Україні не лише задовольнити запити екосвідомих туристів, але й підвищити рівень міжнародної довіри до її туристичного продукту.

Для того щоб український гастрономічний туризм став конкурентоспроможним на світовому ринку, необхідно забезпечити його комплексний маркетинг та просування. Створення спеціалізованих туристичних маршрутів, розробка інтерактивних платформ для бронювання турів, а також активна участь у міжнародних виставках і форумах сприятимуть залученню іноземних туристів. Завдяки цьому українська кухня може стати важливим елементом національного бренду, приваблюючи гостей з усього світу і забезпечуючи країні стабільний туристичний дохід.

Військові дії спричинили значний спад у туристичній активності, оскільки питання безпеки стали пріоритетними для більшості потенційних мандрівників. Багато регіонів, які раніше були популярними гастрономічними дестинаціями, тепер не можуть приймати туристів через зруйновану інфраструктуру або близькість до зон бойових дій. Це поставило під загрозу збереження локальних гастрономічних традицій і бізнесів, які були основою для розвитку цього напрямку [75].

Пандемія COVID-19 додала своїх викликів, обмежуючи подорожі та соціальну активність. Ресторани, фермерські господарства та організатори гастрономічних заходів змушені були закриватися або скорочувати свою діяльність. Крім того, зміни у поведінці споживачів,

такі як підвищена увага до безпеки харчових продуктів та відмова від масових заходів, вплинули на популярність традиційних форматів гастрономічного туризму, таких як фестивалі чи дегустації.

Попри ці труднощі, ринок гастрономічного туризму в Україні має перспективи відновлення завдяки адаптації до нових умов. Військовий стан посилив інтерес до локальних продуктів і кухні як способу підтримки вітчизняних виробників. Зростає популярність індивідуальних і невеликих групових турів, які акцентують увагу на безпеці та комфорті туристів. Також розвиваються онлайн-формати гастрономічного туризму, такі як віртуальні кулінарні майстер-класи чи доставка дегустаційних наборів.

У перспективі, відновлення гастрономічного туризму в Україні залежить від стабілізації ситуації в країні та активної підтримки галузі з боку держави та громадянського суспільства. Інвестування у відновлення інфраструктури, просування української кухні на міжнародному рівні та розвиток сучасних форматів туризму можуть стати ключовими інструментами для подолання кризи. Унікальна кулінарна спадщина України, поєднана з інноваційними підходами, здатна залучити нових туристів і сприяти економічному відновленню країни [5].

Однак, незважаючи на наявність значного потенціалу для розвитку гастрономічного туризму, в Україні існують серйозні системні проблеми, які суттєво гальмують ефективний розвиток цієї галузі. Однією з основних перепон є загальний низький рівень розвитку туристичної та розважальної інфраструктури, що включає не тільки недостатню кількість сучасних готелів та ресторанів, але й недоліки в транспортній інфраструктурі. Багато регіонів країни мають проблеми з поганим транспортним сполученням, що ускладнює доступність популярних туристичних місць і гастрономічних центрів для потенційних відвідувачів.

Крім того, багато закладів розміщення, таких як готелі та гостьові будинки, не відповідають міжнародним стандартам комфорту та обслуговування. Це часто стає перепорою для розвитку гастрономічного туризму, оскільки туристи, зокрема іноземці, очікують певного рівня зручностей і обслуговування, який відповідає їхнім вимогам. Існуючі проблеми з інфраструктурою також негативно позначаються на загальній привабливості країни як туристичної дестинації.

Також важливо зазначити занедбаний стан багатьох пам'яток історико-архітектурної спадщини в Україні, що обмежує можливості їх використання в рамках туристичних маршрутів. Багато з них знаходяться в занедбаному стані, що робить неможливим їх інтеграцію в гастрономічний туризм, особливо коли ці пам'ятки могли б стати важливими елементами історико-культурного контексту гастрономічних турів. Відсутність ефективного управління цими об'єктами та недостатнє фінансування для реставраційних робіт лише поглиблюють проблему і знижують потенціал гастрономічного туризму в країні.

Ще однією серйозною проблемою є низький рівень фахової підготовки спеціалістів у сфері гастрономічного туризму. Це стосується як готельного та ресторанного сервісу, так і організації турів, маркетингу та розвитку туристичних продуктів. В Україні спостерігається дефіцит висококваліфікованих кадрів, здатних розробляти і реалізовувати гастрономічні маршрути, а також проводити спеціалізовані навчальні програми для працівників індустрії. Слабка підготовка професіоналів обмежує можливості ефективної роботи з туристами та створення високоякісних гастрономічних продуктів [76].

Враховуючи ці фактори, для успішного розвитку гастрономічного туризму в Україні необхідно вжити низку заходів. Це включає удосконалення інфраструктури, як транспортної, так і туристичної, зокрема розбудову сучасних готельних комплексів та ресторанів, що відповідатимуть міжнародним вимогам. Також важливо забезпечити відновлення пам'яток історико-культурної спадщини, що може стати важливим елементом туризму, та підвищити рівень освіти і професійної підготовки кадрів у цій сфері, що допоможе задовольнити зростаючі вимоги до сервісу та організації гастрономічних подорожей.

Ще однією серйозною проблемою розвитку гастрономічного туризму є великі відстані між основними центрами його розвитку, що ускладнює доступність гастрономічних дестинацій для туристів. Багато з цих центрів знаходяться в віддалених регіонах, і туристам, особливо

іноземним, часто не вистачає часу або ресурсів для того, щоб відвідати всі ці місця. Це зменшує кількість потенційних відвідувачів і впливає на рівень доходу, який регіони можуть отримати від гастрономічного туризму. Таке географічне розташування також потребує розробки зручних та ефективних транспортних маршрутів, що дозволяють подолати великі відстані без значних затрат часу та коштів [77].

Однією з причин цього є відсутність злагодженої роботи між різними учасниками ринку гастрономічного туризму. Це включає невідповідність між ресторанами, готелями, туроператорами, місцевими органами влади та іншими зацікавленими сторонами. Відсутність ефективної координації між ними не дає змогу сформувати єдину, чітку і привабливу пропозицію для туристів. Кожен з учасників ринку може розвивати власну стратегію та пропозицію, але без взаємодії результат може бути фрагментованим і не достатньо переконливим для залучення туристів.

Це ще більше підкреслюється недостатнім рівнем маркетингових заходів, спрямованих на популяризацію національного гастрономічного продукту. В Україні недостатньо широко представлені рекламні кампанії, які висвітлюють унікальність місцевих кухонь та гастрономічних традицій. Хоча деякі регіони проводять фестивалі чи організовують дегустаційні тури, вони часто мають обмежену цільову аудиторію і не отримують достатньої уваги з боку міжнародних туристів. Для того, щоб гастрономічний туризм став привабливим для більш широкої аудиторії, необхідно проводити регулярні маркетингові кампанії, які висвітлюють не тільки гастрономічні традиції, але й історію та культуру, що стоїть за кожним регіоном [78].

Також варто зазначити, що багато рекламних стратегій є недооцінені в плані інновацій та сучасних технологій. У світі, де цифрові платформи, соціальні мережі та мобільні додатки стали основними інструментами для взаємодії з туристами, недостатня присутність українських гастрономічних продуктів у цих каналах комунікації є великою втратою. Більше того, недостатньо використовується контент, який міг би розповісти історії, пов'язані з кожним місцем, що збільшує емоційну цінність досвіду для потенційних туристів.

Нарешті, для ефективного розвитку гастрономічного туризму в Україні необхідно зосередитися на більш детальному дослідженні потреб сучасного туриста та адаптації гастрономічних турів під ці потреби. Це передбачає вивчення міжнародних тенденцій у гастрономічному туризмі, а також постійну комунікацію з потенційними туристами через нові цифрові канали та інноваційні маркетингові інструменти. Інвестування в просування національних гастрономічних брендів на світових ринках може суттєво підвищити популярність гастрономічного туризму в Україні і залучити нових туристів, відкриваючи нові можливості для місцевих громад.

В Україні існує значна географічна диспропорція в розвитку гастрономічного туризму, зокрема щодо проведення гастрономічних фестивалів та інших заходів, що мають на меті популяризацію національної кухні. Хоча деякі регіони активно просувають свої гастрономічні продукти, такі як мед, сир, вино, соління та трав'яні чаї, ці продукти часто зустрічаються в різних куточках країни, що призводить до одноманітності пропозиції. Однак, варто зауважити, що кожен регіон України має свої унікальні гастрономічні традиції та страви, які заслуговують на визнання і можуть стати справжніми символами місцевої культури. Важливо зробити акцент на цих унікальних рисах кожного регіону, що дозволить створити більш різноманітний і привабливий туристичний продукт [79].

Кожен регіон України має свою специфіку у приготуванні страв, що базуються на місцевих інгредієнтах і багатовікових традиціях. Наприклад, в Карпатах популярними є страви, приготовані з овечого сиру, такі як «боярська бринза» або «творожники», а на заході країни часто використовуються страви на основі кукурудзи, які є важливою частиною місцевої кулінарної спадщини. Південні області славляться своїми стравами з риби та морепродуктів, а в центральних районах України популярні страви, що приготовані на основі м'яса, таких як «козацький борщ» та «пиріжки з м'ясом». Кожен регіон має свої кулінарні традиції, які повинні бути належно представлені та популяризовані, щоб туристи могли ознайомитися з різноманітністю місцевих смаків.

Проте нині часто трапляється, що багато регіонів обмежуються схожими гастрономічними продуктами, що є характерними для більшості територій, такими як мед, сир, соління чи вино. Це веде до ситуації, коли туристи не завжди отримують можливість познайомитися з унікальністю та особливістю гастрономії кожного конкретного регіону. Замість цього спостерігається перерозподіл популярних продуктів по всій країні, що знижує ефективність маркетингових стратегій та не дає чіткої ідентифікації гастрономічних брендів для кожного регіону окремо.

Для того, щоб виправити цю ситуацію та підвищити привабливість гастрономічного туризму в Україні, необхідно зосередити увагу на підвищенні унікальності гастрономічної пропозиції для кожного регіону. Ключовим завданням є просування автентичних страв та продуктів, які відображають місцеві традиції, історію та культуру. Також важливо створювати гастрономічні маршрути, які б об'єднували різні аспекти культурної спадщини, а не просто пропонували відвідувачам стандартний набір продуктів.

Отже, кожен регіон може стати унікальним гастрономічним напрямом, що не тільки дозволить привернути туристів, а й сприятиме розвитку місцевих економік, зберігаючи автентичність і культурну спадщину. Важливо також активно використовувати сучасні маркетингові інструменти для того, щоб підкреслити унікальність кожного регіону та залучити не тільки внутрішніх туристів, а й гостей з-за кордону. Успішне просування гастрономічних традицій України дозволить не лише підвищити популярність цієї сфери туризму, але й допоможе сформувати стійкий імідж країни як культурно багатого та гастрономічно цікавого напрямку на світовій карті туризму.

В Україні на сьогоднішній день відсутня централізована система розвитку гастрономічного туризму, що значно ускладнює його ефективне просування та реалізацію на національному та регіональному рівнях. Без чіткої координації та спільного бачення, кожен регіон діє самостійно, створюючи продукти та пропозиції, які часто повторюють один одного. Відсутність єдиного підходу призводить до фрагментації ринку, що не дозволяє створити потужний і конкурентоспроможний гастрономічний продукт, здатний привернути увагу туристів. Це знижує загальний ефект від розвитку гастрономічного туризму в країні, оскільки можливості для просування національних брендів та гастрономічних маршрутів не використовуються в повному обсязі.

Однією з основних проблем є відсутність єдиної інформаційної бази, яка б об'єднувала дані про гастрономічні ресурси та можливості для туристів по всій Україні. Кожен регіон має свою унікальну кулінарну спадщину, проте без централізованої інформаційної системи туристи часто не можуть отримати вичерпну інформацію про всі доступні гастрономічні подорожі та продукти. Це також ускладнює планування гастрономічних маршрутів, оскільки відсутність системної бази не дозволяє точно оцінити доступні пропозиції та сприяє зниженій видимості певних регіонів на карті гастрономічного туризму.

Незважаючи на наявність унікальних кулінарних традицій в кожному куточку України, без централізованої стратегії та підходу до розвитку гастрономічного туризму регіони змушені конкурувати між собою за увагу туристів, пропонуючи схожі продукти. Наприклад, багато областей акцентують на виробництві меду, сирів чи вина, що робить гастрономічні пропозиції однаковими в різних регіонах. Через це важливо, щоб кожен регіон розробляв унікальні гастрономічні стратегії, ґрунтуючись на своїх місцевих традиціях і продуктах, щоб уникнути зайвої конкуренції за однакові типи туристичних продуктів.

Забезпечення системного підходу до розвитку гастрономічного туризму передбачає створення чіткої стратегії на національному рівні, що включала б розробку єдиної інформаційної платформи для туристів. Ця платформа повинна об'єднувати дані про гастрономічні маршрути, фестивалі, місцеві страви та унікальні продукти з усіх регіонів України, а також надавати корисну інформацію про можливості для гастрономічних подорожей. Така база допоможе туристам орієнтуватися у різноманітті пропозицій і зможе виступати як центральна точка для планування подорожей по країні [80].

Для забезпечення сталого розвитку гастрономічного туризму в Україні важливо реалізувати комплексний підхід, який включатиме не лише маркетингові стратегії та просування національних гастрономічних брендів, але й створення необхідної інфраструктури та ресурсів для підтримки гастрономічних туристичних напрямків. Це може включати інвестиції в розвиток готельного та ресторанного бізнесу, вдосконалення транспортної інфраструктури для зручного пересування туристів, а також залучення експертів для навчання місцевих виробників і підприємців сучасним методам просування своїх продуктів на міжнародні ринки. Розвиток такої системи сприятиме ефективному об'єднанню зусиль всіх учасників процесу та підвищенню популярності гастрономічного туризму в Україні [81].

Стратегія поширення гастрономічного туризму, яка спрямована на просування однакових чи схожих туристичних продуктів, не є ефективною. У такому підході відсутня унікальність, а саме кулінарне розмаїття є основою, що може забезпечити справжню конкурентну перевагу. Різноманіття гастрономічних традицій кожного регіону України має стати основою для створення унікальних туристичних маршрутів, які пропонуватимуть туристам не лише популярні страви, але й автентичні смакові враження, що можна знайти тільки в певних місцях країни.

Наявність різноманітних кулінарних традицій у кожному регіоні дозволяє розвивати гастрономічний туризм у кількох напрямках одночасно. Кожен регіон може запропонувати свої унікальні страви, напої та кулінарні техніки, що є частиною його історико-культурної спадщини. Така стратегія не лише дозволить максимально ефективно використовувати місцеві ресурси, але й допоможе вивести гастрономічний туризм на новий рівень, де регіони зможуть презентувати свої індивідуальні особливості, замість того, щоб конкурувати за схожі продукти.

Розмаїття гастрономічних продуктів забезпечує багатство вибору для туристів, що є важливою складовою для їхнього досвіду. Наприклад, один регіон може спеціалізуватися на м'ясних стравах і сирах, інший - на випічці, а третій - на овочах та ягодах. Такий підхід дозволяє охопити ширшу аудиторію, надаючи можливість кожному туристу знайти щось цікаве та унікальне для себе. Отже, замість того, щоб змагатися за одні й ті ж категорії туристів, кожен регіон може створити свою специфічну гастрономічну пропозицію, що підвищить інтерес до різних частин України.

Один із головних аспектів успіху гастрономічного туризму полягає у можливості створення стійкого інтересу до відвідин тих чи інших місць, які пропонують унікальні кулінарні продукти. Для цього потрібно акцентувати увагу на автентичності та традиціях, а не на стандартних продуктах, що є популярними в кількох регіонах. Варто також враховувати, що гастрономічний туризм, заснований на культурних та історичних особливостях конкретних територій, має велику цінність для туристів, які шукають нові смакові враження і хочуть познайомитися з глибшими аспектами культури та традицій.

Отже, стратегія розвитку гастрономічного туризму повинна орієнтуватися на підвищення унікальності кожного регіону через дослідження та промоцію його власних кулінарних традицій. Складання таких маршрутів, які поєднують гастрономічний досвід із культурними та історичними пам'ятками, дозволить створити неповторні туристичні пропозиції. Це забезпечить не лише популяризацію української гастрономії на міжнародній арені, але й підтримку місцевих виробників та підприємців, що сприятиме сталому розвитку регіонів та країни в цілому.

РОЗДІЛ 3 АНАЛІЗ ОСОБЛИВОСТЕЙ СТАНУ ТА ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ ВОЛОНТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

3.1. Людські ресурси та їх мотивація в волонтеризмі України

Україні до нової фази розвитку соціально-економічних процесів ставить на порядок денний проблему формування особистості, основною характеристикою якої є активна життєва позиція. Це передбачає здатність особистості використовувати можливості для творчої самореалізації та її участь у волонтерському русі. Це відповідає світовому процесу зміни в 80-90 рр. минулого століття парадигми суспільного розвитку: духовні цінності одержали верх над матеріальними, що стало підставою для бурхливого розвитку волонтерства та переродження його в волонтуризм.

Проте в Україні волонтуризм на фоні світових та європейських показників знаходиться в розвинутій стадії, враховуючи, як показує світовий досвід, його значний потенціал щодо підвищення якості життя суспільства.

Автори за основу визначила думку Д.П. Богині і О.А. Грішнкової, висловлену в роботі «Економіка праці»: «у ході ринкових перетворень все більш очевидною стає обмеженість традиційних поглядів на трудовий процес», і досліджує потреби і мотивації людського ресурсу України для вступу в волонтуризм. Відповідно завданнями є класифікація верств населення України, потреби яких може задовольнити волонтерство в сьогодення та волонтуризм завтра, та їх мотивація щодо вступу в світовий волонтерський рух[82].

Закон України «Про волонтерську діяльність» визначає волонтерську діяльність як добровільну, соціально спрямовану, неприбуткову діяльність, що здійснюється волонтерами шляхом надання волонтерської допомоги [83].

Залучення ж населення до вирішення суспільних проблем, до роботи громадських та благодійних організацій на волонтеристських засадах є передумовою для поширення його в суспільстві.

Людські ресурси у волонтуризмі є однією з найбільш специфічних і важливих категорій економічних ресурсів. У традиційному розумінні людські ресурси як фактор економічного розвитку складаються з працівників, які мають професійні навички та знання, що дозволяють їм ефективно виконувати трудову діяльність. Однак для участі в волонтерському русі цих критеріїв недостатньо. Специфіку людських ресурсів у волонтуризмі показано в табл. 3.1.

Таблиця 3.1 - Специфіка людських ресурсів у волонтуризмі

№ з/п	Особливості людських ресурсів
1	Люди можуть отримати професійні навички і знання в процесі волонтерської діяльності
2	Люди можуть приймати участь в волонтуризмі тільки поза традиційним трудовим процесом у свій вільний час при наявності останнього
3	Ефективна діяльність в волонтуризмі можлива лише з врахуванням відповідних потреб людини як особистості
4	Розвиток суспільного життя стрімко збільшує економічну роль людського капіталу, який формується роками, а розкривається людиною лише за сприятливих умов

Однією з основних умов для успішного економічного розвитку в Україні є покращення ефективності роботи господарського механізму через розвиток волонтеристських відносин. Це підтверджує точка зору Д.П. Богині, який зазначає, що «значущі соціальні зміни відбуваються саме в соціально-трудої сфері, впливаючи на інтереси мільйонів людей і, як наслідок, на результати економічного розвитку країни» Волонтерство в Україні використовує вільний час населення, що зумовлює формування цілої сфери діяльності. При визначенні ефекту від волонтерського руху слід разом з економічними враховувати й соціальні чинники. Економічні

параметри волонтерства тісно зв'язано з людськими ресурсами, що залучаються до волонтерського руху. Складовими цього сегменту є діти і підлітки, студенти, спеціалісти, клієнти та члени волонтерської організації [82].

Залежно від поставленої мети дослідження, людські ресурси у волонтуризмі можуть бути охарактеризовані через різні соціально-економічні категорії, що відображають специфічні аспекти участі осіб у волонтерській діяльності. Так, населення – це сукупність людей незалежно від їхніх характеристик, що проживають на конкретній території. Складовою населення в сьогодення є сегмент волонтерів.

Найбільш привабливими для волонтерства характеристиками дітей і підлітків є значний щоденний обсяг вільного часу і потенціал співпраці, абсолютна мобільність, відсутність комунікаційних проблем з дітьми та підлітками, активність навчання та участі в дозвіллевих формах роботи.

Спеціалісти необхідні в волонтерстві через наявність у них фахових знань і досвіду та можливість співпраці при їх невдоволеності професійною кар'єрою чи проблемами з науковою діяльністю. Але використання спеціалістів-волонтерів може бути обмеженим через їх значну завантаженість.

Клієнти як складова людських ресурсів волонтерства, з одного боку, потребують допомоги, з іншого, — бажають допомагати.

Члени волонтерської організації забезпечують волонтерам матеріальну підтримку для окремих осіб і груп клієнтів, сімей та окремих акцій сфери дозвілля, планування сім'ї та ін.

Єство волонтерства є єдністю двох якостей: потреби (засоби життя людини як соціального організму) і функції діяльності у вільний час. Структуру потреб волонтерів у волонтерській праці важко визначити однозначно, оскільки вона має різноманітні типи та рівні. Зазвичай виділяються дві основні групи потреб, які істотно відрізняються одна від одної.

До першої групи належать елементарні потреби, які включають фізіологічні потреби, що стосуються збереження та продовження людського роду. В контексті волонтерської діяльності до цієї групи можна віднести потребу у забезпеченні здоров'я суспільства, що включає догляд за його окремими представниками.

Друга група складається з фізичних, інтелектуальних та соціальних потреб більш високого рівня. Серед них можна виокремити:

- потребу у різноманітних видах діяльності, зокрема в бажанні впливати на інших;
- потребу в спілкуванні через інтеграцію в волонтерські спільноти, формування позитивних взаємин із іншими групами, пошук нових друзів та підтримка взаємовигідних стосунків;
- потребу в пізнанні та взаємодії з громадою, родиною та друзями;
- потребу в саморозвитку, який передбачає розширення особистого соціального становища, покращення якості життя, ускладнення його укладу та умов для формування особистості.

Всі ці потреби перетинаються з мотивацією складових до участі в волонтерстві, які задовольняються в процесі волонтерської діяльності [84].

Мотивація участі дітей і підлітків у волонтерстві є досить простою і зводиться до самоутвердження в очах однолітків, батьків і вчителів, пошуку нових друзів, спілкування, здобуття нових навичок та знань, а також організації свого дозвілля. Мотивація студентів, в свою чергу, є більш складною, оскільки вони шукають у волонтерстві можливість вирішення як професійних, так і комунікаційних проблем. Це включає формальні цілі, такі як отримання заліку чи проходження практики, а також реальні – набуття фахових знань, розвиток навичок взаємодії з майбутніми клієнтами тощо. Комунікаційні проблеми, які студенти вирішують через волонтерство, мають різноманітний характер. Вони охоплюють особисте спілкування з професіоналами в обраній галузі, знайомство з новими методиками та технологіями, що сприяє розвитку професійних компетенцій та працевлаштуванню. Участь спеціалістів у волонтерській діяльності також обумовлена мотивацією реалізації своїх професійних можливостей, зокрема через

розширення кола інтересів і самоствердження на особистісному та професійному рівнях. Отже, мотиваційний спектр для вступу у волонтерський рух є досить широким і включає:

- отримання знань про суспільні проблеми;
- участь у їх вирішенні;
- цікаве проведення часу;
- нові знайомства та спілкування з друзями;
- здобуття нових навичок, досвіду та ділових контактів;
- приєднання до престижної групи волонтерів;
- корисність для суспільства;
- набуття визначеного статусу та формування нового способу життя [85].

3.2 Дослідження розвитку волонтуризму в світі

У сучасному світі волонтерський рух охоплює велику кількість учасників з різних країн. Зокрема, волонтуризм об'єднує носіїв з понад 100 країн, створюючи глобальний рух, який набуває значного впливу на міжнародному рівні. Так, у Сполучених Штатах близько 60% жінок і 50% чоловіків займаються волонтерською діяльністю, присвячуючи їй в середньому 3,4 та 3,6 години на тиждень відповідно. У Канаді волонтери в середньому віддають 191 годину на рік, що еквівалентно 578 тис повним робочим місцям. В Ірландії близько 33% дорослого населення є волонтерами, а у Франції 19% дорослих активно залучені до волонтерських акцій, причому 60% з них беруть участь регулярно, витрачаючи на це понад 20 годин на місяць. У Німеччині кожен третій громадянин, що складає близько 22 млн осіб, займається волонтуризмом, присвячуючи понад 15 годин на місяць діяльності у волонтерських організаціях, проектах та групах взаємодопомоги.

У Південній Кореї близько 4 млн осіб щорічно віддають понад 451 млн годин на волонтерську роботу, при цьому вартість цих послуг перевищує \$2 млрд доларів на рік. Японія також демонструє високий рівень залучення до волонтерської діяльності, де 26% громадян мають досвід волонтуризму, а 48% з них вважають, що така праця є важливою для особистісного розвитку та благополуччя суспільства. В Ірландії 72% волонтерів переконані, що їхня діяльність виконує завдання, які не можуть бути реалізовані оплачуваними працівниками.

Щорічно понад 100 млн людей по всьому світу віддають свій час волонтерським ініціативам. Волонтуризм почав активно розвиватися на міжнародному рівні ще в кінці минулого століття. Наприкінці XX століття дослідження, проведене Американським університетом імені Дж. Хопкінса в 22 країнах, показало, що сумарна кількість часу, витраченого волонтерами, дорівнює праці 10,5 млн осіб, які працюють повний робочий день. За даними того ж університету, в 36 країнах світу налічується понад 131,5 млн волонтерів. Більше 80 країн активно сприяють розвитку національних волонтерських рухів, створюючи інфраструктуру для підтримки та розвитку цих ініціатив на системному рівні.

Досвід багатьох країн свідчить, що діяльність волонтерів приносить значний суспільний прибуток, забезпечуючи внесок у валовий внутрішній продукт (ВВП) на рівні від 4 до 8%. Наприклад, у Норвегії частка волонтерської праці в економіці складає близько 6% ВВП. У Канаді волонтуризм охоплює майже третину населення (27%), і їхня діяльність дозволяє заощадити понад \$17 млрд доларів бюджетних коштів. У Швеції значна частина дорослого населення залучена до волонтерської праці через численні організації та об'єднання, причому більшість волонтерів займаються спортивними та культурними заходами, допомагають збирати кошти для країн, що розвиваються, а також працюють у сферах реабілітації алкоголіків та наркоманів. Найбільшу частку серед волонтерів складають жінки передпенсійного віку з вищою освітою, більшість з яких займаються соціальною роботою на місцях. Серед молоді поширеними є волонтерські проекти допомоги хворим на ВІЛ в Африці та навчання дітей в індіанських громадах Америки.

Волонтуризм має глибокі корені в США, де цей рух почав формуватися ще в XIX столітті, забезпечуючи функціонування різних некомерційних організацій. Як зазначав А. Токвіль у 1835 році, американці активно залучались до таких форм зайнятості. В окремих родинах США навіть формуються династії волонтуристів, які працюють у різних сферах, таких як обслуговування, госпіталі, релігійні організації, навчальні заклади та некомерційні організації. Волонтуристи також займаються навчанням іммігрантів англійської мови, організовують дитячі студії та інші соціальні програми.

В останні роки зростає популярність віртуального волонтуризму, який включає створення і підтримку веб-сайтів, проведення онлайн-досліджень, а також надання технічної допомоги некомерційним організаціям [86].

На сьогоднішній день у США більше 50% населення залучене до волонтеристської діяльності. Важливо зазначити, що добровільна праця у США має чітко організований характер. Відносини між волонтеристами та приймаючими організаціями регулюються державними механізмами управління, що включають укладення контрактів, які детально визначають умови, характер та обсяг виконуваної роботи. Згідно з американським законодавством, волонтеристська праця також враховується при визначенні трудового стажу, що підкреслює значення волонтуризму в контексті професійної діяльності. Крім того, волонтуристи не звільняються від відповідальності за дотримання норм і вимог, а також за збереження матеріальних цінностей та інших обов'язків [84].

Основною організаційною структурою, яка забезпечує взаємодію волонтеристів і організацій, що потребують допомоги, є волонтерські центри, створені державними органами. В США нині функціонує понад 500 таких центрів. Згідно з оцінками, фінансовий еквівалент волонтеристської праці в США на рік перевищує \$5300 млрд доларів.

Ідея волонтерства здобула популярність у Японії на початку XX століття. У 1910 році уряд започаткував систему волонтерської допомоги «Хоумен інн» (тепер відома як «Мінсей інн»), яка ґрунтується на співпраці обраних членів суспільства з урядовими структурами для оцінки рівня добробуту населення. У середині 70-х років XX століття в Японії почали активно виникати неурядові організації, що займалися волонтерською діяльністю, використовуючи вже існуючу мережу рад соціального добробуту. Сьогодні в Японії функціонує понад 3300 волонтерських центрів, які працюють у більшості муніципалітетів країни [87].

В Італії волонтерство було офіційно регульоване через Закон про волонтерство, прийнятий у 1991 році. Цей закон визначив організаційні механізми управління волонтерською діяльністю та регулював взаємовідносини між волонтерами і державними структурами. Однією з найбільших організацій, що сприяє розвитку волонтерства в Італії, є Італійський фонд волонтерства, заснований Римською ощадною касою. Фонд надає в сьогодення консалтингові послуги волонтеристам, організовує освітні програми, публікує «Журнал волонтера» та встановлює національні премії для підтримки перспективних волонтеристських ініціатив, які вирішують соціальні проблеми. В Італії також функціонує Постійний комітет голів волонтерських організацій та фондів, який представляє інтереси понад 2 млн волонтеристів країни перед урядом, парламентом, церквою та іншими громадськими інститутами.

Рівень розвитку волонтуризму в різних країнах значною мірою визначається політико-економічною ситуацією, ефективністю державного управління, станом некомерційного сектору та ринку праці, а також культурними особливостями, які впливають на залучення громадян до цієї форми соціальної активності.

Досвід європейських країн свідчить, що держави можуть створювати бар'єри для розвитку волонтеристської діяльності, особливо в тих країнах Центральної та Східної Європи, де волонтуризм не є органічною частиною національної культури. Водночас, у країнах з міцними традиціями волонтеристської діяльності, таких як Німеччина та Великобританія, законодавчо забезпечено захист волонтеристів та саму волонтеристську діяльність.

Країни Центральної та Східної Європи також зробили значний крок у розвитку волонтуризму, перейшовши від офіційного визнання цієї діяльності до створення дієвих механізмів

державного управління, які сприяють підтримці та розвитку волонтуристського руху. Законодавчі акти, що регулюють волонтуристську діяльність, було прийнято в таких країнах, як Хорватія, Чехія, Угорщина, Італія, Латвія, Литва, Люксембург, Македонія, Польща, Португалія, Румунія, Іспанія та ін.

Аналіз правового статусу волонтуристів у світі показує, що для забезпечення належного захисту волонтуристів і їх відокремлення від найнятих працівників державне управління має регулювати ці форми діяльності. Зокрема, волонтуристи, як носії зайнятості, можуть підпадати під дію законів про працю, оподаткування та цивільну відповідальність як безпосередньо, так й опосередковано.

Тим не менш, волонтуристи та волонтерські організації, що залучають їх до своєї діяльності, можуть стикатися з різноманітними труднощами. Це включає проблеми з некоректним застосуванням законів про працю, оподаткуванням робочого часу волонтуристів, втратою соціальних пільг, таких як допомога по безробіттю, та іншими правовими питаннями. Наприклад, в Хорватії деякі організації зазнали труднощів під час реєстрації волонтуристської діяльності, оскільки держава не визнавала поняття «волонтуристська послуга» як юридичну категорію.

Щоб чітко визначити правові межі функціонування волонтерських організацій та провести кордон між волонтуристською і традиційною трудовою діяльністю, держави повинні чітко визначити це поняття. Відсутність чітких державних визначень термінів «волонтурист» та вимог до угод між учасниками волонтуристської діяльності може призвести до того, що волонтуристи будуть вважатися найнятими працівниками за юридичними стандартами. У такому випадку будь-які компенсаційні виплати можуть бути трактовані як оплата праці, і волонтерська організація, яка залучає волонтуристів, може бути визнана порушником трудового законодавства з усіма наслідками, що випливають із цього, зокрема, зобов'язанням виплачувати мінімальну заробітну плату.

Так, в Латвії некомерційні організації, які залучають волонтуристів, не мали змоги відшкодувати їхні витрати без укладення трудового договору, що, у свою чергу, призводило б до підпорядкування таких осіб по законодавству про працю та вимогам щодо мінімальної заробітної плати. У Хорватії та Македонії державні органи контролю можуть тимчасово заборонити діяльність, якщо волонтурист почав працювати без належного оформлення, наприклад, без підписання трудового договору. Відсутність правового статусу волонтуриста може також призвести до втрати соціальної допомоги по безробіттю.

У Чехії безробітні, що працювали волонтерами, були позбавлені соціальних виплат, оскільки їхня діяльність розглядалася як нелегальна праця, навіть попри те, що вони не отримували фінансову винагороду або матеріальну допомогу в натуральній формі. У процесі розробки проекту закону про волонтуристську діяльність у Хорватії одне з міністерств висловило думку, що особи, які не мають роботи, але бажають працювати на волонтуристських засадах, повинні бути позбавлені соціальної допомоги на період їх волонтуристської діяльності.

Іншою значною перешкодою для розвитку волонтуризму є оподаткування витрат, що відшкодовуються волонтерам. Міжнародні експерти загалом погоджуються з тим, що волонтуристи мають право на відшкодування розумних витрат, понесених у процесі виконання волонтуристської діяльності. Однак у деяких країнах, таких як Швейцарія, Бельгія та Македонія, відшкодування витрат волонтерам підлягає оподаткуванню. Подібна ситуація спостерігається й в Естонії, де організації, що бажають відшкодувати витрати волонтерів, зобов'язані укласти трудовий або інший цивільно-правовий договір, і всі виплати за цими договорами підлягають оподаткуванню. Це створює серйозні бар'єри для залучення широких верств населення до волонтуристської діяльності.

Волонтуристська діяльність може реалізовуватися в різноманітних формах – від спонтанних місцевих ініціатив короткострокового характеру до організованих проєктів на постійній основі. Користь, яку приносить волонтуризм, визнається у міжнародних документах та програмах.

Однією з важливих ініціатив стало заснування Міжнародного дня волонтерів, який відзначається 5 грудня з 1985 року. Тоді Генеральна Асамблея ООН закликала уряди країн активно поширювати інформацію про діяльність волонтерів, сприяючи тим самим залученню нових учасників до волонтерських рухів з різних сфер життя.

У 1994 році Рада Європи ухвалила Рекомендації Комітету Міністрів щодо сприяння волонтерській діяльності, в яких, зокрема, пропонувалося визначити статус волонтерської служби на національному рівні. У 2001 році ООН оголосила цей рік Міжнародним роком волонтерів. На підставі результатів міжнародних досліджень, проведених в рамках цієї ініціативи, ООН у своїх резолюціях рекомендувала державам включити волонтерство в національні стратегії соціально-економічного розвитку. Окрім цього, було запропоновано виявити та усунути всі бар'єри в законодавстві, що ускладнюють волонтерську діяльність, а також пом'якшити податковий тиск на волонтерів, що ставить їх у складне становище. У цих резолюціях також підкреслювалася необхідність надання волонтерам правового статусу та належного соціального захисту, з одночасним збереженням їх незалежності.

Національні ініціативи також підтримали цю ідею. Зокрема, у Великобританії 2005 рік був оголошений Роком волонтера.

Регулювання волонтерської діяльності на державному рівні в різних країнах значно відрізняється, залежно від особливостей волонтерських ініціатив та цілей, які ставлять перед собою законодавці. Наприклад, у Чехії відповідно до Закону про волонтерську діяльність 2002 року існує система акредитації «організацій, що делегують». Ці організації займаються відбором та підготовкою волонтерів, укладають з ними контракти та направляють їх до «організацій, що приймають», які можуть бути як державними, так й місцевими органами влади чи самоврядування. Волонтери, які працюють поза цими організаціями, не визнаються офіційно як волонтери і не користуються юридичним захистом.

Угорський закон щодо суспільно корисної волонтерської діяльності, прийнятий у 2005 році, визначає, що організаторами волонтерської роботи можуть бути благодійні організації, державні установи, а також державні чи приватні постачальники послуг у таких галузях, як соціальна допомога, культура, освіта та захист прав меншин. Однак цей закон не поширюється на організації інших типів або сфер діяльності та не передбачає для них жодних пільг або форм захисту.

Закон також зобов'язує організації, які залучають волонтерів, пройти обов'язкову реєстрацію в відповідному міністерстві, встановлюючи складну бюрократичну процедуру для цього процесу. Він також визначає умови, за яких реєстрацію може бути відмовлено. Крім того, організації мають обов'язок вести облік волонтерів та зберігати ці дані протягом п'яти років після завершення їх діяльності.

Закон Італії, прийнятий у 1991 році, який регулює загальну політику у сфері волонтерської діяльності, встановлює основні принципи і критерії, що визначають взаємодію між державними установами та волонтерськими організаціями. Для реалізації цього закону на місцевому рівні застосовуються відповідні механізми, що розробляються регіональними органами влади. Закон забезпечує волонтерів певними правами та захистом, одночасно накладаючи на організації, що займаються волонтерською діяльністю, обов'язки, такі як обов'язкове страхування здоров'я волонтерів і забезпечення їхньої відповідальності перед третіми особами. Додатково закон чітко розмежовує волонтерську діяльність і соціально-трудові відносини.

Закон Латвії про асоціації та фонди, ухвалений у 2003 році, надає асоціаціям і фондам право залучати волонтерів для реалізації своїх основних завдань відповідно до статуту. Цей закон також визначає поняття «волонтерська діяльність» та встановлює основні вимоги щодо укладання угод, цивільної відповідальності та покриття витрат, пов'язаних із залученням волонтерів.

Закон Люксембургу, прийнятий у 1999 році, який регулює молодіжну волонтерську службу, має на меті стимулювання соціальної активності серед молоді через участь у суспільно корисних проєктах. Згідно з цим законом, можливість брати участь у волонтерській

службі надається лише тим некомерційним організаціям, що отримали акредитацію від Міністерства у справах молоді. Тривалість волонтуристської служби варіюється від шести до двадцяти місяців, при цьому можливість скорочення або продовження терміну служби залежить від погодження з міністерством. Цей закон не охоплює інші види волонтуристської діяльності поза межами молодіжної служби.

Закон Польщі щодо суспільно корисної та волонтуристської діяльності, ухвалений у 2003 році, регулює волонтуристську діяльність в рамках некомерційних організацій, неурядових установ, асоціацій, органів місцевого самоврядування, державних органів та інших юридичних осіб. Крім того, цей закон поширюється на польських волонтерів, які виконують свою діяльність у міжнародних організаціях.

Закон Португалії про волонтерство, ухвалений у 1998 році, встановлює, що волонтуристська діяльність має бути спрямована на користь суспільства або окремих громад у таких сферах, як вирішення міських і соціальних проблем, охорона здоров'я, освіта, наука та культура, збереження національної спадщини, охорона навколишнього середовища, захист прав споживачів, розвиток зайнятості та професійного навчання, соціальна реінтеграція, цивільна оборона, а також підтримка соціальної економіки та волонтуристської діяльності. Крім того, Закон визначає основні принципи волонтуризму, а також регулює права і обов'язки волонтерів, встановлюючи чіткі рамки для їх взаємодії з організаціями, що здійснюють підтримку цієї діяльності.

3.3 Застосування проєктного підходу до волонтерства молоді (на прикладі публічної влади Маріуполя)

В багатьох країнах світу влада приділяла велику увагу формам зайнятості молоді (табл. 2).

Так, у Франції після Другої світової війни було розпочато будівництво громадських центрів для молоді. Державні органи поставили завдання створити простір для взаємодії людей різного соціального та професійного походження з метою соціально ефективного використання вільного часу. Ці культурні осередки у Франції не входили до складу інфраструктури місцевих громад, а являли собою окремі установи, які організовували та координували зайнятість молоді у своїх районах [88].

Особливістю проєктного підходу до молодіжних установ у Болгарії була їхня відповідність масштабам країни, без проявів гігантоманії та показухи в територіальних громадах.

У Німеччині програмний підхід органів державної влади призвів до створення різних типів молодіжних закладів, що включали централізовані молодіжні клуби, молодіжні секції при будинках культури, навчальні заклади, будинки піонерів, будинки науки і техніки для школярів, а також спортивні зали та зони відпочинку.

У Японії, в рамках програмного підходу, уряд прийняв рішення щодо перенесення молодіжних центрів за межі територіальних громад, зокрема молодіжного комплексу в префектурі Шига та молодіжного центру на острові Окінава.

У багатьох містах США, Канади, Великобританії та інших країн, згідно з програмним підходом державної влади, молодіжні центри створюються при університетських комплексах. Найпоширенішою програмою в Австрії є «Організація юних друзів природи», а також «Всесвітня асоціація молодих християнських жінок».

Сьогодні в Австрії «Організація юних друзів природи» налічує 55 000 членів віком від 6 до 25 років. Організація перебуває під управлінням державних органів на федеральному та земельному рівнях. Її основними завданнями є:

- залучення молоді до громадської діяльності, зокрема до охорони природи;
- консультування осіб, що відмовляються від проходження військової служби;
- керівництво секціями та гуртками альпінізму, орієнтування та іншими активностями.

Таблиця 3.2 - Особливості проєктного підходу органів державної влади до молодіжного волонтерства у світі

Країна (терміни)	Основне завдання	Програма діяльності
Франція Після 1945р	Соціально ефективне використання вільного часу молоді	Розваги, фізичні вправи, волонтерство, інтелектуальна, мистецька діяльність, інформація, виступи, подорожі, державна служба
Німеччина	Класифікація	Поєднання розваг, фізичні вправи, технічні навантаження, інформація, подорожі, комунальні послуги
Болгарія	Дотримання масштабу країни	Невимушений процес використання вільного часу і визначення інтересів молоді
Японія	Вилучення молоді з центру за межі громади	Залучення молоді до проведення свого вільного часу через розваги, виховна та навчальна функції
Австрія, «Організація «Юні друзі природи» Заснована в 1895 р. Заборонена в 1934 р. нацистами. Відновлена у 1945 р.	Територіальний принцип за адміністративним поділом країни	Організація дозвілля молоді як альтернатива індустрії відпочинку та більше
США, Канада, Велика Британія та інші країни		Поєднання з соціокультурними центрами університетських комплексів
Міжнародна конфесіональна Лондон 1984 р. організація «Світова асоціація молодих християнських жінок»	Розвиток взаєморозуміння і співробітництва на національному і міжнародному рівні	Волонтерство в межах країни; робота серед біженців і мігрантів

Джерело: розроблено автором

Водночас Всесвітня асоціація молодих християнських жінок є важливим міжнародним конфесійним проєктом, який став результатом урядового підходу до створення організації, що працює з молодими жінками. Ця асоціація була заснована для поширення та посилення впливу протестантизму серед дівчат та молодих жінок. Офіційні цілі організації включають:

- сприяння розвитку конструктивних відносин з міжнародними об'єднаннями, як неурядовими, так і міжурядовими;
- захист прав людини, зокрема прав дітей;
- сприяння об'єднанню жінок і дівчат для глобальної співпраці на основі принципів християнської єдності.

Асоціація об'єднує національні організації 84 країн, і її діяльність базується на клубній формі роботи, що є частиною програмного підходу урядів. Особливу увагу організація приділяє волонтерським проєктам у країнах, що розвиваються. Вона має консультативний статус при ЮНЕСКО та представлена в Управлінні Верховного комісара ООН.

Метою даного дослідження є узагальнення світового досвіду проєктного підходу урядів до молодіжної політики та впровадження молодіжного «волонтерства», а також аналіз мікропроєктного підходу влади в Маріуполі, Україна. Дослідження ґрунтується на комплексному та системному підході до управління зайнятістю з використанням методів опису, узагальнення, аналізу та синтезу результатів спостережень і експериментів. Ці методи дають

змогу виявити навички, набуті через форми працевлаштування молоді волонтерство та волонтуризм. Участь у волонтерстві та волонтуризмі досліджувалось як шляхом спостережень, так й через звернення до молодих людей брати участь. Основним методом формулювання показників є постановка запитань, спрямованих на ідентифікацію основні аспекти або характеристики предмета, що розглядається. З точки зору методу аналізу даних, автор надає результати відкритого опитування (інтерв'ю за вибіркою 30 осіб) з керівниками та активістами громадських та благодійних організацій Маріуполя.

У 1925 році в Україні влада ухвалила рішення створити молодіжні секції при будинках і палацах культури загального типу, які стали основною формою роботи з молоддю. Це рішення сприяло реалізації процесів громадського використання вільного часу молодих людей через проєктний підхід. Такий підхід призвів до розвитку багатофункціональних культурних центрів у місцевих громадах та викликав питання щодо організації дозвілля для молоді.

ЮНЕСКО підтримує молодіжні трудові табори з моменту свого заснування в 1946 році. У 1948 році була створена некомерційна організація – Координаційна комісія з трудових таборів (пізніше перейменована в Координаційну комісію з міжнародної волонтерської служби). До початку 1960-х років освітні програми, ухвалені Генеральною конференцією та Виконавчою дирекцією, були спрямовані на підтримку міжнародних трудових таборів, які значно сприяли міжнародному взаєморозумінню.

На сесіях Генеральної конференції в 1972 і 1974 роках ЮНЕСКО рекомендувала державам сприяти розвитку національного та міжнародного волонтерства, а також надавати підтримку молодіжним неурядовим організаціям. З 1976 по 1995 роки проводилися численні наради, навчальні семінари, стажування, а також організовувалися гранти та контракти з Координаційною комісією з міжнародної волонтерської служби. Це відбувалося за участю урядових і неурядових волонтерських організацій та через співпрацю з міжнародними організаціями, такими як Волонтери ООН і Рада Європи.

У 1995 році Генеральна Асамблея ООН затвердила Всесвітню молодіжну програму до 2000 року та подальших періодів, а Генеральна конференція ООН визначила молодь як цільову групу ЮНЕСКО. Одночасно була розроблена програма Центрального секретаріату ЮНЕСКО, спрямована на розвиток комплексної волонтерської діяльності для всіх вікових груп. Ці зміни значною мірою вплинули на організацію діяльності молодіжної волонтерської програми ЮНЕСКО, яка здійснювалася в тісній співпраці з Координаційною комісією міжнародної волонтерської служби.

Однак, незважаючи на ці ініціативи, волонтерський корпус ЮНЕСКО так і не був створений, а волонтерський комітет було ліквідовано в 1997 році. У 1998 році Генеральне управління ЮНЕСКО переорієнтувало та посилило молодіжні програми та організаційні структури, орієнтуючись на проєктний підхід до їх реалізації. Було вирішено звернути особливу увагу на волонтерську роботу як незамінний засіб мобілізації молоді та забезпечення волонтерства, яке було доручено Молодіжній координаційній раді. Рада постійно займалася цим питанням через консультації з молоддю, молодіжними та неурядовими та іншими партнерськими організаціями.

Волонтуризм набув форми громадського руху відносно недавно і розвиток цієї діяльності ще далеко не завершений. З огляду на цей контекст дослідження стану та статусу волонтерського руху особливо актуально для України.

2014 рік став знаковим у розвитку волонтерства в Україні, оскільки він дав потужний поштовх для формування низки волонтерських рухів, які набули яскравого характеру та стали прикладом високого рівня громадянської свідомості українців та їх здатності до самоорганізації.

Волонтерство молоді відображено в Концепції Державної програми «Молодь України» на 2016-2020 рр. з двох ракурсів: як інструмент неформальної освіти (Пріоритет 3) і як вторинна зайнятість (Пріоритет 4).

Пріоритет 3 охоплює питання неформального навчання шляхом здійснення заходів, спрямованих на засвоєння знань, умінь і навичок та інші компетенції поза системою освіти,

через участь у волонтерській діяльності. Це охоплює такі інструменти: програма молодіжного працівника, розвиток молодіжних центрів, молодіжні табори, молодіжні інформаційні та електронні навчальні платформи, молодіжний паспорт (як інструмент розпізнавання).

Пріоритет 4 включає створення необхідних умов та організацію заходів, спрямованих на зайнятість молоді, зокрема надання первинної, вторинної зайнятості та можливостей для самозайнятості молодих людей. Волонтерство є важливим елементом вторинної зайнятості [89]. Волонтери беруть участь у наданні гуманітарної допомоги, зокрема в розподілі одягу, продуктів харчування та медикаментів, а також працюють у департаментах Міністерства оборони України, що відповідають за забезпечення Збройних Сил країни.

На сьогодні волонтерський рух в Україні став свідченням розвитку громадянського суспільства, доповнюючи функції державних органів і сприяючи стабілізації та регулюванню соціальних відносин у контексті децентралізації [89]. Законопроект України «Про молодь» [90] трактує волонтерство як форму другорядного працевлаштування для молоді, підкреслюючи, що отримані під час волонтерської діяльності знання та навички є важливою частиною професійної орієнтації та саморозвитку.

Для студентів це є важливою мотивацією і дозволяє отримати певні переваги при працевлаштуванні в державних і приватних підприємствах, а також при започаткуванні власного бізнесу.

Влада зацікавлена у заохоченні молоді до участі в волонтерській діяльності, оскільки це сприяє розвитку різноманітних волонтерських ініціатив та соціального підприємництва, що, в свою чергу, створює умови для активної участі молоді в таких проєктах. Таким чином, на рівні держави вже тривалий час існує переконання, що волонтерський рух має важливе значення для підвищення конкурентоспроможності молодих людей та сприяє їх професійному росту.

Україна не є винятком із цього загальносвітового тренду. Закон України «Про освіту» № 2145-VIII (2017) визначає неформальну освіту, яка не передбачає здобуття формальної кваліфікації за рівнем освіти, а також виділяє «неформальну освіту», що передбачає самостійну організацію навчального процесу з набуття компетенцій у процесі щоденної діяльності, яка пов'язана з професійною, соціальною, родинною чи іншою сферою діяльності, зокрема і відпочинком.

Отже, волонтерська діяльність і волонтеризм тісно пов'язані з концепцією неформальної освіти, що дозволяє молоді отримувати необхідні знання та навички в реальних умовах.

Сьогодні все більше волонтерів безкорисливо виконують суспільно важливу справу. В Маріуполі, волонтерська діяльність була представлена в рамках діяльності неурядових організацій та благодійних фондів. Наприклад, «Карітас Маріуполь» - некомерційна благодійна організація, метою якої є надання соціальної допомоги та підтримки найбільш потребуючим верствам населення України незалежно від національності та віросповідання. Над цим працюють спеціалісти «Карітасу», що виконують близько 10 соціально-гуманітарних проєктів за підтримки міжнародних благодійних організацій та міністерств розвитку багатьох країн Європи.

У Маріуполі діяла «Школа волонтерства», яка була створена міським відділенням Української Академії Лідерства. Робота проходила у форматі онлайн-занять. Волонтери відпрацювали понад 100 годин, беручи участь у роботі таких організацій: «Карітас», «Червоний Хрест», «Бурчик» та «Старість на радість». Вони самостійно організовували шість волонтерських ініціатив. У результаті підготовлено близько 20 учасників, які не тільки вміли професійно займатися волонтеризмом, а також реалізовувати власні проєкти та ініціативи.

Мікропроєкт, реалізований у Маріуполі, мав за мету створення освітньої технології волонтеризму в Приазовському державному технічному університеті. Цей проєкт надавав можливість соціально активним студентам, які були мотивовані до участі, здійснювати громадські

ініціативи на добровільних засадах. Таким чином, студенти мали можливість не лише розвивати свої професійні компетенції, але й ставати свідомими та відповідальними громадянами країни [88].

Відповідно до цієї мети, проєкт ставив такі завдання:

- створити мотивацію, яка б спрямовувала соціально активна молодь долучатися до волонтеризму;
- організувати спілкування з якомога більшою кількістю учасників проєкту за можливістю;
- створити умови для адаптації учнями знань і вмінь, здобутих у вищому навчальному закладі, вдосконалити свої професійні компетенції;
- сформувати базу даних соціально активної молоді для органів влади, з метою підвищення її обізнаності через проведення різноманітних тренінгів. Це також передбачає залучення уваги стейкхолдерів до потенційних працівників, які характеризуються активною життєвою та соціальною позицією.

За ініціативою міської влади Маріуполя було проведено дослідження «Місто очима студентів», в якому взяли участь 486 студентів денної форми навчання з різних вищих навчальних закладів міста. Це дослідження носило репрезентативний характер, охоплюючи студентів за такими характеристиками, як заклад, факультет та курс навчання, а похибка склала 3%.

Результати дослідження показали, що:

- 63% опитаних висловили бажання брати участь у житті міста;
- 33% виявили зацікавленість у роботі в органах влади;
- 64% були обізнані з проблемами територіальної громади та можливими шляхами їх вирішення, серед яких пріоритетними є екологія, міський транспорт, стан доріг та підвищення рівня життя населення;
- 58% студентів хотіли б бачити більшу практичну складову у своєму навчанні;
- 85% студентів отримували інформацію та спілкувалися через Інтернет і соціальні мережі;
- 99% користувалися мобільними телефонами, включаючи мобільні додатки.

Надалі студенти заснували громадську організацію «Майбутнє Маріуполя», члени якої разом з вищими навчальними закладами та за підтримки Маріупольської міської ради розробили проєкт «100 годин волонтерства». Цей проєкт орієнтований на надання безкоштовних суспільних благ для громади. Він був підтриманий Агентством США з міжнародного розвитку (USAID). Основною метою проєкту було створення платформи для взаємодії волонтеристських ініціатив студентської молоді, соціальних ініціатив, органів державної влади міста та організацій, які потребують підтримки та активної участі молоді.

Процес формування соціальної ініціативи мав кілька ключових етапів. Підготовчий етап мікропроєкту, який тривав з жовтня по грудень 2017 року, включав, зокрема, поглиблене відкрито опитування, що базувалося на інтерв'ю з вибіркою з 30 осіб, серед яких були лідери та активісти громадських і благодійних організацій, таких як Червоний Хрест, благодійні фонди «Адра», «Наш Маріуполь», «Епоха милосердя», «Карітас-Україна», Дитячий фонд та інші. Основною метою цього етапу було визначення мотивації, досягнень і проблем, пов'язаних з волонтерською діяльністю в місті Маріуполь.

Аналіз результатів соціологічних досліджень показав значну активізацію волонтерського руху, особливо серед молоді. На основному етапі мікропроєкту студенти спеціальності «Соціальна робота» факультету соціальних наук і гуманітарних наук Приазовського державного технічного університету (ПДТУ) заснували громадську організацію «Майбутнє Маріуполя». Члени організації, у тісній співпраці з адміністрацією ПДТУ та за підтримки Маріупольської міської ради, розробили проєкт «100 годин волонтерства». Важливим інструментом реалізації цього проєкту став вебсайт www.100hov.org.ua, який став основною платформою для залучення студентів та активної молоді до волонтеристської діяльності та реалізації соціальних ініціатив.

Основною метою проєкту було створення інтерактивної платформи, яка забезпечувала б ефективну взаємодію між волонтерами, молодіжними студентськими організаціями, соціальними ініціативами та організаціями, що потребують підтримки та ініціативної діяльності з боку молоді.

Кожен бажаючий мав змогу взяти участь у проєкті. Людина може добровільно зареєструватися на сайті самостійно або за допомогою команди проєкту. Після цього був створений профіль волонтера, який враховував робочий час та показники роботи.

Сайт наповнявся зверненнями від органів державної влади, громадських та інших організацій, а також мешканців міста, які потребували допомоги, в електронному або телефонному режимі після реєстрації. Під час реєстрації замовник ознайомлювався з короткою історією волонтеризму в форматі коміксу, з інформацією про підтримку термінів подачі заявок та компетенцій, а також можливого обсягу допомоги волонтерів. Після того, як волонтери перевірили заявку, волонтер виїздив на місце. Кожен волонтер мав можливість знайти свої завдання на карті з активними локаціями. Інформаційна структура завдань для волонтерів містила наступні показники: клієнт; місце і час виконання; опис завдання; сума (години), нарахована волонтеру для його реалізації; складність завдання; обладнання, необхідне для виконання завдання; номер учасників.

Завдання для волонтерів були класифіковані за такими факторами: людські ресурси (індивідуальний, командний), рівень складності (молодший, легкий, середній, складний, професійний) і сфери діяльності (соціальна сфера, культура, спорт, туризм, освіта, благоустрій, медицина, екологія).

В рамках проєкту розроблено систему оцінювання якості роботи волонтерів. За якістю роботи волонтера формувався рейтинг його довіри. Система також надавала коментарі клієнтів щодо роботи волонтера. У свою чергу, волонтер також мав можливість прокоментувати завдання.

Презентація проєкту відбулася в Донецькому державному університеті управління, Маріупольському держуніверситеті, Донецькому юридичному інституті, на факультетах ПДТУ, в міській раді, на кафедрі соціального захисту. Використовувався сайт ПДТУ, соціальні мережі, місцеві офіційні та інформаційні сайти для просування проєкту.

Волонтери брали участь у загальноміських проєктах «Книжкова комунальна справа», «Європа День», «Маріупольфест» та інші та виконували функції перекладачів, гідів, координаторів тощо; вони записували тексти аудіокниг для людей із вадами зору, встановлювали програмне забезпечення на особистих комп'ютерах, організовували відпочинок для дітей, прибирали місто, висаджували дерева, проводили соціологічні опитування.

Найактивніші волонтери взяли участь у майстер-класах та спеціалізованих тренінгах з досвідченими фахівцями волонтерських проєктів в інших містах, де вони могли отримати знання з психології, спілкування, творчого мислення та прийняття рішень.

Це дозволило започаткувати діалог між владою та молоддю, який сприяв зростанню рівня лояльності молоді до влади.

Волонтери, які працювали в проєкті «100 годин волонтерства», отримали мотивацію, призи та грамота за підписом міського голови. Це дає їм певну перевагу при працевлаштуванні в комунальних підприємствах та органах влади міста, що стало серйозною мотивацією до участі в волонтеризмі.

Поширенням мікропроєкту стала ініціатива університету щодо надання студентам закордонної практики в установах розміщення Польщі, Болгарії та Туреччини на основі волонтеризму. Наразі в проєкті взяли участь 28 студентів. Результати волонтеризма викликали великий інтерес у місцевої громади. Через пандемію COVID-19 призупинили цей процес. Сподівалися, що це не матиме довготривалого ефекту.

За допомогою проєктів, волонтери розвивали розуміння того, що участь в проєкті є волонтеризмом та унікальною можливістю проявити себе як майбутніх спеціалістів, розви-

нути компетенції в різних сферах, визначати напрямок своєї подальшої професійної діяльності, формувати професійно-соціальні та національні зв'язки для професійне зростання та розвитку.

Влада отримала базу активних молодих спеціалістів, які мають певний практичний досвід, соціально мотивовані, комунікабельні, здатні працювати в команді, креативні, тобто; молодь, яка є потенційною елітою міської громади.

Отримана підготовка за цими видами освіти вже визначена багатьма зацікавленими сторонами як порівняння з досвідом ринку праці та може внести вагомий внесок у формування кваліфікованого фахівця з активним життєвою і професійною позицією та навичками міжкультурного спілкування. Вплив проєктного підходу влади щодо студентського волонтерського руху є необхідністю для вивчення механізму передачі соціальних цінностей, які можна вважати основними для всіх людей і в усі часи. Такі цінності включають волонтуризм. Вони є важливою складовою самореалізації власного творчого потенціалу студентів і корисним засобом набуття професійних навичок та здібностей [91]. Крім того, чіткість ролі, рівень часу, відданість, регулярний зворотний зв'язок, визнання зусиль і міцні мережі для постійної підтримки є важливими стратегіями сприяння утриманню волонтеристів. Розуміння ступеня і глибокий досвід волонтеристів допоможе запобігти недооцінці їх внеску та збільшити вплив їхньої участі [90].

3.4 Державне сприяння волонтеристичному обслуговуванню великих спортивних змагань в світі та Україні

Для великого спорту населення є його основою. Великий спорт кровно зацікавлений підвищення середнього рівня фізичного розвитку населення і тому підтримує масове фізичне виховання. Він також не може існувати без системи відбору перспективної молоді, починаючи з дитинства, що забезпечується існуванням різних спортивних шкіл, секцій, дитячо-юнацьких спортивних клубів та інших форм дозвілля, а також створення постійно діючої системи тестування населення у вигляді спортивних змагань. Ці організаційні форми та заходи часто організовуються волонтеристами. Великий спорт також зацікавлений у створенні технологій для максимально ефективних можливостей залучення волонтеристів до туристичного обслуговування великих спортивних змагань.

Великий спорт демонструє суто прагматично-споживчий підхід до суспільства за повної згоди суспільства. Це зумовлено тим, що суспільство отримує низку незаперечних переваг від перерахованих вище інтересів: зростає загальний рівень фізичного здоров'я націй, розширюються можливості самореалізації для величезної кількості молодих людей, з'являються люди, які своїми досягненнями створюють славу нації серед інших націй. Олімпійські ігри є найбільшим міжнародним форумом не лише на рівні світового спорту, а й усієї світової політики. Організація та проведення олімпіад — це дуже складний механізм, що потребує цілого комплексу заходів: політичних, економічних, спортивних та культурних.

Волонтерський рух в сьогодення є однією із основних форм прояву соціальної активності громадян усього світу. Волонтерські організації офіційно існують у понад 175 країнах. Волонтеристи беруть активну участь у різних соціальних проєктах, у тому числі у туристичному обслуговуванні спортивного та олімпійського руху.

Волонтерський рух в Україні поступово набуває все більшої значущості у сфері фізичної культури та спорту. Це зумовлено регулярним проведенням великих міжнародних спортивних заходів, серед яких варто зазначити такі значущі події, як Чемпіонат Європи з футболу 2012 року, Чемпіонат світу з фехтування 2012 року, Чемпіонат світу з художньої гімнастики 2013 року, Чемпіонат Європи з баскетболу 2015 року (перенесений), Чемпіонат світу з хокею з шайбою 2016 року та інші. Окрім того, Україна подавала офіційну заявку на проведення зи-

мових Олімпійських та Паралімпійських ігор у 2022 році. Ці події сприяють розвитку волонтуристської діяльності, що відіграє ключову роль у забезпеченні успішної організації та проведення міжнародних спортивних змагань.

Для успішного проведення Олімпійських ігор потрібна велика кількість волонтерів, які виконують різні роботи з організації та проведення Ігор, що суттєво знижує економічні витрати.

Аналіз літературних джерел показує, що найбільше значення при цьому мають світові наукові джерела. В Україні, на жаль, немає наукових публікацій щодо волонтуристського руху з туристичного обслуговування великих спортивних заходів, що на сьогоднішній день є інноваційною формою використання людського капіталу.

Дослідження свідчать, що сучасні Олімпійські ігри неможливі без допомоги волонтерів. 1992 року сьомий президент МОК Х.А. Самаранч, виступаючи під час Олімпійських ігор у Барселоні, офіційно визнав МОК значущість роботи волонтерів на Іграх, а також відзначив їхню роль у розвитку сучасного олімпійського руху. Аналіз спеціальної літератури дозволяє судити про те, що в сьогодення існує значна кількість публікацій, присвячених історії волонтерського руху[92].

Існують окремі статті, пов'язані із описом роботи олімпійських волонтерів. Зокрема, Brettell D. аналізує роль і значення волонтерів під час Ігор XXVII Олімпіади [93].

на основі теоретичних даних та практичного аналізу розглядаються особливості підготовки молоді до волонтуристської діяльності під час Олімпійських ігор. Rogge J. пропонує розглядати розвиток волонтуризму як стратегію, що зумовлено поширенням олімпійського руху у світі та його глобалізацією. Однак, незважаючи на наявність публікацій, пов'язаних із розвитком волонтуризму в олімпійських видах спорту, його роль та місце у системі туристичного обслуговування великих спортивних змагань на прикладі олімпійського руху залишається актуальним питанням наукових досліджень.

Жак Рогге, голова Міжнародного олімпійського комітету у Ванкувері, Канада, заявив, що організація спортивних змагань усіх рівнів неможлива без обов'язкової участі волонтерів. Волонтери є найважливішою часткою успішного проведення спортивного заходу.

Для успішного проведення великих спортивних заходів необхідно узагальнити досвід організації та управління використанням волонтерів та їх дій у туристичному обслуговуванні великих спортивних заходів, що автори намагатимуться зробити на прикладі Олімпійських ігор.

Мета дослідження: визначити особливості становлення волонтуризму у туристичному обслуговуванні великих спортивних заходів у рамках розвитку олімпійського руху, визначити динаміку його розвитку. Для цього треба проаналізувати наукові джерела щодо розвитку волонтуризму як соціального явища; дослідити історію та динаміку залучення волонтерів до організації та проведення Олімпійських ігор; виявити основні функції, права та обов'язки волонтерів на Олімпійських іграх.

Світовий контекст трактування терміну «людські ресурси» для організації та проведення великих спортивних заходів ніколи не розглядав працю за винагороду як основну. Для великих спортивних заходів головною робочою силою є великий колектив волонтерів, які обслуговують Олімпіаду без фінансової компенсації. Без волонтерів Олімпійські ігри були б набагато дорожчими в організації та менш захопленими для суспільства. Волонтери уможливають Олімпійські ігри, підготовка до яких створює значну економічну напруженість у суспільстві. Зусилля волонтерів знижують вартість ігор, створюючи значний економічний ефект.

Кожна велика спортивна подія належить не лише спортсменам, а й тим, хто допомагає їм відбутися. Волонтери – це люди, які надають туристичні послуги кожному спортсмену, глядачу та гостю найвидатніших подій у світовому спорті.

Послуги волонтерів — це непрофесійні та неприбуткові зусилля, які роблять окремі особи для покращення благополуччя інших у навколишньому середовищі та суспільстві.

Але все різноманіття форм волонтуризму, на думку Американської асоціації управління громадськими роботами, визначається «групою людей, які готові працювати разом для досягнення суспільного блага, що стає волонтуризмом; люди, які беруть участь у роботі цих груп, стають волонтеристами, і цей тип групової роботи стає волонтерською службою» [93]. Сьогодні волонтерські служби переросли у великий громадський рух із багатим змістом та у різних формах. Існують волонтерські служби у сфері благодійності, спорту, реклами тощо.

Хоча принцип волонтуризму у великих спортивних заходах має багату історію, для багатьох спортсменів, офіційних осіб та організаторів, які діляться своїм часом та зусиллями, поняття «олімпійський волонтерист» досить молоде. Олімпійський глосарій посилається на його первісне явне визначення в офіційному бюлетені Олімпіади 1992 в Барселоні: «завдання без отримання оплати або винагороди будь-якого характеру».

У розвинених країнах вважається, що волонтеристи - це ті, хто працює не для особистого доходу, не примушується законом до роботи, а працює безкоштовно, щоб покращити суспільство та надати благодійність іншим. Тобто волонтеристи туристичного обслуговування великих спортивних заходів пов'язані, з одного боку, з розвитком спорту, з іншого боку, мають детально економічні та соціально-політичні характеристики, сформовані на трьох етапах більш ніж вікової історії сучасних Олімпійських ігор:

- 1896 (Афіни) – 1908 (Лондон): волонтеристи – невелика група людей, які брали активну участь у спортивних заходах;

- 1912 (Стокгольм) – 1980 (Москва): волонтеристи були в основному військовими дослідниками;

- 1984 (Лос-Анджелес) - теперішній час: скаути зникають та формуються сучасні характеристики волонтеристів [www.fhw.gr], зусилля яких спрямовані на туристичне обслуговування великих потоків членів команд, членів офіційних делегацій, акредитованих кореспондентів, вітчизняних та іноземних глядачів тощо.

Еволюція волонтерського руху на Олімпійських іграх починається з 1912 року (Олімпійські ігри в Стокгольмі 1912 р.), Антверпена (1920 р.), Парижа (1924 р.) та Амстердама (1928 р.), в яких брали участь волонтеристи з об'єднань руху бойскаутів. Ці молоді люди виконували прості, але дуже важливі для організації Олімпійських ігор види діяльності, а саме: доставку пошти, прибирання та допомогу у підтримці порядку під час Ігор.

Після Другої світової війни кількість волонтеристів зростає. 2191 людина (переважно ті самі молоді люди зі «скаутських» альтруїстичних організацій) на Олімпійських іграх у Гельсінкі (1952 р.). 1956 року в Мельбурні вже було 3500 волонтеристів.

Олімпійські ігри стають дедалі популярнішими, кількість індивідуальних волонтеристів зростає, а коло їхніх обов'язків поширюється. На зимових Олімпійських іграх в Осло (1952) волонтеристам було доручено досліджувати та допомагати у підготовці спортивного інвентарю під наглядом кваліфікованого персоналу. 1960 року в Скво-Веллі та Римі волонтеристи працювали перекладачами та водіями на Олімпійських іграх. У Римі 155 волонтеристів працювали як прес-асистенти. Більше того, роль цієї волонтеристської функції зросла з 70-х років, коли висвітлення олімпійських заходів у ЗМІ почало збільшуватися.

Ігри 1980 року у Лейк-Плесіді стали періодом розквіту олімпійського волонтеристського руху. Без цієї армії із 6700 волонтеристів масштабні та добре організовані XIII зимові Олімпійські ігри не стали б реальністю. У Сараєво (1984) у волонтеристській роботі було задіяно 4000 волонтеристів.

Олімпійські волонтеристи перетворилися з незначного натовпу на значний резерв для Олімпійських ігор. У Лос-Анджелесі (1984 р.) 30 000 волонтеристів розширили свою діяльність від організації виставок до допомоги у церемоніях відкриття та закриття ігор. У Сеулі (1988 р.) волонтеристів було трохи менше, ніж у Лос-Анджелесі, а в Барселоні у 1992 р. їхня кількість становила 34 548 осіб. У Нагано (1998) було 32 579 волонтеристів, що можна порівняти з кількістю в Ліллекхаммері в 1994 році.

Сучасна модель олімпійського волонтуризму сформувалася у період з 1980 по 1992 рік, від Лейк-Плесіда до Барселони. Розробляючи масштабні сценарії майбутніх Олімпіад, Міжнародний олімпійський комітет та національні олімпійські комітети почали покладатися на обов'язкову участь волонтерів у їхньому проведенні. На Олімпіаді в Лос-Анджелесі 1984 року волонтери вже були визнані «офіційними помічниками», які розділяють олімпійські ідеали. Сам же термін «олімпійський волонтер» уперше був публічно закріплений у доповіді тодішнього президента МОК Хуана Антоніо Самаранча, зачитаному під час Ігор 1992.

У новому тисячолітті жодна Олімпіада не обходиться без інтенсивної та ефективної волонтерської роботи. Кількість волонтерів обчислюється десятками, інколи ж і сотнями тисяч. Саме вони створюють образ Олімпійських ігор, що запам'ятовується, серед спортсменів, уболівальників і журналістів.

Міжнародний досвід олімпійського волонтуризму стає невід'ємною часткою формули успіху, на яку спираються організатори Олімпіад. Так, ігри в Пекіні серед своїх безумовних досягнень включають роботу «волонтерської команди», доведену до досконалості. Цей досвід уважно вивчали організатори наступних Олімпіад — у Ванкувері та Лондоні. Пекінська Олімпіада побила рекорд за кількістю волонтерів: на Олімпійських іграх їх працювало 70 тисяч, на Паралімпійських — 30 тисяч. Наймасштабнішою стала акція «Усміхнений Пекін», учасники якої шириною та тривалістю посмішки мали продемонструвати «гуманітарний характер» XXIX літніх Олімпійських ігор та дружелюбність організаторів до іноземців. Мільйон китайців усміхнулися іноземним гостям.

Основну частину волонтерської армії складали студенти пекінських вишів та співвітчизники з Гонконгу, Макао та Тайваню віком від 18 до 25 років. З 1,2 млн. претендентів було відібрано 100 тис. волонтерів, серед яких 13 ветеранів МЗС КНР, багато літніх патріотів та 22 тис. іноземців. Головною вимогою до волонтерів було добре знання іноземної мови, особливо англійської. Невипадково роботу із взаємодії із закордонними ЗМІ здійснювали 259 волонтерів-поліглотів з-за кордону: потрібно було розуміння мови на рівні усного мовлення та професійного спортивного жаргону. Іншими критеріями відбору були комунікативні навички та працьовитість.

Пекінські волонтери обслуговували олімпійські комплекси, працювали у двох тисячах інформаційних центрів для іноземців, допомагали гостям Олімпіади орієнтуватись на вулицях мегаполісу. Близько 400 тисяч волонтерів возили туристів історичними та культурними пам'ятками столиці.

Організаційний комітет Олімпіади Ванкувера (VANOC) залучив до партнерства 25 000 волонтерів із усіх канадських провінцій. За два роки до початку Ігор у Канаді стартувала онлайн-кампанія Call for Volunteers — так у країні було реалізовано національну програму з пошуку волонтерів для обслуговування олімпійських об'єктів та гостей Олімпіади.

Цінність волонтерського руху для туристичного обслуговування великих спортивних заходів визначається таким:

- з політичного погляду — це поєднання енергії окремих особистостей у спільному проєкті, інноваційна форма участі у великому громадському заході;

- з економічної точки зору, використання волонтерів є основним джерелом зниження витрат на персонал, який обслуговує спортивний захід (досвід показує, що до 90%), і, забезпечуючи адекватну підготовку, результатом може стати підвищення професійного рівня населення;

- з погляду культури, принцип волонтуризму сприяє поширенню мультикультурності та підвищенню солідарності людства.

Справді, навчання, засоби праці, підтримка та витрати на страхування за рахунок волонтерів знижують баланс спортивних акцій. Але фактична економія набагато більша, оскільки навчання штатних некваліфікованих робітників для досягнення рівня кваліфікації волонтерів обійшлося б дорожче.

Але діяльність волонтеристів ніколи не буває вільною від організації змагань. Оскільки волонтеристи не прагнуть прямої оплати або вигоди безпосередньо, багато громадських проєктів та некомерційних організацій із задоволенням беруть участь у їх діяльності, надаючи останнім матеріальну підтримку через створення робочих місць для волонтеристів та інші види діяльності. Вони економлять гроші на організацію великих спортивних заходів і безпосередньо чи опосередковано збільшують власний дохід.

Наприклад, 1996 року близько 60 000 волонтеристів було задіяно в літніх Олімпійських іграх в Атланті, що дозволило заощадити \$0,13 млрд. 2000 року близько 47 000 волонтеристів працювали на Олімпійських іграх у Сідней, що дозволило заощадити понад \$90 млн. 2004 року понад 60 000 волонтеристів працювали на Олімпійських іграх в Афінах, що дозволило заощадити \$0,12 млрд.

Для Олімпійських ігор в Атланті знадобився 51 881 волонтерист, 47 466 з яких було зареєстровано та призначено. Волонтеристи склали 40% обслуговування Олімпійських ігор, які часто складалися зі 131 788 осіб: оплачувані працівники, 6 560 з яких отримували оплату від своїх товаришів як допомогу, та 78 240 акредитованих контрактних працівників. Крім того, було 800 внутрішніх волонтеристів, які рік у рік поступово готували Ігри власним коштом. Внесок останніх оцінюється в 542000 годин [94].

Припустимо, що кожен із волонтеристів працював по восьмигодинному дню протягом понад 12 днів. Вони відпрацювали 4,98 млн годин добровільно, що, якби компенсувати прожитковий мінімум США у той час у розмірі \$5,50 на годину, становило б майже \$27,4 млн для досвідчених кваліфікованих фахівців, збільшило б суму більш ніж на \$5,4 млн, що в результаті становило б \$32,8 млн, що демонструє важливість роботи волонтеристів для Олімпійського руху. Але, на думку більшості експертів, це дуже брутальна оцінка. Тому що, по-перше, на ринках праці волонтеристів великих спортивних заходів необхідно вирішити проблему розселення волонтеристів, що не просто навіть для великих олімпійських міст. І сподіватися на те, що Атланта, яка на той момент мала ринок праці з недостатньою пропозицією, зможе замінити волонтеристів співробітниками з прожитковим мінімумом, навіть не доводиться. Це могло статися лише при заміні базової зарплати низового рівня на \$10,5, що визначило б необхідність суттєвого збільшення суми добровільних внесків до бюджету Ігор, яка фактично становила \$57,7 млн, аж у 1,5 рази.

Волонтеристам на Олімпіаді в Ріо-2016 надавалося безкоштовне харчування, житло, уніформа, проїзд олімпійською столицею та інші пільгові умови. Олімпіада 2016 стала першим у світі екоспортивним заходом. Шведська компанія RAFAA збудувала водоспад, що працює на сонячному теплому, накопичуючи енергію протягом дня. Ця споруда забезпечувала електроенергією все місто, включаючи Олімпійське село. Ще одним нововведенням стала оригінальна система швидкісного автобусного сполучення, яка перевозить людей певними смугами, що з'єднують північ і захід бразильської столиці.

Місто Пхенчхан Республіки Корея було обрано місцем проведення зимових Олімпійських ігор 2018 року. Місто розташоване у центрі району Канвондо, на північно-східній стороні Південної Кореї. Це дуже відоме та популярне місце, де можна відпочити як влітку, так і взимку. Більше половини всієї території знаходиться на висоті 700 метрів над рівнем моря, що є оптимальним для здоров'я.

Іноземці також могли стати волонтеристами на Олімпіаді-2018. Для відібраних волонтеристів було проведено навчальні тренінги та програми, у тому числі практика на різних спортивних заходах меншого масштабу, ніж Олімпіада. До обов'язків волонтеристів, які працюють на Олімпіаді, входило таке:

- допомога у супроводі делегацій гостей;
- оновлення на стендах, стійках і табло основної інформації про захід, що проводиться, у готелі, а також на спортивному об'єкті та в інших місцях;
- допомога в отриманні акредитації;
- допомога під час змагань;
- організаційна робота та забезпечення безперебійної роботи транспорту;

- інші доручення, зокрема врегулювання конфліктних ситуацій.
- За настановами волонтеристів у Пхенчхані, кодекс волонтериста був таким:
- волонтеристська діяльність є добровільною та безоплатною;
- обов'язково виявляти повагу до всіх, хто працює на даному заході, та до гостей;
- волонтеристська діяльність не має дискредитувати організацію та країну;
- обов'язкове підпорядкування адміністраторам та персоналу. У разі виникнення конфліктної ситуації слід негайно повідомити про це координатора служби;
- якщо виникла проблема чи неможливість виконати поставлене завдання, волонтерист негайно попереджає про це свого координатора;
- за свої цінні речі волонтеристи відповідають самостійно.

Заборони для волонтеристів на Олімпіаді 2018 року були такими:

- у випадку хвороби заборонено відвідувати лікарні. Це стосується й контакту з інфікованою людиною.
- в жодному разі не можна переводити інфікованих дітей із однієї кімнати до іншої;
- не можна виконувати жодних лікувальних дій: видачу ліків, загопування, ін'єкції та інші маніпуляції. Також заборонено займатися самолікуванням;
- заборонено годувати дітей без узгодження з педіатром чи вихователем. Не кожна дитина знає про свою харчову алергію на молочні продукти та злаки;
- заборонено розмішувати інформацію про волонтеристську діяльність у ЗМІ, у тому числі публікувати та розмішувати фотоматеріали без згоди керівництва;
- заборонено доставку до лікарні сторонніх осіб;
- не можна вступати у конфлікт із персоналом лікарні. При порушенні прав людини необхідно повідомляти керівництво.

Людина, яка побажала стати волонтеристом на Олімпіаді 2018 року, мала володіти англійською та корейською мовами.

Люди, які стали волонтеристами, мали пройти спеціальне навчання за тими напрямками діяльності, в яких їм доведеться надавати допомогу.

Волонтеристи мали вихідний на 6-й робочий день. В цей час можна було спокійно відвідувати Олімпіаду, оскільки не всім пощастило працювати саме на спортивному об'єкті. Багато хто працює у логістиці, у готелях, на зустрічі гостей та в інших сферах. Тому цей вихідний для них єдина можливість особисто насолодитися заходом. Стати волонтеристом означає побувати в самому центрі грандіозних подій світового масштабу, поспілкуватися з великими спортсменами, знайти нових друзів і однодумців. Організатори задіяли близько 90 тисяч волонтеристів на Олімпіаді 2018 року.

2020 року в Токіо пройшли Олімпійські ігри та літні Паралімпійські ігри. Організатори Олімпіади задіяли близько 90 тисяч волонтеристів. Більшість волонтеристів була прикріплена безпосередньо до спортивних об'єктів, і лише 10% волонтеристів стали гідями для іноземних гостей, які відвідали Олімпіаду.

Основні вимоги до внутрішніх волонтеристів:

вік від 18 років (на період 01.04.2020);

–стресостійкість;

–знання англійської, корейської, китайської мов на розмовному рівні.

Як гіді та помічники виступили волонтеристи, які мають досвід роботи з людьми з обмеженими можливостями або літніми людьми.

Організаційний комітет Ігор 2022 року в Пекіні збиралися відібрати 39000 волонтеристів, з яких 27 000 мали будувати задіяні в Олімпійських іграх та 12 000 – у Паралімпійських іграх. Волонтеристом зимових Олімпійських ігор у Пекіні може стати будь-хто з усіх країн світу. Щоб мати можливість стати волонтеристом, успішному кандидату має бути 18 років до 1 січня 2022 року, і він має спілкуватися китайською чи англійською мовами. Волонтеристи Ігор надаватимуть послуги на церемоніях відкриття та закриття, змаганнях та/або інших заходах Ігор у Пекіні, Яньціні чи Чжанцзякоу. Самі волонтеристи будуть поділені на дві великі

категорії: загальні та спеціалізовані волонтери. Професійні волонтери — це ті, хто володіє професійними знаннями, навичками та пізнаннями у певній галузі, включаючи мовні, медичні чи водійські послуги. Волонтери-нефахівці — це звичайні волонтери. Граничний вік для волонтера — 80 років. Плюс до всього, людина, яка претендує на цю вакансію, має бути сильною і витривалою, оскільки робочий день триває в основному до пізньої ночі. Перевага буде віддана здобувачеві з будь-яким спортивним розрядом.

Сучасні Олімпіади не можливі без волонтерів. Супровід іноземних делегацій, організація інформаційних стійок у готелях та на спортивних об'єктах, отримання акредитацій, допомога на стадіонах під час змагань, забезпечення безперебійної роботи транспортної системи — все це та багато іншого роблять волонтери на Олімпійських та Паралімпійських іграх.

Залежно від національної специфіки, волонтеризм на кожній Олімпіаді має свої особливості. Так, у деяких олімпійських столицях до 85% волонтерів були місцевими жителями.

Мільйони людей по всьому світу сприймають Олімпійські ігри як веселе свято, фестиваль, стати частиною якого так само цікаво та привабливо, як побувати, наприклад, на карнавалі в Ріо-де-Жанейро або подивитися повне сонячне затемнення. Глядач, який купив найкращі та найдорожчі квитки, звичайно, теж отримує задоволення, але воно відрізняється від відчуття тих, хто перебуває «всередині» Ігор, у центрі подій, за якими спостерігає весь світ. Волонтери допомагають створювати неповторну олімпійську атмосферу, є обличчям Ігор.

Хтось іде у волонтери як патріот свого рідного міста та країни, є й «колекціонери» Олімпіад. Наприклад, для однієї американської пенсіонерки Ігри у Ванкувері стали сьомими за рахунком, на яких вона побувала як помічник-волонтер — і дуже просила Оргкомітет зимових Ігор прийняти її як волонтерист у Сочі.

Перше, чого навчають волонтерів під час підготовки до Олімпіади, — це доброта та толерантність. Напрями діяльності волонтерів на Олімпійських іграх:

- 8325 Обслуговування заходів;
- 5000 Спорт;
- 3800 Транспорт;
- 1500 р. Церемонії;
- 1250 Лінгвістичні послуги;
- 1100 Взаємодія з національними олімпійськими та паралімпійськими комітетами;
- 1000 Технології;
- 1000 Робота з пресою;
- 1000 Управління Олімпійським селом;
- 950 Взаємодія з міжнародними олімпійськими та паралімпійськими комітетами;
- 550 Протокол;
- 500 Антидопінг;
- 400 Акредитація;
- 400 Розміщення гостей;
- 400 Зустріч та проводи;
- 270 Медичне обслуговування;
- 200 Послуги комунального харчування.

Серед «професійних» волонтерів високо цінується робота у так званій зоні поцілунку та крику на змаганнях з фігурного катання, де спортсмени чекають на оголошення результатів. Першими олімпійських чемпіонів бачать двоє волонтерів, які відкривають та закривають хвіртку перед фігуристами.

Умови проживання волонтерів спартанські:

- робота волонтерів безкоштовна;
- дорога до місця проведення Ігор не сплачується;
- волонтери мешкають у багатоквартирних будинках кластерами. У кожній квартирі по три-чотири особи;

– харчування – шведський стіл, де представлені страви на будь-який смак: від дієтичних продуктів до їжі «за релігійними уподобаннями». Протягом дня у вільному доступі сухі пайки, вода, гарячий чай, кава;

– форма та взуття видаються на час Ігор;

– у вихідні дні волонтуристи можуть носити цивільний одяг. Волонтурист зобов'язаний самостійно доглядати форму. У разі псування костюма передбачено штрафні санкції;

– волонтурист може потрапити на змагання у вільний від змін час у рамках спеціальної програми мотивації волонтерів.

Велика кількість вчених доклала значних зусиль для вивчення проблем організації та управління до, під час та після великих спортивних заходів, вивчаючи моделі минулих Олімпійських ігор. У цій галузі досягнуто великого прогресу, в основному в розвинених країнах.

Таким чином, фахівці вважають, що інвестиції у проєкти великих спортивних заходів мають окупитись протягом кількох років; крім того, вони є інвестицією у диверсифікацію національної економіки. Великі спортивні змагання є потужним стимулом для розвитку туризму регіонів проведення змагань, оскільки значна кількість людей відвідають спортивні об'єкти великих спортивних заходів та проведуть у регіоні вільний час.

Тому в Україні перед ЄВРО-2012 модернізували транспорт, дорожню мережу, готельну інфраструктуру, а також вирішили низку інших проблем. Для цього у підготовці великого спортивного заходу беруть участь різні організації, у тому числі туристичні агенції, навчальні заклади, державні установи та ін.

Влітку 2012 року значна кількість людей в Україні, незалежно від роду занять, під загальною назвою «Волонтери», взяли участь у ЄВРО-2012 з надання туристичних послуг через просування міжнародної дружелюбності з впевненістю у повному успіху цієї великої спортивної події.

ЄВРО-2012 надало унікальну можливість для розвитку волонтерського руху в Україні, представники якого сприяють дружньому спілкуванню, порозумінню та поглибленню дружніх стосунків.

В умовах глобалізації та інтеграції міжнародного життя організацію та проведення таких масових спортивних заходів, як Олімпіада, важко уявити без чіткої роботи волонтерів. Завдяки їхній безкорисливій допомозі в різних напрямках діяльності також можливе створення атмосфери свята світового форуму. Без волонтерів вже давно немислимі бездоганна організація змагань, гідний сервіс для мешканців Олімпійського села, культурний обмін, забезпечення комфортного проживання та дозвілля для численних гостей Ігор.

Сьогодні робота волонтерів є важливою складовою в організації та проведенні Олімпійських ігор. Міста-організатори залучають волонтерів для виконання різних функцій, а програми підготовки олімпійських волонтерів є питанням, яке потребує подальшого вивчення та розробки.

РОЗДІЛ 4. СТРАТЕГІЧНІ ПЕРСПЕКТИВИ ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

4.1. Організаційні засади фестивалю історії та культури Самар в контексті тенденції сталого розвитку туристичної галузі та міста Новомосковськ

Підготовка до «Фестивалю культури та історії Самар» є складним процесом, що вимагає уваги до багатьох деталей, організацією заходу було покладено на Управління культури, спорту та туризму виконавчого комітету Новомосковської міської ради.

Основні завдання «Фестивалю культури та історії Самар»:

Збереження та популяризація історичної та культурної спадщини міста Самар (колишнього міста Новомосковськ):

- ознайомлення мешканців та туристів з історією міста, його архітектурними пам'ятками та культурними традиціями;
- створення простору для відродження та підтримки місцевих народних ремесел і мистецтв.

Залучення туристів та підвищення туристичної привабливості міста:

- позиціонування міста як важливого культурно-історичного туристичного центру;
- збільшення туристичних потоків та покращення іміджу міста Самар серед українських та іноземних відвідувачів.

Зміцнення місцевої громади:

- згуртування мешканців навколо спільних цінностей, історії та культури;
- заохочення участі місцевих жителів у волонтерській та організаційній діяльності.

Підтримка місцевих підприємців і ремісників:

- надання можливості для розвитку малого бізнесу та ремісництва через організацію ярмарків, виставок, продажу продукції на фестивалі;
- сприяння економічному розвитку місцевих виробників та посиленню соціальної відповідальності підприємців.

Розвиток культурно-пізнавального туризму:

- проведення екскурсій, історичних лекцій та майстер-класів для підвищення обізнаності про історичне минуле міста;
- виховання інтересу до культурних традицій серед молоді та різних вікових груп.

Підтримка креативних і культурних ініціатив:

- створення платформи для реалізації творчих проєктів, концертів, вистав та інших культурних заходів;
- надання можливостей для співпраці культурних діячів, музикантів, митців та істориків.

Очікувані короткострокові результати від проведення фестивалю:

Збільшення кількості туристів під час проведення фестивалю – очікується зростання відвідуваності міста протягом днів фестивалю, що сприятиме економічній активності місцевих бізнесів (готелі, ресторани, сувенірні магазини).

Активізація участі громади в культурному житті міста:

- залучення волонтерів та активних мешканців до організації та проведення заходів;
- підвищення інтересу до історії міста серед молоді через інтерактивні заходи та освітні програми.

Розширення знань про історію Самар серед мешканців та туристів – проведення екскурсій та лекцій сприятиме поглибленню розуміння історичних подій та культурної спадщини міста.

Очікувані довгострокові результати:

– Підвищення культурного статусу міста та залучення нових інвестицій – місто стане відомим культурним центром, що може привернути інтерес інвесторів для розвитку туристичної інфраструктури (готелі, ресторани, культурні центри).

Зростання туристичної привабливості регіону:

– фестиваль стане щорічною подією, що привертатиме увагу не лише мешканців України, але й міжнародних туристів;

– створення нових туристичних маршрутів та розвиток інфраструктури для обслуговування туристів.

Підтримка місцевих ремесел та бізнесу:

– фестиваль створить стабільну платформу для просування та продажу продукції місцевих ремісників та підприємців;

– відродження традиційних ремесел, підтримка креативних індустрій та локальних брендів.

Формування культурної ідентичності та згуртованості громади:

– регулярне проведення фестивалю сприятиме підвищенню національної свідомості та гордості за своє місто серед місцевих жителів;

– зміцнення соціальних зв'язків у громаді через спільну участь в культурних і освітніх проєктах [95].

Основні бенефіціари «Фестивалю культури та історії Самар» наведено у табл. 4.1.

Таблиця 4.1 Основні бенефіціари Фестивалю культури та історії Самар

Бенефіціари	Очікувані переваги
Місцева громада	Культурне збагачення, згуртованість, освітні можливості.
Місцеві підприємці та ремісники	Економічний розвиток, можливість просування та продажу продукції, залучення нових клієнтів.
Туристи та відвідувачі	Цікаві культурні заходи, нова туристична локація.
Культурні діячі, митці, музиканти	Підтримка талантів, розвиток культурної сцени, можливість співпраці.
Організатори та волонтери	Практичний досвід у проведенні заходів, зміцнення соціальних зв'язків.
Місцева влада та адміністрація	Покращення іміджу міста, залучення інвестицій, розвиток інфраструктури.
Молодь та освітні установи	Освітні можливості, патріотичне виховання, участь у культурних заходах та волонтерській діяльності.

Джерело: складено автором

Для якісного проведеного заходу, потрібно детально врахувати наступні аспекти в табл. 4.2.

Локацію для «Фестивалю культури та історії Самар» рекомендується обрати «Молодіжний острів» (зона відпочинку на перехресті вулиць Паланочна та Бориса Джонсона), де наявний пляж, ігрові майданчики для пляжного волейболу, спортивний майданчик, місця для риболовлі тощо.

У 2022 р. адміністрацією міста планувалося оновити інфраструктуру на «Молодіжному острові», проте, через російське вторгнення в Україну у 2022 р. ці плани були відкладені.

Таблиця 4.2 - Основні необхідні елементи для організації фестивалю

Елемент фестивалю	Опис та важливі аспекти
Локація та інфраструктура	Вибір зручної та історично значущої локації, забезпечення доступності, безпеки, туалетів, зон для відпочинку.
Програма заходів	Формування різноманітної програми (лекції, виставки, концерти, майстер-класи, фуд-зони) для різних аудиторій.
Учасники та партнери	Залучення місцевих ремісників, музикантів, істориків, а також підприємців та спонсорів.
Промоція та реклама	Розробка ефективної маркетингової кампанії для залучення як місцевих жителів, так і туристів.
Технічне забезпечення	Організація сцени, звуку, освітлення, проекторів для презентацій, інформаційних стендів.
Волонтери та персонал	Набір і підготовка волонтерів для допомоги в організації та обслуговуванні заходу.
Безпека та охорона	Забезпечення порядку, охорони та медичних пунктів на території фестивалю.
Фінансування та бюджет	Оцінка витрат на організацію, залучення спонсорів, грантів, продаж квитків чи продукції.
Соціальна відповідальність	Врахування екологічних аспектів, створення інклюзивного середовища, доступність для людей з інвалідністю.
Залучення місцевої громади	Інтеграція активної участі місцевих жителів як волонтерів, учасників чи партнерів заходу.
Моніторинг та оцінка	Після проведення фестивалю зібрати відгуки учасників, аналіз відвідуваності та оцінка досягнутих результатів.

Джерело: складено автором

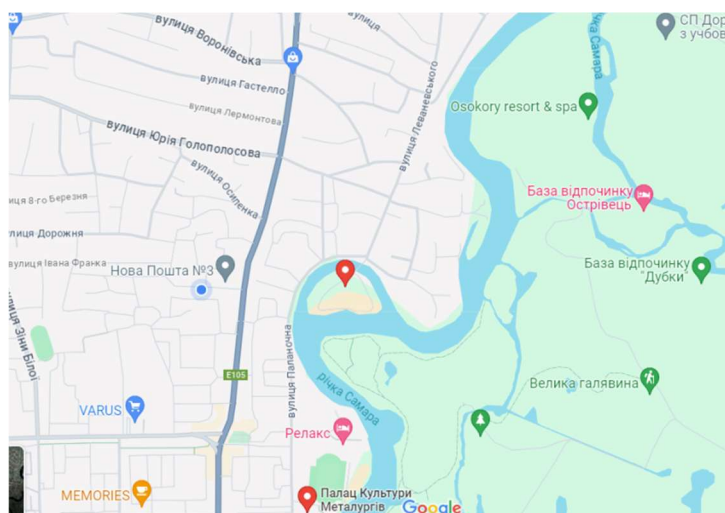


Рис. 4.3 - Локація «Фестивалю культури та історії Самар»

Джерело: [96]

Забезпечення відповідного планування та координації всіх аспектів підготовки допоможе зробити «Фестиваль культури та історії Самар» незабутнім для всіх учасників та гостей.

Зони «Фестивалю культури та історії Самар» можуть бути розподілені для комфортного проведення різноманітних заходів і забезпечення інтересів усіх учасників. Зони «Фестивалю культури та історії Самар» будуть включати:

– Головна сцена – центральне місце для проведення концертів, театральних вистав, виступів музичних та танцювальних колективів, церемоній відкриття та закриття фестивалю.

– Історична зона – простір для історичних лекцій, інтерактивних екскурсій, демонстрацій реконструкцій історичних подій, презентацій про культурну спадщину міста Самар та регіону.

– Майстер-класова зона – локація для проведення різних майстер-класів: народні ремесла (гончарство, ткацтво), мистецтво, кулінарні заняття. Тут відвідувачі зможуть спробувати свої сили у виготовленні автентичних виробів.

– Виставкова зона – виставка народних ремесел, художніх творів, виробів місцевих майстрів, а також виставка історичних артефактів і культурних надбань міста Самар.

– Фуд-зона – місце для дегустації місцевих страв та напоїв. Тут розміщуються гастрономічні стенди з автентичною кухнею регіону, забезпечуючи відвідувачів можливістю придбати та скуштувати традиційні страви.

– Зона дитячих розваг – спеціальна зона для дітей з іграми, квестами, аніматорами та творчими майстер-класами, що включають вивчення історії міста у розважальній формі.

– Зона відпочинку – місце для відвідувачів, де можна відпочити в тіні, поспілкуватися або провести час у затишку під час фестивалю.

– Туристична зона – інформаційні стенди з пропозиціями туристичних турів по регіону, буклети, карти, консультації про подорожі та культурно-історичні маршрути міста Самар та околиць.

– Фото-зона – спеціальні тематичні локації для фото з історичними або сучасними елементами, що відображають дух міста Самар.

– Інформаційна зона – локація для надання інформації щодо програми фестивалю, зон, безпеки та загальних питань, пов'язаних з організацією заходу.

План-схема основних зон «Фестивалю культури та історії Самар», «Молодіжний острів» представлена на рис. 4.4.

Рослинні насадження	Фото-зона		Інформаційна зона	Продаж ремесел та сувенірів		Туристична зона	Рослинні насадження
	Фуд-зона			Виставкова зона			
	Зона дитячих розваг	Історична зона	Головна сцена		Зона відпочинку		
	Майстер-класова зона		Продаж ремесел та сувенірів		Фуд-зона		
			Виставкова зона				

Рис. 4.4 План-схема основних зон «Фестивалю культури та історії Самар»

Джерело: розроблено автором

Як бачимо на рис. 4.4, зазначені зони не розділені між собою територіально, об'єкти кожної з них розподілені за фестивальним містечком залежно від архітектурної та художньої концепцій. Усі зони на фестивалі є відкритими та «універсальними» для різних типів відвідувачів. Всі складові елементи та зони допомагають створити атмосферу фестивалю, де учасники можуть насолоджуватися культурою та історією міста.

Матеріально-технічні умови проведення фестивалю наведено в табл. 4.3.

Таблиця 4.3 - Матеріально-технічні умови проведення фестивалю

№	Елемент	Характеристика
1	Сцена та звукове обладнання	Стаціонарна або мобільна сцена, мікрофони, колонки, підсилювачі для проведення концертів та виступів
2	Освітлення	Прожектори, ліхтарі, LED-панелі для підсвітки сцени та інших зон фестивалю
3	Майданчики для різних зон	Окремі простори для розміщення історичної, виставкової, майстер-класової та інших зон
4	Намети та тенти	Для забезпечення комфортного перебування відвідувачів та учасників, особливо в разі несприятливої погоди
5	Стільці, лавки, меблі	Місця для відпочинку відвідувачів, меблі для майстер-класів, виставкових зон, фуд-зони
6	Екран і проектори	Для показу відеоматеріалів, історичних документальних фільмів, візуальних презентацій
7	Санітарні умови	Біотуалети, зони для миття рук, смітєві баки та система утилізації відходів
8	Огорожі та знаки	Огородження для зон, інформаційні стенди, навігаційні знаки для зручності відвідувачів
9	Фуд-корти та обладнання для кухні	Мобільні кухні, обладнання для приготування їжі та стенди для продажу локальних страв
10	Безпека та медична допомога	Медичний пункт, охорона, пожежна безпека, евакуаційні маршрути
11	Технічний персонал	Працівники для налаштування та обслуговування обладнання, монтажу зон, логістики
12	Транспорт для доставки обладнання	Вантажні машини для транспортування сцени, меблів, обладнання для різних зон
13	Інформаційне обладнання	Роздаткові матеріали, буклети, флаєри, а також стенди з інформацією про учасників та програму фестивалю
14	Електропостачання	Генератори або підключення до електромереж для забезпечення всіх зон енергією
15	Wi-Fi та комунікації	Інтернет-зв'язок для організаторів і відвідувачів, а також для обслуговування платіжних систем у фуд-зоні та на виставках

Джерело: сфооровано автором

Фінансове планування – розробка бюджету фестивалю, пошук джерел фінансування та ефективне використання ресурсів.

Забезпечення безпеки – організація безпечних умов для учасників і відвідувачів, включаючи транспортну логістику, медичне обслуговування та загальний порядок.

Координація програми – підготовка графіку проведення виставок, майстер-класів, виступів та інших активностей.

Співпраця з партнерами та спонсорами – залучення підтримки партнерів і спонсорів для фінансової або матеріальної допомоги під час організації заходу [97].

Обов'язки учасників «Фестивалю культури та історії Самар» охоплюють різні аспекти їхньої участі та забезпечують успішне проведення заходу:

Підготовка виставкових або демонстраційних матеріалів – учасники мають завчасно підготувати необхідні матеріали для своїх виставок, майстер-класів або виступів, щоб забезпечити цікаве й інформативне наповнення фестивалю.

Дотримання графіку заходу – всі учасники повинні слідувати встановленому розкладу фестивалю, включаючи своєчасну участь у всіх запланованих активностях, таких як виступи, майстер-класи чи демонстрації.

Співпраця з організаторами – учасники повинні підтримувати контакт з організаторами фестивалю, надавати необхідну інформацію про свої потреби, технічні вимоги та інші аспекти, пов'язані з їхньою участю.

Дотримання правил безпеки – учасники повинні суворо дотримуватися правил безпеки, встановлених організаторами фестивалю, зокрема щодо використання технічного обладнання та безпечного проведення своїх активностей.

Пропагування культурних та історичних цінностей – учасники повинні сприяти збереженню і популяризації історичної та культурної спадщини міста, підкреслюючи важливість цих тем у своїй діяльності під час фестивалю.

Участь у промоції фестивалю – учасники можуть бути залучені до рекламної кампанії заходу, наприклад, через участь у інтерв'ю, фотографіях або рекламних роликах для популяризації фестивалю серед ширшої аудиторії.

Взаємодія з відвідувачами – учасники повинні бути відкритими до спілкування з гостями фестивалю, відповідаючи на їхні запитання та залучаючи до своїх активностей, створюючи атмосферу взаємодії та культурного обміну.

Чистота та порядок – учасники зобов'язані дотримуватися чистоти на своїх локаціях під час та після завершення своїх виступів або заходів, підтримуючи належний стан фестивальної території [98].

Для розробки робочого плану та діаграми Гантта для організації «Фестивалю культури та історії Самар», необхідно визначити основні завдання, відповідальних осіб і часові рамки виконання цих завдань. Діаграма Гантта дозволить візуалізувати план та розподілити роботи по термінах. Робочий план (діаграма Гантта) з організації фестивалю представлений у табл. 4.3.

Таблиця 4.3 - План з організації «Фестивалю культури та історії Самар» (13-14 вересня 2025 р.)

Завдання	Відповідальні	Дата початку	Дата завершення	Тривалість
Формування оргкомітету та планування фестивалю	Організатори	01.02.2025	10.02.2025	10 днів
Пошук локації та підготовка місця проведення	Організатори	11.02.2025	28.02.2025	18 днів
Розробка програми фестивалю	Культурні менеджери	01.03.2025	31.03.2025	31 день
Залучення учасників (майстри, митці, експерти)	Організатори	01.04.2025	30.06.2025	3 місяці
Пошук партнерів та спонсорів	Організатори	15.03.2025	15.07.2025	4 місяці
Підготовка рекламної кампанії	Відділ реклами	01.05.2025	31.08.2025	4 місяці
Поширення інформації через ЗМІ та соціальні мережі	Відділ реклами	01.06.2025	12.09.2025	3 місяці
Організація логістики для учасників та відвідувачів	Логістичний відділ	01.07.2025	31.08.2025	2 місяці
Оформлення місця проведення фестивалю (монтаж сцен, зон)	Організатори	01.09.2025	12.09.2025	12 днів

Завдання	Відповідальні	Дата початку	Дата завершення	Тривалість
Контроль безпеки та забезпечення технічної підтримки	Безпековий відділ	01.09.2025	14.09.2025	2 тижні
Проведення фестивалю (основні події)	Організатори	13.09.2025	14.09.2025	2 дні
Підведення підсумків, закриття фестивалю, аналіз результатів	Організатори	15.09.2025	22.09.2025	1 тиждень

Джерело: розроблено автором

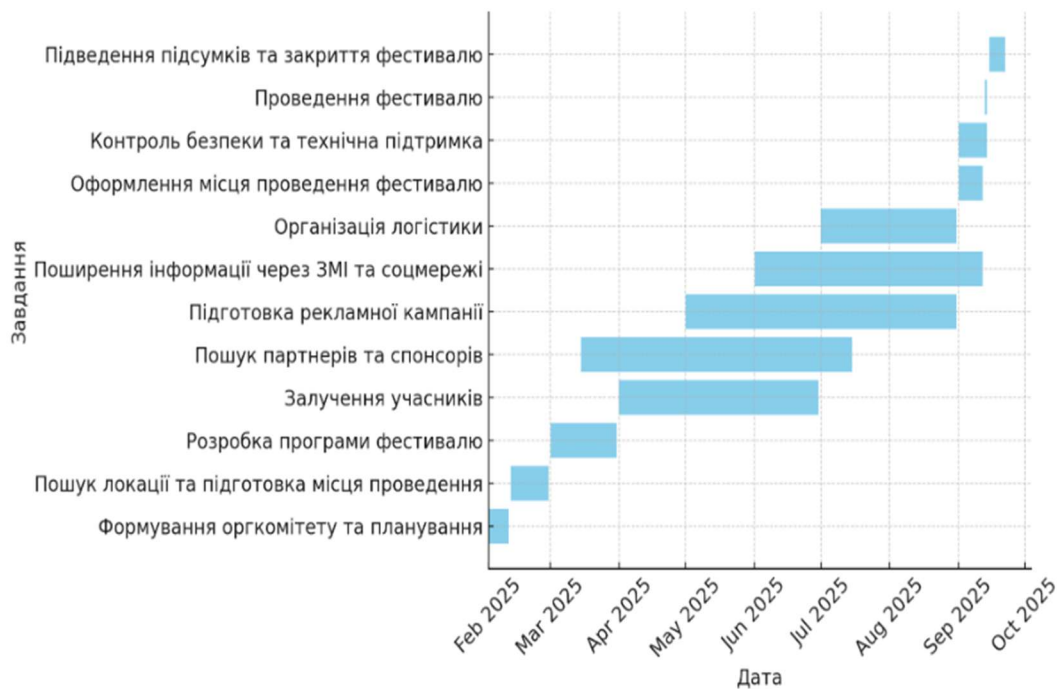


Рис. 4.4 Діаграма Гантта для організації фестивалю

Джерело: розроблено автором

Опис основних етапів:

Формування оргкомітету та планування (січень-лютий 2025 р.) – створення команди, яка займатиметься організацією фестивалю, розробка основного плану і завдань.

Пошук локації та підготовка місця проведення (лютий 2025 р.) – вибір відповідного місця проведення, оформлення, технічне забезпечення.

Розробка програми фестивалю (березень 2025 р.) – підбір заходів, таких як виставки, майстер-класи, виступи.

Залучення учасників (квітень-червень 2025 р.) – контактування з майстрами, митцями та експертами для участі у фестивалі.

Пошук партнерів та спонсорів (березень-липень 2025 р.) – пошук фінансування та матеріальної підтримки для проведення заходу.

Реклама та просування (травень-серпень 2025 р.) – розробка рекламної кампанії, поширення інформації через медіа та соціальні мережі.

Організація логістики (липень-серпень 2025 р.) – забезпечення зручного доїзду для учасників і відвідувачів.

Підготовка локації (вересень 2025 р.) – монтаж сцен, облаштування майданчиків.

Проведення фестивалю (13-14 вересня 2025 р.) – основна подія, на яку заплановані всі активності.

Підведення підсумків (вересень 2025 р.) – оцінка результатів, аналіз відгуків.

Програма «Фестивалю культури та історії Самар» (13-14 вересня 2025 р.)

День 1 (13 вересня 2025 р.)

10:00 – 10:30

Урочисте відкриття фестивалю

Місце: центральна локація на “Молодіжному острові”, промови організаторів, почесних гостей, представників місцевої влади.

10:30 – 12:00

Історична лекція: «Становлення міста Самар: від минулого до сучасності»

Місце: історична зона

Лектор: місцевий історик або експерт із культурної спадщини.

12:00 – 14:00

Майстер-класи з народних ремесел (вишивка, гончарство, ковальство)

Місце: майстер-класова зона.

12:30 – 14:00

Концерт фольклорних колективів та етно-гуртів

Місце: головна сцена.

14:00 – 15:00

Перерва на обід (фуд-зона з місцевими стравами)

Місце: фуд-корт із регіональною кухнею.

15:00 – 17:00

Екскурсія історичними місцями міста Самар

Місце збору: площа Героїв

Екскурсовод: місцевий краєзнавець.

17:00 – 18:30

Театралізована вистава «Історія міста у сценах»

Місце: головна сцена

19:00 – 21:00

Вечірній концерт за участі місцевих музикантів

Місце: головна сцена.

21:00

Закриття першого дня фестивалю.

День 2 (14 вересня 2025 р.)

09:00 – 10:30

Ярмарок народних майстрів

Місце: продаж ремесел та сувенірів, виставкова зона, майстер-класова зона

10:30 – 12:00

Круглий стіл: «Збереження культурної спадщини: виклики та перспективи»

Місце: зал паласу “Культури та спорту”

12:00 – 14:00

Виступ театральної трупи «Історичні сцени з життя міста Самар»

Місце: головна сцена.

14:00 – 15:00

Перерва на обід (фуд-зона з місцевими стравами)

Місце: фуд-корт.

15:00 – 16:30

Майстер-клас із виготовлення традиційних сувенірів

Місце: зона майстер-класів.

16:30 – 18:00

Заключний концерт етнічної музики

Місце: головна сцена.

18:00 – 19:00

Підбиття підсумків фестивалю, нагородження учасників.

19:00

Урочисте закриття фестивалю.

Наведена вище програма може бути адаптована залежно від кількості учасників та специфіки культурних активностей, а також безпекової ситуації у країні.

Цінова політика «Фестивалю культури та історії Самар» буде побудована наступним чином: вхід на всі фестивальні зони відкритий для всіх охочих, плата за вхід до загальнодоступних зон не передбачена.

У фестивальному містечку працюватимуть павільйони з платними майстер-класами, і для участі в них відвідувачам необхідно придбати квиток. Однак, вартість входу на ці майстер-класи є досить символічною порівняно з цінами на подібні заходи в інших виставкових центрах Дніпропетровської області.

На території фестивалю будуть представлені різні категорії товарів: сувеніри, подарунки, книги, антикваріат, ремісничі вироби, оригінальні сувеніри з символікою фестивалю, дизайнерські предмети ручної роботи, а також сучасна та букіністична література, альбоми про мистецтво та краєзнавство. Встановлення цін на ці товари є виключною відповідальністю власників бізнесів, оскільки фестиваль не передбачає жодних обмежень щодо ціноутворення.

Щодо харчування, на території фестивалю буде організовано продаж їжі та напоїв. В асортименті будуть кондитерські вироби, морозиво, піца, хот-доги, фаст-фуд, а також безалкогольні напої: вода, кава, коктейлі. Продаж алкоголю на території фестивалю заборонено. Крім того, будуть встановлені вендингові автомати з напоями та снеками з фірмовою символікою «Фестивалю культури та історії Самар».

Варто відзначити, що більшість заходів на фестивалі залишаються безкоштовними, включаючи всі концерти та активності на сценах фестивального містечка. Одним із ключових завдань організаторів є забезпечення безпеки та створення сімейної атмосфери, тому вживаються заходи для контролю за порядком: охорона на вході, заборона на вживання алкоголю та куріння, що робить фестиваль безпечним для відвідування родинами з дітьми [99].

Одним із центральних елементів фестивалю стане ярмаркова площа, яка буде наповнена малими локальними бізнесами. Головним критерієм для відбору учасників є різноманітність товарів та їхня відповідність художній концепції фестивалю. Торгові місця будуть надаватися безкоштовно, проте учасники повинні дотримуватися низки вимог, включаючи узгодження деталей з художнім керівником проєкту.

Вендори мають пристосувати свої продукти і персонал до загальної концепції фестивалю: меню, уніформа, а також забезпечити зони відповідно до технічних вимог. Вони також несуть відповідальність за підтримку порядку на закріпленій за ними території фестивалю. Організатори будуть здійснювати контроль за дотриманням встановлених правил функціонування бізнесів на території фестивалю [100].

Додавання віртуальної компоненти до «Фестивалю культури та історії Самар» значно розширить його охоплення та зробить подію доступною для більш широкої аудиторії, включаючи тих, хто не зможе відвідати фестиваль особисто. Розглянемо можливості інтегрування віртуальних елементів до фестивалю:

Створення віртуальних екскурсій по основних історичних локаціях Новомосковська та регіону Самар дозволить відвідувачам зануритися в минуле міста за допомогою інтерактивних 3D-турів. Віртуальна реальність (VR) або 360-градусні відео можуть бути використані для демонстрації важливих історичних будівель, музеїв, а також культурних пам'яток.

Для тих, хто не може фізично бути присутнім на фестивалі, рекомендується організувати онлайн-трансляції головних подій, таких як відкриття фестивалю, концерти, вистави, майстер-класи та історичні реконструкції, що також можна зробити інтерактивним, дозволяючи користувачам задавати питання учасникам в режимі реального часу або брати участь в опитуваннях.

Крім фізичних майстер-класів, варто запропонувати онлайн-версії для користувачів, які бажають вивчити ремесла, традиційні танці або кулінарні навички. Такі заняття можна записати заздалегідь або проводити наживо, дозволяючи учасникам брати активну участь з будь-якого місця.

Створення спеціальної платформи для віртуальних зустрічей із відомими місцевими істориками, культурологами та митцями дозволить учасникам з усього світу долучитися до дискусій на теми історії, культури та майбутнього міста, що також може бути частиною освітньої програми фестивалю.

Онлайн-виставка місцевих ремесел і мистецтва, де учасники можуть переглядати й купувати вироби місцевих майстрів та ремісників. Така виставка також може включати відео, що розповідають про процес створення цих виробів, та інтерв'ю з митцями.

Історичний подкаст або серія вебінарів, присвячених історії Новомосковська, легендам та важливим подіям, які відбувалися в регіоні, що дозволить залучити слухачів до глибшого вивчення культурної спадщини і сприятиме популяризації історії регіону на національному й міжнародному рівні.

Для залучення молодшої аудиторії можна організувати інтерактивні вікторини, квести або історичні ігри в режимі онлайн, що допоможе дітям та підліткам вивчати історію міста у цікавій та розважальній формі.

Співпраця з соціальними медіа-інфлюенсерами та блогерами для віртуального огляду фестивалю, що дозволить ширше популяризувати подію через соціальні мережі, що також допоможе залучити нову аудиторію та підвищити інтерес до міста.

Додавання цих віртуальних елементів зробить «Фестиваль культури та історії Самар» більш сучасним, інклюзивним і доступним, водночас зміцнюючи зв'язок з глобальною аудиторією та просуваючи культурну спадщину міста.

Виокремлено основні ризики проведення «Фестивалю культури та історії Самар», рівні цих ризиків, стратегії їх мінімізації, а також зони відповідальності організаторів.

Організація та проведення «Фестивалю культури та історії Самар» виявляється дієвим інструментом для збереження, популяризації та відтворення культурної спадщини міста Самар, фестиваль не лише створе можливість для виявлення мистецьких талантів та традиційних ремесел, а й сприяє зміцненню соціокультурної спільноти та розвитку туризму (див.табл.4.5).

Таблиця 4.5 - Кількісні та якісні показники фестивалю

Категорія	Кількісні показники	Якісні показники
Кількість відвідувачів	Очікується близько 5000 відвідувачів протягом двох днів фестивалю.	Різноманітність відвідувачів, залучення як місцевих жителів, так і туристів, забезпечення комфортних умов для всіх вікових груп.
Кількість учасників	Близько 100 учасників, включаючи ремісників, артистів, виконавців, та інших діячів культури.	Рівень професіоналізму учасників, збереження та передача культурних традицій, якість представлених програм.
Майстер-класи	Понад 10 майстер-класів з різних ремесел та мистецтв.	Висока якість навчальних програм, доступність для різних вікових категорій, інтерес до культурних традицій.
Концертна програма	10 музичних та театральних виступів на основній сцені.	Високий рівень виступів, розмаїття жанрів, залучення місцевих та національних колективів.
Фуд-зона	Понад 15 фуд-стендів з місцевими стравами.	Різноманітність кулінарних традицій регіону, якість страв, дотримання санітарних норм.

Категорія	Кількісні показники	Якісні показники
Екскурсії та лекції	2 екскурсії та 2 тематичні лекції про історію міста Самара та його культурну спадщину.	Професійність гідів та лекторів, інтерактивність заходів, залученість аудиторії, унікальність інформації.
Сувенірна продукція	Понад 20 продавців сувенірів, ремесел, антикваріату.	Оригінальність та автентичність продукції, відповідність тематиці фестивалю.
Партнерство та спонсори	Понад 10 партнерів та спонсорів, що підтримують фестиваль.	Якість та рівень співпраці, можливості для подальших колаборацій, вклад у розвиток фестивалю.
Соціальні мережі	Понад 200 згадок в соціальних мережах, участь блогерів та місцевих ЗМІ.	Активна взаємодія з аудиторією, підвищення обізнаності про історію міста та фестиваль.
Інфраструктура	Забезпечення 5 окремих зон (сцена, майстер-класи, фуд-зона, ярмарок, зона відпочинку).	Безпека, зручність та доступність для відвідувачів різного віку, відповідність інфраструктури до потреб фестивалю.
Залученість громади	Понад 30 волонтерів, що допомагають у проведенні фестивалю.	Рівень зацікавленості та активної участі місцевих жителів у організації та проведенні заходу.
Медіа-покриття	Понад 5 репортажів у регіональних та національних медіа.	Якість висвітлення подій, позитивний імідж фестивалю, охоплення цільової аудиторії.

Джерело: сформовано автором

Кошторис витрат на проведення «Фестивалю культури та історії Самар» може включати різноманітні види витрат, які можна розділити на декілька основних категорій:

Складемо кошторис витрат на проведення «Фестивалю культури та історії Самар» для Управління культури, спорту та туризму виконавчого комітету Новомосковської міської ради (табл. 4.6).

Таблиця 4.6 - Елементи кошторису витрат на проведення «Фестивалю культури та історії Самар»

Категорія витрат	Орієнтовні складові статті витрат	Характеристика витрат
Оренда локацій	Оренда основної території (майданчики, сцена, виставкові зони, фуд-корт)	Включає вартість оренди площ для всіх зон фестивалю, включаючи основну сцену, місця для майстер-класів, ярмарки, фуд-зони та інших активностей.
Технічне забезпечення	Оренда сцени, звукової та світлової апаратури, генераторів	Включає витрати на встановлення сцени, звукову, світлову техніку, а також обладнання для забезпечення електропостачання, необхідне для фестивальних зон.
Декорації та оформлення	Оформлення фестивальних зон (сцена, майданчики, виставкові павільйони)	Вартість виготовлення та встановлення тематичних декорацій, банерів, розмітки зон, а також оформлення простору у відповідності з концепцією фестивалю.

Категорія витрат	Орієнтовні складові статті витрат	Характеристика витрат
Послуги артистів	Гонорари виконавцям, ведучим, акторам театральних вистав	Включає оплату за виступи музичних колективів, театральних труп, майстрів, лекторів, які братимуть участь у заходах.
Реклама та маркетинг	Рекламна кампанія (зовнішня реклама, інтернет, соціальні мережі, ЗМІ)	Витрати на виготовлення рекламної продукції (афіші, листівки, банери), а також на оплату рекламних послуг в соціальних мережах та медіа.
Безпека та охорона	Охоронні послуги, медичне забезпечення, страхування	Забезпечення охорони на території фестивалю, наймання медичних працівників, страхування учасників та відвідувачів.
Логістика та транспорт	Транспорт для учасників, перевезення обладнання	Витрати на організацію транспорту для учасників (артистів, майстрів), доставку обладнання та матеріалів.
Поліграфія та сувеніри	Виготовлення поліграфічної продукції (програми, квитки, плакати), сувенірна продукція із символікою фестивалю	Включає витрати на друк програм, плакатів, квитків, а також виготовлення сувенірної продукції, такої як футболки, кепки, ручки з логотипом фестивалю.
Фуд-корт та харчування	Забезпечення харчування для волонтерів, учасників, оренда фуд-зон для продавців	Витрати на організацію фуд-зон для продажу їжі та напоїв, а також забезпечення харчуванням волонтерів та учасників фестивалю.
Майстер-класи та активності	Матеріали для проведення майстер-класів, організація виставок, конкурсів	Включає витрати на закупівлю необхідних матеріалів для майстер-класів, інвентарю для проведення конкурсів та виставок.
Волонтерська підтримка	Форма для волонтерів, організація їх роботи, харчування	Включає витрати на забезпечення волонтерів формою, організацію їхньої діяльності та харчування під час роботи на фестивалі.
Адміністративні витрати	Витрати на координацію заходу (персонал, оргкомітет, бухгалтерія)	Включає оплату праці персоналу, залученого до організації фестивалю (координатори, бухгалтери, адміністратори).
Забезпечення чистоти та сміття	Оренда сміттєвих контейнерів, прибирання території	Витрати на прибирання фестивальної території до, під час та після заходу, включаючи оренду контейнерів для сміття та їх обслуговування.

Джерело: сформовано автором за [101]

Фінансування фестивалю проводиться за рахунок коштів, виділених з міського бюджету на його проведення (окремі заходи по реалізації державних (регіональних) програм, не віднесені до заходів розвитку), власних коштів Управління культури, спорту та туризму виконавчого комітету Новомосковської міської ради, добровільних внесків інших організацій, підприємств, установ.

Розглянуті вище складові кошторису на організацію та проведення фестивалю включають всі ключові елементи, необхідні для проведення заходу на високому рівні та з урахуванням безпеки і комфорту учасників та відвідувачів.

Приватні компанії та організації, які фінансово підтримали організацію фестивалю, отримують рекламні можливості на місцевих телеканалах, у друкованих виданнях, на офіційних веб-сайтах управління культури, спорту та туризму виконавчого комітету Новомосковської міської ради, а також на онлайн-ресурсах місцевих органів влади. Їхні торгові марки та логотипи використовуються в оформленні фестивальних заходів відповідно до законодавства.

Таблиця 4.7 - Кошторис витрат на проведення «Фестивалю культури та історії Самар»

№ з/п	Перелік витрат	Сума, грн
1	Оплата праці членам режисерсько-постановчої групи, митцям, майстрам, лекторам та експертам на основі цивільно-правових угод	50000
2	Адміністративні витрати	15000
3	Відрахування на зарплату (єдиний соціальний внесок у розмірі 22%)	11000
4	Виготовлення друкованої продукції (2000 буклетів, 750 запрошень, 1500 флаєрів, 25 великих афіш, 2 банерні стійки, 2 банери, 50 малих афіш)	55000
5	Рекламні послуги у засобах масової інформації та соціальних мережах	30000
6	Транспортні послуги	20000
7	Технічне забезпечення (монтаж сцени та використання освітлювальної апаратури)	20000
8	Облаштування зон фестивального простору	20000
9	Проживання для 25 учасників заходу	20000
10	Харчування для 50 учасників заходу	20000
11	Закупівля матеріалів для проведення майстер-класів та виставок	10000
12	Призи та подарунки	10000
	Всього	281000

Джерело: розроблено автором

Проведення фестивалю може створити різні економічні вигоди для Новомосковської громади, зокрема:

1. Збільшення доходів від туризму завдяки зростанню кількості туристів, які відвідують місто під час фестивалю.
2. Підвищення витрат як місцевих жителів, так і туристів на житло, харчування, розваги та придбання сувенірів.
3. Зростання обсягів продажів у місцевих підприємствах, таких як готелі, ресторани, кафе, магазини сувенірів та інші місцеві виробники.
4. Стимулювання місцевого підприємництва та розвиток нових бізнесів, що орієнтовані на туристичну сферу та розваги.
5. Підвищення продажів сувенірів і виробів місцевих ремісників, виготовлених під час фестивалю.
6. Розширення можливостей для місцевих майстрів та виробників сувенірів через попит на їхню продукцію.
7. Позитивний імідж фестивалю може підвищити репутацію міста та його привабливість для інвесторів, туристів і нових жителів.

8. Залучення інвестицій у розвиток туристичної інфраструктури міста завдяки зростанню інтересу до місцевого туризму.

9. Створення додаткових робочих місць для тимчасових працівників і волонтерів, які братимуть участь у організації та проведенні фестивалю[118].

Розрахований економічний ефект за показником рентабельності (табл. 4.8) свідчить про високу ефективність заходу, так місцева влада інвестує 181 тис. грн (100 тис.грн очікується за рахунок спонсорської допомоги), що повертається у вигляді додаткових податків до бюджету міста 125 тис.грн.

Таблиця 4.8 -Показники результативності та економічної ефективності проведення фестивалю

№ з/п	Перелік витрат	Значення
1	Охоплення аудиторії фестивалю (мешканці міста та району)	50000
2	Кількість публікацій у місцевих і обласних засобах масової інформації (телеканал «Самар» – 3 матеріали, офіційний сайт Виконавчого комітету Новомосковської міської ради – 2 матеріали, місцеві он-лайн-спільноти – 5 публікацій)	10
3	Кількість проведених проєктів (активностей) в межах «Фестивалю культури та історії Самар»	25
4	Число учасників фестивалю (перший день – 4000, другий день – 1000 осіб)	5000
5	Обсяг залучених позабюджетних коштів, включаючи спонсорські внески на проведення заходів фестивалю	100000
6	Кількість нових робочих місць, створених завдяки «Фестивалю культури та історії Самари»	20
7	Витрати на одного відвідувача фестивалю (харчування, сувеніри, платні майстер-класи), грн.	500
8	Загальні витрати відвідувачів, які є доходом підприємців, залучених до фестивалю, грн.	2500000
10	Додаткові надходження до сфери громадського харчування та готельного бізнесу міста	500000
11	Єдиний податок, який сплачується у місцевий бюджет (3-5% залежно від групи фізичної особи підприємництва)	125000
12	Кошти, витрачені з місцевого бюджету на організацію заходу (включаючи спонсорську допомогу 100000 грн.)	181000
13	Рентабельність заходу, %	69

Джерело: розроблено автором

Для залучення спонсорських коштів у розмірі 100 тис. грн планується співпраця з підприємствами, такими як ТОВ «Ласунка», ТОВ «Три ведмеді» і ПРАТ «Злагода». Для цього необхідно виконати такі дії:

1. Розробка привабливих пропозицій – створення спонсорських пакетів із різними рівнями участі та вигодами для бізнесу, що може включати маркетингові можливості, зокрема рекламу на території фестивалю, участь у прес-конференціях, розміщення логотипів на рекламних матеріалах тощо.

2. Звернення до місцевого бізнесу – заохочення місцевих підприємств, таких як ресторани, магазини та готелі (наприклад, ТОВ «Валієвський», ТОВ «Наша рукавичка», комплекс «Relax» та «Lake Park»), до підтримки фестивалю. Спонсорство може стати чудовою можливістю для них залучити нових клієнтів та підвищити свою впізнаваність у регіоні.

3. Створення мотиваційних стимулів – надання бізнесам можливості презентувати свої товари та послуги на фестивалі, також можна запропонувати участь у конкурсах, акціях та розіграшах для залучення відвідувачів.

4. Наголос на соціальній відповідальності – підкреслення того, що спонсорування фестивалю сприяє розвитку культури та туризму в місті, відповідаючи цілям корпоративної соціальної відповідальності підприємств.

5. Демонстрація успішних прикладів – показ результатів попередніх спонсорських проєктів і прикладів співпраці з фестивалем може стати мотиватором для нових партнерів [103].

«Фестиваль культури та історії Самар» може мати значний соціальний вплив на громаду міста Самар, цей ефект може проявлятися у таких напрямках:

- сприяння єднанню громади – фестиваль створює можливості для комунікації між жителями, представниками різних культур та етнічних груп, що сприяє підвищенню рівня взаєморозуміння, толерантності та соціальної взаємодії, а також інтеграції внутрішньо переміщених осіб;

- збереження культурної спадщини – фестиваль допомагає зберігати та популяризувати традиційні культурні цінності регіону, надає платформу для місцевих артистів і ремісників для демонстрації своїх умінь та передачі знань новому поколінню;

- розвиток мистецтва та творчості – захід сприяє розвитку мистецтва, стимулює появу нових ідей, проєктів і творчих напрямків у громаді;

- підвищення самооцінки громади – участь у фестивалі та відвідування заходів підвищує самоповагу жителів і формує почуття гордості за рідне місто та його культурні традиції;

- залучення туризму – фестиваль привертає увагу туристів, сприяючи розвитку туристичної галузі, створенню нових робочих місць у сфері гостинності та обслуговування;

- створення позитивної атмосфери – фестиваль допомагає створити сприятливу та приємну атмосферу в місті, підвищуючи настрій мешканців і заохочуючи їх брати участь у громадських заходах.

Загалом ці соціальні переваги сприяють покращенню якості життя у громаді, підвищують привабливість міста як для мешканців, так і для інвесторів, роблячи його більш комфортним для життя та відпочинку.

Проведення «Фестивалю культури та історії Самар» у місті Новомосковськ може суттєво сприяти досягненню цілей сталого розвитку і узгоджується з програмами «Програма охорони, збереження та використання об'єктів культурної спадщини м. Новомосковська», «Програми соціально-економічного та культурного розвитку м. Новомосковськ» [104], «Програма розвитку туризму на 2014-2024 рр.», «Програма «Екологічне здоров'я мешканців м. Новомосковська», «Програма «Зелене майбутнє м. Новомосковська» та стратегією розвитку міста «Стратегія розвитку м. Новомосковська 2022-2028 рр.» [105], «Стратегія розвитку Новомосковського району у 2021-2023 рр.»

[106] на кількох рівнях:

1. Ціль 8 Стратегії розвитку міста: гідна праця та економічне зростання

Організація фестивалю сприяє створенню нових робочих місць та стимулює розвиток місцевого бізнесу, особливо у сфері послуг (готелі, ресторани, ремесла). Участь підприємців і ремісників у фестивалі підвищує економічну активність та залучає туристів, що є пріоритетом для економічної стратегії міста.

2. Ціль 11 Стратегії розвитку міста: сталий розвиток міст і громад

Фестиваль сприяє збереженню історичної спадщини та культурного ландшафту Новомосковська, що відповідає принципам сталого розвитку міст. Це підвищує рівень свідомості про історичне значення регіону, що закладено в стратегіях розвитку культурної інфраструктури міста. Водночас це сприяє зменшенню міграції молоді та підвищенню привабливості міста для інвесторів та нових мешканців.

3. Ціль 4 Стратегії розвитку міста: якісна освіта

Завдяки освітнім програмам і майстер-класам на фестивалі, діти і дорослі можуть навчатися про історію та культуру рідного міста, що підтримує програму розвитку освітньої сфери міста, що сприяє підвищенню освітнього рівня громадян, особливо у сфері культурної спадщини.

4. Ціль 9 Стратегії розвитку міста: інновації та інфраструктура

Фестиваль стимулює розвиток туристичної інфраструктури міста, що відповідає програмам розвитку місцевих доріг, готельної інфраструктури, культурно-освітніх закладів. Це створює основу для майбутніх культурних подій та туристичних ініціатив, що є важливою частиною стратегії сталого розвитку міста.

5. Ціль 17 Стратегії розвитку міста: партнерство заради стійкого розвитку

Фестиваль збирає різні зацікавлені сторони, включаючи органи влади, місцевих підприємців, освітні та культурні установи, громадські організації та міжнародних партнерів. Це зміцнює партнерство між приватним і державним секторами, а також із міжнародними організаціями, що підтримує реалізацію міських стратегій.

Узгодженість з міськими програмами:

Програми підтримки малого і середнього бізнесу: фестиваль створює додаткові можливості для розвитку місцевих підприємців, особливо у сфері туризму та культурних послуг.

Культурна стратегія міста: популяризація культурної спадщини та збереження місцевих традицій відповідає стратегічним цілям розвитку культурної і туристичної привабливості Новомосковська.

Стратегія з розвитку туристичної галузі: фестиваль є потужним інструментом для просування міста на регіональному та міжнародному рівнях як туристичної дестинації, що включає культурний туризм.

Проведення «Фестивалю культури та історії Самар» цілком узгоджується з програмами та стратегіями розвитку Новомосковська та сприяє досягненню цілей сталого розвитку, посилюючи економічний, соціальний і культурний потенціал міста.

Проведення «Фестивалю культури та історії Самар» є багатогранним та має значущу роль як для розвитку міста Новомосковськ, так і для зміцнення культурно-пізнавального туризму в регіоні. Представимо візуально ключові аспекти, що підтверджують важливість цього заходу (рис. 4.5).

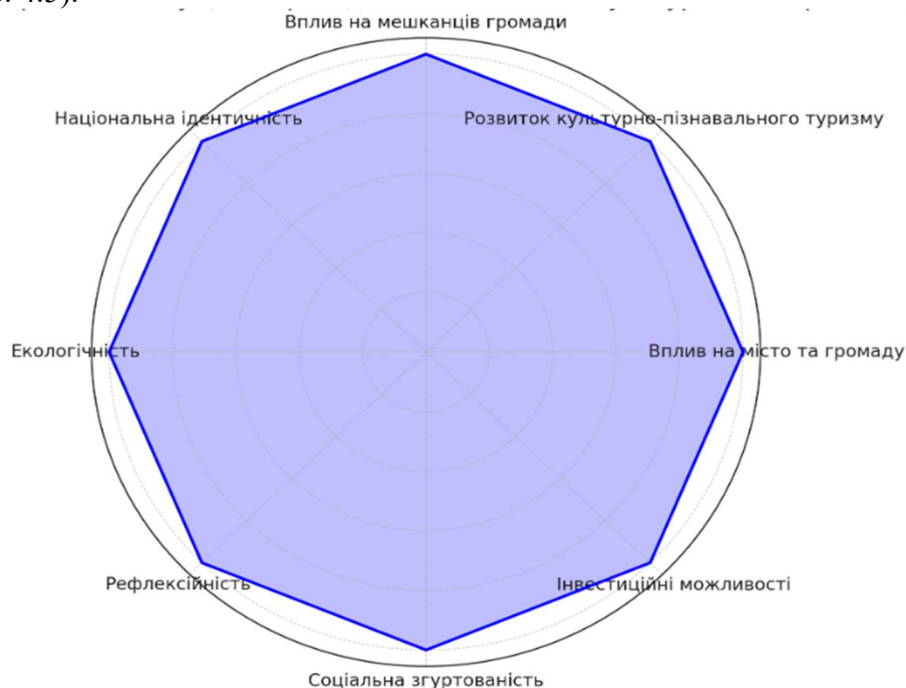


Рис. 4.5 Багатогранна значущість проведення «Фестивалю культури та історії Самар»

Джерело: побудовано автором

Проведення «Фестивалю культури та історії Самар» є багатогранним заходом, який не лише підвищує культурну свідомість та соціальну згуртованість, але й сприяє економічному розвитку, залученню туристів та збереженню національної ідентичності. Завдяки активній участі громади та підтримці місцевих підприємців, фестиваль стає важливим елементом соціально-економічного розвитку міста Новомосковськ і Дніпропетровської області. Кожна грань представляє ключові аспекти, які підтверджують важливість фестивалю для міста Новомосковськ і регіону, розглянемо більш детально всі грані.

1. Вплив на місто та громаду – фестиваль сприяє зміцненню місцевої спільноти, активізує громадське життя та підтримує місцевих підприємців і митців. Завдяки підтримці культурних ініціатив та економічної активності фестиваль стає важливим інструментом розвитку міста та місцевої громади.

Новомосковськ має значний історичний та культурний потенціал (церква Самарської Пустині, Самарський монастир), а також активну підтримку місцевих органів влади, що дозволяє ефективно реалізувати фестиваль. Наявні фінансові, людські та матеріальні ресурси сприяють успішному проведенню заходу, що збагачує місцеву культуру та економіку.

Фестиваль акцентує увагу на історичних подіях, пов'язаних із культурною спадщиною міста, тим самим укріплюючи національну ідентичність жителів громади, що сприяє формуванню патріотизму, гордості за рідний край та його історію.

Фестиваль також надає можливість мешканцям переосмислити історію своєї громади та оцінити внесок різних епох у розвиток міста, що сприяє формуванню рефлексивного підходу до власного культурного спадку.

2. Розвиток культурно-пізнавального туризму – організація фестивалю підвищує привабливість міста як туристичного центру, стимулює інтерес до історичної спадщини та культурних традицій Новомосковська і Дніпропетровської області.

Фестиваль передбачає заходи для різних категорій відвідувачів, що робить його доступним для широкої аудиторії. Спеціальні програми для дітей, людей похилого віку та маломобільних груп забезпечують інклюзивність та відкритість фестивалю. Фестиваль пропагує дбайливе ставлення до довкілля та природних ресурсів, використовуючи екологічно чисті матеріали та практики, що важливо для зміцнення екологічної свідомості серед жителів громади та гостей.

3. Вплив на мешканців громади – фестиваль створює можливості для культурного обміну, виховання молоді та стимулювання творчої активності.

Проведення майстер-класів, інтерактивних лекцій та показових виступів розвиває інтерес до культурної спадщини серед молоді. Фестиваль має виховне значення, оскільки підкреслює важливість збереження та популяризації традицій, історії та культурних цінностей. Фестиваль сприяє підвищенню відповідальності місцевої громади за збереження культурних пам'яток.

4. Фестиваль є важливим не лише для Новомосковська, але й для всієї області, оскільки сприяє розвитку культурно-пізнавального туризму, підвищуючи загальну туристичну привабливість регіону.

Під час фестивалю регіон привертає увагу туристів з інших областей та країн, що стимулює розвиток готельного та ресторанного бізнесу, створює нові робочі місця та інвестиційні можливості, що також підсилює туристичну інфраструктуру регіону, сприяючи його сталому розвитку.

Отже, проведення «Фестивалю культури та історії Самар» не лише сприяє розвитку міста Новомосковськ, але й стимулює культурний та економічний розвиток всього регіону, посилює соціальну згуртованість та національну ідентичність, роблячи фестиваль важливим заходом на локальному та регіональному рівнях.

4.2 Перспективи удосконалення гастротурів в Україні (на прикладі гастротуру «Равлик природи»)

Україна володіє значним потенціалом для розвитку гастрономічного туризму завдяки своєму багатому культурному і національному складу. У країні проживають представники різних народів, що сприяє формуванню унікальної кулінарної спадщини, яка об'єднує різні гастрономічні традиції та рецепти. Сьогодні кожен четвертий громадянин України є представником однієї з національних меншин, що робить гастрономічну картину країни ще більш різноманітною і багатогою. Це надає можливості визначити перспективні напрями для удосконалення гастротурів на основі тенденції відродження етнокультурної спадщини (табл.4.9).

Таблиця 4.9

Перспективні напрями удосконалення гастротурів

Напрямок удосконалення	Опис	Очікувані результати	Приклади реалізації
Диверсифікація маршрутів	Розробка нових гастротурів у маловідомих регіонах.	Залучення туристів до віддалених регіонів, зниження туристичного навантаження.	Гастротури на Поліссі (мед, дикорослі ягоди) або в степових регіонах.
Впровадження екопідходів	Перехід на екологічні практики у харчуванні, використання органічних продуктів, скорочення відходів.	Збільшення інтересу до еко-туризму, збереження природи.	«Еко-борщ» з локальних продуктів, дегустації на органічних фермах.
Збереження автентичності	Акцент на традиційних рецептах, відновлення локальних кулінарних традицій.	Підвищення інтересу до культурної спадщини, популяризація локальних страв.	Майстер-класи з приготування борщу, вареників, банушу.
Розвиток винного туризму	Створення маршрутів до виноробень, організація дегустацій і фестивалів.	Зростання попиту на локальні вина, розвиток регіонального бізнесу.	Тур «Шляхом виноробів» на Одещині або Закарпатті.
Інтеграція з іншими видами туризму	Поєднання гастротурів з агротуризмом, культурним, спортивним або екотуризмом.	Розширення цільової аудиторії, підвищення привабливості маршрутів.	Гастро-тури з відвідуванням Карпат (гриби, мед) або Чорного моря (риба).
Цифровізація турів	Використання мобільних додатків, інтерактивних карт, онлайн-бронювання.	Зручність для туристів, оптимізація організації турів.	Додаток з гастро-маршрутами по Україні, інтеграція з Google Maps.
Організація гастрономічних фестивалів	Розширення кількості і форматів фестивалів, що популяризують локальну кухню.	Привернення уваги міжнародних туристів, розвиток туризму в міжсезоння.	«Фестиваль борщу», «Свято сиру і вина» у Львові, «Рибний фест» на Одещині.
Покращення інфраструктури	Розвиток транспортного сполучення, створення дегуста-	Збільшення туристичного потоку, комфорт для туристів.	Ресторани та дегустаційні зали в сільській місцевості.

Напрямок удосконалення	Опис	Очікувані результати	Приклади реалізації
	ційних залив, інвестиції в локальні ресторани.		
Підвищення кваліфікації кадрів	Навчання гідів, кухарів, сомельє, спеціалістів з організації турів.	Підвищення рівня сервісу, конкурентоспроможність на міжнародному рівні.	Курси з кулінарного мистецтва, сертифікація гідів-гастрономів.
Міжнародна промоція	Реклама українських гастротурів за кордоном через ЗМІ, соціальні мережі, туристичні виставки.	Залучення іноземних туристів, популяризація України на світовій туристичній карті.	Участь у міжнародних виставках, кампанії в соціальних мережах.

Історія розвитку кулінарних традицій України тісно пов'язана з її багатонаціональним населенням. Протягом століть на території країни мешкали не лише українці, але й євреї, росіяни, поляки, татари, румуни, угорці та багато інших народів, кожен з яких приніс свою частку в загальний кулінарний стиль. Багатонаціональність країни стала основою для виникнення безлічі унікальних страв, які вважаються характерними для різних регіонів України. Тому гастрономічний туризм може стати чудовим інструментом для того, щоб глибше пізнати не лише культуру, але й історію країни.

Українська кухня має власні особливості, які роблять її унікальною на міжнародній арені. Вона поєднує в собі традиційні українські страви, а також елементи кухонь народів, які в різний час проживали на українських землях. Це видно в таких популярних стравах, як борщ, вареники, деруни, але також і в більш специфічних рецептах, які з'явилися під впливом єврейської, польської чи татарської кухні. Наприклад, запечена риба з маринадами, приготована за татарськими традиціями, або смажені пиріжки з польськими начинками стали частиною української гастрономії.

На сучасному етапі розвитку гастрономічного туризму в Україні вже помітні певні тенденції, які свідчать про його поступовий розвиток. Природні багатства, численні національні парки, старовинні міста та села, культурна спадщина - все це в поєднанні з гастрономічними традиціями дає туристам можливість по-справжньому поринути в атмосферу української гостинності. В Україні активно розвиваються гастрономічні фестивалі, фермерські ринки, дегустації та майстер-класи, які популяризують національні страви серед туристів, а також підтримують місцевих виробників продуктів.

Гастрономічний туризм в Україні має великий потенціал для економічного зростання, адже кожен регіон країни має свої кулінарні особливості, які можуть приваблювати туристів з усього світу. Це дає можливість не тільки зберігати та розвивати місцеві кулінарні традиції, але й створювати нові робочі місця, залучати інвестиції, покращувати інфраструктуру та підвищувати рівень життя населення. Водночас гастрономічний туризм може стати важливим інструментом для збереження та популяризації культурної спадщини України (рис.4.6), а також для створення унікального іміджу країни на міжнародній арені.

У 2019 році в Україні було проведено 72 гастрономічних фестивалів, за даними Асоціації розвитку гастрономічного та винного туризму України. Це свідчить про зростаючий інтерес до гастрономічного туризму та розвиток цього напрямку в країні. Гастрономічні фестивалі стали важливим елементом культурної та туристичної діяльності, приваблюючи не тільки місцевих мешканців, але й туристів з різних країн світу. Вони сприяють популяризації національних кулінарних традицій, підтримці місцевих виробників, а також створюють можливості для розвитку бізнесу в регіонах.

своєю багатою історією та традиціями гостинності, є важливим туристичним центром, а гастрономічні фестивалі тут стають важливими подіями для популяризації місцевої кухні та залучення туристів. Київ, як столиця країни, також активно розвиває гастрономічний туризм, пропонуючи туристам різноманітні фестивалі та заходи, що відображають сучасні та традиційні кулінарні тенденції України.

Ці регіони активно працюють над розвитком гастрономічного туризму, що дає можливість привертати увагу до національної кухні, підвищувати рівень культурного обміну та сприяти розвитку місцевих економік.

Проаналізувавши доступні пропозиції вітчизняних туроператорів, які організовують гастрономічні тури, можна виділити кілька ключових особливостей розвитку цієї ніші в Україні:

1. Обмежене коло компаній, що спеціалізуються на гастрономічних турах. Наразі лише кілька туроператорів в Україні надають професійно організовані гастрономічні тури. Це вказує на те, що гастрономічний туризм ще не набув широкої популярності серед туристичних компаній, які здебільшого зосереджуються на класичних видах туризму.

2. Зосередження гастрономічних турів на Західній Україні. Більшість гастрономічних турів в Україні організовуються на території Західної України, зокрема в таких регіонах, як Закарпаття та Львівщина. Це пояснюється багатою культурною спадщиною, яка поєднує в собі впливи різних народів, а також унікальними кулінарними традиціями, характерними для цих територій.

Автентичні страви, вино, національні напої та традиції приготування їжі роблять цей регіон надзвичайно привабливим для туристів, які бажають познайомитись з українською культурною спадщиною через гастрономію.

3. Потенціал для розвитку гастрономічного туризму. Незважаючи на обмежену кількість туроператорів, є значний потенціал для подальшого розвитку гастрономічного туризму в Україні.

Більшість турів, які пропонуються на сьогоднішній день, часто поєднують гастрономічні подорожі з іншими видами туризму або розважальним бізнесом, таким як екологічний туризм, культурні екскурсії чи активний відпочинок. Це свідчить про необхідність більш глибокого спеціалізованого підходу до організації гастрономічних турів, орієнтуючись на поєднання різних аспектів туристичного досвіду.

За допомогою аналізу наявних турів на ринку можна виділити топ 5 найпопулярніших туристичних продуктів (рис. 4.8).

Гастрономічний туризм є однією з найперспективніших галузей туризму в Україні, що може сприяти економічному розвитку, популяризації національної культури та залученню іноземних туристів. Незважаючи на значний потенціал, український гастрономічний туризм ще не досяг свого максимального розвитку.

Для ефективного удосконалення цієї галузі необхідно зосередитися на кількох важливих напрямках, які дозволять зробити гастротури в Україні більш привабливими та конкурентоспроможними на міжнародному ринку:

1. Розширення тематичних гастрономічних маршрутів

Одним із напрямів удосконалення є розширення та диверсифікація тематичних гастрономічних маршрутів по всій країні. Україна багата на кулінарні традиції, які варто популяризувати серед туристів. Пропонуються наступні ідеї:



Рис. 4.8. Найпопулярніші туристичні продукти на ринку гастрономічного туризму України [109]

- Регулярні гастрономічні тури по всій Україні. Це можуть бути маршрути, які охоплюють різні регіони країни і знайомлять туристів з особливостями місцевої кухні. Наприклад, тури по Черкащині з дегустацією традиційних українських страв, гастрономічні подорожі по Західній Україні з акцентом на автентичні страви, або ж відвідування виноробних господарств у Одеській області.

- Фестивалі і майстер-класи. Організація гастрономічних фестивалів, які відображають національні традиції кожного регіону, наприклад, фестивалі борщу, галушок, вареників чи меду, може залучити туристів на певні святкові дати. Майстер-класи з приготування українських страв, особливо за участю знаменитих шеф-кухарів, створюють можливість для більш глибокого пізнання кулінарії.

- Екологічний гастротуризм. Враховуючи зростаючий інтерес до здорового харчування і екології, можна організувати тури до фермерських господарств, органічних сироварень, пивоварень або виноробних підприємств, де туристи не лише познайомляться з виробництвом, але й продегустують органічні продукти.

2. Удосконалення інфраструктури гастрономічних турів

Для розвитку гастротуризму важливо розвивати інфраструктуру, що супроводжує такі подорожі. Це включає:

- Покращення транспортного сполучення. Оскільки багато гастрономічних турів проводяться в сільських районах, важливо забезпечити зручне транспортне сполучення для туристів. Це можуть бути організовані автобусні тури або ж програми зі спеціальним трансфером для відвідувачів.

- Розвиток готельного та ресторанного бізнесу. Місцеві готелі і ресторани повинні відповідати вимогам сучасних туристів. Наприклад, важливо, щоб в ресторанах пропонувалися автентичні страви на основі місцевих продуктів, а також проводилися дегустації та виступи шеф-кухарів.

- Покращення інформаційного забезпечення. Створення вебсайтів, мобільних додатків, а також активна присутність у соціальних мережах допоможе залучити туристів. Міжнародні платформи бронювання також можуть бути важливими для популяризації гастротуризму в Україні.

3. Розвиток бренду «Українська кухня» на міжнародному ринку

Один із ключових аспектів розвитку гастротуризму - це формування позитивного іміджу української кухні на світовому рівні. Україна має великий потенціал для залучення туристів, якщо кулінарні традиції стануть відомими за кордоном:

- Участь у міжнародних гастрономічних фестивалях. Україна може стати учасником міжнародних гастрономічних виставок та фестивалів, де презентуватиме свої унікальні страви. Це дозволить залучити увагу до українських кулінарних традицій і створить умови для збільшення кількості іноземних туристів.

- Популяризація української кухні через культурні програми та обміни. Для розвитку гастрономічного туризму важливо інтегрувати українську кухню у світові культурні обміни, наприклад, через програми, організовані посольствами або українськими культурними центрами за кордоном.

- Гастрономічний маркетинг та брендинг. Використання бренду «Українська кухня» на міжнародному рівні та розвиток маркетингових кампаній, орієнтованих на іноземних туристів, буде сприяти популяризації України як гастрономічного напрямку.

4. Освітні програми та майстер-класи

Для поглиблення інтересу туристів до гастрономічного туризму важливо пропонувати освітні програми, майстер-класи та інші інтерактивні заходи. Це може включати:

- Кулінарні школи і курси. Створення кулінарних шкіл на базі гастротурів дозволить туристам не лише спостерігати за процесом приготування страв, але й навчатися самостійно готувати традиційні українські страви.

- Майстер-класи від шеф-кухарів. Проведення майстер-класів з приготування українських страв під керівництвом професіоналів приверне увагу тих туристів, які хочуть дізнатися більше про кулінарні секрети та традиції української кухні.

- Інтерактивні гастрономічні тури. Розробка інтерактивних турів, в яких туристи будуть активно залучені до процесу приготування та дегустації, дозволить покращити їх досвід та зробити тури більш цікавими та запам'ятовуваними.

5. Підтримка місцевих виробників і фермерів

Іншим важливим аспектом розвитку гастрономічного туризму є підтримка місцевих виробників і фермерів. Це дозволить не лише розвивати місцеву економіку, але й збільшити автентичність гастрономічних турів:

- Співпраця з фермерськими господарствами. Туристи можуть відвідувати місцеві фермерські господарства, дізнаватися про процес вирощування продуктів та їх використання у гастрономії. Продукти місцевих виробників можуть бути вбудовані в гастрономічні тури як частина програми дегустацій.

- Залучення місцевих ремісників та виробників до гастрономічних фестивалів. Місцеві фермери, пекарі, кондитери та винороби можуть стати важливими учасниками гастрономічних заходів, що створить атмосферу справжнього культурного та гастрономічного досвіду.

Удосконалення гастрономічного туризму в Україні передбачає багатогранний підхід, який включає розширення маршрутів, покращення інфраструктури, просування української кухні на міжнародній арені та активну підтримку місцевих виробників. З огляду на унікальність кулінарних традицій України та зростаючий інтерес до гастрономічних подорожей, гастрономічний туризм має великий потенціал стати важливим сегментом туристичної індустрії країни.

«Равлик природи» - це екологічний та гастрономічний тур, що дозволяє гостям Полтавщини зануритись у дивовижний світ равликів на місцевій фермі. Учасники туру зможуть не тільки побачити процес вирощування равликів, але й продегустувати страви, приготовані з цього незвичайного інгредієнта, та дізнатися багато цікавого про культуру їхнього споживання.

Місце проведення: Абазівка, Полтавська область. Равликова ферма, яка є однією з найбільших у регіоні, спеціалізується на вирощуванні та обробці різних видів равликів.

Маршрут туру: 1-й день: Прибуття та знайомство з фермою

- 9:00 - 10:00 - Збір учасників туру в Полтаві, виїзд автобусом до Абазівки.

- 10:00 - 11:30 - Прибуття на равликову ферму. Зустріч з господарями та екскурсія територією ферми. Туристи дізнаються про різні види равликів, особливості їхнього вирощування, екологічні методи утримання та догляду.

- 11:30 - 13:00 - Спостереження за процесом збору равликів, їх сортування, а також процес підготовки до подальшої обробки.

- 13:00 - 14:00 - Ланч на фермі з використанням страв на основі равликів: равлики, запечені в часниковому маслі, равлики в соусі з білого вина.

2-й день: Кулінарні майстер-класи та гастрономічна дегустація

- 9:00 - 10:00 - Сніданок на фермі (домашня кухня, з акцентом на продукти, вироблені на фермі та місцевих господарствах).

- 10:00 - 12:00 - Майстер-клас з приготування страв з равликів. Туристи разом з шеф-кухарем навчатимуться готувати равликів у різних варіаціях, зокрема традиційні французькі страви, такі як «Escargots de Bourgogne» (равлики по-бургундськи), (рис 4.9).



Рис. 4.9 Спосіб сервірування готових равликів

- 12:00 - 13:00 - Дегустація страв, приготованих під час майстер-класу, супроводжена місцевими винами та соками.

- 13:00 - 14:00 - Обід з продовженням дегустації традиційних страв, що містять равликів: супи, салати, пасти з равликами.

- 14:00 - 16:00 - Вільний час для прогулянки на природі та відпочинку на території ферми.

- 16:00 - 17:00 - Підведення підсумків туру, розповідь про перспективи розвитку равликової ферми, її участь в гастрономічних проектах та розвитку місцевого гастрономічного туризму.

3-й день: Відвідування місцевих атракцій та повернення додому

- 9:00 - 10:00 - Сніданок на фермі.

- 10:00 - 12:00 - Екскурсія по найближчих природних пам'ятках, зокрема екологічним маршрутом, що проходить через лісові та водні території, де можна побачити місцеву флору та фауну.

- 12:00 - 14:00 - Обід в місцевому ресторані або кафе з пропозицією страв на основі місцевих продуктів (м'ясо, овочі, риба).

- 14:00 - 16:00 - Повернення до Полтави. Вільний час для покупок сувенірів та продуктів фермерського виробництва.

Ціна туру

Ціна за одного учасника (включаючи транспорт, екскурсії, харчування та майстер-клас):

Група до 10 осіб

- 3 дні - 3 500 грн / ос.

- Вартість для сім'ї (до 4 осіб) - 12 000 грн (знижка 10%).

Ціна за одного учасника (включаючи транспорт, екскурсії, харчування та майстер-клас):

Група від 10 до 25 осіб

- 3 дні - 3 000 грн / ос.

- Вартість для сім'ї (до 4 осіб) - 10 500 грн (знижка 15%).

У вартість включено:

- Транспортне обслуговування (автобус Полтава - Абазівка - Полтава).

- Проживання на фермі в комфортних умовах.

- Харчування (сніданки, обіди, вечері, дегустації, майстер-клас).

- Участь у кулінарних майстер-класах.

- Екскурсії по фермі та природних пам'ятках.

- Страхування туристів.

Оплата та бронювання:

Для підтвердження участі в турі необхідно внести передоплату в розмірі 30% від вартості туру. Оплата може бути здійснена через банківський переказ або онлайн через платіжну систему. Бронювання турів проводиться за телефонною заявкою або через онлайн-форму на сайті компанії.

Переваги гастрономічного туру «Равлик природи»:

1. Екологічний підхід: Гостям буде цікаво дізнатися про еко-френдлі методи вирощування равликів, що зберігають екосистему.

2. Інтерактивність: Майстер-клас і дегустація дозволяють не лише дізнатися більше про традиції, а й стати частиною кулінарного процесу.

3. Тематичність: Тур створюється в унікальному гастрономічному контексті, що дозволяє глибше пізнати специфіку української кухні через призму сучасних гастрономічних тенденцій.

Таким чином, гастрономічний тур «Равлик природи» в Абазівці - це чудова можливість поєднати відпочинок на природі з екологічним та культурним досвідом. Такий тур сприятиме розвитку місцевого гастрономічного туризму, допомагаючи популяризувати українські кулінарні традиції та підтримувати місцевих виробників, що сприятиме сталому розвитку цього сегмента туризму в Україні.

4.3 Стратегічні напрямки та рекомендації щодо розвитку етнокультурного туризму в Україні

Сприятливими умовами для розвитку в Україні івент-туризму є традиції, фольклор, етнічна музика. Вони є проявом української культури та демонструють колорит нації.

На сьогоднішній день не розроблено методологічних аспектів аналізу функціонування пам'яток історії та культури в якості туристичних об'єктів. Внаслідок цього складові культурної спадщини залучаються до туристичної галузі безсистемно, а їх пізнавальна функція зводиться до мінімуму. Наприклад, з 418 пам'яток археології національного значення лише 54 використовуються як туристичні об'єкти, з 147 пам'яток історії національного значення туристичними об'єктами є 98, з 45 пам'яток монументального мистецтва національного значення в туристичній інфраструктурі представлено 28 [110].

Розглянемо перешкоди щодо розвитку етнокультурного туризму. На відміну від пам'яток, занесених до спадщини ЮНЕСКО, стан регіональних та місцевих пам'яток залишається поза увагою фахівців. Наприклад, користувачами багатьох пам'яток сакрального мистецтва є церковні громади, які не володіють достатніми знаннями щодо рівня культурної цінності цих пам'яток. Новітні ремонти без супроводу фахівців перетворюють ці об'єкти в менш цінні з точки зору історії та культури. Часто рухомі пам'ятки церковних громад стають предметом торгівлі для отримання коштів на ремонт чи побудову новішої церкви. Для захисту са-

кральних об'єктів як об'єктів культурної спадщини у Ватикані створений окремий офіс, відповідальний за їх збереження. Ця установа вирішує спірні питання, пов'язані з використанням особливо цінних церковних об'єктів, що належать до їх управління.

В організації івент-туризму в Україні фахівці відмічають такі проблеми, які перешкоджають притоку туристів:

- недостатньо якісний рівень організації дійства;
- стихійний характер фестивалів та свят.

Тому важливою задачею є розбудова інфраструктури навколо заходу як ключового чинника, що впливає на вибір туристів. Саме налагоджена туристична інфраструктура може забезпечити туристам комфортний відпочинок.

Другим важливим фактором є грамотне просування продукту від виробника до споживача, забезпечення через інформаційні технології доступу туристів до інформації про культурні та розважальні заходи української туристичної індустрії.

Основні проблеми розвитку туризму та курортно-рекреаційної сфери України: невдосконалена нормативно-правова база, відсутність механізмів інноваційно-інвестиційної активізації, недостатня розвиненість інфраструктури, застаріла матеріально-технічна база, що призводить до низької комфортності і умов проживання, незадоволеності туристів».

Війна росії проти України, серед інших катастрофічних наслідків для світової економіки та безпеки, спричинила суттєву турбулентність на міжнародному туристичному ринку. Особливо негативно війна в Україні позначилася на Європейському туристичному ринку. За даними Державного агентства розвитку туризму (ДАРТ), «російська агресія не тільки створює суттєві перепони відновленню туристичної галузі континенту після пандемії, а й спонукає туристів розглядати альтернативні туристичні напрямки до інших країн. Аналіз шести найбільш перспективних для Європи закордонних туристичних ринків показав, що цього літа мандрівники із США, Канади, Китаю, Японії, росії та Бразилії значно зменшать свою присутність у регіоні.

Основні причини – небезпека, зростання вартості життя та витрат на євро подорожі». Основними причинами суттєвого скорочення туристичних потоків в Європу у 2022 у контексті війни в Україні можна назвати: погіршення міжнародних відносин та запровадження санкцій по відношенню до громадян російської федерації та республіки білорусь, що негативно вплинуло на притік іноземних туристів з цих країн, виникнення проблем організацією авіа перельотів, що обмежило можливості для туристів із далекого Сходу, зростання цін на енергоносії, що позначилося на собівартості туристичних послуг.

Таким чином, сучасні тенденції, що відбуваються на глобальному рівні вносять свої корективи, а у деяких випадках і революційні трансформації ринку туристично-рекреаційних послуг що відображаються на його кон'юктурі, принципах функціонування та розвитку. На основі дослідження можна виділити наступні глобальні тренди у розвитку туризму, що посилюють свою актуальність на майбутнє та повинні враховуватися при розробленні національних, регіональних та локальних стратегій:

- посилення заходів для підвищення безпеки (соціальної, екологічної, економічної, криміногенної, безпеки для життя і здоров'я, інформаційної та інших);
- зміна традиційного групового туризму на диверсифікований, персоналізований і індивідуальний туризм, як результат цифрового моделювання подорожей та стрімкого розвитку інтернет-технологій в туризмі;
- розвиток та диверсифікація систем міжнародного страхування;
- трансформація платіжних систем, розвиток інтернет-платежів, впровадження blockchain-технологій;
- трансформація традиційних моделей організації туристично-рекреаційної діяльності в напрямку «озеленення» туристичних послуг, впровадження принципів циркулярної економіки, збалансованого розвитку та еколого-орієнтованих моделей функціонування туристичних підприємств;

- політизація туризму як наслідок військових конфліктів, терористичних актів, економічних війн тощо.

Отже, аналіз основних трендів трансформаційних змін у глобальному середовищі туризму дозволив виявити основні принципи, що становлять основу таких змін і визначатимуть успішність розвитку туристичного бізнесу у довгостроковому періоді: безпека, екологічність (орієнтація на зелені технології), економічна, соціальна і екологічна збалансованість, персоналізована диференціація туристичного продукту, інтегрованість, цифровізованість та інклюзивність.

Слід відзначити стратегічними орієнтирами післявоєнного відновлення українського туризму наступне:

- розгалуження інфраструктури туристичних послуг;
- становлення туризму на трьох рівнях (у відповідності до місцевих особливостей, туристичного напрямку, інвестиційних проектів),
- створення конкурентної переваги для України; просування унікальних вітчизняних брендів за кордоном»

В умовах «посткризового відновлення економіки України, з метою підвищення конкурентоспроможності туристичної галузі, пріоритетними напрямками її модернізації мають стати насамперед: цифровізація, впровадження нових навчальних програм і програм підвищення кваліфікації працівників; розробка програм стимулювання внутрішнього туризму, у тому числі з метою з метою виховання патріотизму, любові до батьківщини, поваги до історії; державне регулювання схем використання різноманітних туристичних ваучерів; розробка нових туристичних продуктів на внутрішньому ринку адаптованих до кризових умов щодо безпечних подорожей та надання супутніх послуг; координація послідовної діяльності зацікавлених сторін на міжнародному, національному, регіональному та місцевому рівнях; розробка стратегії просування української культурної спадщини як туристичного продукту на європейському ринку туристичних послуг.

Туризм спроможний активно сприяти міжнародному культурному обміну, розширенню обізнаності громадян із національним надбанням та популяризації туристичних ресурсів культуро логічного характеру. Так, об'єкти нематеріальної культурної спадщини України відображають збережену самобутність етнографічних регіонів нашої держави, зокрема Буковини, Покуття, Бойківщини, Опілля, Лемківщини, Закарпаття, Волині, Поділля, Полісся, Слобожанщини тощо і тим самим формують конкурентні переваги українського туристичного продукту на світовому та національному туристичному ринку, що дозволяє нашій країні не лише підвищувати темпи розвитку туристичного бізнесу, але й забезпечувати відродження і збереження етнокультурної самобутності українського народу, розвиток національно-патріотичних його почуттів.

Наразі найбільший інтерес в іноземних, а часто і в українських туристів викликають такі шедеври нематеріальної культурної спадщини України, як традиції святкування Івана Купайла, влаштування вертепу, виконання різдвяних колядок та водіння кози на Маланки, а також писанкарство, ліжникарство, гончарство, створення ляльки-мотанки, випікання короваю, приготування національних страв, насамперед борщу, ін. Стійкий інтерес туристи демонструють до мольфарства та чаклунства як специфічного етнокультурного феномену українців. Ознайомлення з цими та іншими елементами нематеріальної культурної спадщини відбувається за різних умов відпочинку, під час слідування туристичними маршрутами, участі в екскурсійній програмі, майстер-класах тощо.

Війна в Україні – це найбільше випробування, яке сьогодні випало надолу нашої держави. Вона принесла катастрофічні руйнування та збитки, паралізувала роботу багатьох галузей, в тому числі і туризму. Доходи значної

частини населення України різко скоротились, першочерговим завданням для

багатьох українців є виживання, про відпочинок та подорожі більшість людей не думає, багато громадян виїхало з країни, рятуючись від війни. Іноземний в'їзний туризм також не розвивається, оскільки сьогодні існують певні логістичні труднощі, неможливо гарантувати

безпеку подорожей, туристи не хочуть їхати в країну, у якій іде війна. Подорожі у рамках етнічного туризму не мають чітко вираженої сезонності, однак часто прив'язуються до дат відзначення релігійно-культових та обрядових свят того чи іншого етносу (Різдво, Великодень, Івана Купала, Обжинки та ін.), проведення етнофестивалів ("Всесвітні бойківські фестини", "Сорочинський ярмарок") тощо.

Зазвичай, такі заходи супроводжуються елементами анімаційних програм з відтворенням ритуальних дійств та залученням до них туристів. Серед інших

програмних заходів у рамках етнотурів варто назвати:

- відвідування етнографічних та тематичних музеїв, скансенів;
- відвідування місць поховань;
- концерти фольклорних колективів;
- зустрічі з народними майстрами, майзустрічі з народними майстрами, майстер-класи народних ремесел;

- дегустації місцевих страв та напоїв;
- участь у фестивалях, ярмарках тощо. Сьогодні ринок етнічного туризму в Україні знаходиться на етапі становлення і розвивається стихійно.

Серед великого розмаїття туристичних фірм практично відсутні туроператори, що спеціалізуються на даному виді туризму. Ряд туроператорів, що займаються внутрішнім туризмом, мають серед своїх пропозицій кілька продуктів, які позиціонуються як етнотури (Львівський інститут економіки та туризму, 2016).

Етнографічний туризм в Україні – це один з тих видів туризму, що набирають популярності. Головною метою споживачів даного виду туризму є

пізнання та знайомство з культурною спадщиною свого народу чи з культурою народу відмінної від своєї. Етнографічні ресурси багаті та різноматні, і в повній мірі відображають культуру та історію окремого етносу. Так, до матеріальних ресурсів даного виду туризму відносять – споруди, виконані в традиційному стилі етнографічні музеї, скансени, музейні експозиції в краєзнавчих та історичних музеях, місця проведення народних свят і обрядів, традиційні житла тощо; до нематеріальних входять фестивалі, ярмарки, народні свята, традиції, обряди, традиційні ремесла, промисли та традиційна кухня. Отже, етнофестиваль є одним з видів етнографічних ресурсів.

Поєднання туризму і етнографічної експедиції, що дозволяє ознайомитись з культурою й історією місцевого населення, збагатити духовний розвиток, пізнати традиції народу на рідних територіях та побути наодинці з природою краю.

Учасники етнічного туризму — в основному люди похилого віку, що раніше проживали в цій місцевості. Основна частина програм і мета приїзду — індивідуальне (або невеликими сімейними групами) відвідування різних регіонів. Туристські ресурси для етнічного туризму багаті і своєрідні. Це пам'ятки архітектури, музейні експозиції, архівні матеріали, мальовничі природні місця. У сукупності все це створює сприятливі умови для відпочинку та ознайомлення з історією та культурою народу.

В Україні можна виділити декілька груп ресурсів розвитку етнічного туризму:

- сакральні об'єкти – монастирі та церкви православних християн;
- культурна спадщина – мова, легенди, пісні, танці тощо; матеріальна культура – міські та сільські забудови, традиційні будівлі, предмети побуту, традиційний одяг тощо.

Зараз існує безліч пропозицій етнічних турів, пов'язаних з національною культурою.

В Україні етнотуризм є новим і ще не до кінця освоєним напрямком туризму, але попри те, набуває популярності і в майбутньому може стати одним з найпопулярніших видів туристичної діяльності як серед молоді так і серед людей третього віку. Етнографічний туризм використовується багатьма країнами для сприяння економічному та культурному розвитку.

Наша країна унікальна за різноманітністю етносів, віри, народів і їх інтеграції – на цьому будується етнотуризм в Україні. В умілих руках різноманітність перетворюється на інструмент ведення бізнесу. Чинники розвитку етнічного туризму на території: збереження традицій і культури; наявність пам'ятників культури і мистецтва; наявність у місцевих жителів

досвіду в прийомі гостей з інших територій і країн; облік сезонного характеру маршрутів; адекватне забезпечення інвестиційного, інформаційного, кадрового, наукового і правового компонентів галузі. Передовими в Україні регіонами є Запоріжжя, Київщина, Полтавщина, райони Карпатськи хгір, Закарпаття.

Запороізькі екскурсійні фірми пропонують туристам відвідування історико-культурного комплексу «Запорозька Січ». Туристи зможуть побувати в місці витоку козацтва на території України, переодягтись в справжнього козака та навіть спробувати себе у володінні зброєю.

Етнографічний туризм посідає значне місце в житті суспільства у зв'язку з тим, що є однією з важливих форм трансляції національних культур та має значний культурно-освітній потенціал. Культурне самовираження народу завжди викликало інтерес, адже дозволяло краще пізнати національну культуру та опанувати важливі для розвитку особистості її складові. Саме тому в основі етнографічного туризму лежить потреба в духовному освоєнні та збереженні національної спадщини, ознайомлення з культурою й побутом інших народів, що є особливо важливим в епоху глобалізації.

Розвиток етнічного туризму є надзвичайно важливим для соціально-культурного й економічного розвитку нашої держави через популяризацію народних звичаїв і традицій серед сучасників, а також їх збереження для майбутніх поколінь. Багату національно-культурну спадщину, багате історичне минуле, а також привабливість нашого краю можна гідно пропагувати шляхами та засобами туризму не лише на внутрішньому, але і на міжнародному туристичному ринку.

Етнічний туризм є надзвичайно важливим для патріотичного виховання сучасної молоді, через пізнання звичаїв, традицій і культури місцевого населення. Розвиток етнічного туризму тісно пов'язаний із організацією різного роду фестивальних дійств, які пропагують місцеву культуру, звичаї і традиції краян. Надзвичайно важливим для патріотичного виховання сучасної молоді, формування у неї почуття поваги до звичаїв і традицій свого власного народу є відвідування музеїв етнографічного спрямування, які знайомлять відвідувачів і з процесами етногенезу, звичаями, традиціями, побутом і культурою етносу.

Більшість музеїв етнографічного спрямування знайомлять відвідувачів і з процесами етногенезу, звичаями, традиціями, культурою і мистецтвом місцевого населення. Метою розвитку музеїв етнографічного спрямування є не лише задоволення пізнавальних потреб туристів, але і виховання у них важливих цінностей, як: почуття патріотизму, почуття поваги до звичаїв і традицій свого власного народу тощо.

Розвиток етнічного туризму повинен сприяти вихованню молоді, формуванню у неї почуття дбайливого ставлення до навколишнього природного середовища та об'єктів історико-культурної спадщини, а також почуття патріотизму і почуття поваги до звичаїв і традицій свого власного народу

Передумовою розвитку етнотуризму в Україні є також багата різноманітність діаспор: польської, грецької, молдавської, єврейської, угорської, румунської, циганської, гагаузької вірменської та ін.

Для Карпатського регіону характерна етнічна самобутність лемків, гуцулів, бойків. Ці етнічні групи приваблюють як вітчизняних, так і закордонних туристів своєю унікальною культурою, а саме народною архітектурою, звичаями, фольклором, кухнею. Спираючись на багатий етнічний потенціал гуцулів, туристичні фірми, розробляють етнічні маршрути такі, як «Гуцульські коломийки». Це ознайомчі тури, які проводяться з метою відвідування гуцульських місцевостей, ознайомлення з карпатською самобутністю.

Завданням таких заходів є:

- розвиток культури і культурних традицій;
- пропаганда народного мистецтва, фольклорної і традиційної культури;
- ознайомлення зарубіжних учасників фестивалів з фольклорною культурою українського народу;
- пропаганда здобутків української культури;

- зміцнення культурних зв'язків з українцями.

Цей вид туризму буде затребуваний в майбутньому у зв'язку з його унікальністю і неповторністю, так як в даний час етнічне розмаїття скорочується зі швидкістю, порівняною з темпами втрати біологічної різноманітності. Корінні нечисленні народи є носіями унікальної культури та системи господарювання, тому розвиток етнічного туризму перспективно в комплексі з розвитком екологічного туризму на територіях традиційно їх проживання. Етнічний туризм може розглядатися як одне з можливих стратегічних напрямів збереження і розвитку економіки традиційного господарства. Розвиток етнічного туризму має сприяти збереженню культурної спадщини і бути фактором сталого розвитку територій проживання.

Розвиватися етнотуризму допомагають різноманітні виставки, присвячені культурі, архітектурі, побуту етнографічної спільноти, що проживала на території відповідного району чи області.

Часто при організації етнотурів використовують відвідування центрів народних промислів та залучення до програми туру етнографічних музеїв, експозиції яких яскраво висвітлюють проблематику відповідного туру.

Першочерговим завданням розвитку туризму та курортно-рекреаційної сфери України повинно стати удосконалення законодавчого регулювання з метою розширення нормативно-правового забезпечення рекреаційної діяльності, що дозволить конкурувати у міжнародному туристичному просторі. В цілому, сучасні умови можуть стати рушійною силою для забезпечення збалансованого розвитку туризму та курортно-рекреаційної сфери України.

Відповідно враховуючи наявні проблеми вважаємо, що можливо створити інноваційну модель збалансованого розвитку туризму та курортно рекреаційної сфери України, що забезпечить соціальний, екологічний та економічний ефекти розвитку регіонів.

Вирішення проблем туризму в сфері етнокультурного туризму знаходиться абсолютно не в сфері туризму. Так само, як і вирішити проблеми системи можна лише вийшовши за межі цієї системи, піднявшись над нею, поглянувши зі сторони.

В умовах, коли війна в Україні унеможливорює нормальний розвиток туризму, будучи базовим негативним політичним фактором сьогодення, вирішення проблем може бути реалізовано новими шляхами.

Перша пропозиція – об'єднання зусиль та ресурсів з іншими постачальниками послуг та товарів, які не є прямо причетними до туристичної діяльності, але можуть її підтримати, збагатити, а на перетині з ними будувати нові послуги та продукти. До таких сфер дотичності або перетину інтересів належать література, мистецтво, ігрові технології, які мають свої конкретні установи в Україні та активно розвиваються.

Останнім часом літературні видавництва в Україні виникають та ростуть наче гриби, оскільки з території України пішли російські видавництва та російськомовна продукція. В умовах деколонізації пробуджується інтерес до національної культури. Патріотичні настрої під час війни сприяють підтримці національного, народного, українського. Літературна продукція та настільні ігри мають велике значення в сучасних умовах як культурно-туристичний ресурс, що допомагає українцям та іноземцям пізнавати етнокультурну спадщину України.

Рекомендації щодо перспектив розвитку етнокультурного туризму на основі врахування тенденції відродження етнокультурної спадщини України:

- вивчення досвіду інших країн в реалізації етнокультурного туризму;
- проведення спільних з іноземними колегами заходів з популяризації етнокультурної спадщини та використання її потенціалу для туристичного бізнесу;
- основу туристично-рекреаційної політики повинні складати такі пріоритети як державна підтримка галузі туризму та відпочинку й оздоровлення;
- концентрація коштів і ресурсів для створення об'єктів інфраструктури: шляхи, системи водопостачання, каналізація, зв'язок, служби сервісу;
- створення пільгових умов для залучення іноземних інвестицій у туристичну індустрію;

- підготовка висококваліфікованого кадрового потенціалу в сфері рекреаційно-туристичної діяльності;
- водночас налагодження потужної реклами, випуск високоякісного інформаційно-довідкового матеріалу;
- реалізація цих пріоритетів може створити необхідні стартові умови для цілеспрямованого нарощування потенціалу етнотуристичної індустрії.

Одним з основних напрямків є використання настільних ігор. Вони дозволяють в сучасних умовах невизначеності розвинути туристичну діяльність, як супровід та збереження етнічної складової українського туризму.

Настільні ігри "Україна: Спадщина" та "Хата Багата" — це знайомство з українською етнокультурною спадщиною, дотик до культури українського народу – матеріальної та духовної. За допомоги долучення учасників до ігрових активностей давня культурна спадщина проявляється через модерний продукт — настільну гру.

В матеріальній традиційній культурі ці ігри показують основні елементи народного костюму, страви та напої традиційної кухні, різновиди дитячої народної іграшки, основні знаряддя праці, музичні інструменти та символи України. У духовній культурі настільні ігри допомагають виявити, якою є душа українського народу. Через народну філософію, висловлену у приказках і прислів'ях, якраз і виявляються традиційні цінності.

Українські приказки та прислів'я, показані в іграх, розкривають такі чесноти та духовні прояви народу, як чесність, кмітливість, охайність, гостинність, ощадливість, повага до вправності та майстерності, повага до правил чужої хати, любов до співу і танців. Народ, наприклад, кепкує над жадібними і роззявами, іронізує над своїми втратами та не вигідними угодами.

Настільні ігри призначені для широкого кола учасників віком від 7 років. Занурюючись в уявний світ гри, учасники в колі сім'ї або разом з друзями чи знайомими подорожують світом української культури, пізнаючи стародавню спадщину предків. Тому ці настільні ігри є місцем, де українська етнокультурна спадщина поєднується з туристичними подорожами.

Таким чином, за останні роки спостерігається тенденція зменшення кількості відвідувачів музеїв, театрів, кінотеатрів та інших туристичних атракцій. Натомість зростає кількість літературних видавництв та виданих ними книжок. Ця тенденція може бути основою для поєднання зміни орієнтирів туристичної діяльності та залучення до неї різновидів літературних та навкололітературних подій.

Зокрема, зустрічі з письменниками, майстер-класи з креативного письма, школи літературної майстерності, літературні ярмарки, які набувають популярності в Україні та за її межами, можуть стати новим напрямком туристичної діяльності та місцями здійснення туристичних подорожей, і як результат підтримати сферу туризму, збагативши її новими подіями, новими подорожуючими із числа любителів літератури і читання.

І друга тенденція, що спостерігається у виборі форм туристичних активностей. Відвідувачам туристичних об'єктів вже не так цікаво бути пасивними слухачами та глядачами на туристичних атракціях, як їм важливіше ставати учасниками інтерактивних заходів та комунікаційних подій. Тому рекомендовано від презентаційних заходів переходити до інтерактивних, де відвідувачі можуть взяти участь в майстер-класах із способів традиційного зав'язування хусток або виготовлення із глини посудин за допомогою гончарного кола, або приготування страв у справжній українській селянській печі, або навчання технікам витинанки, вироблення ляльок-мотанок чи прикрашання дерев'яних виробів узорами Петриківського розпису. Взаємодіяти з предметами спадщини, залучити в свою мову народний фольклор у вигляді приповідок, а також взаємодіяти між собою також допомагають народні ігри, як рухливі («Хусточки», «Панас» та ін.) так і настільні («Україна: Спадщина», «Хата Багата», «Пацьорки» та ін.).

Отже, оскільки сучасна людина більш налаштована на активні дії, ніж на пасивне споглядання, важливо під час туристичних подій давати можливість людині безпосередньо взаємодіяти з предметами етнокультурної спадщини, створювати свої предмети за давніми технологіями, комунікувати один з одним під час танців та ігор.

4.4 Перспективні напрями розвитку волонтуризму в Україні

Для ефективного подолання бідності в Україні необхідно забезпечити працездатне населення робочими місцями та належним доходом. Це дозволить значно зменшити рівень бідності серед працюючих громадян і одночасно знизити рівень бідності серед соціально вразливих груп населення, що знаходяться в складних економічних умовах.

Аналіз сучасного стану рівня життя в Україні вказує на необхідність покращення якості життя широких верств населення, що включає не лише бідні верстви, але й середні групи. Це є ключовим фактором для формування середнього класу, що, в свою чергу, сприятиме соціальній стабільності в країні.

Перспективи подальших досліджень в даному напрямку.

Практично будь-який напрям волонтуристської діяльності задовольняє майже всі ці потреби, але у кожному конкретному випадку їх питома вага і значущість різні. Багато волонтуристських занять направлено на духовний розвиток людини і переходять з сфери відпочинку і пасивного проведення вільного часу населення в волонтерський рух. Цей процес тісно пов'язано з істотним підвищенням значення волонтуризму в соціально-економічних системах. Волонтерський рух, що формується як самостійна ланка некомерційних структур та структур соціального підприємництва, як складових соціально-економічної системи держави, залучає величезні обсяги матеріальних і людських ресурсів. На послуги волонтуризму прямо або побічно орієнтується все більше галузей матеріального виробництва і сфери послуг.

Перспективними напрямками у регулюванні цієї форми зайнятості є запровадження наступних ключових принципів на основі проведених досліджень з проблематики волонтуризму:

- регулювання однієї конкретної форми волонтуризму не повинно виключати можливості для існування інших форм, таких як неформальні чи ситуативні волонтерські ініціативи. Це дозволить врахувати різноманітність підходів до волонтуристської діяльності (принцип волонтерських ініціатив);

- механізми державного управління повинні сприяти розвитку волонтуризму, забезпечуючи належну регламентацію цієї діяльності, захист волонтерів і стимулювання їх участі. Водночас надмірно суворе регулювання може обмежити спонтанні ініціативи, накладати зайвий тягар на малі організації та соціальні підприємства, а також ослабити дух волонтуристської діяльності (принцип регламентації);

- Україна, як і кожна країна, має розробити власну модель державного управління волонтуристською діяльністю, враховуючи специфічні соціальні, культурні та економічні умови. Державні органи, співпрацюючи з організаціями громадянського суспільства та іншими зацікавленими сторонами, мають проводити всебічний аналіз існуючих механізмів, оцінюючи вплив місцевих законодавчих актів на волонтуризм і визначаючи оптимальні зміни, які відповідають потребам місцевих громад (принцип оцінки впливу).

Якщо державне управління створює перешкоди для розвитку волонтуристської діяльності, наступним кроком є прийняття рішень щодо їх усунення. Це можна здійснити через:

- прийняття окремого законодавчого акту, як, наприклад, в Угорщині;
- введення спеціального розділу в існуючі закони, як це зроблено в Латвії та Польщі;
- внесення змін до чинного законодавства, що забезпечать підтримку волонтуристської діяльності.

За обмеженням місця наведені дефініції детермінант на сучасному ринку праці «волонтерський рух», «волонтуристський продукт», «волонтуристська подорож», «ринок волонтуристських послуг», «волонтерська організація», «індустрія волонтерства» та їхні специфічні риси на сучасному ринку праці України поглиблено розглядатимуться в подальшому.

РОЗДІЛ 5. УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

5.1 Міжнародні та державні програми збереження і популяризації етнокультурної спадщини як ресурсу внутрішнього туризму

Аналіз інституційної приналежності культурної спадщини показав, що її об'єкти можуть бути у різному підпорядкуванні та належати до різних відомств. Це ускладнює процеси їх менеджменту, в тому числі і формування туристичного продукту та вимагає узгоджених механізмів координації. З іншого боку, туристична діяльність не може розглядатися як єдиний механізм збереження історико-культурної спадщини як ресурсу внутрішнього туризму. Завдяки поєднанню спільних зусиль державних і громадських пам'яткоохоронних організацій, суб'єктів туристичної діяльності може бути досягнута спільна мета по збереженню пам'яток.

Держава у вирішенні проблем культурної спадщини має гарантувати належне фінансування усіх видів діяльності, нормативно-правове та інформаційне їх забезпечення: формувати державні програми охорони та збереження нематеріальної культурної спадщини, а саме: формувати нормативно-правову базу з питань охорони та збереження нематеріальної культурної спадщини, плани реєстрування, проведення досліджень та конференцій, видавничої діяльності, забезпечення проведення культурно-мистецьких заходів на міжнародному та всеукраїнському рівнях тощо.

На законодавчому рівні в Україні гарантовано права розвитку культури українського народу та інших народів, які проживають на території України.

Відомий український історик О. Я. Калакура констатує, що «Основи законодавства України про культуру» визначають правові, економічні, соціальні, організаційні засади розвитку культури в Україні, регулюють суспільні відносини у сфері створення, поширення, збереження та використання культурних цінностей і спрямовані, зокрема, на відродження і розвиток культури української нації та культур національних меншин, які проживають на території України. Ст. 2 Закону передбачено, що одним з основних принципів культурної політики в Україні є визнання культури як одного із головних чинників самобутності української нації та національних меншин, які проживають на території України. Відповідно до Ст. 3 Основ держава у пріоритетному порядку створює умови для розвитку культури української нації та культур національних меншин. Ст. 4 Основ передбачає, що держава дбає про розвиток україномовних форм культурного життя, гарантує рівні права і можливості щодо використання у сфері культури мов усіх національних меншин, які проживають на території України. Ст. 8 надає право громадянам будь-якої національності зберігати, розвивати і пропагувати свою культуру, мову, традиції, звичаї та обряди; утворювати національно-культурні товариства, центри, заклади культури і мистецтва та навчальні заклади, засновувати засоби масової інформації і видавництва.

Згідно з проектом Закону України «Про культуру», підготовленого Міністерством культури і туризму України в 2006 р., у ст. 11 «Права національних меншин у сфері культури» проголошується, що держава створює умови для розвитку культур національних меншин України, сприяє залученню їх до спільного процесу створення культурних цінностей. До того ж громадяни будь-якої національності мають право зберігати, розвивати і пропагувати свою культуру, мову, традиції, звичаї та обряди, утворювати національно-культурні товариства, центри, заклади культури та спеціалізовані навчальні заклади, провадити будь-яку іншу діяльність у сфері культури, що не суперечить законодавству.

Таким чином, в Україні як в демократичній державі на законодавчому рівні закріплені національно-культурні права народів України.

Крім того, протягом 1915-1919 рр. за ініціативи Міністерства економічного розвитку та торгівлі була створена та почала діяти Національна туристична організація України (НТОУ). Президент НТОУ Іван Ліптуга неодноразово засвідчував, що головною метою організації став

розвиток дестинацій. Однак в умовах війни з 2022 р. організація змінила напрями та зміст своєї діяльності. Від допомоги у створенні дестинацій організація повністю перейшла до гуманітарної діяльності, допомоги переселенцям, до діяльності з інформування міжнародної туристичної спільноти про те, що відбувається в Україні, до координації діяльності туристичних компаній та операторів щодо допомоги переселенцям. З 2022 р. НТОУ формує та поширює гуманітарні пакети для переселенців, які вимушено переїхали жити в Одеську, Миколаївську та Херсонську область.

Як туристична НТОУ також стала проводити профільні культурні проекти, що допомагають переселенцям познайомитись між собою та передбачають відвідання музеїв та туристичних атракцій.

Такі культурні та соціальні проекти покликані підтримати і переселенців, і туристичні культурні об'єкти, які в умовах війни вже не мають стільки відвідувачів, як до війни, зокрема такі туристичні атракції, як Одеський театр опери та балету, Одеський літературний музей та ін.

В рамках Проектів Національна туристична організація України розробляє культурно-пізнавальні тури знайомства з мистецтвом Одеси, організовує виставки, проводить бесіди, працює з дітьми шляхом організації майстер-класів, долучає їх до культури минулого на інтерактивних екскурсіях, дарує сувеніри та подарунки. За відгуками самих переселенців-відвідувачів туристичних атракцій Півдня України, такі заходи допомагають їм пережити позитивні емоції, переключитися зі своїх проблем на теми культури, долучитися до мистецтва, знайти полегшення та відчуття, що «крім війни є життя».

Створений ініціативою держави та діючий за рахунок коштів державного бюджету УКФ – Український культурний фонд надає грантову підтримку соціальним, культурним та мистецьким проектам у сфері культурних спадщини та туризму.

Зростає число проектів, що реалізуються у співпраці та співфінансуванні Британської Ради в Україні та державних, місцевих органів влади. Пріоритетними напрямками таких проектів є туристичні, культурно-мистецькі, освітні, молодіжні, спортивні напрями та напрями креативного простору. Прикладом такого типу проектів є проект «Бориспіль – місто майстрів», де зйомки відео для YouTube-каналу були проведені на території Бориспільського державного історичного музею, проект профінансований Бориспільською міською радою та Британською радою в Україні, реалізований проект мешканкою міста з числа ВПО Іриною Лавровою в рамках програми «Активні громадяни». В рамках проекту створювалися відео про майстрів ручних ремесел та традиційної культури, які проживають в регіоні – вишивка, вироблення лялькоу-мотанок, народна кулінарія, гончарство, Петриківський розпис тощо.

Досить активну діяльність в сфері охорони та популяризації культурної спадщини проводить сьогодні організація House of Europe, яка проводить навчання фахівців та фінансує їхні проекти. Я брала участь в Лабораторії Культурної Трансформації, організованій House of Europe 2022 р., у воркшопах і консультаціях Лабораторії. На заходах виступають фахівці, у тому числі, Тетяна Філевська від Українського інституту, завдяки чому в учасників розширюється уявлення про принципи і напрями культурної дипломатії України та зростає усвідомлення, якою важливою є сьогодні робота із популяризації української культури.

Таким чином, державний сектор, неурядові організації, громадський сектор та туристичні оператори послуг реагують на зміни суспільно-політичних обставин в Україні та в складних воєнних умовах намагаються підтримати культурні туристичні атракції та споживачів туристичних послуг. В цій діяльності провідною метою часто виступає не фінансово-економічний прибуток, а суспільно-корисна діяльність та гуманітарна місія допомоги уразливим групам населення.

5.2 Удосконалення управління привабливістю туризму на основі моделювання

В теоретичних дослідженнях розробляються та застосовуються моделі, які розуміються як:

Матеріальний або уявний об'єкт,
Як замітник реального об'єкту в процесі дослідження,
Спосіб отримання нових знань про об'єкт-оригінал.

До складових моделі державного управління сферою туризму та рекреацій в теоретичних розробках можуть включати наступні (Рис.5.1.):

Складова - Мета управління;
Складова - Завдання управління;
Складова - Принципи управління;
Складова - Функції управління;
Складова - Управлінські технології;
Складова - Інноваційні технології;
складова - Цифрові технології
складова - Методи управління;
складова - Механізми управління;
складова - Прийоми управлінської діяльності;
складова - Організаційна структура управління;
складова - Системний підхід до діяльності;
складова - Результати управлінської діяльності;

Кожна із моделей державного управління базується на певних концептуально-методологічних підходах: традиційні концепції управління; інноваційні управлінські концепції:

Традиційна концепція управління, в основу якої була покладена парадигма адміністративного менеджменту, формувалася в 20-ті роки XX століття;

Теоретичною базою розбудови інноваційної моделі державного управління аксіологічна парадигма управління;

Синергетична парадигма управління також може стати основою для побудови інноваційної моделі державного управління

Парадигму розглядають як:

- вихідну концептуальну схему,
- модель постановки проблем та їх рішень, методів дослідження, які є домінуючими протягом визначеного історичного періоду в науковому співтоваристві,
- основне, базове розуміння, на якому кристалізуються нові знання.

Аксіологічна парадигма управління розглядається як:

- інструмент державного управління в розвитку духовності українського народу та примноженні його «ментального багатства»,
- спосіб практичного використання загальнолюдських, культурних та ментальних цінностей;
- стратегія вирішення проблеми цінностей, ідеалів.
- Саморегуляційна парадигма управління розкривається в:
 - організаційної активності людини;
 - ціннісно-смісловій детермінації поведінки особистості у соціальному світі;
 - у позасвідомому впливові ідеї, сенсів, інших інформаційно-семантичних або логічних структур на інтелектуальну сферу конкретної особистості, груп;
 - в утворенні системи ціннісно-сміислової детермінації управління;
 - у становленні організаційної свідомості, знань, умінь і навичок.



Рис.5.1. Складові моделі організаційної структури управління внутрішнім туризмом

Туристів і рекреантів у будь-якій країні тримають цінності. Ці цінності потрібно або створити або упорядкувати і показати громадськості.

Для управління вітчизняною туристично-рекреаційною сферою на основі аксіологічної парадигми необхідною передумовою є:

Створення довіри між бізнесом та державою;

Постійний діалог та пошук спільних смислів.

Диджиталізація туристично-рекреаційної галузі – один із пріоритетних напрямків роботи ДАРТ, тому кооперація з провідними світовими цифровими компаніями є надзвичайно важливою.

Меморандум передбачає співпрацю сторін у таких напрямках:

напрямок Співробітництво та допомога у проведенні різних туристично-рекреаційних заходів;

напрямок Обмін інформацією щодо участі у великих українських та міжнародних форумах;

напрямок Обмін досвідом у сфері впровадження інноваційних інформаційних технологій;

напрямок Організація та проведення семінарів, лекцій, тематичних досліджень для подальшого вдосконалення у контексті туристично-рекреаційних відносин;

напрямок Обмін досвідом щодо організації та реалізації програм, спрямованих на розвиток та просування України як цікавої туристично-рекреаційної локації – як в'їзного, так і внутрішнього туризму і рекреації [111].

КЛАСТЕРНА МОДЕЛЬ управління «туристичною привабливістю» регіону

В наукових дослідженнях можна виділити

Кластерна модель управління «туристичної привабливості» регіону, яка може включати наступні «елементи» (Рис.5.2.):

Суб'єкти управління

Території (дестинації) діяльності туристичного кластера на основі аналізу природно-екологічного, культурно-історичного, рекреаційного, соціально-економічного, кадрово-фахового потенціалів;



Рис.5.2. Модель управління туристичним кластером

Об'єкти туристично-рекреаційної інфраструктури;

Концепція розвитку даного туристичного кластеру, включаючи розробку тематичного туристичного продукту; його назви, бренду, мети і завдань створення, стратегії та стратегічного планування;

Потенційний туристичний ринок відповідно до типу кластеру, джерел конкурентоспроможності,

Процедури кластеризації туристичної дестинації для сфери туристично-рекреаційних послуг на основі структурування та складання кластерної карти суб'єктів господарювання;

Процедури рекламної діяльності;

Процедури інституалізації, що передбачає проектування структури, форми управління туристичним кластером, напрямів спільної діяльності, підготовка кадрів та ін.;

Процедури розробки установчих документів;

Процедури розробки стратегії діяльності туристичного кластеру і програми дій з врахуванням і оцінюванням адміністративних, фінансових, кадрових, правових, екологічних ризиків та ефективності функціонування на основі створення системи індикаторів для оцінки його діяльності, контрольних органів управління: контрольною та ревізійною комісій.

Впровадження нової техніки та технологій в економічно розвинутих країнах в 1960-1970-х роках супроводжувалося різким, а потім монотонним зростанням виробничого травматизму.

Під виробничою небезпекою розуміють види загрозливих впливів на працівника та види шкідливих факторів.

Причинами виробничого травматизму можуть бути екзогенні (зовнішні) та ендогенні (внутрішні) фактори, які дуже часто взаємопов'язані.

Нещасний випадок вважають раптове ненавмисне пошкодження організму людини, що заважає нормальному здійсненню діяльності та виникає в результаті впливу на нього небезпечного виробничого фактору або власної небезпечної поведінки

Це призвело до виділення феномену “людського фактору” в системах “людина-техніка”, що призвело до становлення нових підходів до конструювання та експлуатації техніки.

Однією із актуальних проблем в управлінні туристичною галуззю є Проблема Безпеки. Особливо вона набуває затребуваності розгляду та вирішення в умовах війни .

Безпека та ряд ключових понять з безпекової тематики інтерпретуються в аналітичному документі [112], в якому проаналізовані гібридні загрози безпеці України, досвід окремих країн Європейського Союзу і Східного партнерства, який може бути корисним для України, наступним чином:

Безпека як стан збереження та захищеності сталого існування та розвитку об'єкта (системи), за якого ймовірність змін, спричинених зовнішніми чи внутрішніми впливами, будь-яких параметрів (характеристик) функціонування є мінімальною – близькою до нуля;

Небезпека як стан балансування, при якому спостерігаються події, явища та процеси, що здатні за певних обставин призвести до кількісного зростання ризику, яке спричинить до його трансформації у загрозу, а за інших обставин – до уникнення такої трансформи;

Загроза як стан переважання ймовірності неминучості виникнення надзвичайної ситуації над ймовірністю її уникнення, при якому, внаслідок прогресування небезпеки, проявляються фактори ураження, що здатні завдати шкоди людині, соціуму, державі, довкіллю, викликати інші небажані наслідки;

Ризик як параметр невизначеності, випадковості розвитку об'єкту (системи), що із змінним рівнем ймовірності може призвести до послідовного генерування небезпек та загроз, які у свою чергу, здатні спричинити надзвичайну ситуацію, що потягне негативні наслідки;

Виклик як висловлений чи виявлений намір суб'єкта щодо реалізації певних дій, які можуть вплинути на безпековий стан об'єкта (системи).

Відповідно до Стратегії національної безпеки України визначені пріоритети національних інтересів України та забезпечення національної безпеки.

До найбільших пріоритетів відноситься в умовах війни:

Екологічна безпека, зокрема безпека середовища життєдіяльності людини;

Безпека громадян: їх життя та здоров'я;

Інформаційна безпека: об'єктами інформаційної безпеки вважають свідомість, психіку людей; інформаційні системи та мережі різного масштабу і різного призначення;

Енергетична безпека;

Продовольча безпека;

Сфера безпеки та оборони;

Національна система Кібербезпеки: об'єктами кібербезпеки - конституційні права і свободи людини і громадянина; суспільство, сталий розвиток інформаційного суспільства та цифрового комунікативного середовища; держава, її конституційний лад, суверенітет, територіальна цілісність і недоторканність; національні інтереси в усіх сферах життєдіяльності особи, суспільства та держави; об'єкти критичної інфраструктури [113];

Ефективна система Біобезпеки.

БЕЗПЕКОВА МОДЕЛЬ управління туризмом, привабливістю туристичної дестинації або туристично-рекреаційної системи повинна включати наступні складові моделі (Рис.5.3.):

складова Безпека на рівні державного управління;

складова Соціальна безпека;

складова Техногенна безпека;

складова Екологічну безпеку;

складова Природну безпеку
складова Особисту безпеку.



Рис.5.3. Складові безпекової моделі управління туризмом

Профілактика травматизму в сфері обслуговування передбачає:
Знання причин травматизму на виробництві;
Знання техніки безпеки;
Знання технології виробництва,
Вияв причин неадекватної поведінки серед працівників,
Вияв домінуючих психічних станів,
Вияв особливостей працездатності.

Також можна розглядати КОНЦЕПТУАЛЬНУ МОДЕЛЬ конкурентоспроможності дестинації Dwyer and Kim (2003), Mellor, Livaic, Edwards and Kim (2004) як основу привабливості для туристів.

Модель спрямована на стійку конкурентоспроможність:забезпеченості ресурсами (порівняльних перевагах); здатності використовувати ресурси (конкурентних перевагах); здатність дестинації конкурувати на своїх цільових туристичних ринках, підтримувати цю здатність протягом тривалого періоду.

Модель представляє можливі критерії конкурентоспроможності дестинації:

- « Ресурси і-го виду туризму»;
- «Туристична інфраструктура: засоби розміщення»;
- «Туристична інфраструктура» турфірми та організатори активного відпочинку»,
- «Загальна інфраструктура»;

МОДЕЛЬ «СТРУКТУРНА КОМПОЗИЦІЯ ЦИКЛІВ РЕКРЕАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ»

Купання

Водні процедури

1.Водні атракціони

2.Сонячні ванни

3.Гірськолижний спуск

4.Катання зимові

5. Лижний інструктаж

6. Альпінізм
7. Скалолазання
8. Спелеотуризм
9. Туристичний похід
10. Прогулянка
11. Рухливі ігри
12. Спілкування
13. Участь у виставках
14. Ділові зустрічі
15. Шопінг
16. Кліматолікування
17. Грязелікування
18. Бальнеолікування
19. Терренкур
20. Екскурсії автобусні
21. Екскурсії піші
22. Відвідання музеїв
23. Інформаційно-пізнавальна діяльність
24. Збір ягід, грибів та інші

Вікова оцінка модулів циклів рекреаційної діяльності:

Водно-купальний +++ +++ ++ 1.2

Водно-атракційний +++ ++ – 1.3

Водно-процедурний + +++ +++

1.4 Водно-пляжний ++ +++ +

1.5 Водно-прогулянковий + +++ +++

1.6 Водно-кліматичний + ++ +++

1.7 Водно-екскурсійний ++ +++ +

1.8 Водно-рибальський ++ ++

1.9 Водно-морський + ++ –

1.10 Водно-підводний ++ +++ +

1.11 Водно-експедиційний – ++ –

1.12 Водно-видовищний [114];

Критерії конкурентноздатності туристичної дестинації (Ritchie & Crouch:

1. Основні ресурси і атракції

2. Підтримуючі фактори і ресурси:

3. Політика, планування та розвиток дестинації: стратегічні рамки.

4. Менеджмент дестинацій: здатність для реалізації стратегії туризму.

5. Міський турнір і підсилювальні детермінанти: фактори, які посилюють або обмежують конкурентноспроможність

З точки зору методології державного регулювання включає такі види організаторської діяльності:

- аналіз об'єкта регулювання, що передбачає розгорнуту характеристику об'єкта регулювання, у процесі якого виділяються основні тенденції розвитку, розкриваються й оцінюються різного роду потенціали;

- розроблення концепції розвитку туризму, що повинна включати цілі розвитку з урахуванням потреб суб'єктів господарювання;

- розроблення цільових програм розвитку туризму, у яких враховуються тенденції, проблеми та параметри розвитку об'єкта регулювання, формується образ майбутнього, визначаються магістральні напрями розвитку і засоби досягнення мети;

- підготовку конкретних заходів для досягнення поставлених цілей, що передбачає використання тактичних засобів виконання стратегічних завдань;

- здійснення контролю, яке пов'язано з оцінкою виконання намічених заходів, коригуванням спочатку сформульованих цілей [115].

5.3 Рекомендації щодо удосконалення інструментальної складової управління внутрішнім туризмом на основі закордонного досвіду

В наукових дослідженнях інструментальна складова механізму державного управління розглядається як сукупність принципів та методів управління, які використовуються суб'єктом управління [116].

Якщо зміни відбуваються на суб'єктивних поглядах і відхиляються від того чи іншого принципу в управлінні, зокрема:

- державному управлінні,
- регіональному управлінні,
- на рівні місцевого самоврядування,
- управлінні організацією,

управлінні певним сектором економіки (в тому числі туризмом), це може призвести до деформації системи управління.

Принцип управління розуміється та визначається по-різному:

- як закономірності,

- відносини,

- взаємозв'язки,

- керівні засади, на яких ґрунтується його організація і здійснення [117].

Розвиток сучасного туризму і рекреації відбувається в умовах цифровізації економіки, впровадження цифрових інновацій, цифрових технологій в сферу обслуговування.

Зростання інформаційних та віртуальних технологій призвело до появи цифрового туризму чи цифрової рекреації, що являє собою використання цифрових інструментів і технологій для підготовки, організації, контролю та розваг в туристично-рекреаційній сфері.

Впровадження цифрових інновацій в сферу туризму призвели до надання послуг в нових форматах:

- Електронне бронювання;

- Електронні квитки;

- Електронні візи;

- Електронні продажі.

До цифрових технологій, які запроваджуються в туристичну сферу, для підвищення її привабливості на зараз дослідники відносять наступні [112]:

- цифрова технологія «Big Data»: надає змогу збирати та обробляти інформацію щодо відгуків споживачів, їх бажань стосовно послуг, відвідування DESTINACIЙ, управляти громадським транспортом;

- цифрова технологія «blockchain» використовується в страхуванні, ідентифікації, бронювання авіаквитків та житла, відстеженні багажу, системі платежів;

- цифрова технологія «Штучний інтелект» дозволяє відстежувати рух багажу між різними аеропортами, особливо коли це стосується міжнародних подорожей та ін.;

- цифрова технологія «Мобільні додатки» дозволяє створити на основі додатків Telegram, Messenger, Viber Чат-боти, які можуть працювати з клієнтами цілодобово, економити на персоналі, оренді приміщень, надають первинну інформацію клієнтам;

- цифрова технологія «Технології віртуалізації», серед яких 3D-панорама, надає можливість споживачам ознайомитися з продуктом, побачити його, вибрати те, що потрібно;

- цифрова технологія «Інтелектуальні роботи»: залучення роботів-персоналу для полегшення та здешевлення процедури обслуговування гостей;

- цифрова технологія «Інтернет речей» як підключення до Інтернету різних пристроїв, які можуть передавати та приймати дані, здійснювати операції без участі людини: системи особистого контролю, системи енергозбереження;

цифрова технологія «Цифрові додатки»: пошук і замовлення авіаквитків, бронювання готелів, оренда автомобілів.

Можуть існувати певні обмежуючі чинники використання цифрових технологій, основними з яких є:

- їх висока вартість,
- відсутній або слабкий Інтернет-зв'язок,
- недосконалість законодавства,
- відсутність окремих технологій,
- відсутність державної підтримки їх впровадження
- та інші [112].

Для сьогодення є характерним формування інноваційних принципів управління сферою туризму.

Управління на різних рівнях впровадженням цифрових інновацій в сферу туризму повинно базуватися на таких виокремлених принципах:

Принцип «Ефективність», що передбачає порівняння вигод і витрат від впровадження інновацій;

Принцип «Доцільність», який спрямований на впровадження таких нововведень, які мають бути корисними та потрібними;

Принцип «Обґрунтованість»: потрібно обґрунтувати необхідність, потребу в інноваціях;

Принцип «Системність»: цифрові технології мають впроваджуватися в різні сфери;

Принцип «Сталість»: інновації повинні приносити корисний економічний, екологічний та соціальний ефекти.

Принцип «Децентризму»: при розробці продуктів або послуг ставлять себе на місце клієнта;

Принцип «Відкритість до радикальних змін»: швидка адаптація персоналу до змін во навколишньому середовищу, що проявляється в креативному, гнучкому, нестандартному мисленні, змінах у бізнес-моделях, у технологіях, структурах;

Принцип «Команди»: більший успіх та взаємодія досягається завдяк командній роботі;

Принцип «Екосистеми»: будь-яка інноваційна діяльність, яка забезпечує конкурентні переваги туристичної компанії, повинна зберігати екосистему.

Усередньому 60,5% українського населення користуються онлайн послугами з організації дозвілля та туризму. Зазначено, що найбільш використовуваними новітніми цифровими технологіями, які виступають в якості основи цифровізації туристичної діяльності є Big Data, blockchain, штучний інтелект, Інтернет речей, мобільні пристрої. Одним із факторів, що сприяє упровадженню цифровізації в сферу туризму, є доступність та вміння населення працювати в Інтернет-середовищі [118].

До особливостей сучасного етапу розвитку сферою туризму в Україні слід віднести наступне:

Необхідність пошуку нових альтернатив існування та розвитку туристичної галузі в умовах війни та післявоєнному відновленні;

Використання VR та AR технологій в туристично-рекреаційному бізнесі;

Впровадження технології доповненої реальності;

Застосування технології геолокації;

Розробка мобільних додатків для платформ Android та iOS;

Представлення об'єктів археологічної спадщини, пам'яток архітектури та природних пам'яток у вигляді 3D-моделі та супроводження їх додатковою текстовою інформацією [29];

Розвиток цифрової культури в процесі підготовки фахівців спеціальності 242 Туризм і рекреація, де під цифровою культурою розуміють певний набір принципів та цінностей корпоративної культури;

Процес трансформації туристичної компанії в цифрову обов'язково повинен включати набуття нових цифрових та комунікативних знань, вмінь, навичок, досвіду та компетентностей.

Відновлення на початковому етапі після війни сфери обслуговування можливо за умов:

Активізація внутрішнього регіонального туризму;

Отримання інформації про туристичні та рекреаційні послуги;

Функціонування туристичних, релігійних, санаторно-курортних, рекреаційних, дозвілєвих закладів, центрів, локацій, комплексів, місць для відпочинку;

Доступність туристичної інфраструктури в регіоні;

Відновлення роботи туроператорів та турагенств;

Розвиток взаємодії між турагенствами та рекламними агентствами;

Розробка та впровадження програм розвитку туризму та культури в регіоні, контроль за їх виконанням та ін.

До війни констатувався досить низький рівень державного менеджменту:

У сфері охорони та збереження культурних об'єктів;

У просуванні культурно-рекреаційного бренду національної спадщини;

З двадцяти тисяч пам'яток архітектури та містобудування України кожна десята пам'ятка потребує негайного втручання реставраторів;

Близько мільйона одиниць зберігання музейних цінностей на сьогодні також потребують реставраційних робіт [119].

Для вирішення проблем відродження і збереження об'єктів історико-культурної спадщини області необхідно виконати низку завдань в післявоєнний період:

Розробити збалансовану довготривалу регіональну програму розвитку пам'яткоохоронної сфери;

Створити чіткі законодавчі гарантії щодо забезпечення прозорих умов здійснення передачі в оренду, концесію чи приватну власність об'єктів історико-культурної спадщини;

Залучення стратегічних інвесторів, здатних забезпечити належний рівень охорони та збереження історичних пам'яток і перетворення їх в об'єкти туристичної інфраструктури;

Створення ефективної системи контролю за належним рівнем збереження інвесторами історичних пам'яток;

Встановлення більш жорсткої адміністративної і навіть кримінальної відповідальності в разі пошкодження, руйнування історичних пам'яток чи використання їх не за призначенням [120].

Стратегічні та програмні цілі державного управління туристичною галуззю обумовлюються наступними чинниками:

Рівень розвитку економіки країни;

Наявність унікальних природних та історико-культурних туристичних ресурсів;

Використання потенціалу національного туристичного ринку;

Доступність туристичних ресурсів для внутрішніх та в'їзних туристів;

Підвищення ролі країни на міжнародному туристичному ринку;

Збільшення масштабів інвестицій у туристичну галузь;

Рівень розвитку держави;

Підвищення ролі туризму в економіці тощо.

Досвід державного управління туристичною галуззю Польщі для України:

У Польщі швидше, ніж в Україні, виникло розуміння, що туристи не з'являться «просто так»;

Розробка та впровадження низки заходів для підвищення туристичної привабливості України для іноземних туристів;

Створення стратегії: «*Strategia rozwoju turystyki*», асоціації однодумців, яким туристична справа небайдуха, конкретний туристичний продукт і почати його рекламувати;

Формування дієвого регуляторного механізму, який би поєднував у державне управління та ринкове саморегулювання;

Будівництво гарних доріг і каналізаційних труб, інфраструктури як такої;

Розвиток і підтримка сектору туризму в кожній територіальній одиниці Польщі;

Розвиток подієвого туризму: музичні фестивалі, які пропонують різні жанри – від класики і джазу до кантрі та яхтових пісень, тематичні лицарські турніри в замку Мальборк, свята локальної кухні, ярмарки – усе це відбувається впродовж усього року в Польщі [121].

Якщо державні органи управління творчо та нестандартно використовують теоретичні підходи щодо наукових досліджень та постійно впроваджують нові засоби адаптації до динамічних умов ринкової економіки, то це є передумовою для створення «привабливості» дестинацій з туристичною або рекреаційною метою.

Досвід цифровізації державного управління розвитком туристично-рекреаційної сфери в інших країнах свідчить, що даний напрямок може сприяти підвищенню обсягів надходжень в бюджет країн іноземної валюти.

Але впровадження даних інновацій в державне управління розвитком сфери обслуговування повинно базуватися на:

статистичних дослідженнях проблем;

розробці нових моделей та алгоритмів державного управління щодо розвитку туристично-рекреаційної сфери з врахуванням закордонного успішного досвіду; особливостей стану функціонування даної дестинації;

можливостях залучення інвестицій та засобах виміру економічної ефективності.

Визначено ряд принципів прийняття рішень органами державного управління в туристично-рекреаційній сфері для впровадження:

На основі досвіду Ізраїлю - Принцип «Оцінки ефекту від прийняття альтернативних рішень державними органами управління»;

Застосування в Туреччині – Принцип «Корисність державних рішень як відображення публічної привабливості дестинацій»;

Впровадження Туреччини – Принцип «Важливість інвестиційних проектів»;

Прийняття до застосування – Принцип «Сукупного впливу на бюджет розвитку туристично-рекреаційної сфери» (Туреччина);

Реалізація Принципу «Комплексності, починаючи з місця відправки обслуговування відвідувачів» (Держави регіону Тихого океану);

Моніторинг на основі Принципу «Детальний прогноз потоку відвідувачів по пунктах відправки, призначення та періоду часу» в Державах регіону Тихого океану;

Задіяність Принципу «Комплексне і централізоване прийняття рішень з розвитку дестинацій» в Болгарії, зокрема в Золоті Піски, Сонячний Берег, Албена та ін.;

Використання в Дубровніку (Південна Адріатика) в якості Принципу «Регулювання трудових ресурсів у зв'язку з сезонною зайнятістю»;

Дієвість Принципу «Оцінка потоку різних категорій відвідувачів» в Дубровніку, Південна Адріатика;

Введення Принципу «Координація розвитку з іншими галузями» (Дубровнік, Південна Адріатика);

Використання Принципу «Рациональне використання діючих та організація нових дестинацій»: досвід Польщі;

Базування на Принципу «Регламентация основних чинників розвитку дестинацій» у Франції;

Принцип Державні інвестиції спрямовуються на реставрацію і створення інформаційних центрів; єдине комплексне господарство (США, Йорктаун, «Колоніальний Віл'ямсбург» та ін);

В Ізраїлі цифровізація державного управління розвитком туристично-рекреаційної сфери затребувала - Принципу збільшення обсягів іноземної валюти, яка надходить у країну завдяки туризму, та її частки в доходах бюджету;

Принцип Максимальної економії ресурсів в розвитку місцевого туризму;

Принцип Кількісної оцінки ефекту від альтернативних рішень державних органів;

Принцип врахування мультиплікативного ефекту від збільшення витрат відвідувачів DESTИНАЦІЙ;

Принцип Вияву DESTИНАЦІЙ, які є перспективними для спрямування витрат;

Принцип Визначення потенційного попиту на туристично-рекреаційні послуги;

Принцип Підвищення вартості еквівалента доданого галуззю обсягу іноземної валюти в умовах обмежень місцевих чинників;

Принцип Використання тільки наявних споруд;

Принцип Підготовки кваліфікованої робочої сили;

Принцип Сформованої структури DESTИНАЦІЙ;

Принцип екзогенних прогнозів у різних припущеннях як інформаційна база визначення попиту. Цифровізація дозволяє державному управлінню Туреччини приймати рішення з урахуванням того, що інвестиційний проект будівництва дороги безпосередньо передуює проекту будівництва готелю [122].

Досвід Туреччини: цифровізація державного управління з розвитку її туристично-рекреаційної сфери дозволяє:

- одержати для прийняття рішень оцінки ймовірного й оптимального економічного ефекту від розвитку DESTИНАЦІЙ та їх якісну структуру в межах регіональних економік;

- урівноважити максимальний попит та пропозицію проектів розвитку туристично-рекреаційної сфери;

- розрахувати надлишок та дефіцит туристично-рекреаційних послуг;

- максимізувати рівень витрат, необхідних для оптимального економічного ефекту щодо розвитку туристично-рекреаційної сфери;

- оптимізувати розподіл коштів по DESTИНАЦІЯМ залежно від потенційних можливостей розвитку туристично-рекреаційної сфери в кожній з них;

- оптимізувати сезонний розподіл чинників діяльності туристично-рекреаційної сфери;

- визначити приховану чи наявну межу вартості, пов'язану із зміною основних припущень, вхідних даних та оптимальних результатів розвитку DESTИНАЦІЙ.

Досвід США: цифровізація Національної служби парків дозволяє реалізувати проекти щодо створення заповідників і туристично-рекреаційних центрів в історичних містах:

У низці проектів (наприклад, у Йорктауні) державне управління спрямовує інвестиції на реставрацію та створення інформаційних центрів;

Розвиток туристично-рекреаційної сфери було покладено на приватний бізнес;

Діджиталізація державного управління США розвитком туристично-рекреаційної сфери проявляється в туристично-рекреаційному центрі «Колоніальний Віл'ямсбург».

Цифровізація дозволяє дирекції заповідника координувати питання збереження пам'ятників, діяльності музеїв, організації сувенірного господарства та усі форми прийому й обслуговування потоків відвідувачів.

5.4 Управління інноваційним потенціалом внутрішнього туризму на основі методичного підходу в умовах невизначеності та викликів

Темпи зростання нових технологій, цифровізації, роботизації значною мірою залежить від ефективності управління та функціонування сучасного туристичного підприємства. У сучасних умовах глибоких непередбачуваних змін стійке зростання конкурентоспроможності будь-якого підприємства туристичної сфери є його переходом на інноваційний шлях розвитку. Сучасний ринок насичений новими технологіями, що зумовлює жорсткі умови конкуренції потребує від туристичних підприємств багато нового що може впливати на розвиток внутрішнього туризму в Україні.

Підвищення інноваційної ефективності вітчизняних туристичних підприємств можливе шляхом використання нових підходів до управління інноваційною діяльністю, які враховують

вплив результатів її прояву у різних сферах діяльності підприємств, що функціонують в умовах невизначеності та ризику.

Аналіз останніх досліджень і публікацій із зазначеної проблеми показує, що у дослідженнях аналізується гранична здатність підприємства до переорієнтації випуску модернізованої туристичної продукції, проте непередбачуваність впливу довкілля функціонування об'єкта робить це завдання статистично невизначеною, т.к. доводиться оперувати або з ретроспективною інформацією, що не має практичного сенсу, або будувати тренди змін темпів зростання економічних показників, викликаних інноваційною діяльністю, що також вносить велику невизначеність в оцінку інноваційного потенціалу та необхідних коштів на фінансування інноваційних проектів розвитку внутрішнього туризму в Україні.

Забезпечення сталого функціонування внутрішнього туризму неможливе без використання інноваційних процесів управління, математичних моделей, нових інформаційних технологій. Багатогранність прийняття рішень за умов невизначеності потребує постійного вдосконалення системно-утворюючого подання практичної матеріалізації результатів туристичної діяльності адекватного сучасним умовам функціонування підприємств туристичної сфери у трансформаційному середовищі.

Вибір інноваційного шляху розвитку внутрішнього туризму в Україні передбачає побудову ефективного організаційно-економічного механізму стратегічного управління інноваційною діяльністю. Це вимагає інновацій в туристичну сферу, розробки послідовності тактичних рішень, коли сукупність функціональних стратегій розвитку міста і станів довкілля породжує інший стан, викликане реакцією на туризм. Послідовність їх використання в умовах неоднозначності та непередбачуваності довкілля не очевидна і при прийнятті тактичних рішень має ґрунтуватися на виборі альтернатив з детермінованими оцінками результатів, оскільки використання різних видів стратегій розвитку туризму приносить різну віддачу у діяльність туристичних підприємств. Отже, всі наступні рішення ґрунтуються на аналізі попередніх, тобто, має місце поетапне керування.

Стратегічне управління розвитком внутрішнього туризму та інноваційним потенціалом в умовах невизначеності та ризику може отримати свій розвиток у вигляді вибору альтернатив дерева рішень. Природа такої невизначеності пов'язана з тим, що динаміка розвитку виробничих систем породжується внутрішніми стохастичними процесами, які, як правило, недоступні безпосередньому спостереженню, а фіксуються лише їхні зовнішні прояви у вигляді деяких подій. Це викликає необхідність гнучкої адаптації внутрішнього туризму з урахуванням використання сучасних досягнень науки управління.

На рис. 5.4 запропоновано модель управління інноваційним потенціалом внутрішнього туризму в умовах невизначеності на базі дерева рішень. Дерево рішень з відомими ймовірностями наслідків має крім основних вершин, позначених на рис. 5.4 квадратами та допоміжні вершини, позначені кружками. У квадратних вершинах рішення приймає людина, у круглих вершинах все вирішує випадок. Вихідні дуги позначені відповідними ймовірностями. Остаточні вершини дерева відзначені очікуваною корисністю.

Цей вид управління щодо розвитку внутрішнього туризму в Україні, можливо віднесено до позиційним, де управляючі події може бути збудовані у деяку їх послідовність, тобто. маємо багатогодовий вибір альтернатив управління. Прийняття рішень провадиться на основі обліку кількісних та якісних факторів, що лімітують обмежень та оптимізації окремих приватних рішень, за сукупністю яких приймається загальне рішення.

Вибір ходу з можливих станів, що досягаються відповідними переміщеннями туристичних ресурсів та відповідними стратегіями розвитку внутрішнього туризму здійснюється шляхом обчислення оціночної функції, що синтезується для кожного конкретного стану:

$$f(x_1, x_2 \dots x_n) = f(x_1) + f(x_2) + \dots + f(x_n) = .$$

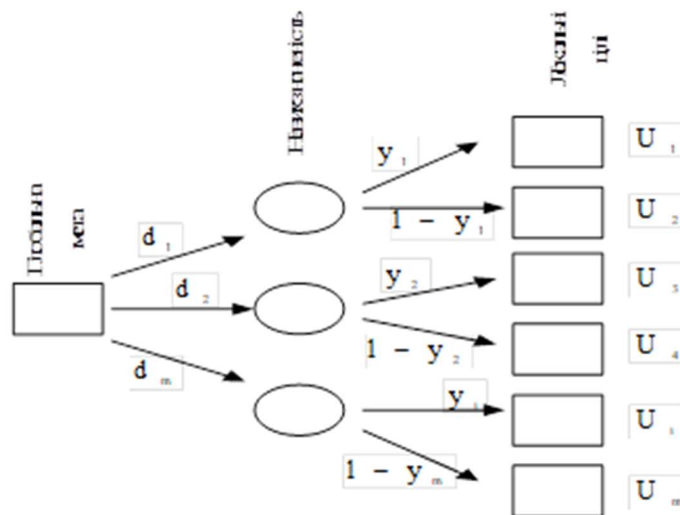


Рис. 5.4. Управління інноваційним потенціалом внутрішнього туризму в умовах невизначеності та викликів

У цьому реалізується принцип виділення провідного ланки, де кожному етапі прийняття рішень щодо внутрішнього туризму, тобто, у кожному ярусі гілки дерева прийняття рішень один стан і стратегія, що його забезпечує, є домінуючими. Домінуючою стратегією буде та стратегія, для досягнення кінцевої мети, в якій потрібна мінімальна кількість ходів.

Для стійкості динамічних систем, яких можна віднести туристичні підприємства, які забезпечують випуск конкурентної туристичної продукції, характерно наявність деяких поверхонь тяжіння – інваріантних різноманіттям у фазовому просторі – атракторів. Атрактори відповідають станам рівноваги критерій якості стратегії управління інноваційною діяльністю в трансформаційній сфері інтерпретується як отримання максимального результату. Тоді вибір альтернатив управління буде спрямований на досягнення рівноваг між прагненням до максимізації очікується корисність та мінімізація ризику[6]. Оскільки рівноваги досягаються послідовно кожному кроці прийняття рішень, всі вони вважаються динамічними.

Серед різних підходів до моделювання в умовах невизначеності можна виділити три основні підходи: ймовірнісний, нечітко-множинний та експертний, ефективність застосування яких залежить від рівня та характеру невизначеності, пов'язаної з конкретним завданням.

Підтримку прийняття рішень щодо багатокритеріального вибору альтернатив управління туристичними об'єктами за допомогою ймовірнісного підходу можна здійснювати за допомогою моделі, заснованої на використанні байєсівських мереж, які є графічними моделями подій та процесів на основі об'єднання деяких висновків теорії ймовірностей та теорії графів[7]. Вони тісно пов'язані з діаграмами впливу, які можна використовувати для прийняття рішень. Байєсівська мережа є парою $\langle G, V \rangle$, де перша компонента G – це спрямований ациклічний граф, що відповідає випадковим змінним, а друга V – безліч параметрів, що визначають систему.

Перевагою цих мереж є можливість уточнення апіорних ймовірностей щодо фактичних реалій формування досліджуваного атрибуту. При отриманні додаткової інформації це дозволяє оцінити ймовірності подій. Мережа Байєса дозволяє враховувати та використовувати цифрові вхідні дані у вигляді обліково-статистичної або розрахункової інформації[7].

Якщо вихідні параметри об'єкта управління внутрішнім туризмом характеризуються репрезентативною статистикою, застосування ймовірнісного підходу ефективно. Однак, оскільки, при моделюванні поведінки реальних виробничих об'єктів статистика або недостатньо репрезентативна, або відсутня взагалі, то застосування ймовірнісного підходу важко і часом неможливе.

У реальному часі ситуації внутрішнього туризму нестачі вихідної інформації через відсутність статистичних даних, для отримання прогностичних значень вхідних параметрів управління часто тому можна використовувати метод експертних оцінок.

При формалізації експертних оцінок заздалегідь не відомий результат управління внутрішнім туризмом, хоч і відома частка цього результату в багатьох всіх можливих результатах, при багаторазовому повторенні операцій управління і якщо зовнішні умови постійно змінюються, цей підхід стикається з суттєвими труднощами.

Дефіцит вихідної інформації внутрішнього туризму в Україні можна зменшити застосуванням теорії нечітких множин із розробкою інструментарію адаптивності підприємств до коливань ринкової кон'юнктури. При цьому знижується суб'єктивізм експертних оцінок та підвищується ефективність управління.

Теорія нечітких множин є однією з найбільш ефективних математичних теорій, спрямованих на формалізацію та обробку невизначеної інформації внутрішнього туризму та багато в чому інтегрує відомі підходи та методи. Математична статистика і теорія ймовірностей використовують експериментальні дані, що мають строго певну точність і достовірність. Теорія нечітких множин дозволяє обробляти різноманітну інформацію, яка пов'язана з туристичною діяльністю. Апарат цієї теорії нечітких множин більш адекватний оцінці фактів віддалених у часі. Системи керування призначені для перетворення значень вхідних змінних процесу керування у вихідні на основі використання нечітких правил продукції. Для цього розроблено відповідні алгоритми.

Якщо використовувати нечітку інформацію туристичної діяльності про характер та силу залежності між змінними, то можна буде суттєво покращити результат нечіткого моделювання за рахунок того, що до обчислень не потраплять нереалістичні сценарії розвитку подій. При цьому невизначеність результату, отриманого в нечіткому вигляді, буде суттєво нижчою, порівняно з безпосереднім застосуванням стандартних правил нечіткої математики, коли результат потрапляють усі сценарії розвитку подій пов'язаних з туристичною діяльністю при заданих діапазонах зміни вхідних нечітких даних.

Для виключення деформації кінцевого інтегрального показника немає потреби охоплювати всі можливі сценарії розвитку внутрішнього туризму. Достатньо звернути увагу на основні з них. Згідно з методом Байєса оцінка впливу сценаріїв розвитку вимагає їх ранжування за шкалою від 0 до 1. Крайні значення 0 і 1 виключаються, оскільки оцінка 0 вказує на відсутність можливостей появи цього сценарію, а оцінка 1 свідчить про абсолютну впевненість у його існування.

Як інноваційні стратегії, спрямовані на мінімізацію витрат в туристичної діяльності, можуть бути обрані:

- стратегія якості з надання туристичних послуг на ринку внутрішнього туризму;
- стратегія захоплення певного сегмента ринку за рахунок маркетингових досліджень та розширення на туристичному ринку;
- стратегія освоєння нового капіталу для розвитку внутрішнього туризму України;
- стратегія впровадження інноваційної туристичної продукції зі зниженням витрат на туристичні послуги;
- стратегія підвищення стійкості функціонування та розвитку туристичної діяльності на внутрішньому ринку України.

Як основні компоненти фінансового забезпечення інноваційної діяльності в умовах обмеженості власних коштів підприємства обрано основні структуроутворюючі елементи механізму його розвитку внутрішнього туризму України:

- використовувати нових цифрових технологій;
- будівлі та споруди;
- кадри;
- нематеріальні активи;
- інформаційне забезпечення.

Незважаючи на те, що завдання ідентифікації можливих вихідних станів розподілу внутрішніх туристичних ресурсів є статистично невизначеним, чітке уявлення про мету управління та очікуваних результатів дозволяє однозначно просунутися при управлінні інноваційною туристичною діяльністю в трансформаційному середовищі.

1) У контексті сучасних трансформацій визначено нові підходи до формування сучасної управлінської парадигми внутрішнього туризму України.

2) Запропонований методичний підхід стратегічного управління інноваційною туристичною діяльністю у трансформаційному середовищі може бути рекомендований як засіб для досягнення збалансованості економічного зростання. Формування інноваційної структури управління до умов розвитку внутрішнього середовища, що забезпечує додатковий соціальний ефект за рахунок гармонізації соціальних потреб та необхідності підвищення кваліфікації

ВИСНОВКИ

В монографії розглянуто концептуально-теоретичні передумови відродження внутрішнього туризму в Україні. Розкрито сутність поняття та роль в розвитку економічної, соціальної, культурної, освітянської складової соціума, відзначено що в умовах невизначеності, обумовлених воєнними діями та післявоєнними періодами розвиток внутрішнього туризму являє собою вирішальну складову процесу стабілізації економічного розвитку країни та забезпечення підвищення рівня якості життя населення. Доведено, що в теоретично-концептуальних підходах, які є характерними для становлення та розвитку української наукової школи галузі знань «туризм і рекреація» на початку XXI сторіччя, науково - теоретичними витоками розвитку внутрішнього туризму в країні є концептуальний підхід «суб'єктивної задоволеності життям» та показники привабливості внутрішнього туризму.

Аналіз вітчизняного досвіду організації туристичної привабливості регіонів України дозволив розкрити особливості та основні здобутки-наопрацювання у використанні туристично-рекреаційного потенціалу, які були характерні як для в'їзного, так і внутрішнього туризму в довоєнний період та виявити основні проблеми його розвитку притаманні сьогоденню. Зокрема, проведені емпіричні дослідження привабливості туристичної України та Маріуполя для молоді (довоєнний період). Вивчення туристична та культурна поінформованості у молоді з інших країн про нашу державу. Отримані дані підтверджують тенденцію домінування внутрішнього туризму в даних вікових групах, що зумовлено меншими фінансовими та тимчасовими витратами.

Дослідження сучасного стану та ресурсної бази розвитку туризму у місті Новомосковськ довело, що культура та духовність відіграють важливу роль у житті, сприяючи соціальній ідентичності, покращенню якості життя та збагаченню культурного середовища. Для зміцнення матеріально-технічної бази закладів культури. для відновлення культурно-пізнавального туризму у місті Новомосковськ необхідно залучати нових відвідувачів і популяризувати місцеві пам'ятки та події, що могли б зацікавити як внутрішніх, так і іноземних туристів.

Узгальнення емпіричних досліджень та теоретичних надбань привабливості внутрішнього туризму свідчать, що основні пріоритетні напрями розвитку в регіонах України, які не зазнали територіальних втрат, збережені та мають практично безапеляційні можливості до першочергового та швидкого відновлення, а де які з них, такі як Закарпатська, Тернопільська та Львівська області вже сьогодні нарощують свій туристсько-рекреаційний потенціал.

До таких напрямів, перш за все слід віднести етнічний туризм побудований на етнокультурної спадщини, як ресурсу для відродження внутрішнього туризму. Він є різновидом туризму, який ставить за мету знайомство з культурою та побутом народів через відвідання етнографічних музеїв, експозицій та виставок, у тому числі, музеїв побуту під відкритим небом, сільських садиб із залученням до майстер-класів, здійснення подорожів за етнографічними маршрутами, доручення до знакових подій, особливо участь у фольклорних фестивалях та масових народних святах. Відмічено, що значний потенціал для розвитку туризму у регіонах мають осередки народних промислів, які зберігають сформовані упродовж багатьох тисячоліть культурні надбання українців та мають значний культурний та туристичний потенціал. Сьогодні на ринку з'являються інноваційні етнокультурні продукти, які пропонують симуляцію – подорож-занурення в світ українських традицій, матеріальної культури. До таких етнокультурологічних продуктів можна віднести настільні та віртуальні ігри, розміщення рекламних відео в інтернеті, посилення комунікативного маркетингу.

В сучасних умовах в світі розповсюджено та зростає культурно-пізнавальний туризм, який може сприяти розвитку в'їзного та внутрішнього туризму бо Україна, як багатонаціональна держава має особливі історичні та культурні традиції цінність яких є унікальною і які трансформуються в привабливість регіонів та країни в цілому.

Серед перспективних різновидів туризму слід виділити гастрономічний туризм, який вже сьогодні завдяки організації різноманітних фестивалів, таких як дні вина та сиру, свята

меду чи кулінарних ярмарків не тільки розширюють туристичну привабливість, але й стимулюють розвиток малого та середнього бізнесу, створюючи нові можливості для виробників місцевих продуктів. Розвиток гастрономічного туризму також повинен враховувати потребу в екологічній стійкості. Використання локальних продуктів, впровадження принципів екологічного туризму та підтримка органічного фермерства сприятимуть створенню екологічно чистих гастрономічних продуктів і збереженню природних ресурсів. Це дозволить Україні не лише задовольнити запити екосвідомих туристів, але й підвищити рівень міжнародної довіри до її туристичного продукту.

Реалізація комплексного підходу на основі поглиблення та поширення ступеня привабливості надало можливість запропонувати організаційні засади запровадження фестивалю історії та культури Самар в контексті досягнення сталого розвитку туристичної галузі, на прикладі місті Новомосковськ. Проведення фестивалю включає всі ключові елементи, необхідні для проведення заходу на високому рівні та з урахуванням безпеки і комфорту учасників та відвідувачів. Такі фестивалі культури та історії не лише сприяють культурному та економічному розвитку регіону, але й посилюють соціальну згуртованість та національну ідентичність, роблячи фестиваль важливим елементом залучення туристів, заходом який не залежить від часу.

Незважаючи на досягнення, туризм стикається з викликами, такими як необхідність покращення інфраструктури, стимулювання подальшого розвитку національних традицій та розширення міжнародного маркетингу. Успішне вирішення цих завдань сприятиме подальшому зростанню привабливості туризму, підвищуючи конкурентоспроможність України на світовому туристичному ринку.

Перспективним та пріоритетним розвитком туризму, як показує світовий досвід, є волонтуризм який не дивлячись на значний сплеск розвитку волонтерства в Україні ще набирає обертів та має всі можливості для сприяння економічному та громадському розвитку суспільства. При цьому, людські ресурси у волонтуризмі є однією з найбільш специфічних і важливих категорій економічних ресурсів. волонтуристська діяльність має бути спрямована на користь суспільства або окремих громад у таких сферах, як вирішення міських і соціальних проблем, охорона здоров'я, освіта, наука та культура, збереження національної спадщини, охорона навколишнього середовища, захист прав споживачів, розвиток зайнятості та професійного навчання, соціальна реінтеграція, цивільна оборона, а також підтримка соціальної економіки та волонтуристської діяльності.

Запропоновано застосування проектного підходу до залучення у волонтерство молоді (на прикладі публічної влади Маріуполя) на основі створення інтерактивної платформи, яка забезпечувала б ефективну взаємодію між волонтерами, молодіжними студентськими організаціями, соціальними ініціативами та організаціями, що потребують підтримки та ініціативної діяльності з боку молоді. Не менш важливим в реалізації проектного підходу є державне сприяння волонтуристичному обслуговуванню, яке розглянуте на прикладі організації великих спортивних змагань в світі та Україні.

В роботі визначені стратегічні перспективи та тенденції розвитку внутрішнього туризму в Україні які спираються на Міжнародні та державні програми збереження і популяризації етнокультурної спадщини. Доведено, що державний сектор, неурядові організації, громадський сектор та туристичні оператори послуг реагують на зміни суспільно-політичних обставин в Україні та в складних воєнних умовах намагаються підтримати культурні туристичні атракції та споживачів туристичних послуг.

Вищевикладене дозволило сформулювати стратегію розвитку внутрішнього туризму побудовану на моделюванні процесів управління привабливістю та надані рекомендації щодо удосконалення інструментальної складової управління внутрішнім туризмом на основі закордонного досвіду та інтерпритації світових досягнень до умов невизначеності та викликів.

При цьому визначено що підвищення інноваційної ефективності вітчизняних туристичних підприємств можливе шляхом використання нових підходів до управління інноваційною

діяльністю, які враховують вплив результатів її прояву у різних сферах діяльності підприємств, що функціонують в умовах невизначеності та ризику. Стратегічне управління розвитком внутрішнього туризму та інноваційним потенціалом в умовах невизначеності та ризику може отримати свій розвиток у вигляді вибору альтернатив дерева рішень.

Таким чином, у контексті сучасних трансформацій визначено нові підходи до формування сучасної управлінської парадигми розвитку внутрішнього туризму України. Запропонований методичний підхід стратегічного управління інноваційною туристичною діяльністю у трансформаційному середовищі може бути рекомендований як засіб для досягнення збалансованості економічного зростання. Формування інноваційної структури управління до умов розвитку внутрішнього середовища забезпечує додатковий соціальний ефект за рахунок гармонізації соціальних потреб та забезпечення якості життя населення.

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Про туризм: Закон України. № 324/95-ВР07. ВВР. 1995. № 31. ст.24. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/324/95-%D0%B2%D1%80>
2. Любчук О.К. Організація туризму (Основи туризмознавства): навч. Посібник / ДВНЗ «ПДТУ». Маріуполь: ПДТУ, 2018. 154 с
3. Організація туризму: підручник / І.М.Писаревський та ін.; за ред. І.М.Писаревського. Харків: ХНАМГ, 2008. 541 с.
4. Сокол Т. Г. Основи туристичної діяльності: підручник / за заг. ред. В. Ф. Орлова. Київ: Грамота, 2006. 264 с.3
5. Любчук О.К., Ярченко Ю.В. Концептуально-стратегічні засади цільового механізму державного управління суб'єктивною задоволеністю життям українських громадян. *Менеджер.* 2017. №3(76). С.76- 81
6. Кузик С.П. Географія туризму: навч. посіб. Київ: Знання, 2011. 271 с.
7. Formica, S. Destination attractiveness as a function of supply and demand interaction: Doctoral dissertation / Virginia Polytechnic Institute and State University. Blacksburg, Virginia. 2000. Nov. 203p. URL: <https://vtechworks.lib.vt.edu/items/93c925e3-30fd-46e2-9bb4-2e3d3d47d14f>
8. Фролова Е.В., Кабанова Е.Е. Направления и механизмы развития туристической привлекательности территории. *Актуальні проблеми економіки.* 2015. №5(167). С.297-305.
9. Гапоненко Г.І., Кучечук Л.В. Вплив декомунізації на туристичну привабливість регіонів. *Бізнесінформ.* 2017. № 3. С. 202-207. URL: http://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2017-3_0-pages-202_207.pdf
- 10.Тонкошкур М. В. Конспект лекцій з навчальної дисципліни «Організація туризму» (Основи туризмознавства) (для студентів 1-2 курсу денної та заочної форми навчання за напрямом підготовки 6.140103 – Туризм) / М. В. Тонкошкур, В. В. Абрамов, Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків: ХНУМГ ім. О.М.Бекетова, 2015. 134 с.
- 11.Оцінка туристично-рекреаційного потенціалу регіону: монографія / за заг. ред. В.Г.Герасименко. Одеса: ОНЕУ, 2016. 262с. URL: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/5474/1/%D0%9E%D1%86%D1%96%D0%BA%D0%B0%20%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B8%D1%87%D0%BD%D0%BE-%D1%80%D0%B5%D0%BA%D1%80%D0%B5%D0%B0%D1%86%D1%96%D0%B9%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D0%BE%20%D0%BF%D0%BE%D1%82%D0%B5%D0%BD%D1%86%D1%96%D0%B0%D0%BB%D1%83%20%D1%80%D0%B5%D0%B3%D1%96%D0%BE%D0%BD%D1%83.pdf>
- 12.Виноградова Н.Л., Лашенко О.В., Формування іміджу та бренду території як фактор підвищення її конкурентоспроможності. *Вісник АМСУ.* Серія: «Державне управління». 2014. № 2 (11). С. 132-139. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/vamcudu_2014_2_23.pdf
- 13.Сущенко Л. О. Діловий імідж менеджера закладу освіти: навчальний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти магістра спеціальностей «Дошкільна освіта», «Початкова освіта» освітньо-професійних програм «Дошкільна освіта», «Початкова освіта». Запоріжжя: ЗНУ, 2021. 155 с. URL: <https://dspace.znu.edu.ua/jspui/bitstream/12345/5216/1/Sushchenko2021.docx>
- 14.Міжнародні рекомендації з статистики туризму Серія М № 83/Rev.1 URL: https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesm/seriesm_83rev1r.pdf Динни К. Брендинг території. Лучшие мировые практики. ООО «Манн, Иванов и Фербер», 2013. 1275 с. URL: <https://moodle.znu.edu.ua/mod/resource/view.php?id=409514>

15. Динни К. Брендинг територій. Лучшіє мировіє практики. ООО «Манн, Іванов і Фербер», 2013. 1275 с. URL: <https://moodle.znu.edu.ua/mod/resource/view.php?id=409514>
16. Буднікевич І. Муніципальний маркетинг: теорія, методологія, практика / ІРД НАН України. Чернівці: Чернівецький нац. ун-т, 2012. 645 с.
17. Любчук О.К., Гончар В.В., Пономаренко А.А. Мониторинг розвитку українського ринку туристических услуг для молодіж. *Fundamental and Applied Researches In Practice of Leading Scientific Schools*. 2016. 1 (13). URL: <https://fdotadotr.files.wordpress.com/2016/09/13-d0bbd18ed0b1d187d183d0ba-d0b3d0bed0bdd187d0b0d180d0b5d0bdd0bad0be-d0bfd0bed0bdd0bed0bcd0b0d180d0b5d0bdd0bad0be-130-139.pdf>
18. Про занесення об'єктів культурної спадщини національного значення до Державного реєстру нерухомих пам'яток України: Постанова Кабміну від 3 вересня 2009 р. N 928. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/928-2009>
19. Нецадим Л.Н., Тимчук С.В. Туристическая привлекательность и предпосылки развития агротуризма в Украине. *Молодий вчений*. № 4 (19) 12. Ч2. 2015. С.12-14. URL: <https://lib.udau.edu.ua/items/a33fada2-37c7-442b-856c-870aa5669e10>.
20. Черчик Л.М., Коленда Н.В. Культурна спадщина як складова туристично-економічного співробітництва. *Науковий вісник Ужгородського університету*. Сер. «Економіка». 2011 Спецвип.33. Ч.3. С.208-210.
21. Рендюк, Т. Етнокультурна спадщина зарубіжних українців. *Народна творчість та етнологія*, № 6 (382.).2019. С. 7–13.
22. Чорна Н.М. Нематеріальна культурна спадщина як туристичний ресурс. *Світове господарство і міжнародні економічні відносини*. 2021. Вип. 59. С. 30 - 31.
23. Вишневська Г.Г. Івент-туризм у контексті розвитку світового туризму. Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку. Збірник наукових праць: наукові записки Рівненського державного гуманітарного університету. 2011. Том 2. Вип. 17., С. 294
24. Пискач А.А. Фестивальний рух у культурному житті України кінця ХХ – початку ХХІ ст.: неофольклорні тенденції. Збірник наукових праць: наукові записки Рівненського державного гуманітарного університету. 2011. Т. 2. Вип.17., С. 104.
25. Кузіна Н. Історико-культурна спадщина української діаспори в сучасній туристичній практиці. Історико-культурний туризм: український та світовий досвід. Збірник матеріалів Міжнародної наукової конференції (Київ, 5 квітня 2019 р.) / Редкол.: О. П. Реєнт (голова), В. П. Капелюшний, І. К. Патріляк, О. П. Гончаров, Н. В. Терес. К.: «Фоліант», 2019. С.78.
26. Бусігін А.П. Як організувати кулінарний туризм? Готельний та ре-сторанний бізнес, 2008. С. 74-76. URL: <https://moodle.znu.edu.ua/mod/resource/view.php?id=450876>
27. Нечаюк Л. І., Телеш Н. О. Готельно-ресторанний бізнес: менедж-мент. Київ «ЦУЛ», 2003. 348 с. URL: https://tourlib.net/books_ukr/nechauk.htm
28. Офіційний сайт Всесвітньої асоціації гастрономічного туризму. URL: <http://www.worldfoodtravel.org>.
29. Нечаюк Л. І., Телеш Н. О. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент. Київ «ЦУЛ», 2003. 348 с. URL: https://tourlib.net/books_ukr/nechauk.htm.
30. Олійник О. М., Марченко О. О. Історіософія національної кухні Китаю. Гілея: науковий вісник, 2018. 130 с. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/gileya_2018_130_36
31. Михайлюк О. Л., Хумаров О. А. Перспективи розвитку гастрономічного туризму в Україні. Економічні інновації, 2020. 81 с. URL: <http://jnas.nbuv.gov.ua/article/UJRN-0001208748>
32. Басюк Д. І. Винний та гастрономічний туризм : глобальні тренди та локальні практики: монографія. Вінниця: ПП «ТД «Едельвейс і К», 2017. 316 с. URL: https://tourlib.net/books_ukr/vgt.htm
- 33.3 чим у світі асоціюють Україну (опитування). URL: <https://www.unian.ua/politics/509978-z-chim-u-sviti-asotsiyuyut-ukrajinu-opituvannya.html>
34. Карпенко Є. О. Культурна спадщина Китаю як об'єкт туристичної діяльності. 2023. 80 с. URL: <http://rep.knlu.edu.ua/xmlui/handle/787878787/3159>

35. Організація туризму: підручник / І.М.Писаревський та ін.; за ред. І.М.Писаревського. Харків: ХНАМГ, 2008., с.18-19]
36. Заваріка Г.М. Розвиток країн в постконфліктних ситуаціях. Галицький економічний вісник. Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, м.Тернопіль 2015. № 6 (53). С. 106–112, с. 107]
37. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017. URL: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2017_web_0401.pdf?_gl=1*bu27a*_up*MQ..&gclid=Cj0KCQiAsburBhCIARIsAExmsu5r8aSkllN9kkqSMlC2mKT8YmccT-j4E2XpsUb6kNXSwtEbi0NQcs4aAjITEALw_wcB
38. Заваріка Г.М., Зеленко Е.А. Особенности развития туризма в современном украинском Донбассе. URL: <https://ojs.polessu.by/TG/article/view/868/812>
39. Проценко А.Д. Записки мариупольского краеведа. Строки, имена, находки. 2-е изд., испр. и доп. Мариуполь: ПМЦ МК «Азов-сталь», 1993. 136 с.,
40. Національний природний парк "Меотида" - перлина Донецького Приазов'я: наук.-інформ. довід.-атлас / під ред. О.І.Бронскова, О.М.Бронскової; фот.: Д. Балховітін та ін. Донец. облдержадмін., Де-партамент екології та природ. ресурсів, Нац. природ. парк "Меотида". Харків: Глобус, 2019. 175 с..].
41. Харабет В.В. Эллинистический мир. Хронология греков Ук-раины. Мариуполь: ООО «ППНС». 2016. 38с].
42. Обговорено перспективи розвитку туризму в Україні і на Чернігівщині під час війни на Донбасі URL: https://chernigov.ucoz.ua/news/obgovoreno_perspektivi_rozvitku_turizmu_v_ukrajini_i_na_chernigivshhini_pid_chas_vijni_na_donbasi/2015-02-26-1934].
43. Провальская степь. Заповедник терпит бедствие. Степной бюллетень.— №45 осень—зима 2015. URL: <http://savesteppe.org/docs/sb45.pdf>].
44. Антонова Н.А. Ценностные ориентации в структуре личности студентов. Монография. Славянск: Канцеляр, 2001. 135с
45. Крапівіна Г. О., Тонконог Є. Екскурсійні можливості Лівого берега Маріуполя // Матеріали Міжнародної науково-практичної інтернет конференції «Тенденції перспективи розвитку науки й освіти в умовах глобалізації»: Зб. наук.праць. Вип. 42. 2018. С. 67-72
46. Діденко Н.Г. Теоретико-методологічні засади розробки та функціонування механізмів державного управління в системі соціального партнерства : автореф. дис. д-ра наук з держ.упр. : 25. 00 02 Донецьк, 2008. 40 с.
47. Данильчук В.Ф., Алейникова Г.М., Бовсуновская А.Я., Голубничая С.Н. Методология оценки рекреационных территорий. Донецк: ДИТБ, 2003. 196 с
48. Годлевский Ю. Г. Концептуальные положения теории развития человеческих ресурсов // Економіка і держава. 2008. № 5. С. 56-59
49. Новомосковська міська рада. Офіційний сайт. URL: <https://novomoskovsk-rada.dp.gov.ua/>
50. Місто на Самарі. URL: Історична довідка <https://novomoskovsk-rada.dp.gov.ua/promisto/istorichna-dovidka>
51. Управління культури, спорту та туризму виконавчого комітету. Новомосковської міської ради. URL: <http://surl.li/hpwms>
52. Історико-архітектурний опорний план міста Новомосковськ Дніпропетровської області. URL: <http://surl.li/tjjpbb>
53. Виставка «Миколаївський розпис» у Новомосковському музеї ім. Петра Калнишевського. URL: <https://pgasa.dp.ua/news/vystavka-mykolayivskyj-rozpys-u-novomoskovskomu-muzeyi/>
54. Новомосковський історико-краєзнавчий музей імені Петра Калнишевського (офіційна сторінка у соціальних мережах). URL: <http://surl.li/ulskx>.

- 55.Офіційний сайт Комунального закладу культури «Новомосковський історико-краєзнавчий музей імені Петра Калнишевського». URL: <https://museum.mcip.gov.ua/museums/komunalniy-zaklad-kulturi>
- 56.Гризівська, Л. О. Особливості та сучасні тенденції управління туристичним бізнесом в Україні. Причорноморські економічні студії, 2018. С.115-118. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bses_2018_26%281%29_24
- 57.Новікова О.В., Радченко Л.О., Вінніченко К.П., Льовшина Л.Д., Пивоваров П.П., Чубар Л.І., Організація харчування та обслуговування туристів на підприємствах ресторанного господарства: Навчальний посібник. Харків: «Світ Книг», 2018. 411 с. URL: <https://learn.ztu.edu.ua/>
- 58.Кукліна Т. С., Зайцева В. М. Сучасний стан розвитку туризму в Україні. Економіка. Управління. Інновації. Серія: Економічні науки, 2017 С.115-119. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/shuplat.htm
- 59.Бусігін А.П. Як організувати кулінарний туризм? Готельний та ресторанний бізнес, 2008. С. 74-76. URL: <https://moodle.znu.edu.ua/mod/resource/view.php?id=450876>
- 60.Басюк Д.І. Інноваційний розвиток гастрономічного туризму в Україні: Наукові праці НУХТ № 45, 2012. С. 128-132. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/basjuk3.htm
- 61.Омельницька, В. О. Об'єкти світового ринку послуг гастрономічного туризму. Сталий розвиток туризму на засадах партнерства: освіта, наука, практика. Матеріали І Міжнар. наук.-практ. конф., 2018. 303 с. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/omelnycka.htm
- 62.З чим у світі асоціюють Україну (опитування). URL: <https://www.unian.ua/politics/509978-z-chim-u-sviti-asotsiyuyut-ukrajinu-opituvannya.html>
- 63.Казіонна, А. К. Структура і організація гастрономічного туризму в Одеській області. URL: <http://er.nau.edu.ua/handle/NAU/41315>
- 64.Горбань Ю. До речі, в туризмі Україна не пасе задніх URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/2664756-do-recti-v-turizmi-ukraina-ne-pase-zadnih.html>
- 65.Любчук О.К. Туризм як сучасна детермінанта суб'єктивної задоволеності життям в Україні. Приазовського державного технічного університету. Серія: Економічні науки. 2018. Вип. 35. С. 154-159. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VPDTU_ek_2018_35_24
- 66.Плюта, О. П. Українська кухня: передумови виникнення і трансформації. Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку. Культурологія, 2017. С.195-200. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ukrk_2017_25_37
- 67.Шандор Ф.Ф., Кляп М.П. Сучасні різновиди туризму: підручник, Київ: Знання, 2013. 334 с. URL: http://library.kpi.kharkov.ua/files/new_postupleniya/shandorsuchrizn.pdf
- 68.Федорченко В. М. Цікаве харчування. Готельний та ресторанний бізнес, 2005. С.86-89. URL: <https://mu.edu.ua/storage/MSU/pages/conferences/2023/pdf>
- 69.Басюк Д. І. Винний та гастрономічний туризм : глобальні тренди та локальні практики: монографія. Вінниця: ПП «ТД «Едельвейс і К», 2017. 316 с. URL: https://tourlib.net/books_ukr/vgt.htm
- 70.Ставська Ю. В. Гастрономічний туризм як популярний напрям у туристичній індустрії. Економіка, фінанси, менеджмент: актуальні питання науки і практики. 2023. С. 44-45 URL: <http://socrates.vsau.org/repository/card.php?id=34611>
- 71.Бойко, Н. О., Висоцька, М. О. Гастрономічний туризм Закарпаття, як один з етапів повоєнного відновлення українського туризму. Програмний комітет, 2023. 70с. URL: https://kneu.edu.ua/userfiles/Department_of_Administration_and_Marketing_Personn/2023/TUD0A0IZM_ZbD196rnik_tez.pdf#page=70
- 72.Валентюк І. О., Сухенко В. І., Сич Н. О. Інституційне забезпечення розвитку територій України: вісник Національної академії державного управління при Президентові України, 2009. 130 с. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnadu_2009_4_18
- 73.Нечаюк Л. І., Телеш Н. О. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент. Київ «ЦУЛ», 2003. 348 с. URL: https://tourlib.net/books_ukr/nechauk.htm

74. Самілик М. В., Кубрак, О. М. Особливості розвитку гастрономічного туризму України в умовах пандемії COVID-19: вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Туризм, 2021. С. 99-177. URL: <http://tourism.knukim.edu.ua/article/view/235157>
75. Фастовець О. У. Сфера туризму у повоєнний період: досвід для України. Економіка та суспільство, 2022. 40 с. URL: https://scinotesgeo.at.ua/Vol2_Iss4/2023_SNSSPU.pdf#page=45
76. Тюріна, Д. М. Основні аспекти практичної підготовки фахівців туристичної сфери. Туристично-рекреаційна сфера: виклики сучасності, 2024. 79 с. URL: <http://repositsc.nuczu.edu.ua/bitstream/123456789/20932/1/ZbirTUR2024.pdf>
77. Фербей, Г. М., Рилєєв, С. В. Аграрний сектор як складова економіки України: сучасні реалії, стратегічні перспективи післявоєнного відновлення та розвитку. НУОП: Одеса, 2023. С. 119-121. URL: https://economics.net.ua/files/science/admin_men/2023/tezy.pdf
78. Стась М. Е., Соколова В. І. Елементи комунікативного менеджменту в сфері готельно-ресторанного бізнесу. Керівництво оргкомітету, 2022. 159 с. URL: <https://card-file.ontu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/27e4f753-525e-4eda-9322-a8b42044e053/content>
79. Нестерчук І. К. Методологія розвитку індустрії гастрономічного туризму на основі кластерного підходу з врахуванням специфіки туристського продукту. Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. Серія: Географічні науки, 2019. 11 с. URL: <http://eprints.zu.edu.ua>
80. Яхно Т. П., Мартинюк У. А. Перспективні напрями розвитку вітчизняного гастротуризму в умовах євроінтеграції. Регіональна економіка, 2020. 98с. URL: <http://jnas.nbu.gov.ua/article/UJRN-0001255998>
81. Дащук Ю. В. Вплив географічних зазначень на розвиток гастрономічного туризму регіону. Товарознавчий вісник, 2022. 13 с. URL: https://cbulletin.com.ua/web/uploads/pdf/Commodity_Bulletin_%E2%84%962_2022_Dashchuk.pdf
82. Богиня Д.П. Основи економіки праці. К.: Знання-Прес, 2001. 313 с..
83. Закон України «Про волонтерську діяльність». Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2011, № 42, ст.435
84. Крапівіна Г.О. Людські ресурси та їх мотивація в добровольчестві /Г.О. Крапівіна / Вісник Львівського інституту економіки і туризму: зб. наук. ст. - Львів: ЛІЕТ, 2010. № 5. 328 с.
85. Крапівіна Г.О. Проблеми оптимізації мотиваційного та інноваційного потенціалу персоналу діяльності туристичного типу. Вісник економічної науки України. 2014. №1(25). 220 с.
86. Борецька Н.П., Крапівіна Г.О. Сучасний стан і проблеми розвитку соціально-трудових відносин у добровольчестві. Соціально-трудові відносини: теорія та практика: зб. наук. праць. Спец. вип.: у 3 т. Київ: КНЕУ, 2010. Т.1.
87. Лях Т.Л. Історичні засади соціально-педагогічної діяльності волонтерів за кордоном. Волонтерство як ресурс соціальної роботи у громаді: матеріали Міжнар. наук. конф. для студ. та аспір. «Обличчя соціальної держави» в рамках проєкту «Покращення якості соціальних послуг дітям та сім'ям у громаді». Київ: Християнський дитячий фонд, 2006.
88. Борецька Н.П., Багдасарова Д.Г., Крапівіна Г.О. 2014. Механізми мотивації та оцінки роботи обслуговуючих підприємств. Соціально-трудові відносини: теорія і практика, 2(8).
105. Внесок країн, які не беруть участь у програмі, у молодіжну Wiki ЄС. Україна. Розділ II: Добровільна діяльність. 2018 рік. URL: https://pjp-eu.coe.int/documents/42128013/47262475/YouthWiki_volunteering_Ukraine.pdf
90. Статі, А., Вітал, Дж., Аг'японг-Бадугу, С., Барретт, Е., Кріц, М., Уїлс, Д., Тогерсен-Нтумані, К., і Фокс, К.Р. 2021. Мобілізація людей як ресурс для сприяння активному старінню: погляд багатьох зацікавлених сторін на волонтерство однолітків ініціативи. BMC Public Health, 21(1):150. doi: 10.1186/s12889-020-10136-2
91. Марченко І.Ф., Крапівіна Г.О. Нестандартна форма зайнятості «волонтерство»: досвід інноваційних технологій в освітньому просторі (на прикладі підготовки кваліфікованих

фахівців для органів публічної влади Маріуполя). Науково-практичне забезпечення надання публічних послуг в умовах децентралізації: матер. доповідей та тез наук.-практ. інтернет-конф., Київ, 15.04.2020. К.: ТОВ «Видавничий дім «АрТЕК», 2020.

92. Volunteering: a guide for the organizer of the volunteer movement in Ukraine / Compiled by: TL Lyakh; Author Col. Kyiv: "Volunteer", 2001; Levkiv V. Characteristics of sports volunteering as a kind of volunteer activity. Sports Science of Ukraine, 2013. №5 (56) Volunteering: European experience. URL:<http://gurt.org.ua/news/recent/17380>

93. Lanzoni I., Lykogianni D. The Volunteers during and after the Olympic Games : Youth Camp and Olympic Education School Programmes. URL: <http://olympicstudies.uab.es/volunteers/lanzoni.htm>

94. The purpose of the Association is to aid boards of social work in the protection of the public health and welfare. URL:www.aswb.org

95. Mac Aloon J. Volunteers, global society and the. URL:www.olympicstudies.uab.es

96. Виткалов С. В. Фестивальний рух як культурний феномен сучасності: аналіз регіонального вектора. Культура України. 2016. Вип. 52. С. 182–190. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Kukl_2016_52_22

97. Кривенкова Р. Ю. Поняття та сутність туристичного потенціалу: державно-управлінський аспект. Ефективна економіка. 2019. Випуск 9. С. 126-134. URL: 10.32702/2307-2156-2019.9.70.

98. Філіна Т. В. Маркетингова складова популяризації культурного продукту. Питання культурології. 2019. № 35. С. 77-86. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pkl_2019_35_9.

99. Шимчик З. М. Функції менеджера-організатора фестивалю. Вісник Маріупольського державного університету. Сер. Філософія, культурологія, соціологія. 2016. Вип. 11. С. 125–131. URL: <http://surl.li/ulscj>.

100. Просторова організація туристично-рекреаційної сфери регіону: монографія / за заг. ред. В. В. Паппа. Мукачево: Редакційно-видавничий центр МДУ, 2016. 268 с.

101. Медефік: фестивалі і конкурси. URL : <https://www.medefik.com/>

102. Бермес І. Організаційні засади музичного фестивального руху в Україні. Культурологічна думка. 2015. № 8. С. 150–155. URL: https://www.culturology.academy/wp-content/uploads/KD8_Bermes.pdf.

103. Верещака А. О. Музичний фестиваль у системі маркетингу. Культура України. 2014. Вип. 45. С. 239–246. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Ku_2014_45_31.

104. Грушина А. І. Особливості організації системи менеджменту сфери культури і мистецтв. Вісник КНУКіМ. 2018. № 1. С. 53–63. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bknucams_2018_1_6

105. Програми соціально-економічного та культурного розвитку м. Новомосковськ. URL: <http://surl.li/hpwlr>.

106. Стратегія розвитку м. Новомосковська 2022-2028 рр. URL: <https://novomoskovsk-rada.dp.gov.ua/pro-misto/programa-rozvitku/strategiya-rozvitku-m-novomoskovska-2022-2028>.

107. Стратегія розвитку Новомосковського району у 2021-2023 рр. URL: <https://nm-rd.dp.gov.ua/strategiya-rozvitku>.

108. Гастрономічний туризм на туристичному ринку України URL: <http://www.sworld.com.ua/konfer30/682.pd>

109. Асоціація сприяння розвитку гастрономічного та винного туризму в Україні. URL: <http://agvt.nuft.edu.ua/>

110. Антоненко В. Г. Міжнародний туризм як чинник взаємодії та взаємозбагачення культур. Філософські нариси туризму. / За ред. проф. Пазенка В.С. Київ, 2005. 10 с. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/antonenko3.htm

111. Воропай О. Звичаї нашого народу. Етнографічний нарис. – Мюнхен: Українське видавництво, 1958. 289 с. URL: <https://irbis-nbuv.gov.ua/ulib/item/UKR0004408>

112. Крапівіна Г.О., Марченко І.Ф. Віртуалізація в туристично-рекреаційній сфері: навч. посібник з дисципліни «Інновації в туризмі (Віртуалізація туризму)» для здобувачів вищої освіти рівня «магістр» спеціальності 242 «Туризм і рекреація» всіх форм навчання. Дніпро: ПДТУ, 2023. С.

113. Ільницька-Гикавчук Г. Я. Роль цифрових платформ в зростанні туристичного бізнесу. Вісник Хмельницького національного університету. 2021, № 6. Том 1, с.232-234. URL: <http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2022/01/en-2021-6t1-38.pdf>

114. Про основні засади забезпечення кібербезпеки України: Закон України від 5 жовтня 2017 року. № 2163-VIII. Редакція від 01.01.2024. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2163-19#Text>

115. Корж Н.В., Басюк Д.І. Управління туристичними дестинаціями: підручник. Вінниця: «ПП«ТД Едельвейс і К», 2017. 322 с.

116. Леоненко Н. А. Механізми державного регулювання туристичної сфери України: дис. ... д-ра наук з держ. упр.: 25.00.02 / Нац. ун-т цивільного захисту України. Харків, 2021. 406 с.

117. Амеліницька О.В. Механізми в системі управління виробничо-господарською діяльністю локальних електричних мереж. *Інновації в державному управлінні та місцевому самоврядуванні*: зб. праць Донецького державного університету управління. Донецьк, 2007. Т. 8, вип. 88. С. 11 – 19.

118. Державне управління та державна служба: словник-довідник / уклад. О.Ю.Оболонський. Київ: КНБУ, 2005. 480 с.

119. Кожухівська Р.Б., Непочатенко В.О. Digital-технології як основа розвитку туристичної діяльності в Україні. *Економіка та держава*. 2020, № 7. с. 93–98. URL: <http://www.economy.in.ua/?op=1&z=4694&i=12>

120. Дутчак О.І. Вплив туризму на охорону історико-культурних пам'яток: досвід і перспективи. URL: <https://naukajournal.org/index.php/naukajournal/article/view/35>

121. Оцінка туристично-рекреаційного потенціалу регіону: монографія / за заг. ред. В.Г.Герасименко. Одеса: ОНЕУ, 2016. 262с. URL: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/5474/1/%D0%9E%D1%86%D1%96%D0%BD%D0%BA%D0%B0%20%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B8%D1%87%D0%BD%D0%BE-%D1%80%D0%B5%D0%BA%D1%80%D0%B5%D0%B0%D1%86%D1%96%D0%B9%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D0%BE%20%D0%BF%D0%BE%D1%82%D0%B5%D0%BD%D1%86%D1%96%D0%B0%D0%BB%D1%83%20%D1%80%D0%B5%D0%B3%D1%96%D0%BE%D0%BD%D1%83.pdf>

122. Кривенкова Р.Ю. Зарубіжний досвід формування туристичного потенціалу. *Державне управління: удосконалення та розвиток: електронне видання*. 2019. URL: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=2002>

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

О.К. Любчук, І.Ф. Марченко, Н.П. Борецька, Г.О. Крапівіна, М.В. Шарко, І.І. Лаврова, Т.В. Герасименко, О.М. Гривцова

ТЕОРЕТИКО-ПРАКТИЧНІ ЗАСАДИ ВІДРОДЖЕННЯ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ УКРАЇНИ В УМОВАХ МОДЕРНІЗАЦІЇ ТА ВИКЛИКІВ

Колективна монографія

Рекомендовано вченою радою ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет» як навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів (27.02.2025 р. №8)

ISBN 978-966-604-322-4

Видавець: Державний вищий навчальний заклад «Приазовський державний технічний університет», вул. Гоголя, 29 каб. 314, м.Дніпро ntb@pstu.edu
Зареєстровано як засіб друкованих медіа (рішення No 1821 Національної ради України з телебачення та радіомовлення від 21.12.2023 Протокол № 31)

Підписано до друку 27.02.2025. Формат 60×90/8 . Гарнітура Times New Roman. Папір офсетний 80 г/м² . Друк електрографічний. Умов.-друк. арк. 11,55.
(електронна версія друкованого видання)