



**ЦЕНТРАЛЬНА СПІЛКА СПОЖИВЧИХ ТОВАРИСТВ УКРАЇНИ
Львівський торговельно-економічний університет**

“СТАЛИЙ РОЗВИТОК ТУРИЗМУ НА ЗАСАДАХ ПАРТНЕРСТВА: ОСВІТА, НАУКА, ПРАКТИКА”

**МАТЕРІАЛИ
II Міжнародної
науково-практичної конференції**



ЛВІВ
ЖОВТЕНЬ 27–29
ЛТЕУ 2021



ЦЕНТРАЛЬНА СПІЛКА СПОЖИВЧИХ ТОВАРИСТВ УКРАЇНИ
Львівський торговельно-економічний університет

**«СТАЛИЙ РОЗВИТОК ТУРИЗМУ
НА ЗАСАДАХ ПАРТНЕРСТВА:
ОСВІТА, НАУКА, ПРАКТИКА»**

**Матеріали II Міжнародної
науково-практичної конференції**

27-29 жовтня 2021 р.

Львів – 2021

CENTRAL UNION OF CONSUMER SOCIETIES OF UKRAINE
Lviv University of Trade and Economics

**«SUSTAINABLE TOURISM
DEVELOPMENT ON THE
FACILITIES OF PARTNERSHIP:
EDUCATION, SCIENCE, PRACTICE»**

**Proceedings of the II International
Scientific and Practical Conference**

October 27-29, 2021

Lviv – 2021

УДК 338.48 (063)
ББК 65.433
С 76

Поширення і тиражування без офіційного дозволу Львівського торговельно-економічного університету заборонено

Сталий розвиток туризму на засадах партнерства: освіта, наука, практика: матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції (27-29 жовтня 2021 р.). Львів: ЛТЕУ, 2021. 202 с.

**Рекомендовано до друку Вченою радою Львівського
торговельно-економічного університету**

Видання містить тези доповідей, представлених на II Міжнародній науково-практичній конференції «Сталий розвиток туризму на засадах партнерства: освіта, наука, практика», висвітлено результати наукових досліджень проведених науково-педагогічними працівниками, науковими співробітниками, аспірантами та здобувачами вищої освіти.

Для наукових, науково-педагогічних працівників, здобувачів освіти, аспірантів закладів вищої освіти, практичних працівників та широкий читацький загал.

Тези друкуються в авторській редакції. Відповідальність за достовірність інформації, поданої в рукописах, несуть автори.

ISBN 978-617-602-302-9

© Колектив авторів, 2021
© Вид-во ЛТЕУ, 2021

За сприяння:

**Львівської обласної державної
адміністрації**



Львівської міської ради



Організатори:

Укркоопспілка



**Національна
туристична
організація
України**



**World
Association for
Hospitality and
Tourism
Education and
Training**



**Львівський
торговельно-
економічний
університет**



**Національний
Університет
«Чернігівська
політехніка»**



**Вища школа
готельно-
ресторанного
бізнесу в Познані**



**Вроцлавський
економічний
університет**



**Варшавський
університет
сільського
господарства**



**Вища школа
менеджменту
інформаційних
систем ISMA
(Латвія)**



**Кооперативно-
торговельний
університет
Молдови**



**Батумський
державний університет
імені Шота Руставелі
(Грузія)**



ПРОГРАМНИЙ КОМІТЕТ

- Гороховський І. Л.** голова правління Укркоопспілки;
Козицький М. З. голова Львівської облдержадміністрації;
Садовий А. І. міський Голова Львова;
Ліптуга І. Л. Президент Національної туристичної організації України;
Фор К. генеральний делегат AMFORHT;
Кучик П. О. ректор Львівського торговельно-економічного університету;
Новомлинцев О. О. ректор національного університету «Чернігівська політехніка»;
Калета А. ректор Вроцлавського економічного університету;
Белавський В. ректор Варшавського університету сільського господарства
Д'якон Д. ректор Вищої школи менеджменту інформаційних систем ISMA;
Трепінський Б. ректор Вищої школи готельно-ресторанного бізнесу;
Халваші М. ректор Батумського державного університету імені Шота Руставелі;
Шавга Л. А. ректор Кооперативно-торговельного університету Молдови.

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ

- Барна М. Ю.** перший проректор, професор кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Львівського торговельно-економічного університету (голова);
Семак Б. Б. проректор з наукової роботи Львівського торговельно-економічного університету (заступник голови);
Табака Н. М. начальник управління туризму та курортів Львівської облдержадміністрації (заступник голови);
Гриник Г. З. начальник управління туризму Львівської міської ради (заступник голови);
Гаврилишин В. В. декан факультету товарознавства, управління та сфери обслуговування;
Мізюк Б. М. завідувач кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Львівського торговельно-економічного університету;
Мельник І. М. професор кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Львівського торговельно-економічного університету;
Мионов Ю. Б. доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Львівського торговельно-економічного університету;
Осінська О. Б. завідувач аспірантури, доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Львівського торговельно-економічного університету (секретар);
Тучковська І. І. доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Львівського торговельно-економічного університету;
Кузьма Х. В. провідний фахівець наукового відділу Львівського торговельно-економічного університету;
Ясінська Л. Т. начальник фінансово-господарської служби Львівського торговельно-економічного університету;
Фінклер В. Е. директор Видавництва Львівського торговельно-економічного університету.

ЗМІСТ

1. Тенденції, перспективи, виклики та антикризові сценарії розвитку туризму в Україні та світі

Барна М. Ю.

Вплив карантинних процесів на зміну бізнес-моделі готельної індустрії 10

Безверхнюк Т. М., Бабова І. К., Коєва Х. О.

Актуальність створення обсерваторії сталого розвитку туризму в Україні 13

Безносюк О. І.

Становлення творчого туризму, заснованого на нематеріальній культурній спадщині 16

Devadze A., Devadze L.

Issues of Revival of International Tourism in Post-Pandemic Georgia 21

Zakrzewska P., Matuszewska E., Kudla N.

Zarządzanie sytuacją kryzysową w przedsiębiorstwie turystycznym w kontekście zmian globalnych 25

Заячківська Г. А., Церклевич В. С.

Тенденції розвитку туризму в Україні у період пандемії COVID-19 30

Миронов Ю. Б., Миронова М. І.

Стан і тенденції розвитку халяльного туризму у світі 32

Михайліченко Г. І., Дворська І. В.

Антикризові сценарії розвитку туризму в пост-пандемічний період 38

Осінська О. Б., Островська Н. Д.

Вплив пандемії COVID-19 на стан туристичного та рекреаційного бізнесу в Україні 43

П'ятницька Г. Т.

Роль сталого розвитку туризму у формуванні національного бренду 46

<i>Решетило Л. І., Хоміцька О.</i>	
Іспанія як одна з країн медичного туризму в Європі	50
<i>Решетило Л. І., Сушинська А. І.</i>	
Медичний і оздоровчий туризм та медичні послуги в Туреччині	52
<i>Рогова Н. В., Карпенко К. В.</i>	
Перспективи розвитку туризму на Полтавщині	56
<i>Смирнов І. Г.</i>	
Музеї Великобританії та їх використання в українсько-британському туризмі (на прикладі Імперського воєнного музею у Лондоні)	59
<i>Смирнов Є. В., Шевченко І. В.</i>	
Державно-приватне партнерство як інструмент антикризового сценарію розвитку туризму в Україні	64
<i>Транченко Л. В.</i>	
Розвиток сфери обслуговування в Україні	67
<i>Шелеметьєва Т. В., Дуплій А. Д.</i>	
Розвиток подієвого туризму як складова регіональної політики Запорізької області	70
<i>Шикіна О. В.</i>	
Наслідки впливу пандемії на розвиток готельного господарства України	75

2. Соціально-культурні, економічні, нормативно-правові, маркетингові, інфраструктурні, управлінські аспекти розвитку туристичних дестинацій

<i>Белікова М. В.</i>	
Діловодство в туризмі: документальне оформлення готельних послуг в мережі «Reikartz»	79
<i>Виноградова О. В., Дрокіна Н. І.</i>	
Репутаційний маркетинг підприємства в мережі Інтернет .	82
<i>Кожушко С. П., Ключник Р. М.</i>	
Туристична політика країни: іміджевий аспект	87

<i>Котлюк О. І.</i>	
Роль та особливості страхування у туристичній діяльності ...	92
<i>Корома Н. С.</i>	
Стратегія сталого розвитку туристичних ресурсів	95
<i>Ланиця І. Ф., Гиришкан Т. С.</i>	
Впровадження системи НАССР у закладах ресторанного господарства	98
<i>Ланиця І. Ф., Мудрий Я. Р.</i>	
Фактори забезпечення конкурентоздатності підприємств ресторанного господарства	101
<i>Мельник І. М.</i>	
Суть та призначення ревеню менеджменту в діяльності готельного підприємства	103
<i>Мізюк Б. М.</i>	
Підходи до стратегічної сегментації та вибору продуктів туристичного ринку	107
<i>Чабанюк О. М.</i>	
Облік витрат операційної діяльності туристичних організацій	110
<i>Шевчик Б. М.</i>	
Імплицитна вразливість економіки туризму	112

3. Туристичні тренди: інновації та інноваційні освітні технології

<i>Баран Р. Я., Романчукевич М. Й.</i>	
Підходи до поняття цифровізації підприємств туризму	115
<i>Білецька І. М.</i>	
Характеристика інноваційної діяльності підприємств туризму в Україні	118
<i>Босовська М. В., Бойко М. Г., Охріменко А. Г.</i>	
Цифрові технології як драйвери трансформації туристичної системи	123

<i>Вовчанська О. М., Іванова Л. О.</i>	
QR-код як інструмент цифрового маркетингу в туристичному бізнесі	128
<i>Володько О. В.</i>	
Проектування інноваційного дорожнього покриття для транспортної інфраструктури туристичної галузі	133
<i>Kaplina T., Kaplina A., Tahiltseva Ya.</i>	
Implementation of Promising Innovative Directions in the Hotel Business	137
<i>Ощипок І. М., Онишко Л. Й.</i>	
Моделювання рецептури страв закладів ресторанного господарства	141
<i>Турчиняк М. К., Джурик Н. Р.-Й.</i>	
Інноваційні технології туристичної галузі	144
<i>Щука Г. П.</i>	
Інфоциганщина в туризмі як відсутність партнерства влади, освіти, науки і практики	148

4. Світова та вітчизняна практика розвитку інклюзивного туризму

<i>Белоусова Н. В.</i>	
Науково-теоретична оцінка закордонного та українського досвіду з розвитку інклюзивного туризму	151
<i>Кравченко О. О., Масенко Н. В., Каштан С. М.</i>	
Досвід Черкащини із впровадження інклюзивного туризму	155
<i>Трохимець О. І.</i>	
Основні засади розвитку інклюзивного туризму	158
<i>Тучковська І. І., Сушинська А. І., Докучай Л. В.</i>	
Розвиток інклюзивного туризму в Україні	162
<i>Тучковська І. І., Халецька К. А.</i>	
Етика спілкування з особами з інвалідністю в туризмі	165

Чепурда Л. М.

Інклюзивний туризм та інклюзивне освітнє середовище: міждисциплінарний підхід до освітньої та соціальної інклюзії людей з інвалідністю	167
--	-----

5. Розвиток туризму в регіонах, сільських та міських територіях

Безрученков Ю. В., Момотюк С. В.

Урбаністичний туризм: стан та перспективи	171
---	-----

Гладкий О. В.

Правові аспекти розвитку міського туризму різних країн світу	174
---	-----

Козирєва О. В., Гарафонова О. І.

Аналіз туристичної діяльності в регіональному розрізі	178
--	-----

Міценко Н. Г., Міщук І. П., Шепіда М. Б.

Туристичні кластери як стратегічний напрям розвитку туризму на Львівщині	182
---	-----

Примак А. С., Маршалок О. П., Турчиняк М.К.

Розвиток сільського туризму в Україні	186
---	-----

Скоростецька О. О.

Удосконалення територіальної організації туристичної дестинації «Київ»	189
---	-----

Tsetskhladze Ts., Khakhubia N.

Popularization of Mountainous Regions in Pandemic Conditions and Positioning them as a Tourist Destination	193
---	-----

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ	200
------------------------------------	------------

ІНФОЦИГАНЩИНА В ТУРИЗМІ ЯК ВІДСУТНІСТЬ ПАРТНЕРСТВА ВЛАДИ, ОСВІТИ, НАУКИ І ПРАКТИКИ

Г. П. Щука

м. Берегове, Закарпатський угорський інститут імені Ференца
Ракоці ІІ

Онлайн освіта з'явилася задовго до пандемії, і тривалий час існувала як доповнюючий елемент до традиційної освіти офлайн. Так, коли в 2014 році евакуйовані виші опанували методики дистанційного навчання, вже було у кого вчитися. Нажаль тоді не було напрацьовано вітчизняний стандарт онлайн освіти, який міг би стати зразком з поширенням пандемії.

З весни 2020 року показники онлайн освіти стрімко зросли – тисячі безробітних і наданих самі собі почали шукати можливості набути нові компетентності, підвищити кваліфікацію чи пройти перекваліфікацію. Ринок освітніх послуг переповнився пропозиціями. Професійна освіта в туризмі не стала винятком.

Попит призвів до формування такого ганебного, але передбачуваного явища як інфоцигани. Інфоцигани не мають ніякого відношення до ромів, – це люди, які продають інформаційні продукти, що не мають ніякої практичної цінності: псевдо-коучі, тренери, ментори.

Прикро, звичайно, коли ошуканим є рядовий громадянин, але ще гірше, коли такі псевдоспеціалісти залучаються до реалізації освітніх програм, організованих за державні чи грантові гроші.

Можна скільки завгодно шукати винного у відсутності партнерських стосунків між органами влади, навчальними закладами та представниками бізнесу, але треба визнати, що кожна з цих структур зробила свій посильний внесок в успіх

даного виду підприємництва:

По-перше, система освіти:

- відсутність пропозиції: дистанційне навчання ввели, але розробку онлайн курсів ще не опанували, тому ця ніша залишилася вільна для шарлатанів;

- відсутність маркетингу: невміння просувати освітній продукт при високому рівні його теоретизації та недовірою громадян до наукових ступенів та вчених звань унеможливорює реалізацію;

- існуюча система підвищення кваліфікації науково-педагогічного персоналу дозволяє їм самим виступати споживачами освітніх послуг інфоциган.

По-друге, органи влади:

- продовжуються закулісні ігри: до освітніх програм залучаються «потрібні» люди, з яких ніхто і ніколи не вимагає ніякого кінцевого результату. Виконавець освітньої послуги отримує за відпрацьовані години, а відсутність очікуваних зрушень пояснюється інфантильністю та нездатністю до навчання слухачів;

- не встановлюють взаємодії з регіональними закладами освіти, які здійснюють підготовку фахівців, і могли би забезпечити необхідні освітні програми. Про те, що це можливо, свідчить досвід ЗУІ, в якому на комерційні основі на замовлення угорської туристичної ради здійснюється підготовка та перепідготовка екскурсводів.

По-третє, представники бізнесу:

- бажання отримати «чарівну» пігулку / пораду / рецепт, який дозволить швидко вирішити абсолютно всі проблеми, не вдаючись до фундаментальних змін у принципах і методах ведення бізнесу.

Треба відзначити, що представники бізнесу у більшості випадків дуже неохоче залучаються до освітніх проєктів. Проаналізувавши контингент освітніх курсів можна виділити кілька категорій споживачів:

- «ідеалісти-початківці», які вірять в успішність своєї ідеї і можливість її вигідно продати, незважаючи на те, що сама ідея сформульована досить поверхово;

- «вічні школярі» – люди, які з задоволенням поглинають інформацію в різних обсягах, але ніколи не доходять до етапу її практичного впровадження;

- «шукачі бонусів» – відразу визначають, чи буде грант чи інша винагорода проекту-переможцю, і за відсутності такої курси залишають;

- «група підтримки» з числа друзів / знайомих / родичів тренера / коуча / ментора / організатора;

- «люди нетворкінгу» – ті, хто розраховує на цікаві знайомства.

Як показує практика. якщо бізнесмен відчуває потребу в додатковій інформації / освіті, він діє трьома шляхами:

1) знаходить іншого бізнесмена і звертається до нього зі своїм кейсом;

2) знаходить по рекомендаціям вузькоспеціалізованого консультанта, який відповідає за кінцевий результат;

3) визначає в чому суть проблеми (звужує до максимально можливого стану) і шукає відповідь в Інтернеті. В будь-якому разі не вкладає свій час у сумнівні освітні курси, тому що він свій час цінує.

Очевидно, що можна дати кілька рекомендацій, яким чином відрізнити з першого погляду інфоциганщину від якісних освітніх послуг, але проблема в тому, що псевдо-тренери, коучі, ментори відразу придумують нові «фішки». До тих під, поки не будуть напрацьовані партнерські стосунки між владою, закладами освіти та бізнесом, інфоциганщина буде процвітати.

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

**СТАЛІЙ РОЗВИТОК ТУРИЗМУ НА
ЗАСАДАХ ПАРТНЕРСТВА: ОСВІТА,
НАУКА, ПРАКТИКА**

**Матеріали II Міжнародної
науково-практичної конференції**

Оригінал-макет видавництва Львівського торговельно-
економічного університету

Комп'ютерне верстання *Ю. Б. Миронов*

Підписано до друку 19.10.2021 р.
Формат 60x84/16. Папір офсетний.
Гарнітура Times New Roman. Друк на різнографі.
Ум. др. арк. 11,86. Облік.-видавн. арк. 8,34.
Тираж 100 прим. Зам. 48.

Видавництво Львівського торговельно-економічного університету
79005, м. Львів, вул. Туган-Барановського, 10. Тел. (032) 244-40-19.
e-mail: drook@ukr.net

Свідоцтво Держкомітету інформаційної політики, телебачення та
радіомовлення України
серія ДК № 5149 від 15.07.2016 р.

