

ISSN 2616-7603 (Print)
ISSN 2618-1460 (Online)

ВІСНИК

КИЇВСЬКОГО
НАЦІОНАЛЬНОГО
УНІВЕРСИТЕТУ
КУЛЬТУРИ
І МИСТЕЦТВ

Серія: Туризм

Науковий журнал

2019

Том **2**
Vol. **2**

№ **2**

Scientific journal

BULLETIN
OF KYIV
NATIONAL
UNIVERSITY
OF CULTURE
AND ARTS

Series in Tourism

Київський національний університет культури і мистецтв

Вісник Київського національного університету культури і мистецтв.

Серія: Туризм

Науковий журнал

У журналі висвітлюються актуальні питання теорії та методології туризму, наукові засади туризму заради сталого розвитку, інформаційно-інноваційна діяльність в туризмі, діяльність суб'єктів індустрії туризму на всіх рівнях управління, культурологічні проблеми розвитку туризму у сучасних умовах.

Рекомендовано до друку Вченою радою
Київського національного університету культури і мистецтв
(протокол № 5 від 15.11.2019 р.)

ГОЛОВНИЙ РЕДАКТОР

Володимир Антоненко, доктор географічних наук, професор, Київський національний університет культури і мистецтв, Україна

ВІДПОВІДАЛЬНИЙ СЕКРЕТАР

Плецан Христина, кандидат наук з державного управління, Київський національний університет культури і мистецтв, Україна

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ

Геннадій Балабанов, доктор географічних наук, професор, Національний авіаційний університет, Україна;

Дарья Басюк, доктор економічних наук, професор, Київський національний університет харчових технологій, Україна;

Володимир Великий, доктор історичних наук, професор, Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, Україна;

Олександр Вітченко, доктор географічних наук, професор, Білоруський державний університет, Білорусь;

Алла Гаврилюк, кандидат наук з державного управління, доцент, Київський національний університет культури і мистецтв, Україна;

Йозеф Затко, доктор габілітат, Європейський інститут дистанційної освіти, Словачка;

Сергій Захарін, доктор економічних наук, професор, Київський національний університет культури і мистецтв, Україна;

Ілін Лі, PhD, Тяньцзиньський університет іноземних мов, Китайська Народна Республіка;

Ольга Любіцева, доктор географічних наук, професор, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Україна;

Анатолій Польовий, доктор географічних наук, професор, Одеський державний екологічний університет, Україна;

Сергій Попович, кандидат історичних наук, Національний університет фізичного виховання і спорту України, Україна;

Лариса Чепурда, доктор економічних наук, професор, Черкаський державний технологічний університет, Україна;

Ірина Черниш, доктор економічних наук, доцент, Полтавський національний технічний університет імені Юрія Кондратюка, Україна.

ЛІТЕРАТУРНИЙ РЕДАКТОР

Наталія Толубець

РЕДАКТОР АНГЛОМОВНИХ ТЕКСТІВ

Наталія Сарновська

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ РЕДАКТОР

Галина Стешенко

ДИЗАЙН ОБКЛАДИНКИ

Євгеній Дорошенко

ТЕХНІЧНЕ РЕДАГУВАННЯ

ТА КОМП'ЮТЕРНА ВЕРСТКА

Оксана Бережна

Науковий журнал відображається в таких базах даних: BASE, Central and East European Index, Crossref, DOAJ, Google Академія, OpenAIRE, Polska Bibliografia Naukowa (PBN), ResearchBib, ROAD; довідник наукових ресурсів відкритого доступу, Scilit, Index Copernicus Journals Master List, Journal Factor, Ulrich's Periodicals Directory, WORLDCAT, Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського, Наукова періодика України (УПАН).

Найменування органу
реєстрації друкованого видання

ISSN

Рік заснування

Періодичність

Засновник / адреса засновника

Адреса редакційної колегії

Видавництво

Сайт

E-mail

Телефон

Міністерством юстиції України видано Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації № 23122-12962 Р Серія KB від 25.01.2018

ISSN 2616-7603 (Print)
ISSN 2618-1460 (Online)

2018

2 рази на рік

Київський національний університет культури і мистецтв, вул. Є. Коновальця, 36, м. Київ, Україна, 01133

вул. Є. Коновальця, 36, каб. 806-б, м. Київ, Україна, 01042

Видавничий центр КНУКІМ, вул. Чигоріна, 14, м. Київ, Україна, 01042

tourism.knukim.edu.ua

tourism@knukim.edu.ua; tourism.visnykknukim@ukr.net

+38(044) 5228590

За точність викладених фактів та коректність цитування
відповідальність несе автор

© Київський національний університет культури і мистецтв, 2019
© Автори, 2019

Kyiv National University of Culture and Arts
Bulletin of Kyiv National University of Culture and Arts.
Series in Tourism
Scientific journal

The scientific journal covers the topical issues of theory and practice of tourism, the problems of regional development, the formation of a competitive personnel potential of tourism, attractiveness of tourism resources, the problems of information and innovation provision of tourism activities.

*Recommended for publication by the Academic Council
of Kyiv National University of Culture and Arts
(Minutes 5 of 15.11.2019)*

EDITOR-IN-CHIEF

Volodymyr Antonenko, Grand Phd in Geographic sciences, Professor, Kyiv National University of Culture and Arts, Ukraine

ASSISTANT EDITOR

Khrystyna Pletsan, PhD in Public Administration, Kyiv National University of Culture and Arts, Ukraine

EDITORIAL BOARD

Hennadii Balabanov, Grand PhD in Geographic Sciences, Professor, National Aviation University, Ukraine;

Daria Basyuk, Grand PhD in Economic Sciences, Kyiv National University of Food Technologies, Ukraine;

Volodymyr Velykochyi, Grand PhD in Historical Sciences, Professor, Vasyl Stefanyk Precarpathian National University, Ukraine;

Oleksandr Vitchenko, Grand PhD in Geographical Sciences, Professor, Belarusian State University, Republic of Belarus;

Alla Havryliuk, PhD in Public Administration, Associate Professor, Kyiv National University of Culture and Arts, Ukraine;

Yozef Zatko, Dr.h.c. mult. JUDr Honor. Prof., mult., European Institute of Postgraduate Education, Podhayska, Slovak Republic;

Serhii Zakharin, Grand PhD in Economics, Professor, Kyiv National University of Culture and Arts, Ukraine;

Inin Li, PhD, Tianjin Foreign Studies University, People's Republic of China;

Olha Liubitseva, Grand PhD in Geographical Sciences, Professor, Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine;

Anatolii Polovyi, Grand PhD in Geographic Sciences, Odessa State Environmental University, Doctor in Geographical Sciences, Ukraine;

Serhii Popovych, PhD in History, National University of Ukraine on Physical Education and Sport, Ukraine;

Larysa Chepurda, Grand PhD in Economics, Professor, Cherkasy State Technological University, Ukraine;

Iryna Chernysh, Grand PhD in Economics, Associate Professor, Poltava National Technical Yuri Kondratyuk University, Ukraine.

LITERARY EDITOR

Nataliia Tolubets

ENGLISH TEXTS EDITOR

Nataliia Sarnovska

BIBLIOGRAPHIC EDITOR

Halya Steshenko

COVER DESIGN

Yevhenii Doroshenko

TECHNICAL EDITING

AND COMPUTER LAYOUT

Oksana Berezhna

The scientific journal is displayed in BASE, Central and East European Index, Crossref, DOAJ, Google Scholar, OpenAIRE, Polska Bibliografia Naukowa (PBN), ResearchBib, ROAD: the Directory of Open Access scholarly Resources, Scilit, Index Copernicus Journals Master List, Journal Factor, Ulrich's Periodicals Directory, WORLDCAT, National Library of Ukraine named after V. I. Vernadsky, Scientific Periodicals of Ukraine (URAN).

Name of authority registration of the printed edition

ISSN

Year of foundation

Frequency

Founder / Postal address

Editorial board address

Publisher

Web-site

E-mail

Tel.

The certificate of Media Outlet State Registration KB № 23122-12962 P from 25.01.2018 issued by the Ministry of Justice of Ukraine

ISSN 2616-7603 (Print)

ISSN 2618-1460 (Online)

2018

twice a year

Kyiv National University of Culture and Arts, 36, Ye. Konovaltsia Str., Kyiv, 01133, Ukraine

36, Ye. Konovaltsia Str., Off. 806-b, Kyiv, 01042, Ukraine

KNUKIM Publishing Centre, 14, Chyhorina Str., Kyiv, 01042, Ukraine

tourism.knukim.edu.ua

tourism@knukim.edu.ua; tourism.visnyknukim@ukr.net

+38(044) 5228590

ЗМІСТ

ТЕОРІЯ ТА МЕТОДОЛОГІЯ ТУРИЗМУ

<i>Євген Козловський</i>	Теоретико-методичні засади управління проектами в сфері туризму	108
<i>Олександр Зараховський</i>	Культурна спадщина як туристично-екскурсійний ресурс: основні категорії та класифікаційні ознаки	117

СТАЛИЙ РОЗВИТОК
ТА АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ
СФЕРИ ТУРИЗМУ І РЕКРЕАЦІЇ

<i>Ігор Смирнов</i>	Географічні та логістичні аспекти стійкого розвитку урботуризму за умов поширення овертуризму	126
<i>Леся Устименко, Наталія Булгакова</i>	Оптимізація розвитку національно-орієнтованих видів туризму в межах культурологічних проектів на прикладі подієвого туризму	133

ПІДГОТОВКА КАДРІВ СФЕРИ ТУРИЗМУ:
ІННОВАЦІЇ ТА СУЧАСНІ ПРАКТИКИ

<i>Христина Плецан</i>	Компетентнісний підхід в системі освіти та професійного становлення фахівців-туризмознавців на сучасному етапі	142
<i>Тетяна Сокол</i>	Професійна підготовка туристичних гідів в Україні у світлі європейських вимог	157

ТУРИСТИЧНИЙ БІЗНЕС
ТА ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ В ТУРИЗМІ

<i>Сергій Захарін</i>	Організаційно-економічний механізм стимулювання розвитку сфери туризму, курортів та готельного господарства	164
-----------------------	---	-----

**ТУРИСТИЧНО-РЕСУРСНИЙ
ПОТЕНЦІАЛ ДЕСТИНАЦІЙ*****Алла Гаврилюк,
Наталія Янчук,*****Сучасна візія використання музичного твору «Щедрик» в обробці Миколи Леонтовича як туристичного ресурсу дестинації 178**

CONTENTS

THEORY AND METHODOLOGY OF TOURISM

- Yevhen Kozlovskiy* Theoretical and methodological basics of project management in tourism 108
- Oleksandr Zarakhovskiy* Cultural heritage as a tourist and excursion resource: main categories and classification features 117

SUSTAINABLE DEVELOPMENT
AND ACTUAL PROBLEMS IN THE SPHERE
OF TOURISM AND RECREATION

- Ihor Smyrnov* Geographical and logistic aspects of urbotourism sustainable development under the conditions of overtourism extension 126
- Lesia Ustymenko,
Nataliia Bulhakova* Optimizing the development of national-oriented types of tourism within cultural projects on the example of event tourism 133

TRAINING OF TOURISM HUMAN RESOURCES:
INNOVATION AND MODERN PRACTICES

- Khrystyna Pletsan* Competence approach in the system of education and professional development of tourism specialists at the present stage 142
- Tetiana Sokol* Professional training of tourist guides in Ukraine in the light of European requirements 157

TOURISM BUSINESS
AND INNOVATIVE ACTIVITIES IN TOURISM

- Serhii Zakharin* Organizational and economic mechanism of stimulating the development of tourism, resorts and hotel industry 164

**TOURIST-RESOURCE POTENTIAL
OF DESTINATIONS*****Alla Havryliuk,
Nataliia Yanchuk***Modern vision of using the music work
"Shchedryk" in the processing
of Mykola Leontovych
as a tourist resource destination

178

DOI: 10.31866/2616-7603.2.2.2019.189526

УДК 338.48:005.8

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ПРОЕКТАМИ В СФЕРІ ТУРИЗМУ

Євген Козловський*Кандидат наук з державного управління, доцент;**ORCID: 0000-0002-0878-6170; e-mail: ek2002@bigmir.net**Київський національний університет культури і мистецтв, Київ, Україна*

Анотація

У статті викладено теоретичні та методичні положення управління проектами в сфері туризму; запропоновано розгорнуте, більш досконале, визначення поняття «проект» для цієї галузі економіки. Представлено основні властивості туристичного продукту як об'єкта управління, показано взаємозв'язок життєвих циклів проекту і туристичного продукту як товару. Виділено та охарактеризовано базові складові управління проектами, визначено зміст та наведено класифікацію інвестиційних та інноваційних проектів в сфері туризму, розкрито сутність системи управління ризиками реалізації туристичних проектів.

Ключові слова: туризм; управління проектами; туристичний продукт; життєвий цикл проекту; інвестиції; інновації

108

Вступ

До теперішнього часу в Україні поняття «проект» використовувалося здебільшого в технічній сфері, як сукупність документації на певний об'єкт. З часом термін «управління проектами» став використовуватися ширше, наприклад, у різних напрямках виробничо-комерційної діяльності. Враховуючи цей факт, з'явилася необхідність застосовувати цей понятійний апарат у певних галузях економіки, зокрема, в сфері туризму.

Постановка проблеми

Наразі у світі визнано, що туризм є найбільш прибутковим і динамічним сектором економіки, який слід розвивати на комплексній, керованій, контрольованій та стійкій основі, застосовуючи принципи планування та проектного управління. Сучасному туристичному підприємству доводиться спрямовувати зусилля на розробку або вдосконалення нових продуктів чи послуг, сучасних технологічних процесів, організаційних структур, а також – збільшення обсягів

продажів, зниження витрат, поліпшення якості. Успішність цих напрямків діяльності залежить від ефективного застосування принципів проектного управління. Завдяки вдалому управлінню проектами в сфері туризму можливе збереження конкурентоспроможності у складному та динамічному світі сучасного туристичного бізнесу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Серед відомих вітчизняних дослідників, які присвятили свої наукові праці зазначеній проблемі, слід виділити таких, як: М. Г. Безпарточний, О. В. Березін (2014), Г. М. Калач (2010), В. К. Кіптенко (2010), Н. Д. Свірідова (2010), Т. Г. Фесенко (2012) та ін. Водночас, теоретичні та методичні положення управління проектами в сфері туризму вимагають додаткового наукового вивчення.

Мета статті полягає у здійсненні теоретико-методичного узагальнення принципів і методів управління проектами в сфері туризму, а також визначенні шляхів удосконалення даного управлінського процесу.

Виклад основного матеріалу

Поняття «проект» об'єднує різноманітні види діяльності, що характеризуються рядом спільних ознак, найбільш важливими з яких є наступні:

- спрямованість на досягнення конкретних цілей, визначених результатів;
- координоване виконання численних взаємозалежних дій;
- обмежена протяжність в часі, з певним початком і кінцем.

Отже, проект – це: завчасно запланований, обмежений у часі, захід, спрямований на створення унікального продукту або послуги за допомогою певних засобів і методів. Для туристичної діяльності ми можемо запропонувати розгорнуте, більш адаптоване до туризму, визначення проекту: це – система правильно встановлених цілей, які досягаються за рахунок застосування спеціальних технічних засобів і технологічних процесів через використання матеріальних, фінансових, трудових та інших ресурсів, а також – виконання управлінських рішень та організаційних заходів, обумовлених вказаними цілями. На основі нашого визначення, об'єктом проектування є туристичний продукт, а процес управління проектами – безпосереднє управління виробництвом туристичного продукту.

Управління проектом – це методологія організації, планування, керівництва, координації людських, фінансових і матеріально-технічних ресурсів впродовж проектного циклу, спрямована на ефективне досягнення цілей шляхом застосування сучасних методів і технологій управління для досягнення визначених у проекті результатів: за складом та обсягом робіт, вартістю, часом, якістю тощо.

Для ефективного управління проектами в сфері туризму необхідно розглянути властивості туристичного продукту як особливого об'єкта проектування. Туристичний продукт у глибокому розумінні – це економічне благо, що призначене для обміну, отже, туристичний продукт має товарну природу. Тому, для управління проектами в сфері туризму вкрай важливим є той факт, що ту-

ристичний продукт може споживатися лише у місці виробництва туристичних послуг.

Управління проектами передбачає розробку технології створення туристичного продукту. Такий продукт є товаром і характеризується власною споживною вартістю, тобто, корисністю та здатністю вгамовувати основні рекреаційні запити людей. Корисність туристичного продукту залежить від його цінності для туристів. Тому, туроператор має прагнути виготовлення такого туристичного продукту, який був би важливим для максимально великої кількості людей, адже, за можливістю, цей продукт має відповідати смакам масового покупця.

Визначальним елементом управління проектами в сфері туризму є життєвий цикл проекту. Будь-який проект, від виникнення самої ідеї до остаточного його закінчення, проходить низку послідовних етапів, а загальна тривалість усіх етапів є, по суті, життєвим циклом проекту (Фесенко, 2012).

Життєвий цикл туристичного проекту містить такі етапи:

Концептуальний етап. Збирання первинних показників. Аналіз вихідних даних. Визначення потреб у проекті. Формування цілі проекту. Головні вимоги до проекту. Учасники проекту. Необхідні ресурси. Визначення концепції та експертиза проекту. Утвердження концепції проекту.

1) Проектування туристичного продукту. Формування команди розробників проекту. Розвиток та конкретизація концепції. Визначення структури туристичного продукту. Розробка кошторису реалізації туристичного продукту.

2) Розроблення туристичного продукту. Оперативне планування робіт. Контроль за виконанням робіт. Розробка технологічних процесів створення туристичного продукту. Опрацювання ділових контактів. Юридичне оформлення господарських відносин. Визначення показників якості туристичного продукту. Калькуляція ціни туристичного продукту.

3) Завершальний етап. Планування процесу закінчення проекту. Апробація створеного туристичного продукту. Підготовка та набір персоналу для продажу туристичного продукту. Створення необхідних інструкційно-нормативних документів для учасників проекту. Уведення туристичного продукту в експлуатацію.

Отже, туристичний продукт, виступаючи в якості товару, має власний життєвий цикл, а тривалість і структура цього циклу встановлюється ринком – тобто, попитом покупців. На вказаний життєвий цикл впливають інші фактори: смаки і потреби споживачів, платоспроможність населення, реклама, міжнародна ситуація та ін. Після закінчення проекту створений туристичний продукт перетворюється у товар і стає предметом купівлі-продажу на туристичному ринку. А це означає, що остаточна ціна цього продукту визначається ринком як компроміс між попитом і пропозицією.

В системі управління проектами, зокрема й в сфері туризму, об'єктами управління стають також і складові даного проекту. Американський інститут проектного менеджменту PMI, що визначає світові стандарти у даній професійній сфері діяльності, виділяє наступні базисні складові управління проектами:

- управління змістом проекту, або предметний зміст проекту, яким є туристичний продукт із усіма власними складовими елементами;

- управління часом, тобто, забезпечення вчасного виходу туристичного продукту на ринок з метою його продажу;
- управління вартістю, тобто, дотримання кошторису витрат, необхідних на розробку туристичного продукту;
- управління якістю, тобто, утримання норм якості туристичного продукту відповідно до концепції «TQM – Загальне управління якістю»;
- управління людськими ресурсами, тобто, кадрове забезпечення проекту;
- управління інформаційними ресурсами, тобто, інформаційне забезпечення проекту (Калач, 2010).

Досліджуючи класифікацію туристичних проектів, можна виокремити спеціальні різновиди проектів, які абсолютно можуть бути адаптованими до умов туристичної діяльності, а саме:

- інвестиційний проект – проект, що пов'язаний з необхідністю відповідних капітальних вкладень у створення та розвиток туристичних підприємств;
- інноваційний проект – проект, що пов'язаний з розробкою новітніх туристичних продуктів або певних їх складових – туристичних послуг, нових напрямків;
- міжнародний проект – проект, у розробці та реалізації якого беруть безпосередню участь зарубіжні партнери (Кіптенко, 2010).

Реалізація проектів, зазвичай, пов'язана з інвестиціями, які можуть вкладатися як на стадії створення, так і в процесі роботи туристичного підприємства. За видами інвестиційні проекти в сфері туризму можна умовно поділити на наступні групи:

- розробка і продаж продукту інтелектуальної власності;
- створення і впровадження технічних засобів та елементів «ноу-хау»;
- реконструкція і будівництво;
- підготовка і підвищення кваліфікації кадрів;
- створення і впровадження малих виробництв;
- організація нетрадиційних форм туризму та ін.

Інвестиційні проекти, пов'язані зі створенням і впровадженням інтелектуального продукту, реалізуються здебільшого на початковому етапі функціонування підприємства, а більш капіталомісткі – у процесі накопичення фінансових ресурсів. Деякі інтелектуальні інвестиційні програми фінансують різні зарубіжні фонди та банки. Одночасно з такими видами інвестицій відбуваються: підготовка та підвищення кваліфікації кадрів, спеціалізовані конференції, симпозиуми, семінари тощо. Однак, цільове фінансування капіталомістких проектів за рахунок цих джерел практично не здійснюється. Потенційні джерела фінансування проектів можна поділити на чотири групи: власні засоби, позикові засоби, цільове бюджетне фінансування, інші джерела (зарубіжні фонди, благодійні кошти).

Реалізація інвестиційного проекту в нашій країні пов'язана з великим ризиком. Для отримання в банківській установі будь-якого кредиту, залучення потенційного інвестора, або власної впевненості у правильності вибраної стратегії необхідно зробити розрахунки комерційної частини проекту та його техніко-економічного обґрунтування.

Оцінка ефективності інвестиційного проекту здійснюється в умовах великої кількості змінних параметрів, до яких належать:

- політична, соціальна та економічна нестабільність;
- високий рівень інфляції;
- недостатній правовий захист інтересів інвестора та його капіталу;
- непередбачувані зміни нормативно-правової бази та ін.

За цих умов, реалізувати інвестиційний проект намагаються у мінімальний термін, який би зменшив ризик інвестора.

Під інвестиційною політикою туристичного підприємства розуміється комплекс заходів, які забезпечують вигідне вкладення власних і позикових коштів, з метою забезпечення стабільної роботи туристичного підприємства у найближчій перспективі. Інвестиційна політика на підприємстві повинна формуватися, виходячи із стратегічних цілей, зазначених у бізнес-плані проекту. Вона має бути спрямована на забезпечення фінансової стійкості підприємства не лише на поточний момент, але й на найближче майбутнє. При розробці інвестиційної політики туристичного підприємства в нашій країні варто забезпечити повну відповідність бізнес-заходів законодавчим та іншим нормативно-правовим актам, що регулюють інвестиційну діяльність в Україні.

Під час формування цілей інвестиційної політики слід враховувати:

- економічний і фінансовий стан підприємства сфери туризму;
- співвідношення позикових і власних коштів;
- технічні можливості виробництва;
- фінансові умови інвестиційних вкладень;
- економічну доцільність придбання обладнання;
- існування пільг, які можуть надаватися державою;
- можливості страхування основних ризиків (Козловський, 2007).

Безліч факторів, що характеризують здатність підприємств сфери туризму залучати інвестиційні кошти, перебувають поза їх контролем. Тому, бажано і потрібно впроваджувати заходи, які б забезпечили підприємству сфери туризму повний контроль над власною діяльністю і, таким чином, заохочували інвесторів робити капітальні вкладення.

Інноваційний проект можна визначити як комплекс пов'язаних, документально оформлених програм, узгоджених за ресурсами, термінами та виконавцями, що забезпечують ефективне досягнення конкретної інноваційної мети. Головне у цьому проекті – це упорядковане встановлення цілей і завдань для виготовлення або введення унікального інноваційного продукту. Управління інноваційною діяльністю є системою взаємозв'язаних подій, які обумовлені термінами, виконавцями, ресурсами, та спрямована на досягнення визначених цілей. Інноваційний процес містить комерційні, організаційні, технологічні, виробничі та інші заходи, що викликають потребу у запровадженні та розповсюдженні інновацій на підприємстві.

Інноваційні проекти можна охарактеризувати великим ступенем невизначеності на майже всіх стадіях реалізації, вони зовсім не застраховані від появи у будь-який час більш привабливої новинки. Навіть проекти, які вдало пройшли стадію впровадження у реальне виробництво, можуть бути відхилені ринковою

системою, тому їх реалізація може швидко зупинитися. Залежно від виду проекту, в процесі його провадження беруть участь не тільки комерційні структури, але й інші організації: наукові, державні та громадські установи, фінансові інститути тощо.

Управління інноваційними проектами в сфері туризму різниться від управління ординарними інвестиційними проектами лише тим, що потребує більш вичерпної оцінки ризиків та продуманого визначення шляхів їх запобігання. Для того, щоб прийняти аргументоване рішення, обрахувати обсяг необхідних інвестицій, потрібно зробити економічне обґрунтування або бізнес-план, у якому: встановлюються найбільш суттєві аспекти майбутньої інноваційної програми, розглядаються всі проблеми, що можуть виникнути, а також з'ясовуються можливі способи їх розв'язання. Бізнес-планування дозволяє вчасно виявити сильні та слабкі сторони підприємства, а також чітко визначити першочергові та другорядні завдання для подальшого їх розв'язання.

На розвиток інноваційної діяльності підприємств сфери туризму впливають такі чинники:

- економіко-технологічні (відсутність необхідних коштів для фінансування, відсутність належної матеріально-технічної бази, застаріла технологія);
- політично-правові (криміногенна обстановка, політична нестабільність, обмеження, що вводяться законодавчим шляхом);
- організаційно-управлінські (орієнтація на швидку окупність, надмірна централізація управління, відсутність координації інтересів у учасників інноваційних процесів);
- соціально-психологічні та культурні (протидія нововведенням, що надходить ззовні, страх невизначеності) (Свірідова, 2010).

Крім факторів зовнішнього середовища, що затримують інноваційні процеси, багато чого залежить від факторів внутрішнього середовища:

- стратегія і політика підприємства;
- присутність у колективі працівника-ініціатора;
- сприяння інноваційним ідеям з боку керівництва;
- всестороння підтримка творчості та експериментів;
- використання різних мотиваційних систем;
- наявність спеціалізованого підрозділу з реалізації нововведень;
- існування необхідних фінансових можливостей;
- наявність розвинутих комунікаційних систем;
- організаційна готовність підприємства до реалізації нововведень.

Використання новітніх технологій, складність вирішуваних завдань, систематична відсутність як у розробника проекту, так і у його виконавців необхідної кваліфікації – це основні чинники, які показують варіативність можливих ситуацій у виконанні туристичних проектів, а також невизначеність очікуваних результатів.

Завдяки цим, і багатьом іншим, чинникам хід реалізації етапів проекту та кінцеві його результати часто відрізняються від раніше встановлених планів. Одним із важливих заходів, що підвищує ймовірність успішного завершення туристичного проекту, вважається система управління ризиками реалізації

проектів. Йдеться про процедури ідентифікації та аналізу подій як запланованих, так і випадкових, а також їх наслідків. При цьому, метою є максимізація ймовірності появи сприятливих подій та їх позитивних результатів і мінімізація ймовірності виникнення несприятливих подій та негативних наслідків їх прояву.

Зрозуміло, що ризики реалізації існують в усіх туристичних проектах, але не завжди вони виникають. Ризик, що відбувся, зазвичай, перетворюється на проблему як поточну, так і майбутню. Тому, ризик реалізації проекту розглядається як виникнення деякої випадкової події, яка має ймовірнісний характер.

Вплив ризиків на реалізацію проекту в сфері туризму здебільшого стосується його майбутньої вартості, графіку виконання поточних завдань проекту, технічних чи експлуатаційних характеристик продукту проекту. Цей вплив може призвести до того, що туристичний продукт чи надана послуга тим або іншим чином перестане задовольняти замовника або клієнта. Тому, зазвичай, він має період дії від моменту настання несприятливих подій та їх прояву на подальші етапи проекту та до їх дієвого усунення чи самостійного зникнення (що майже не трапляється).

Управління ризиками у туристичних проектах – це набір процедур та дій, які дають змогу керівнику проекту передбачати потенційні ризикові події, їх виявляти та ідентифікувати, якісно і кількісно оцінювати, відстежувати та усувати як до появи несприятливих подій, так і під час виникнення проблем, а також ліквідувати наслідки від їх негативного прояву на подальший хід реалізації проекту.

Ризики реалізації туристичних проектів потрібно передбачати та виявляти ще до того, поки вони не перетворилися на проблему як локальну, так і глобальну, що найчастіше трапляється за умов сучасного нестабільного економічного та соціально-політичного розвитку країни. Завдання керівника проекту обрати такі дії, які дадуть змогу зменшити ймовірність виникнення несприятливих подій або пом'якшити негативні наслідки від їх прояву. При цьому, бажано, щоб витрати ресурсів на їх локалізацію та ліквідацію, у рамках усієї системи управління проектами, були мінімальними.

На терміни та вартість реалізації проектів можуть впливати ризики, які належать до майбутніх умов (наприклад, фінансових) або обставин (природних чи соціально-політичних), що знаходяться за межами контролю керівника проекту під час управління. Поява ознак несприятливих подій, як передбачених, так і не врахованих, при складанні попередніх планів, є безумовним сигналом до аналізу їх можливого впливу на поточний стан проекту, а також виконання всебічних дій з компенсації їх негативних наслідків.

Висновки

Об'єктом проектування в сфері туризму є туристичний продукт, тому, управління проектом в цій галузі економіки є управління виробництвом туристичного продукту. Для управління проектами в сфері туризму принципово важливим є те, що туристичний продукт може бути спожитий тільки в місці виробництва

туристичних послуг. Туристичний продукт як товар характеризується споживчою вартістю, тобто, користю або здатністю задовольняти певні рекреаційні потреби людей.

Ключовим елементом управління проектами в сфері туризму є життєвий цикл проекту. Кожен проект від виникнення ідеї до його завершення проходить низку послідовних етапів. Загальна тривалість всіх етапів і є життєвим циклом проекту. Туристичний продукт, як товар, має свій життєвий цикл, тривалість та структура якого визначається ринком – тобто, попитом споживачів. На вказаний життєвий цикл впливають інші фактори: смаки і потреби споживачів, платоспроможність населення, реклама, міжнародна ситуація та ін.

Розглядаючи класифікацію туристичних проектів, слід виділити спеціальні їх види, що цілком можуть бути адаптовані до умов туристичної діяльності: інвестиційний проект, тобто, проект, пов'язаний з необхідністю певних капітальних вкладень у створення і розвиток підприємств туристичної галузі та інноваційний проект, пов'язаний з розробкою нових туристичних продуктів або окремих їх складових – туристичних послуг, нових напрямків.

Одним із важливих заходів, що підвищує ймовірність успішного завершення туристичного проекту, вважається система управління ризиками реалізації проектів. Вплив ризиків на реалізацію проекту стосується його майбутньої вартості, графіку виконання поточних завдань, технічних чи експлуатаційних характеристик продукту проекту. Цей вплив може призвести до того, що туристичний продукт чи надана послуга тим або іншим чином перестане задовольняти замовника чи клієнта

Список бібліографічних посилань

- Березін, О.В., & Безпарточний, М.Г. (2014). *Управління проектами*. Суми: Університетська книга.
- Калач, Г.М. (2010). *Управління проектами*. Ірпінь: Національний університет державної податкової служби України.
- Кіптенко, В.К. (2010). *Менеджмент туризму*. Київ: Знання.
- Козловський, Є. (2004). Основні напрями розвитку міждержавної політики та управлінських засад у галузі туризму країн СНД. *Вісник Національної академії державного управління при Президентові України*, 4, 398-403.
- Козловський, Є.В. (2007). Проблеми формування інвестиційної політики в галузі туризму. В *Стратегія реформування системи державного управління на засадах демократичного врядування*, Матеріали науково-практичної конференції за міжнародною участю (Т.2, с. 165-167). Київ: Видавництво НАДУ.
- Свірідова, Н.Д. (2010). *Управління регіональним розвитком туризму*. Луганськ: Ноулідж.
- Фесенко, Т.Г. (2012). *Управління проектами: теорія та практика виконання проектних дій*. Харків: Харківська національна академія міського господарства.

References

- Berezin, O.V., & Bezpartochnyi, M.H. (2014). *Upravlinnia proektamy [Project management]*. Sumy: Universytetska knyha [in Ukrainian].
- Fesenko, T.H. (2012). *Upravlinnia proektamy: teoriia ta praktyka vykonannya proektnykh dii [Project management: theory and practice of performing project actions]*. Kharkiv: Kharkivska natsionalna akademiia miskoho hospodarstva [in Ukrainian].
- Kalach, H.M. (2010). *Upravlinnia proektamy [Project management]*. Irpin: Natsionalnyi universytet derzhavnoi podatkovoi sluzhby Ukrainy [in Ukrainian].
- Kiptenko, V. K. (2010). *Menedzhment turyzmu [Tourism management]*. Kyiv: Znannia [in Ukrainian].
- Kozlovskiy, Ye. (2004). Osnovni napriamy rozvytku mizhderzhavnoi polityky ta upravlins'kykh zasad u haluzi turyzmu krain SND [Main directions of development of interstate policy and tourism management principles of CIS countries]. *Bulletin of the National Academy of Public Administration under the President of Ukraine*, 4, 398-403 [in Ukrainian].
- Kozlovskiy, Ye.V. (2007). Problemy formuvannya investytsijnoi polityky v haluzi turyzmu [The problems of formation the investment policy in tourism industry]. In *Stratehiia reformuvannya systemy derzhavnoho upravlinnia na zasadakh demokratychnoho vriaduvannia [A strategy for reforming the system of public administration based on democratic governance]*, Proceedings of the International Conference (Vol. 2, pp. 165-167). Kyiv: Vydavnytstvo NADU [in Ukrainian].
- Sviridova, N.D. (2010). *Upravlinnia rehionalnym rozvytkom turyzmu [Management of regional tourism development]*. Luhansk: Noulidzh [in Ukrainian].

THEORETICAL AND METHODOLOGICAL BASICS OF PROJECT MANAGEMENT IN TOURISM

Yevhen Kozlovskiy

*PhD in Public Administration, Associate Professor; ORCID: 0000-0002-0878-6170; e-mail: ek2002@bigmir.net
Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv, Ukraine*

Abstract

The article presents the theoretical and methodological basics of project management in tourism, proposes an expanded, more sophisticated definition of the concept of "project" for this area of the economy. The fundamental properties of the tourism product as an object of management are presented, the relationship of project life cycles and the tourism product as a commodity are shown. The basic components of project management are identified and characterized is discovered, the content and the classification of investment and innovative projects in the field of tourism are given, the essence of the project risk management system in tourism is revealed.

Keywords: tourism; project management; tourism product; project life cycle; investments; innovations



This is an open access journal and all published articles are licensed under a Creative Commons «Attribution» 4.0.

DOI: 10.31866/2616-7603.2.2.2019.189527

УДК 338.483.12

КУЛЬТУРНА СПАДЩИНА ЯК ТУРИСТИЧНО-ЕКСКУРСІЙНИЙ РЕСУРС: ОСНОВНІ КАТЕГОРІЇ ТА КЛАСИФІКАЦІЙНІ ОЗНАКИ

Олександр Зараховський

Кандидат культурології; ORCID: 0000-0003-4263-7870; e-mail: zarakhovskyi@gmail.com
Київський національний університет культури і мистецтв, Київ, Україна

Анотація

У статті розглянуто основні категорії культурної спадщини в контексті її використання у туристичній галузі. Також, проаналізовано різні підходи вчених до класифікації культурної спадщини як туристичного ресурсу. Виділено основні ознаки, які використовуються в цих класифікаціях, а саме: рівні залучення об'єктів культурної спадщини до туристсько-екскурсійної діяльності, її роль у культурному житті соціуму, особливості її територіальної організації тощо.

Ключові слова: культурна спадщина; туризм; туристичний ресурс; класифікація; функції

Вступ

Постановка проблеми. Культурна спадщина володіє стабілізуючою властивістю у критичні моменти пошуку суспільством культурної або національної ідентичності. Традиції, звичаї, життєвий уклад суспільства виражаються в унікальній культурній спадщині, яка знаходить власне втілення в духовних традиціях, а також матеріальному – пам'ятниках попередніх епох. Елементи культурної і соціальної спадщини передаються з покоління в покоління і зберігаються протягом тривалого часу, що утворює самобутність того чи іншого народу, нації, спільноти. Культурна спадщина є необхідною складовою культурної та національної ідентичності. Як одна зі складових культури, вона концентрує в собі інтегруючий потенціал, формуючи єдину систему цінностей, зразків поведінки, створює неповторний цивілізаційний світ. Культура – це потужний механізм антропологічного впливу, спосіб адаптації індивіда до культурних потреб суспільства, а також спосіб реалізації накопиченого національного досвіду і самореалізації особистості. Дослідженню феномена культурної спадщини в розрізі культурології, географії, філософії присвячено праці багатьох вітчизняних та іноземних авторів. Попри це, бракує робіт, присвячених аналізу та систематизації понятійно-категоріального апарату культурної спадщини як туристично-екскурсійного ресурсу.

Метою дослідження є аналіз основних категорій та підходів до класифікації культурної спадщини як туристично-екскурсійного ресурсу.

Аналіз останніх досліджень

У працях вчених Н. Недовича, Л. Беляєва, В. Горбика, С. Поповича, Т. Катаргіної, В. Корнієнка висвітлено окремі теоретичні та методологічні положення використання культурної спадщини у туристсько-екскурсійній діяльності. Географічний аспект проблематики представлений у роботах О. Бейдика та Н. Фоменка.

Виклад основного матеріалу

Важливим завданням в контексті дослідження культурної спадщини як туристично-екскурсійного ресурсу є виділення її основних категорій та класифікаційних ознак. Під категоріями культурної спадщини слід розуміти найбільш фундаментальні поняття про культурні закономірності, явища, процеси та зв'язки, сутнісні властивості культури, що виділяються дослідниками, на основі яких здійснюється систематизація культурних феноменів, що вивчаються, та розроблюються методології та методи їхнього пізнання.

Серед основних категорій культурної спадщини можна виділити наступні:

- культурні об'єкти (культурні риси, артефакти, форми культурної спадщини в їх речовому та символічному виразі);
- культурні процеси (генезис об'єктів культурної спадщини, її функціонування, її комунікація);
- культурні властивості (універсальність, унікальність, локальність, типовість, технологічність культурної спадщини);
- функції культурної спадщини (соціокультурна організація і регуляція, пізнання навколишнього світу, акумуляція, селекція та трансляція соціального досвіду, обмін інформацією);
- значення культурної спадщини (культурні смисли, оцінки і оціночні критерії, герменевтика і онтологія культурної спадщини);
- цінності культурної спадщини (вітальні, матеріальні, художні, ідеологічні, моральні, релігійні, соціальні) (Белокрыс, 2010, с. 43).

Функціональною одиницею культурної спадщини як туристично-екскурсійного ресурсу є об'єкт культурної спадщини. Тому, важливим завданням в контексті її дослідження є визначення поняття «об'єкт культурної спадщини».

З філософської точки зору, з точки зору епістемології, об'єкт – це категорія, яка виражає щось, що існує в реальній дійсності (тобто незалежно від свідомості) – предмет, явище чи процес, на які спрямована предметно-практична та пізнавальна діяльність суб'єкта (спостерігача).

Користуючись дефініцією культурної спадщини Е. О. Баллера, можна визначити поняття «об'єкт культурної спадщини» як певну культурну цінність, або сукупність таких цінностей, структурну одиницю системи культурної спадщини, отриману людством від минулих епох, що критично освоюється, розвивається

і використовується в контексті конкретно-історичних задач сучасності згідно з об'єктивними критеріями суспільного прогресу.

Під об'єктом культурної спадщини також можна розуміти одиничний об'єкт всередині сукупності (певного рангу) або саму сукупність (територіально обмежену) об'єктів матеріальної нерухокої культури народів, що мають особливу історичну, художню, естетичну і наукову цінність для забезпечення соціальної спадкоємності поколінь (Самсошко, 2009, с. 13).

Більш об'ємним поняттям є «територія культурної спадщини». Це поняття (Heritage Area) стало використовуватись у багатьох документах поч. XXI ст. Воно містить особливості місцезнаходження об'єкта, його зв'язок з місцевістю (ландшафтом, середовищем) (Самсошко, 2009, с. 13).

В узькому розумінні, територія культурної спадщини – певний простір земної поверхні, зайнятий комплексом прийнятих до вивчення об'єктів культурної спадщини, що співвідносяться з певними умовами природного і техногенного середовища, які потребують (за суб'єктивною думкою дослідника або по наявним даним) режиму особливої охорони, експлуатації і управління, а також володіють раніш встановленою культурною, історичною, естетичною або науковою цінністю (Самсошко, 2009, с. 14).

Одним з видів території культурної спадщини є культурний ландшафт. Більшість вчених погоджуються з тим, що культурний ландшафт – результат спільної творчості людини і природи. Культурні ландшафти мають велике значення в організації туристично-екскурсійних маршрутів, оскільки мають велику пізнавальну цінність та атрактивність. Важливою безсумнівною ознакою культурного ландшафту є своєрідність його структури, яка завдячує своїм виникненням діяльності людини (Самсошко, 2009, с. 14).

Класифікація об'єктів культурної спадщини є досить важливою для розуміння особливостей їх використання як туристично-екскурсійного ресурсу. Існують наступні підходи до класифікації об'єктів культурної спадщини (Николаєва, 2000):

- відповідно до тої сфери діяльності, з якою пов'язана та чи інша група об'єктів – спадщина наукова, технічна, художня (в т.ч. музична, літературна, архітектурна);
- відповідно до науки, для якої певний вид об'єктів спадщини є джерелом інформації – спадщина історична (в т.ч. археологічна, архівна);
- відповідно до специфічних завдань якої-небудь науки (соціологія та психологія намагаються класифікувати спадщину на основі її особистісного, суб'єктивного сприйняття – спадщина «жива» або «мертва», «пасивна» або «активна», спадщина як пам'ятник і спадщина як середовище);
- відповідно до прийнятого в пам'яткоохоронній діяльності поділу об'єктів на «рухомі-нерухомі» (основою цієї класифікації є законодавство, яке захищає об'єкти культурної спадщини).

Безумовно, справедливим є розділення культурних цінностей на рухомі та нерухомі об'єкти. До рухомих об'єктів відносяться предмети, що знаходяться в нерухомих об'єктах або виокремлені від них і здатні самі по собі представляти цінність. До нерухомих об'єктів відносяться місцевості природного, естетичного,

археологічного, історичного та іншого наукового значення; архітектурні споруди, ансамблі, що становлять наукову, меморіальну, художню та іншу культурну цінність (Михайлова, 2002, с. 37).

Відповідно до характеру використання в туристичній діяльності, об'єкти культурної спадщини можуть бути класифіковані наступним чином (Мазенкова, 2009, с. 31-32):

- об'єкти спадщини, які можуть бути використані тільки в наукових, культурно-просвітницьких та освітньо-виховних цілях (пам'ятки археології, зруйновані пам'ятки, пам'ятки монументального мистецтва, пам'ятні місця, меморіальні пам'ятники тощо);
- об'єкти, що використовуються в музейних, культурно-просвітницьких, освітньо-виховних цілях, які забезпечують їх оптимальну збереженість і доступність для екскурсійного огляду (цінні палацові, маєткові, монастирські культові будівлі і споруди, ансамблі та комплекси);
- об'єкти, що зберегли значною мірою своє функціональне призначення і можуть бути використані у сучасних умовах (адміністративні, торговельні, театральні споруди, пам'ятки житлової архітектури – міські та сільські будинки, пам'ятки промислової архітектури);
- об'єкти, що значною мірою втратили своє функціональне і історико-художнє значення: будівлі, зовнішній вигляд яких і внутрішній інтер'єр зазнали значних втрат. Заборонено влаштовувати в цих об'єктах склади, гаражі, зупинки, а також електростанції, заводи та фабрики, сховища шкідливих відходів тощо.

Важливим методологічним інструментарієм в контексті вивчення використання культурної спадщини в туристичній діяльності є її основні функції як туристично-екскурсійного ресурсу.

Науковцем А. Я. Флієром розроблена ієрархічна структура функцій культурної спадщини. Вчений розділяє ці функції за рівнями. До універсальної функції першого рівня відноситься забезпечення соціальної інтеграції людей, консолідації і ефективності їх взаємодії, накопичення, збереження і використання соціокультурного досвіду. До другого рівня відноситься функція культурної спадщини, як регулятора процесів взаємодії людей за допомогою історичної селекції, нормування та стандартизації найбільш вдалих елементів соціального досвіду та їхньої реалізації у роботі регулятивних механізмів конвенціональної властивості. А також цей рівень включає консолідацію та самоідентифікацію людей у колективі за допомогою вироблення на основі традицій спадщини спільних цілей та ідеалів їх спільного існування, групових інтересів і потреб відчуття солідарності особистості з колективом. Третій рівень пов'язаний з процесами використання культурної спадщини в інтересах культури демографічного відтворення членів суспільства, шлюбно-сімейних відносин, норм співжиття, стандартів фізичного розвитку і засобами трансляції соціального досвіду, культури пізнання і світогляду, традицій охорони здоров'я, норм відпочинку, традицій свят, звичаїв, обрядів та етикету. Наступні рівні пов'язані з диференціацією культурної спадщини. Тут виділяють спадщину духовної культури, екологічної культури, матеріальної культури, моральної, естетичної, політичної, традиційної тощо. Тобто, функції

культурної спадщини умовно можна розділити на такі основні групи: соціально-інтегративна, організаційно-регулятивна, інтегративна, пізнавально-комунікативна та рекреаційно-оціночна (Флиер & Полетаева 2008, с. 129-133).

Ю. А. Веденін виділяє наступні суспільні функції культурної спадщини, які вона виконує, будучи туристично-екскурсійним ресурсом:

- спадщина, як духовний та інтелектуальний потенціал нації, країни, що визначає її місце серед великих світових держав (видатні імена, відомі у всьому світі наукові, музичні і балетні школи тощо);
- спадщина, як основа сталого розвитку країни, що забезпечує ефективну адаптацію суспільством інновацій і перешкоджає виникненню дестабілізуючих процесів (сама недооцінка традицій і спадщини з однієї сторони і нестримне некритичне захоплення інноваціями може заважати закріпленню тих видатних досягнень, якими володіє історія країни);
- спадщина, як один з важливих і суттєвих чинників стійкості культурного ландшафту і навколишнього середовища (особливе значення охоронних історичних і природних територій, пам'яток культури та природи, традиційної культури природокористування);
- спадщина, як ресурс, що використовується у процесі соціально-економічного і соціокультурного розвитку країни (роль спадщини у розвитку туризму, особливе значення промислів);
- спадщина як основа розвитку особистості і виховання нових поколінь (особливе значення класичної освіти, краєзнавства у шкільній освіті) (Веденін, 1997, с. 4).

Найбільш розповсюджений підхід до типологізації феномена культурної спадщини є його умовне розділення на дві складові: матеріальну і духовну. Ця типологізація не є чіткою, оскільки в артефактах культури обов'язково міститься духовна компонента, а остання майже завжди виражається через речі матеріального світу (музичні інструменти, картини тощо).

Тобто, поняття культурної спадщини охоплює не тільки матеріальні об'єкти – носії цінних властивостей інформативності, експресивності і атрактивності. Культурна спадщина – це також складний комплекс знань, умінь, навичок і цінностей, що складають основу способу життя людей.

Цікавою є класифікація об'єктів культурної спадщини В. А. Квартальнова, головним критерієм якої є різні категорії туристичного потоку, тобто різні рівні залучення в життя спільнот:

- спадщина, що використовується переважно туристами (фестивалі, вистави, пам'ятки тощо);
- спадщина змішаного користування (менш значні історичні пам'ятки й музеї, театри, заповідники та інші);
- спадщина, що використовується переважно місцевим населенням (громадські споруди, культові об'єкти, кінотеатри, бібліотеки тощо) (Квартальнов, 2002, с. 70).

У межах географії культури склалося декілька підходів до класифікації культурної спадщини. Всі вони є важливими для наукового осмислення ролі та місця культурної спадщини в туристичних процесах.

Культурну спадщину можна класифікувати за окремими блоками: екологічна культура, політична культура, економічна культура, художня культура, етична культура, правова культура тощо. Кожний з цих блоків опирається на свою специфічну спадщину. Також спадщину класифікують на основі концепції територіальної організації культури і розділяють на рівні: всесвітня культурна спадщина, національна, міжрегіональна, регіональна і місцева (муніципальна) (Мазенкова, 2009, с. 33).

Ієрархічна класифікація культурної спадщини залежить від того, який підпростір культурного простору території розглядають. Для етногеосистем ієрархічна класифікація культурної спадщини буде представлена різними рівнями таксономування: а) мікосистеми культурної спадщини (культурна спадщина окремих етнічних поселень; поселень, де тривалий час проживає декілька етносів, в результаті чого виникає змішаність (гібридність) етнічних культур); б) мезосистеми культурної спадщини (культурна спадщина етносів і субетносів, що проживають на певній території); в) макросистеми культурної спадщини (вся культурна спадщина певного регіону) (Мазенкова, 2009, с. 33).

З точки зору зв'язку ландшафтної структури території з особливостями культурної спадщини остання може бути ареальною, лінійною, точковою, зональною тощо (Мазенкова, 2009, с. 33).

В основі класифікації Ю. А. Веденіна лежить уявлення про культурну спадщину, як про фундаментальну категорію, що визначає можливість формування самобутнього, стійкого і різноманітного культурно-ландшафтного простору, а також його використання в туристичній діяльності. За цією класифікацією існує три підходи до культурної спадщини: а) генетичний (спадщина, як носій історичної пам'яті, що визначає збереження самобутності національної або регіональної культури); б) екологічний (спадщина, як основа стійкого розвитку суспільства і біосфери); в) географічний (спадщина, як основа збереження культурної та природної різноманітності світу, країни, окремих регіонів, етносів, груп населення) (Мазенкова, 2009, с. 34).

Класифікація нерухомих об'єктів культурної спадщини А. А. Назарова висвітлює все різноманіття культурної спадщини, яка може використовуватися як туристично-екскурсійний ресурс:

1. Пам'ятки природи, які охоплюють геологічні та геоморфологічні (виступання порід, окремі валуни, форми рельєфу та ін.), гідрологічні й гідрогеологічні (річки, озера, струмки, мінеральні джерела), ботанічні (лісні масиви, окремі дерева), ландшафтні (лісові та болотні урочища). Тобто, природні пам'ятки складаються з фізичних та біологічних утворень, що мають універсальну цінність з точки зору естетики, або науки.

2. Пам'ятки культурно-природної спадщини: штучні форми рельєфу (кургани, вали, насипи, ями), штучні водойми, штучні насадження, акліматизовані види тварин і їх середовища існування, ґрунти.

3. Історичні населені пункти: поселення, які зберегли своє історичне середовище, зв'язок з природним оточенням, планувальну структуру. Це особливі елементи спадщини регіону, що володіють фізичною, історичною, естетичною і символічною цінностями та містять у собі великий об'єм історичної та культурної інформації.

4. Архітектурні пам'ятки – культові, воєнної архітектури, цивільної архітектури та малі форми.

5. Історичні пам'ятки або пам'ятні місця до яких відносяться місця або споруди, пов'язані з історичними подіями, життям відомих історичних діячів, а також представників літератури та мистецтва (Назаров, 2005, с. 17).

Висновки

Встановлено, що нині найбільш вагомою категорією культурної спадщини, що використовується в туристичній галузі, є «територія культурної спадщини» (Heritage Area). Саме це поняття найбільш повно відображає широкий контекст використання об'єкта культурної спадщини як туристичного ресурсу, його нерозривний взаємозв'язок з природним та соціально-історичним середовищем. З'ясовано, що найбільш принциповими ознаками, на які спираються вчені при класифікації культурної спадщини, інтегрованої в туристичну діяльність, є характер (та рівень) її використання в туризмі; функції, які вона виконує, будучи туристично-екскурсійним ресурсом; особливості її геопросторової організації.

Наголошено, що розширення теоретико-методологічних засад залучення культурної спадщини в туристсько-екскурсійну діяльність є важливою передумовою практичного її освоєння як інструменту патріотичного виховання, економічного збагачення держави та сталого розвитку туризму.

Список бібліографічних посилань

- Белокрыс, М.А. (2010). *Музыкальная жизнь г. Кяхты ("Песчаная Венеция") как феномен культурного наследия*. (Диссертация кандидата культурологии). Восточно-Сибирская государственная академия культуры и искусств, Улан-Удэ.
- Веденин, Ю.А. (1997). *Современные проблемы сохранения наследия*. В *Культурное и природное наследие в региональной политике*, Материалы Республиканской научно-практической конференции (с. 4-9). Ставрополь: Ставропольский государственный университет.
- Квартальнов, В.А. (2002). *Туризм*. Москва: Финансы и статистика.
- Мазенкова, А.А. (2009). *Культурное наследие как самоорганизующаяся система*. (Диссертация кандидата философских наук). Тюменская государственная академия культуры и искусств, Тюмень.
- Михайлова, Н.В. (2002). *Государственно-правовая охрана историко-культурного наследия России во второй половине XX века*. (Диссертация доктора юридических наук). Юридический институт МВД России, Москва.
- Назаров, А.А. (2005). *Роль и место памятника в структуре историко-культурного наследия*. (Диссертация кандидата исторических наук). Волгоградский государственный медицинский университет, Волгоград.
- Николаева, Н.В. (2000). *Систематизация объектов наследия*. В *Материальная база сферы культуры* (Вып. 1, с. 73-100). Москва.

- Самсошко, Е.А. (2009). *Проблемно-программный подход к сохранению и использованию культурного наследия в субъектах Российской Федерации*. (Диссертация кандидата географических наук). Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург.
- Флиер, А.Я., & Полетаева, М.А. (2008). *Тезаурус основных понятий культурологии*. Москва.

References

- Belokrysov, M.A. (2010). *Muzikalnaia zhizn' g. Kiyakhty ("Peschanaya Venetsiya") kak fenomen kul'nurnogo naslediya [The musical life of Kiyakhta ("Sandy Venice") as a phenomenon of cultural heritage]*. (PhD Dissertation). East-Siberian State Institute of Culture, Ulan-Ude [in Russian].
- Flier, A. Ya., & Poletaeva, M. A. (2008). *Tezaurus osnovnykh ponyatii kulturologii [Thesaurus of the basic concepts of cultural studies]*. Moscow [in Russian].
- Kvartalnov, V.A. (2002). *Turizm [Tourism]*. Moscow: Finansy i statistika [in Russian].
- Mazenkova, A.A. (2009). *Kul'nurnoe nasledie kak samoorganizuiushchaya sistema [Cultural heritage as a self-organizing system]*. (PhD Dissertation). The Tyumen State Institute of Culture, Tyumen [in Russian].
- Mikhailova, N.V. (2002). *Gosudarstvenno-pravovaya okhrana istoriko-kul'nurnogo naslediya Rossii vo vtoroi polovine XX veka [State and legal protection of the historical and cultural heritage of Russia in the second half of the 20th century]*. (Doctoral Dissertation). Iuridicheskii institut MVD Rossii, Moscow [in Russian].
- Nazarov, A.A. (2005). *Rol i mesto pamiatnika v strukture istoriko-kul'nurnogo naslediya [The role and place of the monument in the structure of historical and cultural heritage]*. (PhD Dissertation). Volgograd State Medical University, Volgograd [in Russian].
- Nikolaeva, N.V. (2000). *Sistemizatsiya obektov naslediya [Systematization of heritage sites]*. In *Materialnaya baza sfery kultury [The material base of the sphere of culture]* (Issue 1, pp. 73-100). Moscow [in Russian].
- Samsoshko, E.A. (2009). *Problemno-programmnyi podkhod k sokhraneniui i ispolzovaniui kul'nurnogo naslediya v subektakh Rossiiskoi Federatsii [The problem-program approach to the preservation and use of cultural heritage in the constituent entities of the Russian Federation]*. (PhD Dissertation). St. Petersburg University, St. Petersburg [in Russian].
- Vedenin, Iu.A. (1997). *Sovremennyye problemy sokhraneniia naslediya [Modern problems of heritage conservation]*. In *Kul'nurnoe i prirodnoe nasledie v regionalnoi politike [Cultural and natural heritage in regional politics]*, Proceedings of the Conference Title (pp. 4-9). Stavropol: Stavropol State University [in Russian].

CULTURAL HERITAGE AS A TOURIST AND EXCURSION RESOURCE: MAIN CATEGORIES AND CLASSIFICATION FEATURES

Oleksandr Zarakhovskiy

PhD in Cultural Studies; ORCID: 0000-0003-4263-7870; e-mail: zarakhovskiy@gmail.com

Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv, Ukraine

Abstract

The article deals with the main categories of cultural heritage in the context of its use in the tourism industry. Also, different approaches of scientists to the classification of cultural heritage as a tourist resource are analyzed. The main features that are used in these classifications are highlighted: levels of involvement of cultural heritage objects in tourism and sightseeing activities, its role in the cultural life of the society, features of its territorial organization, etc.

Keywords: cultural heritage; tourism; tourist resource; classification; functions



DOI: 10.31866/2616-7603.2.2.2019.189531
UDC 338.48-44(1-21)

GEOGRAPHICAL AND LOGISTIC ASPECTS OF URBOTOURISM SUSTAINABLE DEVELOPMENT UNDER THE CONDITIONS OF OVERTOURISM EXTENSION

Ihor Smyrnov

*Doctor of Geographical Sciences, Professor; ORCID: 0000-0002-6395-7251; e-mail: Smirnov_IG@ukr.net
Kyiv National Taras Shevchenko University, Kyiv, Ukraine*

Abstract

A new phenomenon in tourism in the early 21st century is overtourism, which reflects the acute nature of the problem of managing growing tourist flows, especially in urban areas. The increasing number of urban tourists increases the consumption of natural and tourist resources of cities, exerts socio-cultural influence and exerts pressure on urban infrastructure. Therefore, for urban tourism, it is now an important task to effectively manage the flow of tourists in cities to ensure the sustainability of integrated urban development.

Strategies, measures and proposals for sustainable urban tourism development include mandatory consideration of logistical and socio-geographical (regional) features of urban tourist destinations.

Keywords: urban tourism; overtourism; sustainable development of tourist destinations; logistics and tourist aspects of urbotourism

Formulation of the problem

Recently the term "overtourism" has appeared in the tourism literature, which reflects the acute nature of the problem of managing growing tourist flows, particularly in urban destinations. Today, more than half of the world's population is already living in cities, by 2050 this figure will reach 70%. The increasing number of urban tourists increases the consumption of natural and tourist resources of cities, exerts socio-cultural influence and increasing pressure on urban infrastructure. Therefore, for urban tourism, it is now an important task to effectively manage the flows of tourists in cities to ensure the sustainability of integrated urban development. The need for reconciling urban tourism with urban development is indicated by the "New UN Urban Development Program", which outlines 17 goals for their sustainable development. Strategies, measures and proposals to ensure the sustainable development of overtourism and urban tourism include mandatory consideration of logistical and socio-geographical (regional) features.

Analysis of recent research and publications

The relevance of this topic is confirmed by the study "Overtourism? Understanding and Managing Urban Tourism Growth Beyond Perceptions", commissioned by UNWTO and based on analysis of data from 8 European cities (Amsterdam, Barcelona, Berlin, Copenhagen, Lisbon, Munich, Salzburg, Tallinn) by experts from the Center for the Recreation, Tourism and Hospitality Expertise of University of Brad (Netherlands), European Tourism Institute of the Future of University of Stenden (Netherlands), with the support of the European Tourism Association and city authorities of respective cities. The perception of tourism and tourists by residents of European cities has been evaluated and Program of strategies (11) and measures (68) has been developed to prevent over-concentration of tourist flows in European cities. Their content was first disclosed in Ukraine in a recent publication by the author (Smyrnov, 2019).

The main material presentation

The dynamic development of urban tourism in the conditions of overtourism, which is now observed in the world, causes a number of problems, among which one can note the tourist overloading of cities, especially their central and historical sites; destruction of many historical and architectural sites and monuments; increasing of urban waste, including tourist waste; cases of intimate tourism; non-compliance with tourist safety rules in the areas of their accommodation and food with tragic consequences, etc. The connection with logistics (logistical aspect) is evidenced by using in overtourism and urban tourism context such terms as: tourist flow and its characteristics, in particular, magnitude, dynamics, rhythm, density, concentration and dispersion; capacity of tourist destination (one-time, daily, monthly, seasonal, annual); capacity of hotel base (number of placements, total and by category, capacity seasonal and annual); capacity of the restaurant base (number of seats, total and by categories, capacity seasonal and annual); transport and tourism potential (length of transport routes, including by modes of transport, quality of transport routes, including by categories, the density of transport routes, including by transport modes, capacity of transport infrastructure, by type of transport). At the same time, each term of overtourism has a socio-geographical (regional) dimension, that is, local differences, which require mandatory consideration in these logistic strategies and activities.

Therefore, urban tourism is becoming more and more popular in Ukraine and in the world today. It has its own peculiarities due to the high concentration of tourists in the limited area of cities, especially in their central and historical parts. In this connection, there is a problem of increasing the tourist load on the tourism resource base in cities (overtourism), which can lead to its deterioration and degradation. This problem can be solved with the help of a logistical approach to the sustainable development of urban tourism (Smyrnov, 2009). The attention to this problem in the scientific literature is still insufficient, although in the practical management of urban tourism development this problem is already well known and reflected in the development and adoption of relevant documents, for example, in Lviv, where the "Concept of tourism decentralization" was recently adopted within "Strategy for the development of

tourism in the city until 2021" (Smyrnov & Liubitseva, 2019). In particular, this concept involves the use of intangible cultural heritage in the course of tourist "unloading" of Lviv center (Market Square and Svobody Avenue) by 1) creating a "second center" of the city through more active involvement in tourism of Shevchenko Avenue with M. Hrushevsky Square (interesting objects here – the monument to M. Hrushevsky, the old building of the Lviv University (so-called "Habsburg University", now houses of geological and biological faculties of Ivan Franko LNU), the cafeteria "Shkotska" (Scottish – nowadays a restaurant), connected with activities here in the pre-war period of so-called Lviv "Mathematical School" under the leadership of S. Banah and S. Ulam; 2) expansion of the tourist territory of the city at the expense of peripheral sections – Sykhiv, Mayorivka, Lewandivka etc. (a guidebook "Tourist Sykhiv" is published); 3) launching "Lviv +" excursion with visits to towns close to Lviv, such as Zhovkva (former royal residence) and Drohobych (the home of the famous artist Bruno Schultz and the oldest salt works in Ukraine). We can add that the attention is paid too to the development of tourism in the city center but the requirement of its tourist unloading is fulfilled by a) development of an underground tourist route from Kornyakt Tower to I. Pidkova Square with the creation of underground city museum and restaurant in the underground of Town Hall; b) the opening of a new tourist route "Lviv Roofs" with visits to recently created restaurants on the top floors of the buildings on the Market Square ("Galicia's Highest Restaurant" and "Very High Cuisine Restaurant" – these conceptual establishments create a modern page of Lviv gastronomy development and belong to the well-known restaurant concern "iFEST").

128

In addition to the above material, we add that in Lviv it was planned to create a whole underground camp for tourists. Local MPs approved the Detailed Territorial Plan, which envisages the transformation of urban dungeons into tourist routes. But before that, the authorities of Lviv want to find out all the nuances of property rights to underground spaces and their suitability for walking. It is also already known that some of the dungeons need financial investments, as they need to be properly equipped and made safe for tourists. Lviv deputy mayor reported about these plans to the media: "Several underground routes are already in operating as excursion routes. Now it is about the next stage when other routes will be opened. But before doing this, some research should be done, for example, to take soil samples to determine its stability and so on. Also, the city is actively working on the creation of an underground museum of the city, which will have enough basements for excursions. It is also planned to conduct underground excursions under the most iconic monuments of Lviv, such as the Kornyakt Tower, the Dominican Cathedral, the Italian Courtyard, the Town Hall, the Rynok Square, Ivan Pidkova Square, St. Peter and Paul Church. In this case, individual sections of the underground route will get their names, it is possible that for the "underground" tourists will be created their information center and guides will work at these locations. Work will be done to strengthen the tourist trails, arrange ventilation, etc. so that tourists will be as comfortable and safe as possible. It will take about 5 years to complete the entire 800 m underground route, and the first phase will take about 1 year to complete. There are now separate underground locations in some churches, under the Town Hall on Rynok Square, so the goal is to connect them all in one route. The demand for underground excursions is projected to go wild, and

the excursions themselves will be by groups. Each guide can take an underground walk with up to 15 people. The practice has shown that there are many tourists who want to visit urban dungeons. By the way, excursions to the roofs of Lviv houses (they cost from 100 to 600 UAH) were an innovation, while underground excursions will be the next highlight for tourists. The residents believe that such excursions will be interesting for the citizens of Lviv as well.

Let's add, that visiting underground monuments is widespread in the world and has a huge success among tourists. For example, the underground city of Cappadocia in Turkey is included in the UNESCO World Heritage List, dating back to the 1st century B.C., and the UK has Burlington, an underground bunker city built by the government for a case of a nuclear war with hospital, church and even a pub. In Portland (USA) tourists can visit the Shanghai Tunnels, an underground system of roads paved near town part of Chinatown, with subways leading from the port to hotels and restaurants to deliver goods faster. But many people lived there permanently. There is an underground city in France, and it's Naur, built in the 19th century, which could accommodate up to 3,000 people. This city is located at a depth of 33 m and a total length of underground corridors – 2 km (Serov, 2019).

An urgent need in Lviv is to ensure the complete recycling of the total amount of urban waste, including tourist waste from restaurants and cafes too. It should be noted that the daily volume of waste in Lviv is 600 tons. Not surprisingly, Lviv's tourist record (2.6 million tourists in 2017 – the first place among Ukrainian cities) coincided with the "waste crisis" in this city. To solve this problem, Lviv is building a most modern waste proceeding plant in Ukraine. At the same time, in November 2018, local authorities restricted the use of plastic bags, and from April 9, 2019, a three-month educational company "Polyethylene-free" was launched in the city, according to which Lviv stores abandoned plastic bags, offering buyers alternative packaging. Lviv restaurants and cafes also use environmental and social approaches in their activities, including waste collection, reuse and recycling. So, a public organization "Tarilka" (Plate) was recently set up in Lviv, and it will propose unused meals and products from supermarkets, restaurants and cafes for homeless people. Such experience was borrowed from Germany. According to the State Statistics Service of Ukraine, Ukrainians annually emit approximately 7 mln tons of usable products worth UAH 5.5 billion. According to the waste amount, Ukraine ranks 9th in the world ranking, overtaking Germany or France, whose population is 1.5 – 2 times more. However, when some people throw away good products, others have nothing to eat. The non-governmental organization will collect food at various establishments and distribute food to the homeless – volunteers who collect food from supermarkets and restaurants every day will do so.

The Leopold Hotel, the Kumpel, Bachevskikh restaurants, the Rukavichka, and Blizenko supermarkets supported this social project in Lviv. Today "Tarilka" is looking for stellar and refrigerated storage to distribute food to homeless people, where the kitchen and dining area will be also. The mayor of Lviv A. Sadovyi promised help to this social project, because he sees prospects in this project. Some restaurateurs privately told the "Vysoky Zamok" newspaper, that they are practicing waste-free production, so they have no food remains. In spite of this, they also support the initiative of the public organization "Tarilka" (Derkach, 2019).

Another problematic aspect of urban tourism in conditions of overtourism was warned by American experts who assisted in the development of the "Lviv Tourism Concept": as soon as the city's tourism becomes dynamic and massive, among the guests of the city will appear those especially interested in intimate services (Derkach, 2019). What's the connection with logistics there? If there is less advertising from the side of the relevant establishments (night clubs, gentlemen's clubs, show bars, strip bars, etc.), the corresponding tourist flows will decrease.

In contrast to intimate tourism, Lviv has been actively developing conference tourism and blogging tourism for the last several years. In 2018 alone, 430 business events were held in the city, among them important international conferences, attended by about 100,000 participants, 11% of them foreigners and 82% from Ukraine. Conference tourism is very advantageous for the city of Lviv because one participant spends \$ 414 a day, accommodating participants in four-star and five-star hotels. Lviv was the first in Ukraine to set up a conference bureau in 2013.

In 2018 conference tourists spent almost UAH 900 mln in Lviv, including catering establishments earned UAH 206 mln, and business delegates spent UAH 150 mln for leisure and entertainment, and another 131 mln – for accommodation. The direct economic effect of this type of tourism amounted to UAH 775 mln in 2018, taxes were paid 188 mln UAH. At the same time 5.8 thousand people work in Lviv's conference industry. What Lviv lacks, are large conference halls for 5,000 participants, such as in Krakow and Poland. So there is a demand for international-level conference hotels. Then conference tourism would bring even greater profits and dividends to the city of Lviv.

Another recent trend in attracting tourists to Lviv, including foreigners, is to seek services of travel bloggers. "Availability, romance-atmosphere and price-quality ratio. The exquisite city looks like a traditional European capital, completed with cobbled streets, classical music festivals and high-profile literary festivities" – in such a way expert of the leading American newspaper "The Washington Post" describes the city of Lviv. That's for the first time the leading world edition wrote about Lviv. In recent years, travel bloggers have been travelling to Lviv to promote the city. Each year the city of Lviv is in the top rankings of the world and European cities worth to go on weekends or holidays. According to the head of the tourism department of Lviv city council, it is exactly tourism blogs that give Lviv more and more guests from all over the world. As a journalist wrote, his colleagues see the article's rating and come to explore the city even better. When a city is recognized, its name is capitalized for investment and investors who want to start a business come here. Therefore, there are many benefits from travel bloggers. One of them is a wide international promotion of Lviv. The locals themselves are also pleased to hear about their city in the world. Recently one of the Polish tourist sites wrote about Lviv. Polish experts focused on the city's emotional establishments – concept restaurants and cafes. They say it adds special charm to the city. Each restaurant has its own legend. Poles also point out that it is more interesting for people of old age to visit the Lychakiv Cemetery, but young people have other priorities – individual tours by the center. Our neighbors also notice "friendly prices" in shops, souvenir shops, cafes. It is noted that a good weekend can be spent here as there are direct flights from Gdansk to Lviv with ticket

prices from 500 to 1200 UAH. A blogger from Irish Dublin came to Lviv on the eve of Easter 2019. It was Ryanair's airline manager who wrote blogs about all the cities Dublin has direct flights to. He made videos about Lviv, studied its architecture and cuisine, as well as traditions. He arrived just before the holidays and saw the whole process of cooking, painting Easter eggs, and wadding. He visited Shevchenko Park and liked embroideries and kitchen there. Accordingly, his review article about Lviv is expected to be quite prestigious. Let's note that some travel bloggers call crazy amounts in Euro for their services. But Lviv works with them according to another scheme, when the city agrees with the business and, accordingly, the hoteliers rent bloggers for free, restaurants feed them free, the owners of tourist companies show the city free. Therefore, bloggers enthusiastically describe the tourist attractions of the city of Lviv and it does not cost too much. At the same time each blogger has its target audience, so its readers come to the city. For example, there are restaurant bloggers or hotel bloggers and there are bloggers, writing about literature and culture, so separate tour is formed for each blogger.

Another important problem is the need for increased security requirements for urban tourists. The main components of the solution to this problem are a) development of increased requirements for the safety of tourists in the conditions of overtourism, especially in terms of their accommodation and food; b) constant and strict control of the security of the living conditions of tourists, especially in apartments and private apartments; c) tight security control in the field of tourist food, with particular attention to the functioning and serviceability of the equipment of "street food" points in popular tourist locations; d) control of urban tourist transport, including tourist buses, sightseeing "trains", tourist coaches etc.

It should be noted that the Lviv authorities have already taken into account these proposals, so, since 2019, the mayor of Lviv has a deputy for security, who has under responsibility departments of waste management, emergency management, civil protection of population and city security management.

Conclusions

Thus, the dynamic development of urban tourism in the conditions of overtourism, which is now observed in Ukraine and the world, causes several, among which one can note the tourist overloading of cities, especially their central and historical sites; destruction of many historical and architectural sites and monuments; increasing of urban waste, including tourist waste; cases of intimate tourism; non-compliance with tourist safety rules in the areas of their accommodation and food with tragic consequences, etc. Most of these problems can be solved on the basis of geographical and logistical aspects of overtourism in cities. Accordingly, the geolistical approach proposed, in particular in the Concept of "Tourism Decentralization of Lviv", should be extended to all other aspects of the tourism industry of the city, including waste management, use of the latest technologies and attraction of national and international investments. These recommendations apply not only to Lviv but also to other cities – significant tourist centers of Ukraine – Kyiv, Odesa, Kharkiv, Dnipro, etc.

References

- Derkach, M. (2019, October 10-16). Smachna "Tarilka" dlia bezkhatkiv [Delicious "Plate" for the homeless]. *Vysokiy Zamok*, p. 9 [in Ukrainian].
- Ivanova, E. (2018). 50 ottenkov Lvova [50 shades of Lviv]. *Novoe vremya strany*, 19, 38-41 [in Russian].
- Serov, I. (2019, September 23). Vo Lvove okroyut vse podzemelya [All dungeons will be opened in Lviv]. *Segodnya*, p. 5 [in Russian].
- Smyrnov, I.H. (2009). *Lohistyka turyzmu [Tourism logistics]*. Kyiv: Znannia [in Ukrainian].
- Smyrnov, I.H., & Liubitseva, O.O. (2019). *Marketynh staloho turyzmu [Marketing of sustainable tourism]*. Kyiv: Lira-K [in Ukrainian].
- Smyrnov, I.H. (2019). Kontseptualni zasady stratehii staloho rozvytku urboturyzmu v umovakh overturyzmu [Conceptual bases of the strategy of sustainable development of urban tourism in the conditions of overtourism]. In *Ekonomika, oblik, finansy ta pravo v umovakh hlobalizatsii: tendentsii ta perspektyvy [Economy, accounting, finance and law in the context of globalization: trends and prospects]*, Collection of abstracts of reports of the international scientific-practical conference (pp. 65-70). Poltava: TsFEND [in Ukrainian].
- World Tourism Organization. (2018). *Overtourism? Understanding and Managing Urban Tourism Growth Beyond Perceptions*. Madrid: UNWTO. Retrieved from <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420070> [in English].

ГЕОГРАФІЧНІ ТА ЛОГІСТИЧНІ АСПЕКТИ СТІЙКОГО РОЗВИТКУ УРБОТУРИЗМУ ЗА УМОВ ПОШИРЕННЯ ОВЕРТУРИЗМУ

Ігор Смирнов

Доктор географічних наук, професор; ORCID: 0000-0002-6395-7251; e-mail: Smirnov_IG@ukr.net
Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ, Україна

Анотація

Новим явищем в туризмі на початку XXI ст. стає овертуризм, який відображає гостру суть проблеми управління зростаючими туристичними потоками, особливо у міських напрямках. Зростаюча кількість міських туристів збільшує споживання природних та туристичних ресурсів міст, чинить соціокультурний вплив та посилює тиск на міську інфраструктуру. Тому для міського туризму зараз важливим завданням є ефективне управління потоками туристів у містах для забезпечення стійкості інтегрованого міського розвитку.

Стратегії, заходи та пропозиції щодо забезпечення сталого розвитку міського туризму включають обов'язкове врахування логістичних та соціально-географічних (регіональних) особливостей міських туристичних дестинацій.

Ключові слова: урботуризм; овертуризм; стійкий розвиток туристичних дестинацій; логістичні та туристичні аспекти урботуризму



This is an open access journal and all published articles are licensed under a Creative Commons «Attribution» 4.0.

DOI: 10.31866/2616-7603.2.2.2019.189535

УДК 338.48-61:316.7

ОПТИМІЗАЦІЯ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНО-ОРІЄНТОВАНИХ ВИДІВ ТУРИЗМУ В МЕЖАХ КУЛЬТУРОЛОГІЧНИХ ПРОЕКТІВ НА ПРИКЛАДІ ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ

Леся Устименко^{1а}, Наталія Булгакова^{2а}¹ Кандидат педагогічних наук, доцент; ORCID: 0000-0003-2631-1459; e-mail: ustilesia@gmail.com² Викладач; ORCID: 0000-0001-8910-0574; e-mail: mrs.bulgakova@ukr.net^а Київський національний університет культури і мистецтв, Київ, Україна

Анотація

Метою дослідження є вивчення шляхів оптимізації розвитку національно-орієнтованих видів туризму в контексті реалізації культурологічних проектів на прикладі подієвого туризму. Методика. Проаналізовано основні підходи щодо реалізації культурологічних проектів засобами подієвого туризму у вітчизняній та зарубіжній літературі. Охарактеризовано основні тенденції розвитку подієвого туризму в Україні. Обґрунтовано доцільність оптимізації національно-орієнтованих видів туризму. Результати. Визначено основні шляхи оптимізації розвитку національно-орієнтованих видів туризму в контексті реалізації культурологічних проектів. Наукова новизна. Систематизовано основні заходи, їх форми та специфіка культурологічних проектів, що дозволить більш ефективно розвиватись національно-орієнтованим видам туризму в Україні. Практична значимість. Запропоновано певні рекомендації та інновації, які орієнтуються на використання закордонного досвіду оптимізації розвитку національно-орієнтованих видів туризму.

Ключові слова: національно-орієнтовані види туризму; культурологічні проекти; подієвий туризм

Вступ

Актуальність дослідження зумовлена зростанням інтересу до національно-орієнтованих видів туризму як цілісного поліфункціонального суспільно-економічного явища державного значення. З урахуванням важливості досліджуваної проблеми, незначної кількості розвідок з цієї тематики, а також, з огляду на об'єктивну потребу у вивченні сучасних національно-орієнтованих видів туризму, визначено необхідність оптимізації їх розвитку в межах державних культурологічних проектів.

Значної популярності у світі за останні десятиліття набирає розвиток такого перспективного напрямку туризму, як івентивний (подієвий), що здійснюється

методом мультиплікативного соціально-економічного ефекту відповідно до розробленої програми з організації та періодичного проведення на певній території великомасштабних освітніх, спортивних, культурних та розважальних заходів, ефективність яких залежить від обізнаності суспільства, статусу та престижу події.

Характерною рисою івентивного туризму є подорож із метою потрапити на певну подію, свято або видовище, а саме: музичні змагання, національні фестивалі та карнавали, театральні вистави, конкурси, різні змагання та чемпіонати, політичні акції, показ унікальних природних явищ, які приваблюють туристів.

Аналіз останніх досліджень

Теоретичні основи вивчення туризму як об'єкта наукового знання сформульовані в роботах багатьох українських учених: Балабанова Г., Бейдик О., Мальскої М., Ткаченко Т., та і ін. та іноземних дослідників: Александрової А., Батлер Г., Бартон Р., Боуен Д., Бхатті А., Джафарі Д., Квартальнова В., Котлер Ф., Маршал А., Майкенз Д., Реймерс Н., Гарріс Г., Холлоуей Д. та ін.

Національно-орієнтовані види туризму, окремі аспекти та напрямки їх розвитку, досліджували вітчизняні вчені: Великочий В., Доан П., Кузьмук О., Устименко Л.

Великочий В.С. (2011), зокрема, розглядав фестивалі як підвид й один з перспективних напрямів розвитку культурного туризму в Івано-Франківській області. Доан П.В. (2010) – світові перспективи фестивального туризму України. Кузьмук О. (б.р.) – культурний туризм як інструмент формування національної ідентичності.

Але в контексті нашого дослідження найбільш універсальним видом трансляції національної культури є подієвий туризм. Саме цей вид туризму обирається для найбільш ефективної реалізації національних культурологічних проєктів.

Подієвий туризм досить тривалий час не привертав уваги дослідників. Одним із перших, хто зацікавився зростаючою роллю «псевдоподій», створених для рекламних та політичних цілей, був американський історик і соціолог Даніель Бурстін (1960-і роки). Однак поширення практики подієвих заходів у провідних європейських містах настає тільки в 1970-х роках. А вже в 1980-х роках у західному академічному середовищі почали обговорювати подієвий туризм як окремий сегмент туристичного ринку. І намагалися визначити його вплив на місцеву економіку, обґрунтувати технології створення та просування продукту подієвого туризму, в тому числі, за допомогою маркетингових інструментів (Гетц Д., Річі Д. та інші). У період з 1990 по 2000 роки, подієвий туризм стає одним із лейтмотивів західноєвропейського туристичного дискурсу (Аллен Д., Гетц Д., Міллер Л., Прабха П., Робінсон М., Хокінс та ін.).

Невирішені проблеми

На даний момент подієвий туризм є найперспективнішим видом у світі, що динамічно розвивається та сприяє залученню споживачів туристичних послуг незалежно від сезону. На жаль, подієвому туризму в Україні не приділяється належна увага, і країна не використовує всі свої потенційні ресурси для економіч-

ного розвитку пріоритетних районів. Усі заходи позиціюються лише як культурна, спортивна чи розважальна подія, але не асоціюються як елементи подієвого туризму. Дослідження подієвого туризму все ще знаходиться на стадії розвитку та потребують більш детального вивчення.

Глобальне поширення інформації про подій, їх універсалізація з погляду економічного, соціального, культурного та політичного впливу сприяли підвищенню професіоналізму у досліджуваній сфері. Так, були засновані міжнародні професійні структури з організації заходів, наукові програми з вивчення мультиплікативного соціально-економічного ефекту від подієвого туризму.

В Україні вивчення подієвого туризму досі не отримало належного місця в науковій літературі. Але Бейдик О. О. звертає увагу у своїх роботах на необхідність використання «подієвих рекреаційно-туристичних ресурсів». Подієвий туризм як історико-культурне явище досліджує і Устименко Л. М. (2013). Давиденко І. виділяє подієвий туризм як важливий сегмент ринку та розкриває теоретичні основи його організації.

Подієвий туризм не став об'єктом належної уваги вітчизняних дослідників. Це повністю стосується його значного репутаційного потенціалу та здатності діяти як фактор формування привабливості туристичних дестинацій.

Метою дослідження є вивчення шляхів оптимізації розвитку національно-орієнтованих видів туризму в контексті реалізації культурологічних проектів на прикладі подієвого туризму.

Завданнями, згідно поставленої мети, є:

- вивчення джерел дослідження реалізації культурних проектів у контексті подієвого туризму;
- аналіз дослідження культурологічних проектів в Україні;
- визначення особливостей організації подієвого туризму;
- вивчення шляхів оптимізації реалізації культурологічних проектів за допомогою подієвого туризму.

Методи дослідження. Поставленні завдання вирішувалися за допомогою загальнонаукових методів:

- конкретно-пошукові – для виявлення, відбору, теоретичного аналізу, синтезу, класифікації, узагальнення друкованих джерел;
- історико-структурний – з метою визначення етапів суспільно-історичного розвитку;
- соціологічне дослідження – вивчення громадської думки про необхідність формування, позиціювання та формування туристичних брендів України шляхом реалізації культурологічних проектів засобами подієвого туризму.

Виклад основного матеріалу

Поняття «культура» можна визначити як сукупність матеріальних та духовних цінностей, створених людьми протягом всієї своєї історії, та різних форм діяльності (антична культура, українська, російська та ін.). Поняття культури також характеризує особливості свідомості, поведінки, активності людей у специфічних сферах суспільства (культура праці, спілкування, життя, політична тощо).

Закон України «Про культуру» визначає її як комбінацію матеріальної та духовної спадщини певної спільноти людей, накопиченої, закріпленої та збагаченої протягом тривалого періоду часу, переданого з покоління в покоління, включаючи всі форми мистецтва, культурної спадщини, культурних цінностей, науки, освіти та відображає рівень розвитку цієї спільноти (Верховна Рада України, 2010).

Культура сприяє створенню кращих умов життя та розвитку. Не зважаючи на свій внесок у розвиток економіки, культурні проекти постійно недофінансуються.

Термін «проекування» широко використовується в різних сферах суспільного життя. Це процес створення прототипу можливого об'єкта або держави. Різні варіанти цієї категорії переважно відображалися у проектуванні, архітектурі, технічних галузях, однак, у другій половині ХХ століття, проектування також почали використовувати в гуманітарній сфері. Мета проектування – перетворення реальності, коли створюються (або повинні бути створені) об'єкти, явища або процеси, що відповідають бажаним властивостям.

Класична позиція полягає в тому, що процес проектування складається з трьох етапів: розбіжності (розширення меж конструкційної ситуації, щоб забезпечити простір для пошуку рішень), перетворення (створення принципів і концепцій), конвергенція (вибір оптимального рішення з множини альтернатив).

Культурологічне проектування – це науково-теоретична та одночасно практична діяльність щодо створення проектів розвитку культурних систем, інститутів, об'єктів на основі культурного передбачення, прогнозування та планування їх культурних якостей і властивостей. Це дає можливості керувати культурними процесами і є вираженням того нового, що характеризує тенденції культурного розвитку. Тому культурологічне проектування пов'язане з інноваційною діяльністю і впровадженням соціальних інновацій.

Культурологічне проектування – це проектування культурних об'єктів, якостей, процесів і відношень. В основу культурологічного проектування мають бути закладені такі параметри:

- суперечливість культурного об'єкту;
- багатовекторність розвитку культурного об'єкту;
- множинність факторів його буття;
- суб'єктивні складові формування культурного очікування та прогнозу;
- фактори, що визначають різні критерії оцінки культурного об'єкта.

Слово «проект» походить від латинського «projectus», що означає «кинутий вперед». Витоки цієї концепції можна знайти в давньогрецькій культурі, в якій це означало «бар'єр, завдання, питання». Тобто, перешкоду на шляху того, хто йде, змушує зупинитись, задуматись та прийняти певні заходи. Як у житті, так і в думках, перешкоди пробуджують нові ідеї та рішення.

На думку В. А. Лукова, коли говорять про проект, то мають на увазі задуману конструкцію яких-небудь змін, котрі заздалегідь сплановані та можуть бути реалізовані. Це може бути подано у вигляді моделі, прообразу, в яких є обов'язковий вольовий компонент – налаштованість здійснити задум.

Проект містить концептуальну основу (опис ініціативи, його культурно-історичний зміст, гіпотези, оцінка їх новизни та можливі фактичні наслідки) та системно-організаційну частину (опис конкретних механізмів та етапів реалізації проекту).

Життєвий цикл культурологічного проекту можна розділити на мікроцикли:

- аналіз ситуації;
- розробка концепції проекту;
- планування проекту;
- його реалізація;
- виправлення проекту на основі результатів моніторингу;
- оцінка результатів та підведення підсумків проекту.

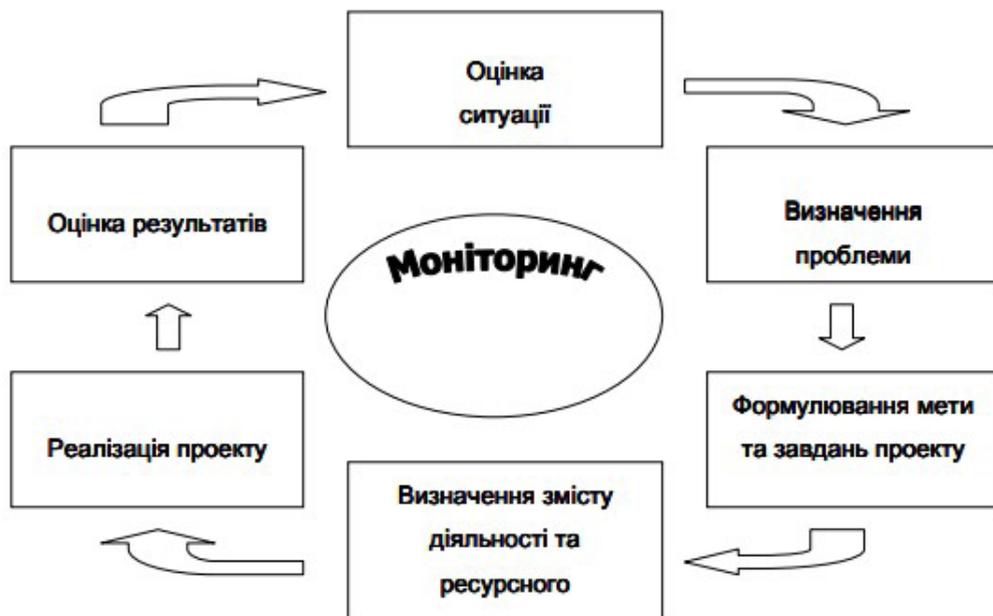


Рис.1. Загальна схема «життєвого циклу» культурологічного проекту

Аналіз ситуації проводиться з метою виявлення культурних проблем як протиріч між існуючим і бажаним. Кількість культурних проблем може коливатися від однієї до кількох, що, в свою чергу, вимагає виявлення тих проблем, вирішення яких є життєво важливими в культурно-педагогічній практиці. Це відбувається у процесі культурної діагностики.

Залежно від масштабності культурної роботи, культурна діагностика може бути реалізована на регіональному, місцевому та індивідуальному рівнях. На державному рівні предметом культурної діагностики є визначення культурних проблем, на рівні суспільства чи його окремих великих культурно-демографічних груп: діти, молодь, люди похилого віку, інваліди, національні громади тощо. В переважній більшості, такі діагностичні дослідження проводять науково-дослідні установи або спеціалізовані підрозділи. Наприклад, в Україні культурну діагностику на державному рівні проводить Інститут соціальних досліджень.

Культурологічна діагностика здійснюється за допомогою певного діагностичного інструментарію, в переважній більшості це – сукупність різних культурних методів.

Фінансове обґрунтування проекту повинно містити основні розрахунки необхідних коштів, фіксувати їхні джерела. Також, необхідно визначити заробітну плату тих, хто в ньому задіяний: менеджери, бухгалтери, виконавці, залучені фахівці тощо, або проект буде реалізовуватися на добровільній основі. Потрібно уточнити необхідну суму оплати приміщень, телефону, комунальних послуг, електронної пошти; вартість обладнання для вирішення завдань проекту; публікацій друкованих матеріалів, семінарів, тренінгів, тощо. Тобто, кожен вид діяльності в рамках проекту повинен бути розрахований і відповідати реальним цінам.

Наступним етапом «життєвого циклу» проекту є його планування – створення переліку певних дій та порядок реалізації проекту. Тут поняття проекту поєднується з організаційними діями: діяльність співвідноситься з цілями проекту, робота з наявними ресурсами, умовами виконання, виконавцями та розміром фінансування.



Рис. 2. Логіка побудови культурологічного проекту

Висновки

Таким чином, культурологічне проектування – це науково-теоретична та одночасно практична діяльність створення проектів розвитку культурних систем, інститутів, об'єктів на основі культурного передбачення, прогнозування та планування їх культурних якостей і властивостей. Це дає можливість керувати культурними процесами. Тому культурологічне проектування має бути пов'язане з національними пріоритетами та впровадженням соціальних інновацій.

Організація фестивальних дійств, фольклорних свят є однією з активних форм безпосереднього залучення іноземних туристів до країни або вітчизняних туристів у регіони. Унікальні тури фестивального туризму, що поєднують традиційний відпочинок з участю в національних, етнічних заходах регіону, країни, або місцевості поступово набувають дедалі більшої популярності. Фестивальний туризм (підвид подієвого) є показником і своєрідним каталізатором мистецького життя країни. Як свідчить світовий та український досвід, фестивалі визначають

напрямки розвитку мистецтва, формують нові ідеї, відкривають нові горизонти для творчої самореалізації.

Фестивальний туризм в Україні останнім часом набув широкого розвитку. Основною метою проведення фестивалів є поєднання традиційного відпочинку з участю у найбільш захоплюючих мистецьких дійствах. Фестиваль поступово набирає популярність. Фестивальний туризм – це атмосфера свята, що не закінчується, індивідуальні умови відпочинку та незабутні враження, що відбуваються в різних регіонах України, забезпечують його популяризацію, сприяють активному розвитку цільових туристичних поїздок. Щорічні фестивалі в Україні відвідують багато туристів з інших країн, тому що наша Батьківщина дуже гостинна.

Тому, подієвий туризм в Україні, в останні роки (2015–2019 рр.) починає поступово поширюватися за рахунок появи великої кількості регіональних та локальних подій. Такі великі міста, як: Київ, Харків, Одеса, Львів та Дніпро, періодично проводять заходи, приурочені до певного свята та певної тематики, що приваблює вітчизняних та іноземних туристів.

Аналізуючи закордонну культурну політику, варто окреслити загальні риси системи законодавчих і виконавчих механізмів, а саме: відстороненість держави від впливу на культурну сферу, незалежність більшості культурних установ; підтримка (фінансова, пільгова, податкова) установ, колективів, а не стовідсоткове утримання, фінансова допомога конкретним культурним проектам, в яких пільгові режими надаються некомерційним (культурним, освітнім, релігійним) організаціям; стимулювання недержавної форми підтримки культури, сприяння створенню та розвитку мережі благодійних організацій (фондів, агентств), основною метою яких є підтримка та розвиток культури; децентралізація управління у сфері культури.

Разом з тим, нормативно-правова база сфери культурної політики знаходиться на стадії реформування та вдосконалення. Окрім позитивних досягнень у цій галузі, існують певні прогалини. Порівняно з законодавством інших країн, в Україні прийнято понад 300 постанов щодо культурних питань. Такий широкий спектр законодавчих актів у багатьох випадках суперечливий.

Сучасний стан розвитку інститутів у культурологічній сфері характеризується критичним станом; слабкою матеріально-технічною базою закладів культури; низьким рівнем економічної та правової компетенції; відсутністю переосмислення «бюджетної свідомості»; складністю переорієнтації мислення та управління сферою культури; низьким рівнем соціального захисту працівників у цій сфері.

Вважаємо, необхідним є запровадження нових механізмів фінансування культурних організацій та проектів: розвиток механізмів фінансування культурних проектів на конкурсних засадах (грантових програмах), доступних культурним організаціям незалежно від форми власності та підпорядкування; подальший розвиток виробничої системи не тільки в кіно, але і в театрі (підприємстві) та концертному бізнесі; вдосконалення існуючої системи премій Президента для видатних художників та творчої молоді, інших проектів та програм фінансової підтримки; звільнення всіх таких грантів від оподаткування.

Таким чином, вивчення зарубіжного досвіду щодо реалізації культурологічних проектів за допомогою подієвого туризму є одним із важливих шляхів розвитку

вітчизняної культури і туризму. Значний досвід у практиці реалізації культурологічних проектів за допомогою подієвого туризму мають такі європейські країни як: Австрія, Бельгія, Велика Британія, Італія, Іспанія, Франція та інші. Важливим аспектом цієї практики є реалізація мультиплікаційного ефекту від подієвого туризму, адже розвиток цього виду туризму дозволяє вирішити проблеми сезонності в роботі туристичної індустрії (соціально-економічний ефект), краще вивчити свою культуру (пізнавально-освітній ефект), відродити традиції та нематеріальну культурну спадщину (культурологічний ефект), залучити населення до туризму (рекреаційний ефект) тощо.

Отже, очевидним є оптимізація розвитку національно-орієнтованих видів в межах культурологічних проектів, що, в свою чергу, створить позитивні умови для формування творчого середовища та соціально-економічного розвитку України.

Список бібліографічних посилань

- Великочий, В.С. (2011). Фестивалі як підвид й один з перспективних напрямів розвитку культурного туризму в Івано-Франківській області. В *Актуальні проблеми економічного і соціального розвитку регіону*, Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції (Т.1, с.7-10). Красноармійськ: Красноармійський індустріальний інститут ДонНТУ.
- Верховна Рада України. (2010). Про культуру: Закон України №2778-VI від 14 грудня 2010. Взято з http://mincult.kmu.gov.ua/mincult_old/uk/publish/article/136808.
- Доан, П.В. (2010). Світові перспективи фестивального туризму України. *Географія та туризм*, 3, 31-37.
- Зараховський, О.Є. (2019). Сучасний стан державної реєстрації українських нерухомих об'єктів культурної спадщини. *Культура і мистецтво у сучасному світі*, 20, 88-98.
- Кузьмук, О. (б.р.). Культурний туризм як інструмент формування національної ідентичності. Взято з <http://old.niss.gov.ua/Monitor/desember08/23.htm>.
- Устименко, Л.М. (2013). Подієвий туризм як історико-культурне явище. *Культура і сучасність*, 1, 88-92.

References

- Doan, P.V. (2010). Svitovi perspektyvy festyvalnoho turyzmu Ukrainy [World perspectives of festival tourism of Ukraine]. *Geography and Tourism*, 3, 31-37 [in Ukrainian].
- Kuzmuk, O. (n.d.). Kulturnyi turyzm yak instrument formuvannia natsionalnoi identychnosti [Cultural tourism as an instrument of formation of national identity]. Retrieved from <http://old.niss.gov.ua/Monitor/desember08/23.htm> [in Ukrainian].
- Ustymenko, L.M. (2013). Podiiyvi turyzm yak istoryko-kulturne yavyshe [Event tourism is a historical and cultural phenomenon]. *Kultura i suchasnist*, 1, 88-92 [in Ukrainian].
- Velykochyi, V.S. (2011). Festyvali yak pidvyd y odyn z perspektyvnykh napriamiv rozvytku kulturnoho turyzmu v Ivano-Frankivskii oblasti [Festivals as one of the promising directions for the development of cultural tourism in the Ivano-Frankivsk region]. In *Aktualni problemy ekonomichnoho i sotsialnoho rozvytku rehionu* [Current problems

of economic and social development of the region], Proceedings of the All-Ukrainian Scientific And Practical Conference] (Vol.1, pp.7-10). Krasnoarmiisk: Krasnoarmiiskiy industrialnyi instytut DonNTU [in Ukrainian].

Verkhovna Rada of Ukraine. (2010). Pro kulturu [About culture]: Zakon Ukrainy №2778-VI from December 14 2010. Retrieved from http://mincult.kmu.gov.ua/mincult_old/uk/publish/article/136808 [in Ukrainian].

Zarakhovskiy, O.Ye. (2019). Suchasnyi stan derzhavnoi reiestratsii ukrainskykh nerukhomykh ob'ektiv kulturnoi spadshchyny [The modern apartment of the state registration of the Ukrainian immobile objects of cultural heritage]. *Kultura i mystetstvo u suchasnomu sviti*, 20, 88-98 [in Ukrainian].

OPTIMIZING THE DEVELOPMENT OF NATIONAL-ORIENTED TYPES OF TOURISM WITHIN CULTURAL PROJECTS ON THE EXAMPLE OF EVENT TOURISM

Lesia Ustymenko^{1a}, Nataliia Bulhakova^{2a}

¹ PhD in Pedagogy, Associate Professor; ORCID: 0000-0003-2631-1459; e-mail: ustilesia@gmail.com

² Lecturer; ORCID: 0000-0001-8910-0574; e-mail: mrs.bulgakova@ukr.net

^a Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv, Ukraine

141

Abstract

The purpose of the study is to optimize the development of nationally oriented types of tourism in the context of the cultural projects' implementation on the example of event tourism. Methods. The main approaches in domestic and foreign literature to the realization of cultural projects through event tourism are analyzed. The main trends in the development of event tourism in Ukraine are described. The expediency of national-oriented types of tourism optimization is substantiated. Results. The main ways of optimizing the development of national-oriented types of tourism in the context of cultural projects are identified. Scientific novelty. The main activities, their forms and the specifics of cultural projects have been systematized, which will allow them to develop more effectively within their nationally oriented types of tourism in Ukraine. Practical importance. Definite recommendations and innovations based on the use of foreign experience to optimize the development of national-oriented tourism in the context of cultural projects on the example of event tourism are offered.

Keywords: national-oriented types of tourism; cultural projects; event tourism



This is an open access journal and all published articles are licensed under a Creative Commons «Attribution» 4.0.

DOI: 10.31866/2616-7603.2.2.2019.189540

УДК 338.48-051:378.016

КОМПЕТЕНТІСНИЙ ПІДХІД В СИСТЕМІ ОСВІТИ ТА ПРОФЕСІЙНОГО СТАНОВЛЕННЯ ФАХІВЦІВ-ТУРИЗМОЗНАВЦІВ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ

Христина Плецан*Кандидат наук з державного управління, доцент;**ORCID: 0000-0002-8179-7896; e-mail: k.pletsan@gmail.com**Київський національний університет культури і мистецтв, Київ, Україна*

Анотація

У статті проаналізовано теоретичні основи та особливості практико-орієнтованих підходів до реалізації компетентнісного підходу у підготовці та професійному розвитку фахівців сфери туризму; осмислено та розкрито поняття взаємообумовленості професіоналізму та конкурентоздатності фахівця-туризмознавця; виокремлено пріоритетні напрями професіоналізації успішності фахівця сфери туризму; представлено методики формування професійних стандартів на основі компетентнісного підходу в системі освіти та професійного становлення фахівця-туризмознавця; обґрунтовано висновок про те, що компетентнісний підхід є домінантним чинником реалізації успішності професійної діяльності фахівця-туризмознавця на сучасному етапі.

Ключові слова: кадровий потенціал; компетенція; компетентність; професійна діяльність; фахівець-туризмознавець; людський ресурс; конкурентоздатний фахівець; самореалізація; компетентнісний підхід; сфера туризму

Вступ

Конкурентоспроможність туристичного підприємства забезпечується низкою відповідних ресурсних чинників, ключовим з яких є людський ресурс. Успіх розпочатих процесів залежить від рівня професійної компетентності та морально-етичних якостей тих, хто їх здійснює. Вагомим акцентом таких змін є питання розуміння значущості професійного становлення фахівця-туризмознавця на основі реалізації компетентнісного підходу, що забезпечує формування високого рівня професіоналізму як пріоритетного інструменту конкурентоздатності на ринку праці. Загалом, проблематика компетентнісного підходу знаходиться у центрі уваги міжнародних організацій, що працюють у сфері освіти, зокрема: ЮНЕСКО, ЮНІСЕФ, ПРООН, Ради Європи, Організації європейського співробітництва та розвитку, Міжнародного департаменту стан-

дартів тощо. Так, концептуальні основи щодо реалізації компетентнісного підходу в умовах формування глобального інноваційного суспільства із збереженням досягнень та традицій національної вищої освіти, врахуванням державного стандарту і складових галузевої компоненти державних стандартів вищої освіти, регіональних особливостей при підготовці фахівців із впровадженням ступеневої структури освіти закладені в положеннях комюніке Європейської Комісії. А також, в цілях розвитку тисячоліття ООН, затверджених на Саміті 2000 року, де важливим компонентом стало запровадження проекту «Освітня політика та освіта "рівний – рівному"» (ПРООН), зініційовано низку дискусій, що стосуються модернізації змісту освіти на основі компетентнісного підходу та формування у молоді ключових компетентностей.

Увага міжнародної спільноти до визначення та стандартизації поняття «компетентність» є важливою ознакою сьогодення. Йдеться про спроможність людини кваліфіковано здійснювати діяльність, виконувати певні завдання або роботу; наявність відповідного набору знань, навичок, відношень, які дають змогу ефективно діяти, або виконувати функції, що сприяють досягненню певних стандартів у професійній галузі або виду діяльності (Міжнародний департамент стандартів навчання (IBSTPI)).

Актуальність дослідження підтверджується експрес-опитуванням щодо необхідності формування та розвитку конкурентоздатного кадрового потенціалу туристичного середовища крізь призму реалізації компетентнісного підходу.

Аналіз останніх досліджень

Проблема формування професійної компетентності вивчається та досліджується багатьма науковцями, зокрема: Б. Ананьєвою, Г. Атаманчуком Л. Виготським, В. Давидовим, А. Деркачем, Л. Карамушки, Г. Костюком, О. Клімовою, Н. Липовською, О. Леонотьевою, Б. Ломовою, О. Любіцевою, С. Максименко, О. Пахоменко-Куцевіл, Дж. Равена, Т. Ткаченко, Н. Шевченко та ін.

Невирішеними частинами загальної проблеми є з'ясування стану, викликів та тенденцій реалізації професійного становлення фахівців у сфері туризму України.

Метою дослідження є науково-практичне обґрунтування реалізації компетентнісного підходу в системі освіти та професійного становлення фахівців у сфері туризму України.

Наукова новизна статті полягає в удосконаленні теоретико-практичних досліджень реалізації професійного становлення фахівців-туризмознавців на сучасному етапі.

Виклад основного матеріалу

Проблема становлення професіоналізму фахівця-туризмознавця на основі реалізації компетентнісного підходу нині на часі. Адже саме від успішності функціонування середовища туризму в значній мірі залежить добробут окремої

людини і суспільства в цілому. Важливого значення набуває можливість досягнення особистістю конкурентоздатності в професійній діяльності. У даному контексті виникають питання досягнення та моделювання компетентнісно зорієнтованого фахівця-туризмознавця, детермінанти професійного зростання, адже загальною метою професійної діяльності особистості є досягнення конкурентоздатності, як відповідного показника реалізації конкретних цілей, планів, стратегій поведінки.

Компетентність, як і компетенція, є інтегральною характеристикою особистості, набутими нею якостями, де узагальнюючою категорією двох понять виступає діяльність. Компетенція є сферою відношень, що існують між знанням та дією у практичній, професійній діяльності фахівця. Таким чином, компетенція та компетентність є взаємодоповнюючими та взаємозумовлюючими поняттями: без знань немає компетенції – проте не кожне знання і не в будь-якій ситуації проявляє себе як компетенція. Для розуміння розглянемо семантику понять.

У «Новому тлумачному словнику української мови» слово «компетентний» визначено як тямущий; який ґрунтується на знанні; кваліфікований; який має певні повноваження; повноправний, повновладний (Бусел, 2005, с. 957). Так, компетенцію слід розглядати як знання, уміння і навички; компетентність – результат освіти та досвіду.

Бояцис Р. (2008) подає таке означення компетенції: «Компетенція – це здатність розв'язувати проблеми, що забезпечуються не лише володінням готовою інформацією, а й інтенсивною участю розуму, досвіду, творчих здібностей» (с. 56). «Певною мірою компетенції й компетентності використовуються, – зазначає М. Амстронг (2014), – у зв'язку з результатами навчання. Компетенція може в широкому значенні відноситися до здібностей, умінь, можливостей, навичок, розуміння тощо. Компетентна людина – це особистість із відповідними навичками, знаннями, уміннями й можливостями» (с. 145).

У свою чергу, Іванова С., підкреслюючи інтегрований характер цього поняття, запропонувала власне визначення поняття «компетентність» як: «здатність людини, необхідна для виконання конкретної діяльності у певній предметній галузі. Ця здатність передбачає наявність у людини таких якостей, рис і здібностей: вузькоспеціалізоване знання; особливі предметні навички; способи мислення; розуміння відповідальності за свої дії» (Іванова, Болдогоєв, Борчанинова, Глотова, & Жигилий, 2008, с. 59).

На думку експертів Ради Європи, компетентність передбачає «спроможність особистості сприймати та відповідати на індивідуальні і соціальні потреби», що потребує комплексу знань, умінь, ставлень, цінностей. Європейські фахівці також визначають поняття «компетентність» як «здатність застосовувати знання й уміння», що базується на особистих рисах. Експерти ЮНЕСКО трактують поняття компетентності як «поєднання знань, умінь, цінностей і ставлень» для застосування у повсякденній діяльності. Ґрунтовним науковим підходом відзначається розгляд поняття «компетентності» Міжнародною комісією Ради Європи, якою було сформульовано перелік ключових компетенцій з використанням логічно визначеного ряду: вивчати – шукати – думати – співпрацювати – діяти – адаптуватись (Connov & Pokora, 2007; "Public administration", 2016; "The Global Innovation Index", 2017).

Розглянемо взаємозв'язок понять «компетентність» і «компетенція». Важливим для теоретичного аналізу та практичного застосування є розуміння взаємозалежності між поняттями «компетентність» і «компетенція», де компетентність є результатом набуття компетенцій. При цьому компетенції сприймаються як «похідне, вужче від поняття «компетентність».

Насамперед, слід зазначити, що компетентність є результатом впровадження компетенції у компетентну діяльність. Компетентним можна стати, опанувавши певні компетенції і реалізувати їх у досвіді конкретної діяльності. Отже, на нашу думку, компетентність – це результат набуття людиною компетенцій, які дають їй змогу якісно виконувати трудові функції, успішно засвоювати знання, взаємодіяти з іншими людьми в різних ситуаціях, швидко адаптуватися до змін у професійній діяльності, набувати соціальної самостійності.

Доповненням вищезазначеного є думка про те, що компетенції трактуються як ресурси, що використовуються людиною для здійснення діяльності в конкретній ситуації та такі, що мають когнітивну, досвідну і поведінкову складові, що актуалізуються в діяльності та конкретному організаційному контексті.

Враховуючи специфіку сфери туризму, поняття «компетентність» слід розуміти як значення традиційної тріади «знання – уміння – навички», інтегруючи їх у єдиний комплекс – авторитетність, досвідченість, здатність фахівця-туризмознавця ефективно виконувати професійну діяльність. У свою чергу, компетентний – кваліфікований фахівець-туризмознавець, а компетенція – якість, коло повноважень менеджера в сфері туризму.

На наше глибоке переконання, формування професійно компетентного фахівця-туризмознавця вимагає розвитку всіх компонентів особистісного потенціалу: пізнавального, ціннісного, творчого, комунікативного, соціального, які обумовлюють сформованість основного мотиву розвитку потенціалу особистості – потребу в самодіагностиці, саморозвитку та самореалізації. Існує думка, що професійну компетентність варто визначати лише на основі базового стандарту, спираючись на такі ключові поняття, як: «кваліфікаційна характеристика», «модель спеціаліста», «професіограма». Проведений аналіз наукової літератури показав, що до змісту поняття «професійна компетентність» науковцями також включаються «професійно статусні можливості» зі здійснення державних, соціальних та особистісних повноважень у професійній діяльності. Серед професійно-статусних можливостей виділяють: адміністративно-правові (передбачають рівень адміністративної влади і повноважень фахівця у розв'язанні виробничих, економічних, фінансових, кадрових та інших питань діяльності підрозділу або організації загалом); інформаційні (передбачають певний обсяг службової інформації для реалізації своїх професійних функцій); економічні (передбачають певний рівень самостійності співробітника в економічній сфері діяльності).

Як показує практика, профіль компетентності складається з компетенцій, що стосуються: конкретної організації, професійної групи, посади, а також професійно важливих якостей особи, що обіймає цю посаду. Відповідно, до профілю компетентності включають: ключові компетенції, компетенції посади та компетенції професійного завдання. Ключові компетенції – це компетенції

над-індивідуального рівня, загально необхідні всім працівникам для успішної роботи на кожній посаді. До них відносять: усвідомлення цінностей організації, її стратегічної місії, підтримка корпоративної культури. Компетенції посади, або функціональні компетенції – це характеристики, які вимагаються від працівника на конкретній посаді. Вони є спільними для групи посад певного управлінського рівня і характеризують необхідні для працівника знання, уміння та навички. Компетенції професійного завдання – це характеристики, які стосуються специфіки роботи залежно від фахової спеціалізації і забезпечують спрямованість професійної діяльності на досягнення вимірюваних результатів.

Найважливіше місце у структурі профілю компетентності фахівця відводиться ключовим компетенціям. Їх розвиток забезпечує різні сфери життєдіяльності особистості, сприяє досягненню успіху, стимулює суспільну активність. Виділяють мотиваційні, соціальні та функціональні ключові компетенції. До категорії функціональних, на нашу думку, належить і професійна компетентність, під якою розуміється наявність необхідного для успішної реалізації професійної діяльності комплексу ставлень, цінностей, знань, умінь і навичок, які проявляються у забезпеченні соціальної та професійної самореалізації, можливості професійного самовдосконалення протягом усього життя.

Зміст поняття «професійна компетентність», у рамках соціально-економічного контуру, може розглядатися у контексті як широкого, так і більш вузького тлумачення. У широкому розумінні компетентність сприймається як ступінь соціальної і психологічної зрілості людини, що передбачає певний рівень психічного розвитку особистості, психологічну готовність до певного виду діяльності. Це дає змогу індивідові успішно функціонувати в суспільстві та інтегруватися у нього. У вузькому розумінні, компетентність розглядається як характеристика діяльності: міра інтегрованості людини у діяльність, що передбачає певну світоглядну спрямованість особистості, ціннісне ставлення до діяльності та її предметів (Турчинов, 1998, с. 67-75).

На основі аналізу наукової літератури, виокремимо розуміння поняття професійна компетентність фахівця сфери туризму як важливий аспект його професійної культури, здатність до здійснення стратегічних, аналітичних, організаційно-розпорядчих, консультативно-дорадчих, контрольних функцій та ефективної самореалізації в умовах практичної діяльності на підставі спеціальних знань, умінь, цінностей, необхідних для професійної діяльності у сфері туристичної індустрії.

Концептуально важливим для формування сучасного компетентного фахівця сфери туризму є раціональне використання творчого потенціалу, задоволення потреб, створення умов для досягнення конкурентоздатності та успішності професійної діяльності.

Розкриття потенціалу фахівців-туризмознавців залежить від їх активності, комплексу здобутих і сформованих особистісних якостей, котрі розглядаються науковцями як інтегральна характеристика результативності розвитку фахівців-туризмознавців, у процесі саморозвитку, що супроводжується реалізацією структури їх самосвідомості (див. рис. 1).

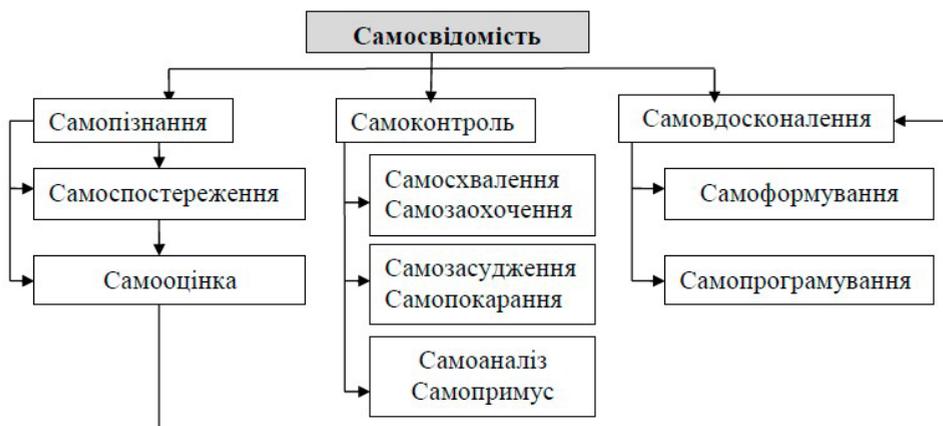


Рис. 1. Структура самосвідомості фахівців-туризмознавців

Наведена структура самосвідомості фахівців сфери туризму відображає основні складові та їх взаємозв'язків. Важливим чинником конкурентоздатності в професійній діяльності є рівень розвитку професійної самосвідомості як елемента, що здійснює регулюючу функцію розуміння власних можливостей і обмежень у здійсненні професійної діяльності.

Зазначимо, що самопізнання дає можливість корелювати потенціал задля досягнення ними мети у професійній діяльності шляхом самоспостереження та самооцінки. У зв'язку з цим, доцільно вказати, що чим сильніша впевненість фахівців-туризмознавців у своїх можливостях, тим вищий їх інтерес, статус, рівень успішності професійної діяльності.

На основі результатів проведеного експертного опитування, виокремимо рівні професійної компетентності фахівців-туризмознавців: низький, середній, високий, дуже високий. Зазначені рівні забезпечують діагностику визначення необхідності підвищення компетентності, професійної майстерності, стажування, проведення тренінгових програм і майстер-класів з тієї чи іншої проблематики, виявити претендентів для зарахування до кадрового резерву, стажування та підвищення на посаді. Чим вищий рівень професійної компетентності, тим вищий статус, конкурентоздатність фахівця-туризмознавця.

Цілком закономірно, що саморегуляція фахівців-туризмознавців визначає самооцінку результату, а саме – оцінку досягнутого і ступінь задоволеності досягненнями та самооцінку потенціалу, тобто, оцінку своїх професійних можливостей, що значно впливає на усвідомлену позицію і поведінку фахівців, а також підкріплюється їх самоконтролем: самосхвалення, самозаохочення, самопримус, самозасудження, самопокарання, самоаналіз.

Самовдосконалення фахівців сфери туризму – «Альфа й Омега» їх професійної компетентності. При цьому головна роль належить самоосвіті, яка розглядається як особистісне, професійне зростання; цілеспрямоване систематичне оволодіння знаннями й уміннями за власною ініціативою, з урахуванням індивідуальних інтересів і потреб особистості. Разом з тим, самоосвіта, самовиховання, саморозвиток,

самовдосконалення та самореалізація, як особистісні процеси, зокрема, їх безпосередні результати є основою формування і забезпечення успішності професійної діяльності в середовищі туристичного бізнесу.

У контексті викладеного, слід підкреслити, що феномен «професійної компетентності» є окремим об'єктом багатьох наукових досліджень. Наприклад, Т. Новікова зазначає, що наявність професійної компетентності передовсім засвідчує залученість людини до загальнокультурних цінностей – лише в такому контексті вона може повноцінно реалізувати себе як фахівець і професіонал. (Єрмаков, 2012, с. 41).

Відзначимо, що професійна компетентність фахівця-туризмознавця – це важливий аспект його професійної культури, здатність до здійснення стратегічних, аналітичних, організаційно-розпорядчих, консультативно-дорадчих, контрольних функцій та ефективної самореалізації в умовах практичної діяльності на підставі спеціальних знань, умінь, цінностей, необхідних для професійної діяльності у сфері туризму.

Звернемо увагу на те, що ідентифікацію професійних компетентностей варто розглядати як ключове завдання компетентнісно-орієнтованого підходу для забезпечення професійного розвитку фахівців-туризмознавців. Саме тому важливим є дотримання, при визначенні компетентцій, певних вимог до них. Зокрема, компетентції повинні: бути пов'язані зі стратегічними цілями туристичного підприємства; покривати весь поведінковий репертуар, необхідний для вирішення ключових робочих завдань; вирізняти високу та низьку якість виконання роботи; мати чіткі та ясні визначення; бути незалежними одна від одної; відображати мову і культуру туристичної організації.

У загальному значенні професійні компетентності необхідно розглядати, як: спеціальну компетентність; соціальну компетентність; особисту компетентність; індивідуальну компетентність. У свою чергу, поняття «ключові компетентності» розглядаються науковцями міжнародної спільноти як, з одного боку, спроможність особистості сприймати індивідуальні соціальні потреби, а з іншого – комплекс цінностей особистості, її знань і навичок.

Важливу роль в аналізі зазначеної проблеми відіграє модель компетентції, як теоретична система знань, умінь, навичок персоналу, яка забезпечує організацію реалізації завдань менеджменту. Вона уніфікує вимоги до співробітників і створює єдині стандарти функціонування, основу для оцінки та просування працівників.

Наведемо приклади моделей компетентцій світових стандартів (базові типи компетентцій).



Рис. 2. Модель компетентцій SHL



Рис. 3. Модель компетенцій S. Whiddett & S. Hoolyforde



Рис. 4. Модель компетенцій Society for Human Resource Management

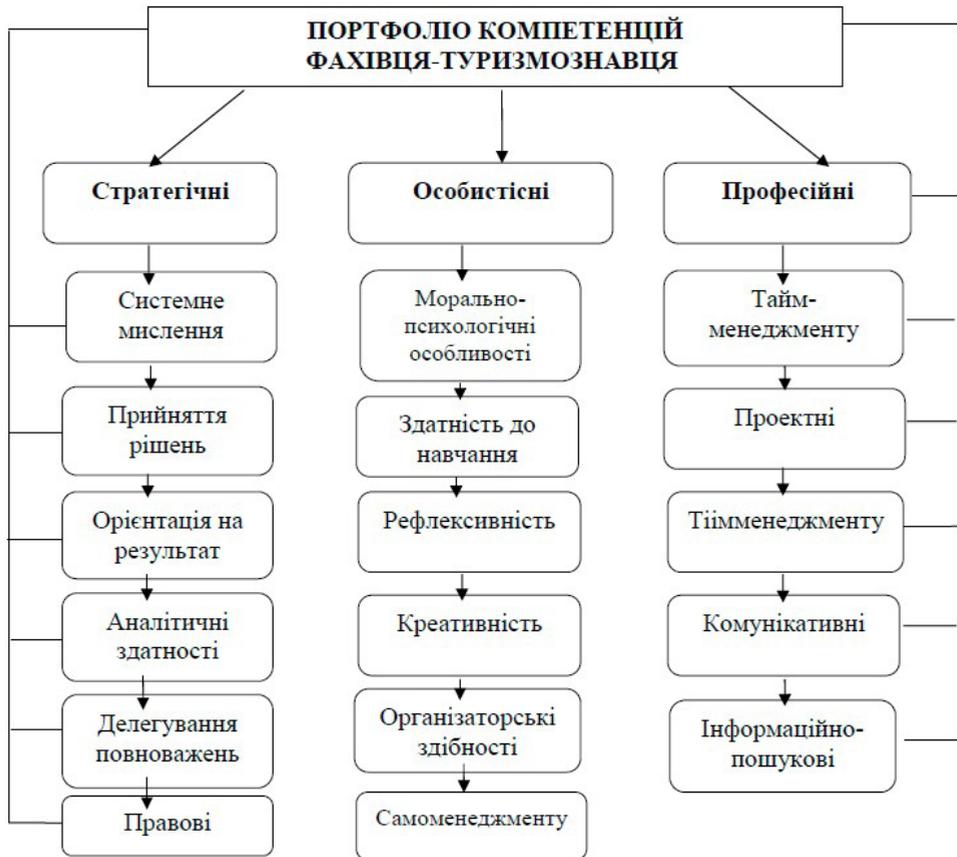
У контексті розгляду питання необхідно виокремити персональні компетенції, притаманні конкурентоздатному туристичному бізнесу (див. табл. 1).

Таблица 1

Персональна компетенція	Вимоги
Орієнтація на клієнта, його успіх	Повинен знати потреби клієнта (як зовнішнього, так і внутрішнього), бути основним носієм ідеї найбільшого задоволення клієнта, своїм прикладом формуючи відповідну культуру.
Приклад для інших	Повинен стимулювати використання нестандартних творчих підходів, захоплювати своїми ідеями інших, брати на себе відповідальність навіть тоді, коли на це ніхто не зважається.
Самореалізація в процесі	Завжди готовий брати під сумнів дійсний порядок речей, генерувати нові ідеї не тільки під час вирішення старих проблем, а й висувати конструктивні пропозиції щодо зміни реалій.
Ефективність керування командою	Залучає до своєї команди обдарованих людей, командний гравець, ефективно вирішує традиційні управлінські завдання (формулювання мети, визначення пріоритетів, делегування повноважень), цілком використовує потенціал членів команди для досягнення мети бізнесу, створює позитивну робочу атмосферу, що сприяє самореалізації й зростанню, бачить у кожному члені команди не підлеглого, а партнера, ставиться до кожного з повагою і довірою.
Постійне навчання	Активно удосконалює свої знання й уміння, підвищує свою компетенцію шляхом обміну знаннями як усередині команди, так і залучаючи їх ззовні; створює середовище, яке сприяє обміну знаннями усередині команди.

Відкритість, усунення бар'єрів	Бороться з бюрократією – за лаконічність, простоту і зрозумілість рішень і дій. Віддає перевагу сучасним засобам комунікації. Усуває бар'єри між підрозділами й персоналом, сприяючи тим найефективнішим стосункам між командами.
-----------------------------------	---

При цьому, важливу роль у формуванні та розвитку професійної компетентності відіграє «портфоліо компетентностей», яке слід розуміти як візитну картку, що формує уявлення про фахівця сфери туризму та можливість здійснити якісну оцінку результатів діяльності, створити подальший план розвитку (див. рис. 5).



При цьому, професійна компетентність фахівця-туризмознавця безпосередньо залежить від нього самого. Це дає можливість стверджувати, що усвідомлення фахівцем своєї місії, цілей, функцій та професійного майбутнього, шляхів професійного зростання забезпечить його успішність у професійній діяльності.

Спостерігається тенденція розуміння професійної компетентності у контексті самовизначення на основі прагнення до успішності; прагнення причетності, що є результатом впливу бажання бути залученим до певного професійного та соціального оточення і потреби у спілкуванні й допомозі іншим на основі набутих та засвоєних цінностей, норм і зразків поведінки фахівців сфери туризму.

Підсумовуючи вищезазначене, виокремимо професійні риси компетентного фахівця сфери туризму: компетентність у відповідній сфері; розуміння особливостей управлінської праці; загальна ерудиція та широта поглядів; чіткі особисті цілі; потяг до набуття нових знань; критичне сприйняття та осмислення дійсності; постійне самовдосконалення; пошук нових форм роботи; планування своєї роботи; творча натхненність та наставництво. На особливу увагу заслуговують ділові риси компетентного фахівця в сфері туризму, насамперед це: організаційна компетентність, наявність чітких особистих цілей, творчий підхід до організації колективу, спроможність управляти собою, уміння делегувати повноваження, уміння впливати на оточуючих, бути ініціативним та вирішувати оперативні проблеми.

Розроблення і впровадження моделі компетенцій є структуровано-організованим процесом, ґрунтованим на послідовній реалізації певних процедур. Аналіз і узагальнення теорії і практики формування моделі компетенцій персоналу дав змогу виділити два основні підходи до формування моделі компетенцій – традиційний та сучасний. Традиційний підхід формування моделі компетенцій (traditional approach) базується на методиці аналізу робіт (job analysis) і передбачає застосування таких способів: 1) формування моделі компетенцій, яка буде єдиною для усіх категорій співробітників організації, а на її основі будуть створюватися ідеальні компетентнісні профілі для усіх посад організації; 2) виділення двох груп компетенцій: перша група компетенцій має охоплювати усіх співробітників, а друга буде характерною лише для окремих посад. Традиційний підхід може бути реалізований за допомогою індивідуальних (психологічне тестування, структуроване інтерв'ю, репертуарні ґратки, метод критичних інцидентів, поведінкові шкали, метод «360 градусів», самометоди (самооцінка, самореєстрація) і групових (спостереження, анкетування, експертна оцінка, рольові ігри, асесмент-центр) методів дослідження.

Важливим показником професійної компетентності є здатність особистості реалізувати себе як професіонал. Професіоналізм – цілісне особистісне утворення, цілий комплекс особливостей людини; ступінь відповідності характеристик особистості й підготовленості до успішного здійснення професійної діяльності, можливості досягати найвищих результатів при її здійсненні (Зайчук & Нісімчук, 2012, с. 141); оволодіння основами і глибинами будь-якої професії (Бусел, 2005, с.1162).

Сутність професіоналізму фахівців-туризмознавців розуміємо як сукупність взаємопов'язаних та взаємообумовлених соціальних інститутів, яка за-

безпечує формування, виявлення та розвиток особистості, надання їй допомоги у професійному самовизначенні та професійній самоідентифікації, у застосуванні та формуванні професійного досвіду.

Загалом, сучасні уявлення про професіоналізм включають міру відповідності вимогам професійної діяльності. Професійна спроможність є динамічним показником, який оцінюється на всіх етапах професійного розвитку, що дає змогу пов'язати його з низкою конкретних змістово-діяльнісних критеріїв відповідно до закономірностей інтегрування особи у професійну діяльність.

Сьогодні спостерігається стійка залежність між професійними успіхами фахівців сфери туризму і якістю їх підготовки. У науковій літературі виокремлюють (Бояцис, 2008; Зайчук & Нісімчук, 2012; Еріксон & Пул, 2018; Єрмаков, 2012):

- *вдосконалення стандартизованого навчального процесу* через системне застосування: активізовані лекції; науково-інформаційні лекції кейс-стаді, навчальна практика, мультимедійне навчання, комп'ютерне програмоване навчання, стажування, імітаційне моделювання виробничих процесів, факультативне навчання, науково-практичні конференції, круглі столи, інтерактивне навчання; ігрова організація навчальної діяльності; виконання навчальних проектів; забезпечення міжпредметних зв'язків дисциплін;
- *вдосконалення нестандартизованого навчального процесу* через створення спеціальної лабораторії туризму; створення навчальної туристичної фірми; формування студентських туристичних студій; розробка та презентація турів з відповідним забезпеченням управлінською інформацією; робота з картою; вивчення процесу автоматизації роботи туристичного офісу; максимальне використання можливостей навчальних дисциплін для проведення практичних занять в умовах реальної дійсності; залучення фахівців-практиків в галузі туризму до викладання дисциплін фахового спрямування; реалізація дуальної освіти;
- *формування сприятливого професійного середовища* – реалізована в навчальному й міжособистісному плані взаємодія забезпечує високий рівень розвитку особистості студента та його професійну компетентність;
- *формування пізнавального інтересу з метою набуття професійної компетентності*.

На сучасному етапі, компетентнісний підхід в індустрії туризму є втіленням інноваційного процесу. Він забезпечує формування низки компетенцій, якими повинен оволодіти фахівець-туризмознавець, і сприяє формуванню ключових компетентностей. Цей підхід безпосередньо пов'язаний з ідеєю всебічного розвитку менеджера туристичного бізнесу, професіонала своєї справи, розвиненої особистості, члена колективу й соціуму.

Компетентнісний підхід, поряд із конкретними знаннями і вміннями, охоплює здібності, готовність до пізнання і професійної діяльності. Усі ці навички формуються як в процесі професійної підготовки майбутнього фахівця сфери туризму, так і безпосередньо в процесі здійснення професійної діяльності та під час підвищення кваліфікації. У загальному значенні, компетентнісний підхід – «це дієвий освітній інструмент розвитку особистості, спрямований на активне та конструктивне входження людини у сучасні суспільні процеси, досягнення

високого рівня власної самореалізації, життєвої компетентності та професійного успіху» (Еріксон & Пул, 2018; Єрмаков, 2012; "Public administration", 2016). В основу компетентнісного підходу не можуть бути покладені лише знання, уміння та навички будь-якої сфери, бо вони стають допоміжним компонентом, своєрідним інструментом досягнення освітніх цілей і завдань. Такий підхід найбільш характерний для освітніх систем більшості країн Європи та світу. Саме такий підхід забезпечує ефективність підготовки фахівця у професійній діяльності, в сфері туризму, зокрема.

Переконані, сучасній сфері туризму потрібні нові підходи до процесу формування професійних якостей у фахівців, які відповідають вимогам і системі цінностей суспільства. До основних завдань компетентнісного підходу віднесемо: навчити особистість самостійно здобувати та ефективно застосовувати знання протягом всього життя; прогнозувати ситуацію і власну діяльність, приймати ефективні рішення відповідно до життєвого досвіду, цінностей та наявних ресурсів; планувати та контролювати власні дії; аналізувати і застосовувати здобутий досвід.

Так, компетентнісний підхід має одну надзвичайну перевагу – він передбачає розвиток фахівця з урахуванням умов глобальних ризиків та суспільних викликів, які створюють небезпеку для всього людства. Зміст цього підходу полягає у сприйнятті ризиків не як фатальних нездоланих проявів, а як закликів до конструктивної компетентної діяльності. Компетентнісний підхід уможливив практично оперувати набутими у процесі навчання знаннями і застосовувати їх протягом усього життя. Його результативність визнано у більшості європейських країн. У зв'язку із цим, викликають особливий інтерес міжнародні програми, спрямовані на орієнтацію особистості на освіту протягом усього життя, зокрема, підвищення кваліфікації, отримання другої вищої освіти тощо.

Підсумовуючи вищезазначене, можна зробити висновок, що конкурентоздатність фахівців сфери туризму визначається відповідністю індивідуально-психологічних властивостей особистості вимогам професії. Ступінь відповідності визначає рівень інтересу до професії, задоволення нею, прагнення до професійного самовдосконалення крізь призму реалізації компетентнісного підходу.

Висновки

Таким чином, активізація конкурентоздатності фахівця сфери туризму через компетентнісний підхід у процесі професійної діяльності забезпечує послідовну роботу та реалізацію комплексу умов у три етапи: організаційно-пропедевтичний (формування установок на активну життєву позицію та освоєння лідерської моделі поведінки), мотиваційно-діяльнісний (придбання досвіду вирішення професійних і міжособистісних проблем) та розвиваючий (розвиток харизми, авторитету та репутації фахівця-туризмознавця). Така спрямованість створює оптимальні умови для формування фундаментального евристичного, креативного стилю мислення одночасно із забезпеченням високої професійної компетентності фахівців, формуванням відповідної морально-етичної парадигми та інноваційної спрямованості діяльності за допомогою реалізації компетентнісного підходу.

Список бібліографічних посилань

- Амстронг, М. (2014). *Практика управления человеческими ресурсами* (С. Мордовин, Пер.). Санкт-Петербург: Питер.
- Бояцис, Р. (2008). *Компетентный менеджер. Модель эффективной работы*. Москва: Hippo Publishing Ltd.
- Бусел, В.Т. (Ред.). (2005). *Великий тлумачний словник сучасної української мови (з додатками і доповненнями)*. Київ; Ірпінь: ВТФ "Перун".
- Еріксон, А., & Пул, Р. (2018). *Шлях до вершини. Наукові поради про те, як досягнути професіоналізму*. Київ: Наш формат.
- Єрмаков, І.Г. (Ред.). (2012). *Компетентнісний підхід у неперервній освіті* [Монографія]. Донецьк: Каштан.
- Зайчук, В.О., & Нісімчук, А.С. (2012). *Технологія професіоналізму в освіті* [Монографія]. Луцьк: Твердиня.
- Иванова, С., Болдогоев, Д., Борчанинова, Э., Глотова, А., & Жигилий, О. (2008). *Развитие потенциала сотрудников. Профессиональные компетенции, лидерство, коммуникации*. Москва: Альпина Паблишер.
- Митина, Л.М. (2003). *Психология развития конкурентоспособности личности*. Москва: МПСИ; Воронеж: НПО МОДЖ.
- Плецан, Х.В. (2018). Стан та тенденції розвитку формування конкурентоздатного фахівця в умовах пошуку нової парадигми в сфері туризму. *Економіка і держава*, 6, 115-123.
- Плецан, Х.В. (2018). Формування професійних компетенцій фахівця-туризмознавця в умовах пошуку нової парадигми в соціокультурному середовищі. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*, 2, 122-128.
- Турчинов, А.И. (1998). *Профессионализация и кадровая политика: проблемы развития теории и практики*. Москва: Флинта.
- Connov, M., & Pokora, J. (2007). *Coaching and Mentoring at work: Developing Effective Practice*. Maidenhead, Berkshire, United Kingdom: Open University Press.
- Public administration after "New public management"*. (2016). Organisation for economic co-operation and development. Paris: OECD publishing.
- The Global Innovation Index 2017. Report. The Human Factor in Innovation. (2017). Retrieved from <https://www.globalinnovationindex.org/gii-2017-report>.

References

- Amstrong, M. (2014). *Praktika upravleniia chelovecheskimi resursami [Practice of Human Resources Management]* (S. Mordovin, Trans.). St. Petersburg: Peter [in Russian].
- Boiatcis, R. (2008). *Kompetentnyi menedzher. Model effektivnoi raboty [The Competent Manager: A Model for Effective Performance]*. Moscow: Hippo Publishing Ltd [in Russian].
- Busel, V.T. (Ed.). (2005). *Velykyi tлумachnyi slovnyk suchasnoi ukrainskoi movy (z dodatkamy i dopovnenniamy) [Great explanatory dictionary of contemporary Ukrainian language (with additional and additional materials)]*. Kyiv; Irpin: VTF "Perun" [in Ukrainian].
- Connov, M., & Pokora, J. (2007). *Coaching and Mentoring at work: Developing Effective Practice*. Maidenhead, Berkshire, United Kingdom: Open University Press [in English].

- Erikson, A., & Pul, R. (2018). *Shliakh do vershyny. Naukovi porady pro te, yak dosiahnuti profesionalizmu* [The path to the top. Scientific advice on how to achieve professionalism]. Kyiv: Nash format [in Ukrainian].
- Ivanova, S., Boldogoev, D., Borchaninova, E., Glotova, A., & Zhigilii, O. (2008). *Razvitie potentsiala sotrudnikov. Professionalnye kompetentsii, liderstvo, kommunikatsii* [Employee capacity building. Professional competencies, leadership, communications]. Moscow: Alpina Publisher [in Russian].
- Mitina, L.M. (2003). *Psikhologiya razvitiia konkurentospromozhnosti lichnosti* [Psychology of development of competitiveness of personality]. Moscow: MPSI; Voronezh: NPO MODZh [in Russian].
- Pletsan, Kh.V. (2018). Formuvannia profesiinykh kompetentsii fakhivtsia-turyzmoznavtsia v umovakh poshuku novoi paradyhmy v sotsiokulturnomu seredovyskhi [Formation of professional competencies of a specialist in tourism in the search for a new paradigm in the socio-cultural environment]. *National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts Herald*, 2, 122-128 [in Ukrainian].
- Pletsan, Kh.V. (2018). Stan ta tendentsii rozvytku formuvannia konkurentozdatnoho fakhivtsia v umovakh poshuku novoi paradyhmy v sferi turyzmu [Status and tendencies of development of formation of a competitive specialist in search of a new paradigm in tourism]. *Ekonomika i derzhava*, 6, 115-123 [in Ukrainian].
- Public administration after "New public management"*. (2016). Organisation for economic co-operation and development. Paris: OECD publishing [in English].
- The Global Innovation Index 2017. Report. The Human Factor in Innovation. (2017). Retrieved from <https://www.globalinnovationindex.org/gii-2017-report> [in English].
- Turchinov, A.I. (1998). *Professionalizatsiia i kadrovaia politika: problemy razvitiia teorii i praktiki* [Professionalization and personnel policy: problems of the development of theory and practice]. Moscow: Flinta [in Ukrainian].
- Yermakov, I.H. (Ed.). (2012). *Kompetentnisnyi pidkhid u neperervnii osviti* [Competency Approach in Continuing Education] [Monograph]. Donetsk: Kashtan [in Ukrainian].
- Zaichuk, V.O., & Nisimchuk, A.S. (2012). *Tekhnolohiia profesionalizmu v osviti* [Technology of professionalism in education] [Monograph]. Lutsk: Tverdynia [in Ukrainian].

COMPETENCE APPROACH IN THE SYSTEM OF EDUCATION AND PROFESSIONAL DEVELOPMENT OF TOURISM SPECIALISTS AT THE PRESENT STAGE

Khrystyna Pletsan

*PhD in Public Administration, Associate Professor;
ORCID: 0000-0002-8179-7896; e-mail: k.pletsan@gmail.com
Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv, Ukraine*

Abstract

The article analyzes the theoretical basis and features of practical-oriented approaches to the implementation of the competence approach in the preparation and professional development of specialists in the sphere of tourism; the notion of interdependence of professionalism and a competitive tourist specialist are comprehended and disclosed; the priority directions of professionalization's success directions of the tourism sphere specialist are distinguished; methods of forming professional standards based on a competence approach in the system of education and professional formation of tourism experts are presented; the conclusion has been substantiated, that the competence approach is the dominant factor of professional activity success's realization of a tourism specialist at the present stage.

Keywords: personnel potential; competence; competency; professional activity; tourism specialist; human resource; competitive expert; self-realization; competence approach; sphere of tourism

DOI: 10.31866/2616-7603.2.2.2019.189543

УДК 338.48-32-051:[37:004.77](477)

ПРОФЕСІЙНА ПІДГОТОВКА ТУРИСТИЧНИХ ГІДІВ В УКРАЇНІ У СВІТЛІ ЄВРОПЕЙСЬКИХ ВИМОГ

Тетяна Сокол

Кандидат педагогічних наук, доцент;

ORCID: 0000-0002-0855-2614; e-mail: tgsspectour@gmail.com

Академія праці, соціальних відносин і туризму, Київ, Україна

Анотація

В статті розглядається місце і роль гіда-екскурсовода в розрізі активного використання ІТ-технологій в туристично-екскурсійній діяльності на сучасному етапі, питання його підготовки в аспекті використання європейських стандартів та подаються пропозиції щодо створення професійного стандарту туристичного гіда.

Ключові слова: туристичний гід; європейські стандарти в туризмі; професійна підготовка гідів та екскурсоводів

Вступ

157

Стрімкий розвиток інформаційних технологій спричинили помітні зміни в організації як туристичної діяльності, так і освіти в сфері туризму. На сучасному етапі, ІТ-технологіям належить провідна роль в області технічного розвитку туризму, яка визначається низкою специфічних переваг: оперативністю, доступністю, інтерактивністю (Теодорович & Муравьев, 2011, с. 193). У туристичній діяльності та індустрії гостинності ІТ-технології застосовують в: управлінні технологічними процесами; комунікаціями та зв'язком; формуванні та просуванні продукту; маркетингових дослідженнях та рекламі; електронних презентаціях та каталогах; передачі та отриманні оперативної інформації; забезпеченні безпеки тощо.

Ці процеси стосуються також і організації екскурсійної діяльності як незмінної складової туризму. В Європі та в світі вже багато пам'яток культури забезпечені QR-кодами, що скануються смартфонами і дозволяють туристам отримати потрібну інформацію. В Україні також активно розвивається процес QR-кодування таких пам'яток і на цій основі організуються екскурсії. Наприклад, на Київщині, завдяки новітнім технологіям, оснащено QR-кодами історико-культурні пам'ятки Вишгорода. У межах цього проекту не лише оснащено QR-кодами історико-культурні пам'ятки, а й створено унікальний віртуальний туристичний простір. 22 пам'ятки, об'єднані в єдину цифрову систему, що дає змогу сформувати

власну екскурсію, яка покаже Вишгород часів Київської Русі ("Пресконференція "Історико-культурна спадщина", 2019). Також, у Києві, на Андріївському узвозі, запустили інтерактивний маршрут по QR-коду, який вмонтували у бруківку. Зараз описи цих маршрутів доступні українською та англійською мовами, але технології дозволяють цей список розширювати ("Екскурсія по QR-коду", 2019). У Полтаві через QR-коди презентували екскурсію «Полтавський період Симона Петлюри». На кожній туристичній локації є QR-код, зробивши скан якого, за допомогою смартфона, можна дізнатися всю інформацію про життя та діяльність цього видатного земляка (Аксюк, 2018). В Чернівцях відкрито спільний проект міської ради та мобільного оператора "Vodafone Україна" – інноваційний туристичний маршрут "Відкрий для себе Чернівці" – унікальну пішохідну екскурсію найцікавішими локаціями міста з безкоштовним додатком для розпізнавання QR-кодів ("Безкоштовний туристичний маршрут", 2016). І цей список можна продовжувати.

Все це викликало багато суперечок стосовно ролі гіда в туристично-екскурсійній діяльності – від відведення йому другорядної ролі, як виключно супроводжуючої особи, до повного заперечення необхідності його фахової підготовки, що і визначило актуальність цього дослідження.

Мета дослідження – визначити зміст поняття «туристичний гід», а також – запропонувати «рамку» професійного стандарту туристичного гіда з використанням європейських норм та вітчизняного досвіду.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Зазначимо, що нині ця проблема є малодослідженою, оскільки питання підготовки кадрів туристичних гідів, в світлі європейських стандартів, в Україні набуло актуалізації у вітчизняній туристичній науці тільки в 2018 році. Воно розглядалося в рамках наукових дискусій, зокрема – на семінарі щодо впровадження стандартів в сфері туризму та курортів 20 листопада 2018 року, на п'ятому засіданні Наукової ради з туризму та курортів 6 червня 2019 року, на семінарі щодо здійснення фахового туристичного супроводу, організованому Міністерством економічного розвитку і торгівлі України та Всеукраїнською асоціацією гідів 6 грудня 2019 року тощо.

Виклад основного матеріалу

Федерація Європейських Гідів (FEG Tourist Guides) у своєму слогані пише: «Don't buy the guide-book. Book a guide» («Не купи путівник. Замов гіда»), що вважаємо абсолютно виправданим. Адже гід – це не тільки носій і передавач інформації. Великою мірою ефективність екскурсії залежить саме від екскурсовода, який займає не тільки позицію інформатора, але й коментатора, співрозмовника, радника, організатора. Його завданнями є активізувати як сам об'єкт, змусити його «заговорити», так і зацікавити екскурсантів, організувавши їх спостереження та дослідження об'єктів. Крім того, гід «завдає настроїв» екскурсантам, виступаючи в ролі емоційного лідера. Якщо екскурсію порівняти

з п'єсою, то екскурсовода можна порівняти з її режисером і актором-виконавцем одночасно, який залучає у процес створення «спектаклю» екскурсантів [6, с. 264].

Рух України у напрямку європейських цінностей та європейських стандартів також відтворюється у практичному туризмі та професійній підготовці туристичних кадрів. У 2016 році в нашій країні прийнято низку європейських стандартів у сфері туризму. Ці стандарти були затверджені CEN (Європейським комітетом стандартизації) і прийняті методом підтвердження, який означає, що вони гармонізовані з європейським нормативним документом. Їх текст подано у незмінному вигляді мовою оригіналу (англійською). Для нормативних документів, прийнятих методом підтвердження, передбачено лише оприлюднення підтверджувального повідомлення і не передбачено перекладу або офіційного видання нормативного документа. Вони мають рекомендаційний характер.

Серед прийнятих стандартів – EN 15565:2008 Tourism services – Requirements for the provision of professional tourist guide training and qualification programmes (Послуги туризму – Вимоги до професійної підготовки та кваліфікаційних програм для гідів та екскурсоводів), розроблених Технічним Комітетом CEN/TC 329 «Послуги туризму». Це типовий освітній стандарт, який визначає необхідні компетенції гіда, структуру навчальних програм, методи кваліфікаційного оцінювання, вимоги до організаторів навчання, гарантії якості, що в свою чергу включають зміст, методологію та дидактику, ресурси, навчальні матеріали та оцінку ефективності викладачів. Однак, професійний стандарт туристичного гіда поки що відсутній.

В жовтні 2019 року так само методом підтвердження в Україні було прийнято стандарт EN 13809:2003, Tourism services – Travel agencies and tour operators – Terminology (EN 13809:2003 (Туристичні послуги – Туристичні компанії та туристичні оператори – Термінологія). В ньому, зокрема, наводиться визначення поняття туристичного гіда. Згідно цього стандарту: «туристичний гід – це особа, що супроводжує відвідувачів, спілкуючись мовою за їх вибором, та дає інформацію щодо культурної та природної спадщини регіону, та яка, як правило, має спеціальну кваліфікацію щодо цього регіону, присвоєну та/чи визнану відповідним органом».

Безумовно, необхідно орієнтуватися на ці стандарти, але в жодному разі не варто повністю заперечувати попередній вітчизняний досвід і реалії національного розвитку. Тому, 6 червня 2019 року, на черговому засіданні Наукової ради з туризму та курортів, було вирішено провести роботу з організації ініціативної групи працівників ЗВО та практиків туристично-екскурсійної сфери для розробки пропозиції щодо професійного стандарту «Туристичний гід («Екскурсовод», «Гід-перекладач») та відповідної освітньої програми з підготовки фахівців у ЗВО.

До складу ініціативної групи увійшли провідні фахівці екскурсійної справи, викладачі і тренери, наукові працівники, – всі з великим стажем практичної роботи екскурсоводами, гідами-перекладачами або педагогічним стажем підготовки туристично-екскурсійних кадрів. В результаті проведеної роботи було створено рамку професійного стандарту туристичного гіда. Розробку здійснено

у відповідності до мети і завдань Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року, серед яких:

- гармонізація національних стандартів у сфері туризму та курортів з міжнародними стандартами, що сприятиме підвищенню якості національного туристичного продукту шляхом впровадження міжнародної системи якості, зокрема, щодо кадрового забезпечення туристично-екскурсійної діяльності;
- затвердження кваліфікаційних вимог до фахівців туристичного супроводу;
- організація системи якісної підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації фахівців туристичного супроводу та обслуговування, інших професій сфери туризму та курортів;
- гармонізація кваліфікаційних вимог та стандартів вищої освіти у закладах вищої освіти, які здійснюють підготовку фахівців для туристичної сфери, та стандартів професійної підготовки.

При розробці документу використовувались матеріали державних і галузевих нормативно-регулятивних документів, вимоги європейських стандартів, а також – практичний досвід розробників. Нижче наведено основні положення до стандарту туристичного гіда:

Туристичний гід – особа туристичного супроводу, яка супроводжує туристів, надає екскурсійну інформацію про регіон подорожі, контролює надання туристам замовлених послуг та їх якість, у разі необхідності, здійснює переклад екскурсійних матеріалів і виступає посередником між туристами, туристичною фірмою-аквізитором і підприємствами обслуговування щодо виконання ними умов договору.

Загальні вимоги:

Туристичні гіді – кваліфіковані фахівці, які здатні вирішувати складні професійні завдання та практичні проблеми, пов'язані з виробництвом інноваційного конкурентоспроможного туристично-екскурсійного продукту, організувати туристичний супровід, надавати якісні туристично-екскурсійні послуги. Як представники міст, регіонів і країн, вони, з одного боку, відіграють активну роль у популяризації та просуванні історико-культурних і природних ресурсів території, а з іншого – допомагають забезпечити їх сталий розвиток, долучаючи туристів до вивчення, осмислення та розуміння унікальності, а також необхідності охорони та збереження культурних пам'яток.

Туристичні гіді повинні мати достатньо високий освітній рівень із різних галузей знань, а також – базові знання з тематики екскурсій, знання спеціальної термінології відповідно до екскурсійної тематики, навички спілкування, вміння встановити сприятливу дружню атмосферу в екскурсійній групі; володіти технологією відбору, структурування інформації та методикою її подання, культурою мови; постійно вдосконалювати свої знання та професійні навички.

Компетенції:

- представляє регіон (місцевість, місто, область та/чи країну), надає відвідувачам інформацію щодо всіх важливих аспектів життя регіону;
- проводить інформаційно-екскурсійну роботу з туристами на належному інформаційному та методичному рівні зрозумілою їм мовою;

- інформує туристів (екскурсантів) про правила поведінки та безпеки під час подорожі (екскурсії);
- працює над розробкою нових тем та оновленням існуючих екскурсій;
- вивчає запити, інтереси та пропозиції учасників подорожі (екскурсії), диференційовано підходить до їх обслуговування;
- при роботі з іноземними туристами в якості гίδα-перекладача здійснює якісний переклад;
- супроводжує групи чи індивідуальних туристів (в тому числі – туристів з особливими потребами) та організовує повне обслуговування туристів на маршруті відповідно до договору, зокрема – розміщення, харчування, транспортування, виконання програмних заходів та інших туристичних послуг, контролює їх якість;
- надає допомогу туристам у всіх питаннях, пов'язаних з їх перебуванням у подорожі;
- виконує представницькі функції туроператора, від імені якого працює, на підставі дійсних угод та виступає посередником між туристами, фірмою, що їх аквізувала, та підприємствами обслуговування в питаннях виконання програми, у конфліктних ситуаціях.

Компетентності:

Загальні:

- Здатність до спілкування у полікультурному середовищі.
- Здатність вільно і грамотно спілкуватись мовою туристів.
- Здатність керуватись у своїй роботі принципами професійної та суспільної етики, поведінкового та міжнародного етикету.
- Здатність самоорганізовуватися та навчатися протягом життя, адаптуватися до нових ситуацій, тенденцій і викликів у професійній діяльності.
- Здатність до креативного мислення та поведінки.
- Здатність управляти стресом, вирішувати кризові ситуації та конфлікти.

Фахові:

- Розуміння технології організації туристичних подорожей і туристичного обслуговування (екскурсійного, рекреаційного, готельного, транспортно-го, ресторанного).
- Розуміння основних тенденцій розвитку сталого туризму, туризму в цілому та окремих його форм і видів на сучасному етапі.
- Розуміння системи менеджменту та маркетингу в туризмі й екскурсійній діяльності та ведення туристичного бізнесу в рамках чинного законодавства.
- Розуміння правил безпеки життєдіяльності та здатність використовувати їх в разі необхідності для надання першої долікарської допомоги туристам.
- Здатність до диференційованого підходу у спілкуванні з цільовою аудиторією та її активного залучення у рекреаційний процес.
- Здатність здійснювати якісний переклад у процесі роботи з іноземними туристами.
- Здатність до налагодження взаємодії та співпраці з організаторами й учасниками виробництва, реалізації та споживання туристично-

екскурсійного продукту на основі розуміння системи договірних відносин і роботи з туристичною документацією.

- Здатність до створення програмного продукту з урахуванням потреб цільових груп споживачів туристичних послуг.
- Здатність до інновацій у сфері професійної діяльності.

Кваліфікаційні вимоги

Вища туристична освіта, спеціальна курсова підготовка або досвід роботи туристичним гідом (екскурсоводом, гідом-перекладачем) не менше 3 років.

Висновки

Підготовлений документ має пропозиційний характер і має бути обговорений на засіданні компетентних органів, де і буде визначено напрямки подальшої роботи над визначенням професійного стандарту туристичного гіда та над освітньою програмою його підготовки.

Список бібліографічних посилань

- Аксюк, А. (2018). Стежками Петлюри через QR-коди. У Полтаві презентували нову екскурсію. Взято з <https://zmist.pl.ua/news>stezhkami-petlyuri-cherez-qr-kodi-u-poltavi-pr>.
- Безкоштовний туристичний маршрут з QR-кодами "Відкрий для себе Чернівці". (2016). Взято з <http://chernivtsy.eu/portal/bezkoshtovnyj-turystychnyj-marshrut-z-qr-kodamy-vidkryj-dlya-sebe-chernivtsi>.
- Екскурсія по QR-коду: новий інтерактивний маршрут на Андріївському узвозі. (2018). Взято з <https://fakty.com.ua/ua/ukraine/20181031-ekskursiya-po-qr-kodu-novyj-interaktyvnyj-marshrut-na-andriyivskomu-uzvozi-karta/>.
- Пресконференція "Історико-культурна спадщина Вишгородщини: QR-кодування". (2019). Взято з <http://koda.gov.ua/news/pidsumkova-pres-konferenciya-istori/>.
- Сокол, Т.Г. (2006). *Основи туристичної діяльності*. Київ: Грамота.
- Теодорович, Н.Н., & Муравьев, И.Б. (2011). Роль информационных технологий в развитии. *Сервис в России и за рубежом*, 1, 193-206.

References

- Aksiuk, A. (2018). Stezhkamy Petliury cherez QR-kody. U Poltavi prezentuvaly novu ekskursiiu [Petluri trails through QR codes. A new excursion was presented in Poltava]. Retrieved from <https://zmist.pl.ua/news>stezhkami-petlyuri-cherez-qr-kodi-u-poltavi-pr> [in Ukrainian].
- Bezkoshtovnyi turystychnyi marshrut z QR-kodamy "Vidkryi dlia sebe Chernivtsi" [Free tourist route with QR codes "Discover Chernivtsi"]. (2016). Retrieved from <http://chernivtsy.eu/portal/bezkoshtovnyj-turystychnyj-marshrut-z-qr-kodamy-vidkryj-dlya-sebe-chernivtsi> [in Ukrainian].
- Ekskursiia po QR-kodu: novyi interaktyvnyi marshrut na Andriivskomu uzvozi [QR code excursion: a new interactive route on the Andreevsky Descent]. (2018). Retrieved from

- <https://fakty.com.ua/ua/ukraine/20181031-ekskursiya-po-qr-kodu-novyi-interaktyvnyi-marshrut-na-andriyivskomu-uzvozi-karta/> [in Ukrainian].
- Preskonferentsiia "Istoryko-kulturna spadshchyna Vyshhorodshchyny: QR-koduvannia" [Press Conference "Historical and Cultural Heritage of Vyshgorod Region: QR Coding"]. (2019). Retrieved from <http://koda.gov.ua/news/pidsumkova-pres-konferenciya-istori/> [in Ukrainian].
- Sokol, T.H. (2006). *Osnovy turystychnoi diialnosti [Basics of tourist activity]*. Kyiv: Hramota [in Ukrainian].
- Teodorovich, N.N., & Muravev, I.B. (2011). Rol informatcionnykh tekhnologii v razvitii [The role of information technology in development]. *Servis v Rossii i za rubezhom*, 1, 193-206 [in Russian].

PROFESSIONAL TRAINING OF TOURIST GUIDES IN UKRAINE IN THE LIGHT OF EUROPEAN REQUIREMENTS

Tetiana Sokol

PhD in Pedagogy, Associate Professor;

ORCID: 0000-0002-0855-2614; e-mail: tgsspectour@gmail.com

Academy of Labor, Social Relations and Tourism, Kyiv, Ukraine

163

Abstract

The article examines the place and role of the tour guide in the context of active use of IT technologies in tourism and excursion activities at the present stage, the issue of its preparation in the aspect of the use of European standards and offers the proposals to create a professional standard for a tourist guide.

Keywords: tourist guide; European standards in tourism; professional training of guides and guides



This is an open access journal and all published articles are licensed under a Creative Commons «Attribution» 4.0.

DOI: 10.31866/2616-7603.2.2.2019.189546

УДК 338.48+640.4]-043.86

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ СТИМУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ СФЕРИ ТУРИЗМУ, КУРОРТІВ ТА ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

Сергій Захарін*Доктор економічних наук, старший науковий співробітник;**ORCID: 0000-0002-1263-8170; e-mail: z0679330105@gmail.com**Київський національний університет культури і мистецтв, Київ, Україна*

Анотація

Проаналізовано стан та динаміку розвитку сфери туристичних послуг України, а також наведено оцінку основним явищам і процесам, виявлено ключові тенденції розвитку цього ринку. Вказано, що недостатній рівень розвитку інфраструктури, невідповідність закладів розміщення світовим стандартам, технологічна відсталість туристичних операторів, недосконалість нормативно-правового забезпечення туристичної та курортної діяльності стримує розвиток у сфері туризму і курортів. Через коливання рівня реальних доходів населення на ринку туристичних послуг спостерігаються тотожні процеси і у платоспроможності попиту, що ускладнює планування діяльності підприємств туристичної, готельної та курортної діяльності. Зроблено висновок, що вказані причини виключають зміцнення інвестиційної привабливості об'єктів туристичної інфраструктури, а відтак – і належну конкурентоспроможність усієї туристичної сфери. Описано окремі аспекти механізму державної підтримки розвитку сфери туризму в Україні. Показано чинники формування туристичного потенціалу України. Обґрунтовано пріоритетні напрями державної політики стимулювання розвитку туризму. Внесено пропозиції щодо удосконалення інструментів підтримки розвитку сфери туризму.

Ключові слова: туризм; сфера туризму; туристична діяльність; державна політика у сфері туризму; державна підтримка розвитку туризму

Вступ

Актуальність проблеми в загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими чи практичними завданнями. Україна має розвинутий туристичний потенціал, що створює певні умови для стійкого розвитку туристично-курортного господарства та туристичної інфраструктури. Однак, вказаний потенціал використовується недостатньо ефективно. В Україні, за висновком фахівців, сфера туризму, курортів та готельного господарства генералізує біля 1% валового внутрішнього продукту, в той час як у світі цей показник дорівнює 8%, а в окре-

мих країнах – 12–15%. В таких умовах, на нашу думку, регулюючі органи мають вжити заходів щодо розробки та запровадження дієвих інструментів державної підтримки розвитку туризму та об'єктів туристичної інфраструктури.

Розвиток стимулює реалізацію інвестиційних проектів із розбудови готельно-туристичної, ресторанної та транспортної інфраструктури, що каталізує економічне зростання та підвищення якості життя місцевого населення. Отже, державна підтримка розвитку туризму та об'єктів туристичної інфраструктури, за своїм економічним змістом, є одним із напрямів державної соціально-економічної політики.

Аналіз останніх досліджень

Проблеми розвитку сфери туризму України, посилення позитивного впливу на вказаний розвиток економічних чинників, визначення перспективних важелів підтримки функціонування туристичної інфраструктури досліджуються у працях провідних науковців: М. Ю. Барни та І. І. Тучковської (2016), В. Г. Герасименка та С. С. Галасюк (2008), С. В. Захаріна (2002), М. В. Субботи (2012, 2013), Т. І. Ткаченко (2009) та інші. Зокрема, ученими розроблено методологію формування пріоритетів державної політики у сфері туризму, проаналізовано умови сталого розвитку сфери туризму, узагальнено міжнародний досвід активізації розвитку туристичної діяльності. Проте, в сучасних умовах, які характеризуються розбалансованістю економічної системи, виникають нові ризики: об'єктивна неможливість здійснення державної підтримки функціонування туристичної інфраструктури, а також звуження попиту (внаслідок зменшення реальних доходів населення). За таких обставин, погодимося з думкою, що існує необхідність поглибленого дослідження та виділення напрямів реформування механізму державної підтримки розвитку сфери туризму в Україні в сучасних умовах, а також виявлення перспектив та можливих векторів зростання зазначеної сфери.

Постановка завдання (формулювання цілей статті). Мета статті – подати результати досліджень із виявлення проблем та перспектив розвитку сфери туризму і курортів в Україні.

Виклад основного матеріалу

Україна має розвинутий туристичний потенціал (природні об'єкти, рекреаційні ресурси, вигідне економіко-географічне положення, курортні бази та ін.), що створює певні умови для стійкого розвитку туристично-курортного господарства та туристичної інфраструктури. Однак, в Україні сфера туризму, курортів та готельного господарства не відіграє належної ролі у формуванні макроекономічних показників. Відтак, виникає потреба у розробці механізмів стимулювання розвитку сфери туризму та туристичної діяльності.

Протягом 2004–2018 рр. затверджено низку законодавчих та інших нормативно-правових актів, що регулюють діяльність підприємств сфери туризму і курортів, у тому числі: туроператорів, турагентів, санаторно-курортних

закладів, оздоровчих закладів, підприємств готельного господарства та ін. Зокрема, ухвалено Закони України «Про туризм» та «Про курорти». Згідно статті 6 Закону України «Про туризм» (Верховна Рада України, 1995), держава проголошує туризм одним з пріоритетних напрямів розвитку економіки та культури і створює умови для туристичної діяльності. Законодавець у частині четвертій зазначеної статті проголосив такі цілі державного регулювання в галузі туризму:

- забезпечення закріплених Конституцією України прав громадян на відпочинок, свободу пересування, відновлення і зміцнення здоров'я, на безпечне для життя і здоров'я довкілля, задоволення духовних потреб та інших прав;
- безпека туризму, захист прав та законних інтересів туристів, інших суб'єктів туристичної діяльності та їх об'єднань, прав та законних інтересів власників або користувачів земельних ділянок, будівель та споруд;
- збереження цілісності туристичних ресурсів України, їх раціональне використання, охорона культурної спадщини та довкілля, врахування державних і громадських інтересів при плануванні та забудові територій;
- створення сприятливих умов для розвитку індустрії туризму, підтримка пріоритетних напрямів туристичної діяльності.

Основними пріоритетними напрямами державної політики в галузі туризму визначено (Барна & Тучковська, 2016):

- удосконалення правових засад регулювання відносин у галузі туризму;
- забезпечення становлення туризму як високорентабельної галузі економіки України, заохочення національних та іноземних інвестицій у розвиток індустрії туризму, створення нових робочих місць;
- розвиток в'їзного та внутрішнього туризму, сільського, екологічного (зеленого) туризму;
- розширення міжнародного співробітництва, утвердження України на світовому туристичному ринку; створення сприятливих для розвитку туризму умов шляхом спрощення та гармонізації податкового, валютного, митного, прикордонного та інших видів регулювання;
- забезпечення доступності туризму та екскурсійних відвідувань для дітей, молоді, людей похилого віку, осіб з інвалідністю та малозабезпечених громадян шляхом запровадження пільг стосовно цих категорій осіб.

У частині другій статті 6 Закону України «Про туризм» (Верховна Рада України, 1995) вказано, що реалізація державної політики в галузі туризму здійснюється шляхом:

- визначення і реалізації основних напрямів державної політики в галузі туризму, пріоритетних напрямів розвитку туризму;
- визначення порядку класифікації та оцінки туристичних ресурсів України, їх використання та охорони;
- спрямування бюджетних коштів на розробку і реалізацію програм розвитку туризму;
- визначення основ безпеки туризму;
- нормативного регулювання відносин у галузі туризму(туристичного, готельного, екскурсійного та інших видів обслуговування громадян);

- ліцензування в галузі туризму, стандартизації туристичних послуг, визначення кваліфікаційних вимог до посад фахівців туристичного супроводу;
- встановлення системи статистичного обліку і звітності в галузі туризму та курортно-рекреаційного комплексу;
- організації і здійснення державного контролю за дотриманням законодавства в галузі туризму;
- визначення пріоритетних напрямів і координації наукових досліджень та підготовки кадрів у галузі туризму;
- участі в розробці та реалізації міжнародних програм з розвитку туризму.

У статті 12 Закону України «Про туризм» (Верховна Рада України, 1995) задекларовано, що для забезпечення охорони туристичних ресурсів України, їх збереження та відновлення, раціонального використання, забезпечення безпеки туризму, конституційних прав громадян на відпочинок та інших прав громадян, патріотичного виховання органами державної влади та органами місцевого самоврядування, в межах їх повноважень, затверджуються державні цільові, регіональні та інші програми розвитку туризму. Програми розвитку туризму затверджуються з метою реалізації довгострокових пріоритетів країни в галузі туризму і становлять комплекс взаємопов'язаних правових, економічних та організаційних заходів, спрямованих на реалізацію конституційних прав громадян, розвиток туристичної галузі. Державні цільові регіональні та інші програми розвитку туризму повинні передбачати заходи щодо забезпечення безпеки в галузі туризму.

У затвердженій Урядом Концепції Державної цільової програми розвитку туризму та курортів на період до 2022 року недостатню увагу приділено застосуванню сучасних економічних інструментів розвитку курортів та курортних територій. У запропонованій програмі не вжито понять: «курорт», «курортна територія», «курортна діяльність», «курортне господарство», «курортні послуги», «курортний ринок» (Субота, 2012). За висновком фахівців, визначені авторами Концепції варіанти розв'язання проблемних питань є декларативними і не відповідають вимогам законодавчих та інших нормативно-правових актів (Барна & Тучковська, 2016). У Концепції лише фрагментарно вказано очікувані результати виконання Державної цільової програми розвитку туризму та курортів на період до 2022 року.

Таким чином, в Україні створено базові умови нормативно-методичного регламентування економічної діяльності у сфері туризму і курортів.

Однак, зафіксовані офіційною статистикою тенденції розвитку сфери туризму, курортів та готельного господарства вказують на значну волатильність динаміки функціонування суб'єктів туристичного ринку. За даними Держстату, у 2018 р. в Україні туристичну діяльність здійснювали 1833 суб'єкти – юридичні особи, у тому числі 529 туроператорів, 1243 турагентів та 61 суб'єкт екскурсійної діяльності. Окрім того, туристичну діяльність здійснювали 2460 фізичних осіб – підприємців. Усього у туристичній і курортній галузях України нараховується понад 6 тис. підприємств, з яких понад 1,2 тис. готелів, близько 1,1 тис. інших об'єктів розміщення. Показники розвитку туристичного бізнесу за 2017–2018 рр. наведено у таблиці 1.

Таблиця 1

Показники розвитку туристичного бізнесу (юридичні особи)

Показники	2017		2018	
	усього	у тому числі туроператори	усього	у тому числі туроператори
Кількість суб'єктів туристичної діяльності, од.	1743	498	1833	529
Середньооблікова кількість штатних працівників, осіб	8190	4638	8934	4809
Дохід від надання туристичних послуг (без врахування непрямих податків), млрд. грн	18,5	17,9	21,1	20,3
Сума комісійних, агентських і інших винагород, млрд. грн.	0,7	0,3	1,0	0,3
Операційні витрати на надання туристичних послуг, млрд. грн.	14,9	14,2	17,9	17,1

Складено за даними Держстату («Туристична діяльність в Україні у 2018 році», 2019).

Кількість суб'єктів туристичної діяльності у 2018 р. порівняно з 2017 р., як свідчать дані таблиці 1, зросла з 1743 од. до 1833 од., тобто на 90 од., або на 5,2%. Відповідно, зростали показники середньооблікової кількості штатних працівників (на 9,1%), отриманого доходу від надання туристичних послуг (на 14,1%) та ін. Це вказує на зростання ємності ринку туристичних послуг в Україні у 2018 р., що є закономірним наслідком зростання платоспроможного попиту на туристичні продукти. В свою чергу, зростання платоспроможного попиту на туристичні продукти пояснюється зростанням реальних доходів населення, а також, в деякій мірі, лібералізацією візового режиму (зокрема, з Китайською Народною Республікою), що приваблює іноземних туристів.

Збільшення обсягу наданих туристичних послуг суб'єктами туристичної діяльності зумовлено, зокрема, підвищенням вартості одного тура-дня (через інфляцію) та подовженням тривалості подорожі (внаслідок зростання запитів «організованих туристів» до якості туристичного обслуговування) (Герасименко & Галасюк, 2008).

Аналіз статистичних даних дає змогу зробити висновок, що туристичні потоки протягом 2000–2007 рр. збільшувалися. Це пояснюється, у першу чергу, зростанням реальних доходів громадян. У 2008–2009 рр. було зафіксовано деякий спад туристичних потоків, натомість, починаючи з 2010 р., знову спостерігалось збільшення. У 2016–2018 рр. також відбувалося збільшення туристичного потоку (без урахування тимчасово окупованих територій). В той же час із вказаними тенденціями не корелюють обсяги туристів, обслугованих туроператорами та турагентами (тобто, так звані «організовані туристи»). Приміром, у 2004–2005, 2010 та 2015 рр. кількість туристів зростала, натомість, кількість «організованих туристів» – зменшувалася («Туристична діяльність в Україні у 2018 році», 2019). Це пов'язано із зростанням обізнаності населення у здійс-

ненні туристичних формальностей, а також у стрімкому зростанні економічного сегменту індустрії подорожувальників (усе більша кількість туристів прагне самостійно здійснювати туристичні формальності, включно із бронюванням послуг: засобів розміщення, купівлею квитків, організацією екскурсій тощо).

Проаналізуємо дані туристичних потоків протягом 2010–2018 рр.:

Таблиця 2

Туристичні потоки, осіб

Роки	Громадян України, які виїжджали за кордон – усього ²		Іноземці, які відвідали Україну – усього ²		Туристи, обслуговані туроператорами та турагентами – усього ³	
	Кількість, осіб	Зростання, %	Кількість, осіб	Зростання, %	Кількість, осіб	Зростання, %
2010	17180034	108,2	21203327	104,8	2280757	107,2
2011	19773143	115,1	21415296	101,0	2199977	96,5
2012	21432836	108,4	23012823	107,5	3000696	136,4
2013	23761287	110,9	24671227	107,2	3454316	115,1
2014 ¹	22437671	94,4	12711507	51,5	2425089	70,2
2015 ¹	23141646	103,1	12428286	97,8	2019576	83,3
2016 ¹	24668233	106,6	13333096	107,3	2549606	126,2
2017 ¹	26437413	107,2	14229642	106,7	2806426	110,1
2018 ¹	н. д.	н. д.	н. д.	н. д.	4557447	162,4

Складено та розраховано за даними Держстату («Туристична діяльність в Україні у 2018 році», 2019).

Примітки:

¹ Дані за 2014–2018 рр. – без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м.Севастополя та тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях.

² Включно з одноденними відвідувачами (за даними Адміністрації Держприкордонслужби України).

³ Звітність за 2000–2010 рр. сформовано за даними Міністерства інфраструктури України, починаючи з 2011 року – за даними Держстату.

Наведені дані дають змогу зробити висновок, що протягом 2016–2018 рр. туристичні потоки зросли, що є позитивною тенденцією, оскільки це створює економічне підґрунтя для активізації процесів створення нового та модернізації наявного у туристичній інфраструктурі, а також підвищує інвестиційну привабливість сфери туризму і курортів.

В той же час, слід зазначити, що розвиток офіційного (формального) туристичного ринку залежить від кількості туристів, що отримали послуги у туроператорів та турагентів. Тому необхідно проаналізувати туристичні потоки, що обслуговуються офіційними туроператорами та турагентами. Статистичні дані про кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, у розрізі видів туризму, наведено у табл. 3.

Таблиця 3

**Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами,
за видами туризму, осіб**

Роки	Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, усього ²	У тому числі		
		в'їзні (іноземні) туристи	виїзні туристи	внутрішні туристи
2000	2013998	377871	285353	1350774
2001	2175090	416186	271281	1487623
2002	2265317	417729	302632	1544956
2003	2856983	590641	344332	1922010
2004	1890370	436311	441798	1012261
2005	1825649	326389	566942	932318
2006	2206498	299125	868228	1039145
2007	2863820	372455	336049	2155316
2008	3041655	372752	1282023	1386880
2009	2290097	282287	913640	1094170
2010	2280757	335835	1295623	649299
2011	2199977	234271	1250068	715638
2012	3000696	270064	1956662	773970
2013	3454316	232311	2519390	702615
2014 ¹	2425089	17070	2085273	322746
2015 ¹	2019576	15159	1647390	357027
2016 ¹	2549606	35071	2060974	453561
2017 ¹	2806426	39605	2289854	476967
2018 ¹	4557447	75945	4024703	456799

Складено за даними Держстату («Туристична діяльність в Україні у 2018 році», 2019).

Примітки:

¹ Дані за 2014–2018 рр. – без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях.

² Включно з одноденними відвідувачами (за даними Адміністрації Держприкордонслужби України).

Дані таблиці 3 засвідчують, що, протягом 2016–2018 рр., кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, зростала, причому аналогічна тенденція зафіксована у сегменті в'їзного та виїзного туризму. У сегменті внутрішнього туризму у 2018 р. зафіксовано падіння кількості туристів, що отримали послуги у туроператорів та турагентів, що пов'язане, на нашу думку, з орієнтацією споживачів на отримання туристичних послуг без звернення до туроператорів та турагентів.

В той же час стійкий розвиток сфери туризму, курортів та готельного господарства неможливий без належної матеріально-технічної бази (туристичної інфраструктури). Матеріальна-технічна база туристичного ринку характеризується, у першу чергу, наявністю сучасних об'єктів туристичної інфраструктура, ключовим елементом якої є колективні засоби розміщення (готелі, пансіонати тощо). Стан динаміки колективних засобів розміщення характеризують дані таблиці 4.

Таблиця 4

Колективні засоби розміщення¹

Роки	Кількість колективних засобів розміщення (КЗР), од	Кількість місць тис. од	Кількість осіб, що перебували у КЗР, тис.	
			усього	з них іноземці
2011	5882	567,3	7426,9	1427,7
2012	6041	583,4	7887,4	1554,8
2013	6411	586,6	8303,1	1665,1
2014 ²	4572	406,0	5423,9	551,5
2015 ²	4341	402,6	5779,9	665,8
2016 ²	4256	375,6	6544,8	863,7
2017 ²	4115	359,0	6661,2	824,5
2018 ²	4719	300,0	7006,2	917,9

Складено за даними Держстату («Туристична діяльність в Україні у 2018 році», 2019).

Примітки:

¹ Юридичні особи, відокремлені підрозділи юридичних осіб та фізичні особи-підприємці.

² Без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях.

Згідно даних таблиці 4, можемо дійти висновку, що динаміка кількості колективних засобів розміщення у 2018 р., порівняно з 2017 р., є позитивною (хоча у 2015–2017 рр. спостерігалось падіння показника), при цьому кількість місць – знизилася. Це пов'язано з тенденцією виведення (видалення) аварійних та непридатних приміщень, або без належного облаштування, що стало закономірним наслідком підвищення вимогливості споживачів до якості обслуговування. Слід звернути увагу, що показник кількості осіб, які відвідували колективні засоби розміщення, протягом 2015–2019 рр. зростає. В Україні функціонують готелі усіх категорій, у тому числі і готелі категорії «5 зірок». Проте, в цілому матеріально-технічна база підприємств сфери туристичної інфраструктури (готелі та інші засоби розміщення, заклади харчування, заклади санаторно-курортного господарства та ін.) не відповідає світовому рівню (Герасименко & Галасюк, 2008). Вказане об'єктивно знижує конкурентоспроможність національного туристичного продукту.

Окремо слід проаналізувати стан та динаміку курортної інфраструктури, яка є доволі розвинутою, оскільки створювалася з орієнтацією на задоволення попиту споживачів із усіх радянських республік. В Україні є усі типи відомих мінеральних лікувальних вод (Субота, 2013, с. 355), також фактично функціонує понад 100 курортів та курортних територій, санаторно-курортні заклади відкрито у всіх регіонах.

Кількість санаторно-курортних закладів (у т. ч. санаторіїв та санаторіїв-профілакторіїв) протягом 2015–2018 рр. скорочується. Не відповідають сучасним стандартам асортимент та якість курортних послуг, які надають більшість санаторно-курортних закладів. Внаслідок відсутності капітальних інвестицій збільшується фізичний та моральний знос лікувального обладнання, що використовується санаторно-курортними закладами (Субота, 2012).

Сектор домогосподарств (населення) в умовах економічної кризи цілком природно скорочує споживання продуктів сфери послуг, у тому числі туристичних та курортних послуг, що і не дивно, оскільки витрати спрямовуються, у першу чергу, на задоволення базових потреб – харчування, купівля одяжі та товарів тривалого використання тощо. Відтак, в межах реалізації соціально-економічної політики, держава (органи державного регулювання) мають вживати заходів, спрямованих на підтримку розвитку сфери туризму і курортів. Органи державної влади та управління, в межах наявних повноважень, намагаються здійснювати стимулювання розвитку сфери туризму, у тому числі туристичної інфраструктури. Однак, на нашу думку, організаційно-економічний механізм державної підтримки розвитку сфери туризму і курортів є недосконалим. Переважна більшість законодавчих норм, що визначають цілі, напрями та механізми державного регулювання у сфері туризму, носять декларативний характер і в умовах української дійсності не створюють бажаних позитивних правових наслідків.

Вважаємо, що негативний вплив на розвиток сфери туризму, курортів та готельного господарства чинять: недостатнє фінансування заходів у сфері некомерційного просування національного туристичного продукту; низька активність українських учасників на міжнародних туристичних виставках (у тому числі через відсутність державної підтримки виставкової діяльності); неефективність системи контролю за туристичною діяльністю із використанням визнаних міжнародних стандартів; відсутність раціональної системи державного управління туризмом у регіонах; недостатній рівень інвестиційного та інноваційного забезпечення розвитку сфери туризму тощо (Барна & Тучковська, 2016; Захарін, Соболев, & Мельник, 2013; Ткаченко, 2009). Відтак, необхідна розробка та реалізація комплексних заходів, спрямованих на подолання кризових явищ та інтенсифікації виробництва національного туристичного продукту із забезпеченням належного рівня якості (Захарін & Байков, 2015). Основою для здійснення таких заходів має стати формування цілеспрямованої державної політики у сфері туризму з визначенням пріоритетів її розвитку, посилення ефективності залучення економічних інструментів при реалізації механізмів регулювання туристичної діяльності.

На нашу думку, необхідно вжити ефективних заходів організаційно-економічного характеру. Державна підтримка розвитку сфери туризму та курортів, враховуючи особливості об'єкту регулювання, має здійснюватися на ос-

нові програмно-цільового методу управління, який передбачає розробку Державної цільової комплексної програми із встановленням відповідних критеріїв результативності. Така програма має передбачати реалізацію низки заходів, спрямованих на адаптацію сфери туризму і курортів до наявних викликів, забезпечення гармонійного розвитку туристичного ринку на основі врахування інтересів різних суб'єктів, а також спрямованих на раціональне використання, збереження та примноження національного туристичного потенціалу. Слід проводити роботу з удосконалення адміністрування роботи фондів соціального страхування. Вказане призведе, зокрема, до стимулювання платоспроможного попиту на санаторно-курортні послуги, у тому числі через удосконалення роботи фондів соціального страхування.

Ключовими напрямками державної політики підтримки розвитку сфери туризму мають стати: вдосконалення правових засад регулювання відносин у галузі; забезпечення становлення туризму як високорентабельної галузі економіки України, заохочення національних та іноземних інвестицій у розвиток індустрії туризму, створення нових робочих місць; розвиток міжнародного та внутрішнього туризму, зокрема, сільського та екологічного (зеленого); розширення міжнародного співробітництва, утвердження України на світовому туристичному ринку; створення сприятливих для розвитку туризму умов шляхом спрощення та гармонізації податкового, валютного, митного, прикордонного та інших видів регулювання (Захарін, 2002).

Слід також врахувати, що одним із зовнішньополітичних пріоритетів України є європейська інтеграція. Відтак, державна політика у сфері туризму, згідно нашої думки, повинна базуватися на принципах та стандартах документів ЄС (зокрема, Ради Європи) з питань сталого розвитку туризму. Серед таких документів, що можуть бути імplementовані в Україні, слід виділити: «Генеральний курс для сталого і екологічно-безпечного розвитку туризму», «Політика сталого туризму на природоохоронних територіях», «Політика розвитку сталого та екологічно безпечного туризму на прибережних територіях» (Герасименко & Галасюк, 2008). Імplementація світових та європейських стандартів розвитку туризму сприятиме створенню належних економічних умов для підтримки сталого розвитку туризму в Україні.

В документах міжнародних організацій сформульовано парадигму так званого «сталого туризму». Сталий туризм – це такий напрям розвитку туризму, який дає можливість задовольняти потреби туристів нині та в майбутньому з урахуванням інтересів регіону, який їх приймає. (Захарін, Соболь & Мельник, 2013). Концепція сталого розвитку передбачає, що управління наявними в країні ресурсами (у тому числі туристичними) має здійснюватися так, щоб економічні, соціальні та естетичні потреби задовольнялися без порушення культурної та екологічної цілісності, а біологічному різноманіттю та системам життєзабезпечення не було завдано шкоди.

Опрацювання наукових праць (Барна & Тучковська, 2016; Герасименко & Галасюк, 2008; Захарін, Соболь & Мельник, 2013; Субота, 2013; Ткаченко, 2009) дало можливість сформулювати рекомендації щодо перспективних організаційно-економічних заходів, спрямованих на підтримку розвитку сфери туризму:

- широке впровадження програм державно-приватного партнерства у сфері туризму,
- оптимізація структури управління сферою туризму на національному та регіональному рівнях,
- залучення міжнародної технічної допомоги,
- активізація реалізації грантових програм, спрямованих на підтримку та розвиток об'єктів туристичної інфраструктури та об'єктів показу,
- розробка методичних рекомендацій щодо управління сферою туризму на регіональному рівні, у тому числі у малих містах,
- удосконалення механізму контролю у сфері туризму, у тому числі, шляхом впровадження інструментів ліцензування та акредитації підприємств туристичної інфраструктури,
- імплементація документів ЄС у сфері туризму і курортів.

Доцільно розробити та затвердити стратегічні орієнтири розвитку курортів та курортної діяльності, а саме:

- оптимізація структури та режиму функціонування курортно-рекреаційного комплексів, у першу чергу, на курортах державного значення;
- удосконалення структури управління у сфері курортів та курортної діяльності, підвищення результативності координування дій місцевих органів виконавчої влади з цього питання;
- створення привабливого інвестиційного клімату у галузі курортів та курортного господарства;
- забезпечення умов для виконання законодавства про охорону та раціональне використання природно-лікувальних та курортних ресурсів.

Слід вжити невідкладних заходів стимулювання платоспроможного попиту на санаторно-курортні послуги (як з боку корпоративного сектору, так і з боку індивідуальних споживачів). Таке стимулювання можна здійснювати, у тому числі, через удосконалення роботи фондів соціального страхування та збільшення обсягів фінансового ресурсу, що спрямовується на закупівлю путівок на санаторно-курортне та відновлювальне лікування за рахунок коштів фондів соціального страхування.

Висновки

Обґрунтована доцільність реалізації комплексу заходів щодо подальшого реформування механізму державної підтримки розвитку туризму, у тому числі: широке впровадження програм державно-приватного партнерства у сфері туризму; оптимізація структури управління сферою туризму на національному та регіональному рівнях; залучення міжнародної технічної допомоги; активізація реалізації грантових програм, спрямованих на підтримку та розвиток об'єктів туристичної інфраструктури та об'єктів показу; розробка методичних рекомендацій щодо управління сферою туризму на регіональному рівні, у тому числі, у малих містах; удосконалення механізму контролю у сфері туризму, у тому числі, шляхом впровадження інструментів ліцензування та акредитації підприємств туристичної інфраструктури; імплементація документів ЄС у сфері туризму і курортів.

Державна підтримка розвитку сфери туризму має здійснюватися на основі програмно-цільового методу управління. Тому доцільно розробити Державну цільову комплексну програму (ДЦКП), встановивши відповідні критерії результативності її реалізації. Вказана програма має передбачати реалізацію низки заходів, спрямованих на стимулювання розвитку сфери туризму, підтримку гармонійного розвитку туристичного ринку, раціональне використання, збереження та примноження національного туристичного потенціалу.

Реформування механізму державної підтримки розвитку сфери туризму має здійснюватися на основі концепції сталого туризму, що визначена у документах міжнародних організацій. Слід здійснити імплементацію ключових документів у сфері управління, що розроблені провідними світовими та європейськими організаціями.

Необхідно вжити заходи із стимулювання платоспроможного попиту на санаторно-курортні послуги, у тому числі, через удосконалення роботи фондів соціального страхування.

У подальшому необхідні дослідження з розробки методичних рекомендацій щодо прогнозування та моделювання параметрів розвитку сфери туризму, курортів та готельного господарства за різними сценаріями.

Список бібліографічних посилань

- Барна, М.Ю., & Тучковська, І.І. (2016). Основні тенденції управління туристичною діяльністю в Україні. *Підприємництво і торгівля*, 20, 5-8.
- Верховна Рада України. Закон України "Про туризм" № 324/95-ВР від 15.09.1995. Взято з <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр>.
- Герасименко, В.Г., & Галасюк, С.С. (2008). Управління національним туризмом в контексті міжнародного досвіду. *Вісник ДІТБ*, 12, 160-167.
- Захарін, С.В. (2002). Державне регулювання іноземного інвестування. *Фінанси України*, 1, 92-101.
- Захарін, С.В., & Байков, М.А. (2015). Формування інтелектуального капіталу як орієнтир управління комерційною діяльністю туристичного підприємства. *Молодий вчений*, 9, 50-62.
- Захарін, С.В., Соболев, В.П., & Мельник, Ю.Р. (2013). Сталий розвиток сфери туристичних послуг: глобальні тенденції, міжнародна взаємодія, уроки для України. *Економічний вісник університету*, 20/3, 297-303.
- Субота, М.В. (2012). Інноваційні підходи до стимулювання розвитку курортів. *Проблеми науки*, 12, 28-32.
- Субота, М.В. (2013). Стратегічні орієнтири державної політики стимулювання розвитку курортної діяльності. *Економічний вісник університету*, 20/2, 353-358.
- Ткаченко, Т.І. (2009). *Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу* [Монографія]. Київ: Київський національний торговельно-економічний університет.
- Туристична діяльність в Україні у 2018 році. (2019). Державна служба статистики України. Взято в http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2019/tyr/tyr_dil/arch_ty_r_dil.htm.

References

- Barna, M.Yu., & Tuchkovska, I.I. (2016). Osnovni tendentsii upravlinnia turystychnoiu diialnistiu v Ukraini [The main tendencies of management of tourist activity in Ukraine]. *Pidpriemnytstvo i torhivlia*, 20, 5-8 [in Ukrainian].
- Herasymenko, V.H., & Halasiuk, S.S. (2008). Upravlinnia natsionalnym turyzmom v konteksti mizhnarodnoho dosvidu [Managing national tourism in the context of international experience]. *Visnyk DITB*, 12, 160-167 [in Ukrainian].
- Subota, M.V. (2012). Innovatsiini pidkhody do stymuliuвання rozvytku kurortiv [Innovative approaches to stimulate resort development]. *Problems of science*, 12, 28-32 [in Ukrainian].
- Subota, M.V. (2013). Stratehichni oriientyry derzhavnoi polityky stymuliuвання rozvytku kurortnoi diialnosti [Strategic guidelines of the state policy of stimulating the development of resort activity]. *University Economic Bulletin*, 20/2, 353-358 [in Ukrainian].
- Tkachenko, T.I. (2009). *Stalyi rozvytok turyzmu: teoriia, metodolohiia, realii biznesu [Sustainable tourism development: theory, methodology, business realities]* [Monograph]. Kyiv: Kyiv national university of trade and economics [in Ukrainian].
- Turystychna diialnist v Ukraini u 2018 rotsi [Tourism in Ukraine in 2018]. (2019). State Statistics Service of Ukraine. Retrieved from http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2019/tyr/tyr_dil/arch_tyr_dil.htm [in Ukrainian].
- Verkhovna Rada Ukrainy. (1995). Zakon Ukrainy "Pro turyzm" [Law of Ukraine "On Tourism"] № 324/95-VR vid 15.09.1995. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр> [in Ukrainian].
- Zakharin, S.V. (2002). Derzhavne rehuliuвання inozemnoho investuvannya [State regulation of foreign investment]. *Finansy Ukrainy*, 1, 92-101. [in Ukrainian].
- Zakharin, S.V., & Baikov, M.A. (2015). Formuvannya intelektualnoho kapitalu yak oriientyr upravlinnia komertsiiinoiu diialnistiu turystychnoho pidpriemstva [Formation of intellectual capital as a guide for the management of commercial activity of a tourist enterprise]. *Molodyi vchenyi*, 9, 50-62 [in Ukrainian].
- Zakharin, S.V., Sobol, V.P., & Melnyk, Yu.R. (2013). Stalyi rozvytok sfery turystychnykh posluh: hlobalni tendentsii, mizhnarodna vzaiemodiia, uroky dlia Ukrainy [Sustainable development of tourism services: global trends, international interaction, lessons for Ukraine]. *University Economic Bulletin*, 20/3, 297-303 [in Ukrainian].

ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC MECHANISM OF STIMULATING THE DEVELOPMENT OF TOURISM, RESORTS AND HOTEL INDUSTRY

Serhii Zakharin

Doctor of Economics, Senior Research Fellow;

ORCID: 0000-0002-1263-8170; e-mail: z0679330105@gmail.com

Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv, Ukraine

Abstract

The state and dynamics of tourism services development in Ukraine are analyzed. The main phenomena and processes in the sphere of tourism are evaluated. Key trends in the development of the tourist services market have been identified. It is stated that the development of tourism and resorts is restrained by an insufficient level of infrastructure development, the inconsistency of establishments of accommodation with world standards, technological backwardness of tourist operators, the imperfection of legal and regulatory support of tourist and resort activity. Due to fluctuations in real incomes of the population in the market of tourist services, corresponding fluctuations in solvent demand are observed, which complicates the planning of tourism enterprises' activity, hotel, and resort activity. It is concluded that these reasons exclude the investment attractiveness of the tourist infrastructure and therefore the proper competitiveness of the entire tourism industry. Some aspects of the mechanism of state support of tourism development in Ukraine are described. The formation's factors of the tourist potential of Ukraine are shown. Priority directions of the state policy of stimulating tourism development are substantiated. Suggestions for the improvement of instruments for supporting the development of tourism are introduced.

Keywords: tourism; the sphere of tourism; tourism activity; state tourism policy; state support for tourism development



DOI: 10.31866/2616-7603.2.2.2019.189550

УДК 338.483.12:784.1(477)

СУЧАСНА ВІЗІЯ ВИКОРИСТАННЯ МУЗИЧНОГО ТВОРУ «ЩЕДРИК» В ОБРОБЦІ МИКОЛИ ЛЕОНТОВИЧА ЯК ТУРИСТИЧНОГО РЕСУРСУ ДЕСТИНАЦІЙ

Алла Гаврилюк^{1а}, Наталія Янчук^{2а}¹ Кандидат наук з державного управління, доцент;

ORCID: 0000-0003-2743-0409; e-mail: etnosvit24@ukr.net

² Магістрант; ORCID: 0000-0002-0517-8858; e-mail: cat_cat@ukr.net^а Київський національний університет культури і мистецтв, Київ, Україна

Анотація

У статті наведено результати створення нового туристичного продукту, використовуючи здобутки українського музичного мистецтва, та розроблено методи популяризації зазначеного туристичного продукту в Україні та світі. Подано результати аналізу міжнародного та вітчизняного досвіду популяризації музичного твору «Щедрик» в обробці М. Леонтовича у сфері туризму. Розглянуто та обґрунтовано маркетингові засоби туристичної промоції музичного твору «Щедрик» в обробці М. Леонтовича. Уперше науково обґрунтовано та розроблено комплекс маркетингових засобів, спрямованих на популяризацію туристичних ресурсів, об'єднаних під брендом «Музичний твір "Щедрик" в обробці Миколи Леонтовича» на туристичній мапі України і світу.

Ключові слова: музичний твір «Щедрик»; композитор Микола Леонтович; туристичний ресурс destinations; інтегровані маркетингові комунікації; туристична промоція

Вступ

Українська музична культура є унікальним самобутнім явищем у світовому мистецтві та національним музичним брендом, упізнаваним в усьому світі. Музичне хорове мистецтво, яке розвивалося в Україні протягом багатьох століть, стало відомим завдяки концертному турне Української республіканської капели під орудою О. Кошиця, яка гастролювала в різних країнах Європи та Америки на початку ХХ століття.

Справжнім відкриттям для світової спільноти стала українська різдвяна пісня «Щедрик» в обробці українського композитора М. Леонтовича. З такого тріумфального успіху розпочався музичний шлях України до її міжнародного визнання на арені світової музики.

Але Українська республіканська капела була не тільки транслятором української музично-пісенної творчості світові, а й могутнім інструментом у боротьбі

за політичне існування України. Унаслідок турне по Європі впродовж двох років про українську високу культуру заговорили не лише європейські композитори, музичні критики і перші шпальти відомих світових видань, але й очільники європейських держав. Саме тоді світова спільнота почала сприймати Україну як політично зрілу та самодостатню державу, незалежну від Росії.

Постановка проблеми

Питання щодо створення та популяризації нового туристичного продукту на основі спадщини музичного твору «Щедрик» в обробці М. Леонтовича в Україні є своєчасним і актуальним дослідженням. Викликано це потребою значної популярності та впізнаваності твору серед пересічних громадян в Україні та світі, використанням фаховими музичними колективами у своїх професійних портфоліо та туристичним попитом на пізнання і відкриття знакових історичних місць, пов'язаних зі створенням світового музичного бестселера.

Проте науковий аналіз міжнародного та вітчизняного досвіду популяризації цього музичного твору засобами інтегрованих маркетингових комунікацій у сфері туризму практично відсутній. Згідно із сучасними уявленнями система інтегрованих маркетингових комунікацій – це діяльність, основною метою якої є нагадування та інформування цільових аудиторій (споживачів і ділових партнерів) про туристичний продукт, стимулювання його збуту і створення позитивного іміджу підприємства чи території.

Необхідність розробки комплексу інтегрованих маркетингових засобів, спрямованих на популяризацію туристичних ресурсів, об'єднаних під брендом «Музичний твір “Щедрик” в обробці Миколи Леонтовича» на туристичній мапі України та світу, є цьому підтвердженням. Досліджуючи феномен твору «Щедрик» у контексті маркетингової політики у сфері вітчизняного туризму, слід зазначити, що створення туристичного продукту на його основі позитивно вплине на туристичний бренд України та дозволить відкрити нові дестинації музичного і подієвого туризму в нашій державі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Питання щодо використання комплексу інтегрованих маркетингових комунікацій для популяризації творів музичного мистецтва і нематеріальної культурної спадщини в українській науковій думці досліджувалося вкрай рідко. Проте маємо низку доробків відомих учених О. В. Музиченко-Козловської (2014), Ю. О. Масюк (2008), А. Ю. Парфіненко (2011), які присвятили свої праці пошукам окремих складових маркетингових технологій, зокрема туристичному іміджу, туристичному брендингу як ціннісному ресурсу території

Окремі наукові дослідження А. М. Гаврилюк (2018), К. А. Поливач (2012), Л. П. Дяченко (2009) актуалізують значення матеріальної та нематеріальної культурної спадщини для сучасності. На особливу увагу заслуговують праці Я. Котенка (2016), А. Мусієздова (Мусієздов, 2010), в яких висвітлюються питання пошуку «колективного та індивідуального досвіду взаємодії громад у межах

територіальних утворень для формування символічної ціннісної значущості локальних культур».

Важливим підґрунтям для подальшого наукового дослідження слугують праці, що зосереджені на вивченні творчого шляху М. Леонтовича (Гордійчук, 1974; Завальнюк, 2006; Печенюк, 2007). Історія створення твору та шлях до визнання світовою культурною спільнотою музичного твору «Щедрик» достатньо глибоко досліджено в наукових працях українських учених О. А. Кошиця (1998), В. В. Кузик (2013), Т. В. Пересунько (2018).

Вищезгадані творчі доробки вітчизняних дослідників визначають необхідність проведення розробки комплексу маркетингових засобів, спрямованих на популяризацію туристичних ресурсів, об'єднаних під брендом «Музичний твір «Щедрик» в обробці Миколи Леонтовича».

Виклад основного матеріалу

Останнім часом характерним для України стало зростання громадського інтересу до всіх проявів української традиційної культури, до глибинних витоків історії, народного мистецтва, традицій та музичної спадщини. Українська музична культура – це особливе самобутнє явище у світовому мистецтві. Українська пісня (нарівні з вишиванками та національною кухнею) уже давно стала туристичним брендом України, упізнаним в усьому світі. Друковані видання Чехії, Австрії, Великобританії, Польщі, Франції початку ХХ століття – тому історичне підтвердження.

Справжнім відкриттям для світової культурної спільноти стала українська різдвяна пісня «Щедрик» в обробці композитора М. Леонтовича. Однак саме тоді, як увесь світ, стоячи, аплодував таланту українського хору і просив на біс виконати українську різдвяну мелодію, у Радянському Союзі ім'я М. Леонтовича, автора всесвітньовідомої інтерпретації пісні «Щедрик», визнали неактуальним, а самого композитора підступно вбили за наказом радянської влади. Правду про ці події протягом тривалого періоду замовчували, а факти з нашої історії стали широковідомі лише у 1990-их роках. Тому нині постає проблема відродження національної культури, усвідомлення українцями цінності культурних надбань нашої держави та використання їх у туристичній індустрії.

М. Леонтович належить до плеяди українських композиторів, які ґрунтовно вивчали та досліджували особливості національного музичного фольклору. Його творчість стала апогеєм розвитку жанру обробок народних пісень. На основі українських народних мелодій М. Леонтович розробив власний метод інтерпретації народної пісні і створив оригінальні самобутні хорові композиції з неповторним звучанням.

Народна пісня «Щедрик» належить до архаїчних обрядових пісень. Коріння твору сягає дохристиянської доби, коли новий рік починався ранньої весни з поверненням в Україну ластівок. На думку музикознавиці В. Кузик (2013), логічно припустити, що М. Леонтович обрав фольклорний зразок, знайомий з дитинства, який побутував на Поділлі.

Саме пісні «Щедрик» відводиться особливе місце у творчості композитора. Мистецтвознавець А. Завальнюк (2006) свідчить, що народне першоджерело

твору належить до найстаріших зразків українського фольклору. Саме музична обробка М. Леонтовича зробила українську колядку символом Різдва в усьому світі та принесла їй міжнародне визнання.

У репертуарі М. Леонтовича унікальна обробка народної української пісні «Щедрик» з'явилася в 1914 році. А 25 грудня 1916 р. хорвий колектив Київського університету імені Святого Володимира під орудою відомого диригента О. Кошиця вперше виконав пісню на сцені. Цей твір займав головне почесне місце в репертуарі створеної ним Української республіканської капели, завдяки чому показувався перед різними аудиторіями. Як згадував О. Кошиць (1998), «Щедрик» – це була коронна точка виступу, яка отримувала супер рецензії впродовж п'яти з половиною років у країнах Європи та Америки. Отож, Українська республіканська капела зробила свій внесок у поширення досвіду виконання унікального твору.

Після жахливого вбивства М. Леонтовича чекістськими структурами радянської влади в лютому 1921 р. розпочало свою діяльність Музичне товариство імені Миколи Леонтовича. Основна мета діяльності – сприяння розвитку музичної української культури, вшанування пам'яті композитора, видання його відомих творів. Проте роботу товариства розкритикували на урядовому рівні через 7 років активної праці. Після цього його ліквідували, оскільки прізвище М. Леонтовича назвали забороненим, і фактично воно залишалося таким до середини 1950-х (Завальнюк, 2006).

Проте це не заважало аматорським музичним колективам виконувати «Щедрик», завдяки відсутності у тексті твору релігійного змісту. Окрім того, у народі знаходилися люди, які передавали цю давню щедрівку з уст в уста. І хоча в радянські часи заборонялося щедрувати, діти виконували цю щедрівку на Різдво.

У повоєнний період продовжує свою діяльність Тульчинська хорова капела, яку було створено ще у 1921 р., але через репресії вона не могла вести активну діяльність. У 70–80-ті роки ХХ ст. капела, яка тоді вже здобула звання «народної», була учасником Всеукраїнського телетурніру «Сонячні кларнети», першим лауреатом обласної премії ім. М. Леонтовича. У цей період двічі приїздили в Україну учасники українського робітничого хору ім. М. Леонтовича із Нью-Йорка. Разом з хоровими колективами м. Тульчина брали участь у спільних концертах, співали біля пам'ятника М. Леонтовичу, виконували щедрівку на своїх концертах.

У 1960-х рр. музичний твір «Щедрик» з'явився в репертуарі хорової капели «Думка», яка стояла у витоків хорового професійного виконавства тогочасної радянської України. Відомий український співак В. Івасюк у чотирирічному віці (1953) розпочав свій творчий шлях саме з композицій М. Леонтовича, у перекладі для фортепіано. Перший космонавт незалежної України Л. Каденюк взяв із собою записи Державного Гімну України та «Щедрик», які лунали в космосі. У 1977 р. 37 хорових творів М. Леонтовича, зокрема й «Щедрик», були записані хором студентів Київської консерваторії під орудою П. Муравського. У період з 1971 р. і донині в Україні діє хор «Щедрик», який у своєму репертуарі, окрім класичної та духовної музики, має і твори М. Леонтовича та беззаперечно «Щедрик».

Отже, цей унікальний музичний твір став культурним архетипом українськості, який радянська влада не спроможна була викоринити зі свідомості людей попри

великі старання. Історія «Щедрика» та його творця М. Леонтовича наразі має можливість заявити про себе не так світовій спільноті, як своїм нащадкам, більшість з яких не мала змоги дізнатися про непросту долю цього музичного феномену.

Щодо культурного розвитку помітними є вагомі інформаційно-дослідницькі здобутки, зокрема проект «Світовий тріумф «Щедрика» – 100 років культурної дипломатії України», який був ініційований Українським центром культурних досліджень при Міністерстві культури та проводився за підтримки Українського культурного фонду. Цей проект приурочений 100-річчю європейської прем'єри славнозвісного музичного твору «Щедрик» в обробці М. Леонтовича і спрямований на те, щоб оприлюднити документи з Центрального державного архіву, які стосуються культурної дипломатії УНР. Важливо, що створення і діяльність Української республіканської капели фінансувалися з державного бюджету. Це сприяло популяризації пісні «Щедрик» (більш відомої у світі як «Carol of the bells») за межами країни; навіть за дивовижно важких умов наша держава зуміла заявити про себе в політичному просторі завдяки своєму безцінному надбанню – українській пісні (Пересулько, 2018).

До того ж тріумфальна хода української капели стала частиною тогочасної державної політики, значно зміцнила міжнародні зв'язки України в культурній сфері та стала могутнім каталізатором у створенні іміджу України за кордоном. У сучасному світі панує думка, що саме культурна зрілість України може стати легітимізацією її політичної незалежності у світі.

Варто наголосити, що інтерес до цього феномену спостерігаємо не тільки в культурному аспекті, а й у контексті туристичної перспективи. Тобто завдяки зусиллям органів влади на місцях «Щедрик» починає розвиватися в новому напрямі й крок за кроком перетворюється на туристичний бренд нашої країни, створюючи потенційно цікаві туристичні продукти.

До вітчизняних туристичних проектів, присвячених популяризації музичної спадщини М. Леонтовича на батьківщині митця, у Вінницькій області, можна зарахувати: відкриття осучасненого музею композитора в с. Марківці р-ну; проект «Леонтович Арт-квартал»; інноваційний креативний простір «Меридіан "Щедрик"» у м. Тульчині; всеукраїнський конкурс «Щедрик Фест»; оперний музичний фестиваль OperaFest Tulchup; створення туристичного маршруту, присвяченого М. Леонтовичу; проект «Ревіталізація Музею-квартири М. Леонтовича в Музей мелодії пісні «Щедрик» шляхом діджиталізації фондів та створення фізичного та віртуального інтерактивно-комунікативних просторів»; фестиваль «Від Щедрика до Carol of the bells».

Тому реалізація цих проектів є свідченням формування позитивного туристичного іміджу регіону та країни й формуванням принципово важливих для українців основ локальної та національної ідентичності через музично-хорове мистецтво.

Серед згаданих проектів передусім привертає увагу відвідувача осучаснений музей композитора М. Леонтовича в с. Марківці.

Завдяки величезній роботі, яку провели фахівці з різних галузей (музейники, архітектори, скульптори, проектанти, будівельники), та долучилися до підтримки і представники місцевих органів влади, музей став осередком формування цінностей, що відчутно всюди, ознайомлюючись з непростим життєвим шляхом

видатного композитора. Окрім раритетних артефактів, що належать митцю та його родині, у музеї застосовується аудіо- та аудіовізуальні інсталяції системи мультимедійного супроводу, встановлений мультимедійний термінал, до медіабази якого ввійшли: біографія композитора, ноти оригінальних творів М. Леонтовича та народних пісень у його обробці, аудіо- й відеозаписи виконання творів композитора, кіно-, теле-, відеосюжети про його життя і творчий шлях та інше.

Місто Тульчин разом із проектом «Леонтович Арт-Квартал» стало переможцем конкурсу підтримки культурної спадщини «Малі міста – великі враження». Проект передбачав роботу в трьох напрямках: мурали (ревіталізація фасадів сучасних будинків); вуличні інсталяції (ревіталізація дворових просторів та прилеглих комерційних і соціальних об'єктів); створення просторової інсталяції на тему мелодії пісні «Щедрик». Основний месидж проекту «Леонтович Арт-Квартал» – «Перетворимо місто в картинну галерею!».

«Леонтович Арт-Квартал» – це культурний стартап, який реалізовувався спільними зусиллями Тульчинської об'єднаної територіальної громади та ГО «Лабораторія актуальної творчості», результатом якого є 8 об'єктів монументального стінопису – мурали на музичну тематику, які прикрасили будівлі міста. Мурали розташовано на міських будівлях між музеєм-квартирою композитора, музичною школою, казармами Суворова і палацом Потоцьких. Також у місті з'явилися стінописи «Опера», портрет М. Леонтовича в обрамленні ластівок та нот легендарного музичного твору «Щедрик». Загалом над реалізацією цього проекту працювало близько тридцяти художників з різних міст країни.

Інноваційний креативний простір «Меридіан "Щедрик"» у м. Тульчин є яскравим прикладом вдалого застосування інновацій у туризмі через створення креативного простору з унікальних туристичних артефактів у межах програми популяризації малих туристичних міст України. А сучасне атрактивне освітлення додає артефактам ще більшої візуальної привабливості.

Відкриття креативного простору «Меридіан "Щедрик"» символічно відбулося 1 грудня 2018 року, у день народження композитора. Відтак завдяки проекту м. Тульчин тепер має 4 туристичні «родзинки».

Алея музичних інструментів – це величезні артефакти у вигляді акордеона, саксофона, контрабаса, гітари та рояля. Їх створювали вручну за ексклюзивними ескізами. Кожна з цих просторових інсталяцій особлива, а контрабас і гітара мають справжні струни, на яких можна спробувати зіграти.

Театральні мурали на коледжі ветеринарної медицини – це три нові гігантські стінописи загальною площею 200 кв. м, створені відомими місцевими художниками О. Марченком, С. Ткачуком та О. Никитюком.

Інтерактивна «співоча» лавка М. Леонтовича, що виготовлена з граніту і встановлена біля пам'ятника видатному композитору, є головною «родзинкою» креативного простору, адже вона привертає увагу не тільки через зовнішню красу, а й мистецьку. Достатньо натиснути на кнопку – лунають найвідоміші обробки народних пісень, створені М. Леонтовичем.

Використання такого виду інновацій сприяє збільшенню уваги з боку туристів та підвищує інтерес до регіону. Творці проекту переконані, що новостворений креативний простір просто неба «Меридіан "Щедрик"» стане потужним поштов-

хом туристичного й економічного розвитку Тульчина – міста, яке має унікальну культурно-мистецьку та історичну спадщину.

Зокрема в межах проекту «Меридіан "Щедрик"» у 2019 р. відбулися концерти та ексклюзивні мистецькі події, тренінги з питань облаштування артмісцевості в малих містах різних регіонів України, а також співпраця з населеними пунктами, де мешкав та працював митець.

Отож, новостворений інноваційний проект надає можливості до залучення більшої кількості туристів, сприяє розвитку малого та середнього бізнесу у сфері гостинності, що в свою чергу впливає на створення нових робочих місць та умов для вільного творчого самовираження. У майбутньому підвищення впізнаваності території посприяє залученню грантової підтримки для реставрації низки цікавих туристичних об'єктів, які перебувають у занедбаному стані.

Не можна залишити поза увагою *Всеукраїнський конкурс «Щедрик Фест»*. Його проведення відбувається в м. Покровську Донецької обл. і стало частиною грандіозного міжнародного проекту з відзначення 100-річчя заснування Української республіканської капели (під орудою О. Кошиця) та світового триумфу пісні «Щедрик» в обробці М. Леонтовича.

Кульмінацією проекту було обрання хору-переможця, який став сучасним провідником культурної дипломатії України і почав роботу над світовим концертним турне за маршрутом капели, як це було сто років тому.

Турне мало на меті не тільки популяризацію історії пісні «Щедрик», а й просування українських економічних інтересів за підтримки культурної дипломатії України. За участю промисловців і підприємців України відбувається розроблення презентаційної програми гастролей, яка передбачає просування українських торгових марок і товарів на світовому ринку, пошук міжнародних партнерів для залучення інвестицій до економіки України та відновлення інфраструктури, створення нових робочих потужностей для населення, яке проживає на Донбасі, на контрольованих Україною територіях, а після встановлення миру – на території всієї Донеччини.

На особливу увагу заслуговує *Міжнародний фестиваль під відкритим небом «OperaFest Tulchyn»*, який став однією з найбільших гучних професійних оперних подій в Європі та найбільшою в Україні. Фестиваль проводять третій рік поспіль. Він перетворює м. Тульчин на оперну столицю України.

І рік не лише у високоякісному музичному контенті та зіркових іменах учасників, бездоганній організації та кількості туристів, які відвідують концертні програми та вистави. Фестиваль – унікальне явище, яке виходить за межі стандартів проведення культурних проектів в Україні, об'єднуючи багато складових, зокрема туристичний бізнес, соціальний аспект – вплив на формування громади, питання інфраструктури, видовищність та ексклюзивність змісту. Завдяки розробці маркетингових складових та успішним результатам складної роботи з донорськими організаціями команді фестивалю вдалося залучити понад 55% грантових коштів від загальної потреби для реалізації проекту, привернути увагу 35 тисяч глядачів, з яких більш ніж 20 тисяч – дитяча аудиторія; 15 млн грн – інвестиції в культурний продукт території в сукупності за 2017–2019 роки.

На концертах та виставах OperaFest Tulchyn звучать опери українською, італійською, німецькою, французькою, польською, іспанською та англійською

мовами. Загалом на минулорічному фестивалі глядачі почули найкращі твори 27 геніальних композиторів усіх часів: П'єтро Масканьї, Джакомо Пуччіні, Франца фон Зуппе, Франческо Чілеа, Еріха Вольфганга Корнгольда, Каміля Сен-Санса, Лео Деліба, Жака Оффенбаха, Роберта Шумана, Станіслава Монюшко, Цезаря Пуні, Джима Стейнмана, Фікрета Амірова, Астора П'яццоллі, Карлоса Елета Альмарана, Карлоса Гарделя, Херардо Родрігеса, Антоніо Естевеза, Юрія Шевченка, Ярослава Барнича, Жанни і Левка Колодубів, Юрія Власенка, Елісео Гренета, Мойзеса Сімонса.

Цей фестиваль продовжує культурні традиції та сприяє створенню єдиного культурного простору регіону, збереженню української національної ідентичності у світовому культурному вимірі. Репрезентуючи висококласне українське оперне мистецтво, OperaFest Tulchyn виконує значну просвітницьку функцію і через кращих взірців музичної культури зміцнює українську націю (Френкель & Вишневська, 2018).

Створення туристичного маршруту «Талант митця та трагедійність долі. М. Д. Леонтовичу присвячено» було розроблено місцевим краєзнавцем Л. Щербань. Туристичний маршрут є одноденним та пішим, пролягає через центральну та східну частину м. Тульчина. Метою екскурсії є ознайомлення екскурсантів з життєвим і творчим шляхом геніального композитора, виховання патріотизму у співвітчизників та розширення уяви про непересічну постать митця.

Проект «Ревіталізація Музею-квартири М. Д. Леонтовича в Музей мелодії пісні «Щедрик» шляхом діджиталізації фондів та створення фізичного та віртуального інтерактивно-комунікативних просторів» – переможець Всеукраїнського конкурсу «Малі міста – великі враження» у 2019 році.

Проект триває з серпня 2019 року і має три складові: проведення капітальних робіт з впорядкування території; діджиталізація існуючих музейних фондів; проведення першого фестивалю «Від Щедрика до Carol of the bells». Він включає збір даних за темами: капела М. Леонтовича, популяризація імені Леонтовича у світі та Україні, культурний код «Щедрика», 100 років культурної дипломатії. Світовий триумф «Щедрика», збір та обробка існуючих кліпів та інших відео- та аудіо матеріалів, що пов'язані з піснею «Щедрик»; виготовлення стендів музею; програмування інтерактивних панелей, які встановлені в музеї та створення сайту музею. («Про музей», 2019).

Цей музейний заклад обладнаний системою інтерактивного спілкування з відвідувачами. Співробітники музейного комплексу з гордістю демонструють збережені раритети: книги з особистим факсиміле М. Леонтовича, його партитури, особисті речі родини тощо.

Окрім цього, 16 листопада 2019 р. у м. Тульчині відбувся музичний фестиваль «Від Щедрика до Carol of the bells». Свято супроводжувалося вогняним шоу, пісочною анімацією та хоровим марафоном за участю шести хорових колективів. Неповторний «Щедрик» об'єднав усіх учасників, які представляли пісню в різних версіях, презентуючи варіації хорової української музики від XVII до XXI століття. Для відвідувачів та учасників фестивалю було заплановано екскурсійну програму по Тульчину і традиційний подільський ярмарок.

А перед тим відбулася конференція «"Щедрик" – мистецький арсенал України», під час якої наукова спільнота акцентувала увагу на важливості внесення пісні до списку нематеріальної культурної спадщини України.

Огляд сучасних засобів популяризації творчості М. Леонтовича та його всесвітньовідомого твору «Щедрик» вказує на те, що м. Тульчин поступово перетворюється на світовий мистецький кластер – родзинку світового та українського культурного туризму, а сам музичний твір може претендувати на заслужене місце в Національному переліку елементів нематеріальної культурної спадщини України, а згодом – у Репрезентативному списку нематеріальної культурної спадщини людства від різних країн, враховуючи його світову популярність та багатовікову історію.

«Щедрик» в опрацюванні М. Леонтовича став дивовижним явищем музичної світової культури, привернувши увагу мільйонів людей до істинної душі українського народу, світлої та всеосяжної. Адже саме українська народна пісня в повному обсязі ілюструє непросту історію, ментальність, світогляд і палітру величі та сили української нації.

Музичний твір «Щедрик» є прикладом того, як мистецтво сприяє створенню позитивного бренду країни, зокрема й туристичного.

Для створення власного музичного бренду та позитивного іміджу України на основі всесвітньо відомого твору «Щедрик» в обробці М. Леонтовича потрібно:

- залучити спеціалістів з брендингу, зокрема з відомих міжнародних компаній, приватного сектору, у відповідні міністерства та відомства, які б уміло формували бренд та керували ним, проводили іміджеві акції, поширювали інформацію щодо стану музичного життя та становища музикантів у країні, співпрацювали з національними та міжнародними агенціями новин, звертаючи увагу на канали комунікації (преса, телебачення, радіо, зовнішня реклама) та інтернет-портал, PR-супровід власної діяльності (ознайомлення іноземців з українською культурою, проведення днів української музики, публікації про найвидатніших композиторів і виконавців, розміщення «українського музичного продукту» на сервісі YouTube), із залученням маркетингових, консалтингових послуг;
- розробити та реалізувати довгострокову і системну промо-кампанію в межах державної програми; слід створити іміджеву концепцію України як держави з давньою музично-виконавською культурою, із значним артистичним потенціалом, самобутніми музичними цінностями та виробити єдиний комплексний підхід до формування та реалізації інформаційно-іміджевої політики та промо-кампанії в музичній індустрії;
- до цього процесу залучити керівництво країни та знаних в Україні й за її кордонами особистостей, зацікавлених у розвитку української музичної культури, що здатна конвертуватися в імідж, знання, зв'язки та особистий досвід.

Водночас слід підвищувати культурний рейтинг країни в цілому, формувати позитивну соціокультурну репутацію в інформаційному та інфраструктурному просторі, застосовувати технології сучасного бренд-менеджменту в царині музичного мистецтва тощо.

Висновки

«Щедрик» в опрацюванні М. Леонтовича – це унікальне явище не тільки в галузі української культури, а й в індустрії українського туризму. Світова спіль-

нота вже вивела цю українську щедрівку на арену світової слави як музичного феномену, тому перед Україною стоїть завдання заявити про свої права на цей музичний твір, створити йому таку маркетингову кампанію, щоб потоки іноземних туристів в Україну суттєво збільшилися не тільки після перегляду телесеріалу «Чорнобиль», а й після почутої мелодії щедрівки з таких кінофільмів, як «Один вдома» чи «Гаррі Поттер».

«Щедрик» – це ще один повноцінний незвичайний проект, реалізація якого принесе Україні тільки позитивні результати: підвищення іміджу країни серед іноземних туристів, створення нових цікавих напрямів у вітчизняному туризмі; використання інноваційних підходів до його розвитку; підвищення інтересу українців до культурних надбань народу; збільшення частки в'їзного та внутрішнього туризму; розвиток подієвого та музичного туризму в Україні. Зважаючи на багатотисячлітню історію та великий культурний потенціал, «Щедрик» в обробці М. Леонтовича й традиції його виконання можуть претендувати на статус елемента національної і світової нематеріальної культурної спадщини.

Список бібліографічних посилань

- Вінницький обласний краєзнавчий музей. Взято з <http://vinnytsia-museum.in.ua/branches/leontovych-museum>.
- Гаврилюк, А.М. (2019). Про ціннісні засади маркетингового конструкту "образ – імідж – бренд – репутація території" як пріоритету державної політики в сфері туризму в Україні. *Інвестиції: практика та досвід*, 1, 76-83. doi: 10.32702/2306-6814.2019.1.76.
- Гордійчук, М. (1974). *Микола Леонтович*. Київ: Музична Україна.
- Дядюк, К. (2018). Алея інструментів та співоча лавка: у Тульчині з'явилися нові туристичні "родзинки". *Вінницький інформаційний портал "Вежа"*. Взято з <https://vezha.vn.ua/aleya-instrumentiv-ta-spivocha-lavka-u-tulchyni-z-yavylysy-novi-turystychni-rodzynky-foto>.
- Дяченко, Л.П. (2009). Місце нематеріальної культурної спадщини України в розвитку туризму. В *Індустрія гостинності в країнах Європи*, Матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції (с. 33-36). Сімферополь: ВІТроПинт.
- Завальнюк, А. (2006). *Микола Леонтович. Листи, документи, духовні твори*. Вінниця: Нова книга.
- Котенко, Я. (2016). *Локальна ідентичність як умова розвитку об'єднаних територіальних громад (навчальний модуль)*. Київ: ІКЦ "Легальний статус".
- Кошиць, О. (1998). *З піснею через світ: подорож Української республіканської капели*. Київ: Рада.
- Кузик, В.В. (2013). "Щедрик": аналіз – stretta. *Педагогічна освіта: теорія і практика*, 14, 277-279.
- Масюк, Ю. (2008). Формування брендів туристичних підприємств за сучасних умов. *Вісник Львівського національного університету ім. І. Франка. Серія «Міжнародні відносини»*, 24, 201-207.
- Музиченко-Козловська, О.В. (2014). Туристичний брендинг: складові та переваги. *Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку*, 797, 396-402.

- Муsieздoв, A.A. (2010). Локальня иdентичность как бренд. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна*, 889 (25), 116-120.
- Парфiненко, A. (Ред.). (2011). *Туристичний імідж регіону* [Монографія]. Харків: ХНУ імені В.Н. Каразіна.
- Пересунько, Т. (Упоряд.). (2018). *Світовий тріумф "Щедрика" – 100 років культурної дипломатії України*. Київ: АртЕк.
- Печенюк, М. (2007). Музей М. Леонтовича у Кам'янець-Подільському університеті. *Збірник наукових праць Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Серія педагогічна*, 14, 108-110.
- Поливач, К.А. (2012). *Культурна спадщина та її вплив на розвиток регіонів України* [Монографія]. Київ: Інститут географії НАН України.
- Посвістак, О. (2007). Товариство імені М. Леонтовича в контексті історії Поділля 20-30-х рр. ХХ ст. *Збірник наукових праць Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Серія педагогічна*, 14, 114-116.
- Про музей. *Музей-квартира М. Д. Леонтовича – музей "Щедрик"*. Взято з <http://leontovychmuseum.org.ua/about-museum/>.
- Френкель, І., & Вишнеvsька, С. (2018). "OperaFest Tulchyn" – нова культурна парадигма країни, або рушійна сила, яка ламає стереотипи галузі [Інтерв'ю]. *"Вінниця ОК"*. Взято з <http://vinnitsaok.com.ua/archives/241055>.

References

188

- Diachenko, L.P. (2009). Mistse nematerialnoi kulturnoi spadshchyny Ukrainy v rozvytku turyzmu [The place of intangible cultural heritage of Ukraine in the development of tourism]. In *Industriia hostynnosti v krainakh Yevropy [Hospitality industry in Europe]*, Proceedings of the 3rd International Conference (pp. 33-36). Simferopol: VITroPynt [in Ukrainian].
- Diadiuk, K. (2018). Aleia instrumentiv ta spivocha lavka: u Tulchyni z'iavylysia novi turystychni "rodzynky" [Tool alley and singing bench: new tourist "raisins" appear in Tulchin]. *Vinnyskyi informatsiinyi portal "Vezha"*. Retrieved from <https://vezha.vn.ua/aleya-instrumentiv-ta-spivocha-lavka-u-tulchyni-z-yavlylysia-novi-turystychni-rodzynky-foto> [in Ukrainian].
- Frenkel, I., & Vyshnevskaya, S. (2018). "OperaFest Tulchyn" – nova kulturna paradyhma krainy, abo rushiina syla, yaka lamaie stereotypy haluzi [OperaFest Tulchyn is a new cultural paradigm in the country, or a driving force that breaks industry stereotypes] [Interview]. *"Vinnysia OK"*. Retrieved from <http://vinnitsaok.com.ua/archives/241055> [in Ukrainian].
- Havryliuk, A.M. (2019). Pro tsinnisni zasady marketynhovoho konstruktivnogo obrazu – imidzu – brenda – reputatsiia terytorii yak priorytetu derzhavnoi polityky v sferi turyzmu v Ukraini [On the Value Principles of the Marketing Image-Image-Brand-Reputation Territory as a Priority of State Tourism Policy in Ukraine]. *Investytsii: praktyka ta dosvid*, 1, 76-83. doi: 10.32702/2306-6814.2019.1.76 [in Ukrainian].
- Hordiichuk, M. (1974). *Mykola Leontovych [Mykola Leontovich]*. Kyiv: Muzychna Ukraina [in Ukrainian].
- Koshyts, O. (1998). *Z pisneiu cherez svit: podorozh Ukrainskoi respublikanskoi kapely [With a Song Through the World: A Journey of the Ukrainian Republican Chapel]*. Kyiv: Rada [in Ukrainian].
- Kotenko, Ya. (2016). *Lokalna identychnist yak umova rozvytku ob'iednanykh terytorialnykh hromad (navchalnyi modul) [Local identity as a condition of development of united territorial communities (training module)]*. Kyiv: IKTs "Lehalnyi status" [in Ukrainian].

- Kuzyk, V.V. (2013). "Shchedryk": analiz – stretta ["Shchedryk": analysis – stretta]. *Pedahohichna osvita: teoriia i praktyka*, 14, 277-279 [in Ukrainian].
- Masiuk, Yu. (2008). Formuvannia brendiv turystychnykh pidpriemstv za suchasnykh umov [Formation of brands of tourist enterprises in modern conditions]. *Visnyk Lvivskoho natsionalnogo universytetu im. I. Franka. Serii "Mizhnarodni vidnosyny"*, 24, 201-207 [in Ukrainian].
- Musiezdov, A.A. (2010). Lokalnaia identichnost kak brend [Local Identity as a Brand]. *Kharkiv National University bulletin*, 889 (25), 116-120 [in Russian].
- Muzychenko-Kozlovska, O.V. (2014). Turystychni brendynh: skladovi ta perevahy [Travel branding: components and benefits]. *Visnyk Natsionalnogo universytetu "Lvivska politekhnikha". Menedzhment ta pidpriemnytstvo v Ukrainy: etapy stanovlennia i problemy rozvytku*, 797, 396-402 [in Ukrainian].
- Parfinenko, A. (Ed.). (2011). *Turystychni imidzh rehionu [Tourist image of the region]* [Monograph]. Kharkiv: KhNU imeni V.N. Karazina [in Ukrainian].
- Pecheniuk, M. (2007). Muzei M. Leontovycha u Kam'ianets-Podilskomu universyteti [M. Leontovich Museum in Kamianets-Podilskyi University]. *Zbirnyk naukovykh prats Kamianets-Podilskoho natsionalnogo universytetu imeni Ivana Ohiiienka. Seriiia pedahohichna*, 14, 108-110 [in Ukrainian].
- Peresunko, T. (Comp.). (2018). *Svitovyi triumf "Shchedryka" – 100 rokiv kulturnoi dyplomatii Ukrainy [Shchedrick World Triumph – 100 Years of Ukrainian Cultural Diplomacy]*. Kyiv: ArtEk [in Ukrainian].
- Polyvach, K.A. (2012). *Kulturna spadshchyna ta yii vplyv na rozvytok rehioniv Ukrainy [Cultural heritage and its influence on the development of regions of Ukraine]* [Monograph]. Kyiv: Instytut heohrafii NAN Ukrainy [in Ukrainian].
- Posvistak, O. (2007). *Tovarystvo imeni M. Leontovycha v konteksti istorii Podillia 20-30-kh rr. XX st. [The Leontovich Society in the Context of Podillya History of the 20-30s of the XX Century]*. *Zbirnyk naukovykh prats Kamianets-Podilskoho natsionalnogo universytetu imeni Ivana Ohiiienka. Seriiia pedahohichna*, 14, 114-116 [in Ukrainian].
- Pro muzei [About the Museum]. *Muzei-kvartyra M. D. Leontovycha – muzei "Shchedryk"*. Retrieved from <http://leontovychmuseum.org.ua/about-museum/> [in Ukrainian].
- Vinnytskyi oblasnyi kraieznavchyi muzei [Vinnytsia Regional Museum of Local History]. Retrieved from <http://vinnytsia-museum.in.ua/branches/leontovych-museum> [in Ukrainian].
- Zavalniuk, A. (2006). *Mykola Leontovych. Lysty, dokumenty, dukhovni tvory [Mykola Leontovych. Letters, documents, spiritual works]*. Vinnytsia: Nova knyha [in Ukrainian].

MODERN VISION OF USING THE MUSIC WORK “SHCHEDRYK” IN THE PROCESSING OF MYKOLA LEONTOVYCH AS A TOURIST RESOURCE DESTINATION

Alla Havryliuk^{1a}, Nataliia Yanchuk^{2a}

¹ PhD in Public Administration, Associate Professor;

ORCID: 0000-0003-2743-0409; e-mail: etnosvit24@ukr.net

² Undergraduate; ORCID: 0000-0002-0517-8858; e-mail: cat_cat@ukr.net

^a Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv, Ukraine

Abstract

The article presents the results of the creation of a new tourist product by using the achievements of Ukrainian music art and the methods of promoting the tourism product in Ukraine and the world. The results of the analysis of the international and domestic experience of popularization of the musical work “Shchedryk” in the processing of Mykola Leontovych in the sphere of tourism are presented. The marketing means of tourist promotion of the musical work “Shchedryk” in Mykola Leontovych’s processing are considered and substantiated. For the first time, a set of marketing tools aimed at promoting tourist resources, united under the brand name “Musical work” Shchedryk “by Mykola Leontovych”, has been scientifically substantiated and developed on the tourist map of Ukraine and the world.

Keywords: musical composition “Shchedryk”; composer Mykola Leontovych; tourist resource of the destination; integrated marketing communications; tourist promotions



Наукове видання

**ВІСНИК
КИЇВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ
КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ**

**Серія:
Туризм**

Науковий журнал

2019 Том 2 № 2

Scientific publication

**BULLETIN
OF KYIV NATIONAL UNIVERSITY
OF CULTURE AND ARTS**

**Series in
Tourism**

Scientific journal

2019 Volume 2 No 2

Підписано до друку: 26.12.2019. Формат 70x100¹/₁₆
Друк офсетний. Папір офсетний. Гарнітури Roboto, Times New Roman, Cambria Math.
Ум. друк. арк. 7,47. Обл.-вид. арк. 5,73.
Наклад 300 примірників
Замовлення № 4027

Видавничий центр КНУКіМ
Видавець Київський національний університет культури і мистецтв
Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи
до Державного реєстру видавців, виготовників і розповсюджувачів
видавничої продукції, серія ДК № 4776 від 09.10.2014