

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЧЕРКАСЬКА ОБЛАСНА ДЕРЖАВНА АДМІНІСТРАЦІЯ
ТУРИСТИЧНА АСОЦІАЦІЯ УГОРЩИНИ «КАРПАТИ-ТІСА»
КОШИЦЬКИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ (СЛОВАЧЧИНА)
ЛУЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
УЖГОРОДСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
БОЛГАРСЬКИЙ МІЖНАРОДНИЙ УНІВЕРСИТЕТСЬКИЙ КОЛЕДЖ
ВИЩА ШКОЛА МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН
І СУСПІЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В ХЕЛМІ (ПОЛЬЩА)
ЧЕРКАСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
КАФЕДРА ТУРИЗМУ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ СПРАВИ ЧДТУ**



**МАТЕРІАЛИ
Х МІЖНАРОДНОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
«ТУРИСТИЧНИЙ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС
В УКРАЇНІ:
ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТА РЕГУЛЮВАННЯ»**

**21–22 березня 2019 року
м. Черкаси**

Том 1

Черкаси



2019

УДК 379.85:640.4(063)

ББК 65.433

М 34

Редакційна колегія:

Григор О.О., к.н.держ.упр., доцент;

Лазуренко В.М., д.і.н., професор;

Бушин М.І., д.і.н., професор;

Чепурда Л.М., д.е.н., професор;

Чепурда Г.М., д.і.н., професор

Відповідальна за випуск: Тихоненко Ю.М., к.і.н.

М 34 **Матеріали** X Міжнародної науково-практичної конференції «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання» : 21–22 березня 2019 року, м. Черкаси [Електронний ресурс]: у 2-х томах / М-во освіти і науки України, Черкас. держ. технол. ун-т. – Т. 1. – Черкаси : ЧДТУ, 2019. – 195 с.

Розглянуто актуальні питання стратегічного розвитку туристичного та готельно-ресторанного бізнесу в Україні і світі. Проаналізовано сучасні тенденції, проблеми державного регулювання та інтеграції України до світового простору в галузі туризму. Розкрито актуальні проблеми менеджменту та маркетингу, планування та прогнозування діяльності підприємств туристичного та готельно-ресторанного бізнесу. Проаналізовано науковий базис новітніх технологій в галузі туризму.

Для науковців, студентів, аспірантів та фахівців галузі.

УДК 379.85:640.4(063)

ББК 65.433

ЗМІСТ

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Чепурда Л.М. РОЗВИТОК ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ НА ПРИКЛАДІ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	8
Чепурда Г.М. ТУРИСТИЧНА ГАЛУЗЬ УКРАЇНИ: ПЕРСПЕКТИВИ ТА СЬОГОДЕННЯ.....	11
Нladkyi O.V. HEALTH TOURISM AS A BRAND-NEW SECTOR OF TOURISM BUSINESS DEVELOPMENT IN UKRAINE.....	14
Мельниченко С.В. БРЕНД ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	17
Тітомир Л.А., Данилова О.І. ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ НА ПІВДНІ УКРАЇНИ.....	19
Мезенцева І.В., Ольхова-Марчук Н.В. РОЗВИТОК ІВЕНТИВНОГО ТУРИЗМУ В ЛУЦЬКУ.....	22
Смочко Н.М. ПРИНЦИПИ ПОБУДОВИ ЯКІСНОЇ МОДЕЛІ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ РЕКРЕАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ.....	25
Дашук Ю.Є., Лепкий М.І. ДЕЯКІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ В ОБ'ЄДНАНИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАДАХ.....	28
Ткачова С.С. ФРАНЧАЙЗИНГ ЯК ПЕРСПЕКТИВНА МОДЕЛЬ МАСШТАБУВАННЯ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ.....	31
Головата К.Ю., Медвідь І.М., Доценко В.Ф. ПЕРСПЕКТИВИ ЗАСТОСУВАННЯ АНТИВІКОВОГО МЕНЮ В ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА ПРИ ГОТЕЛЯХ.....	34
Кушнірук Г.В., Петришин Д.Р. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ВИННОГО ТУРИЗМУ.....	37
Рибальченко Н.П. ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ УКРАЇНИ.....	40

ПРОБЛЕМИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ТА ІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ ДО СВІТОВОГО ПРОСТОРУ В ТУРИСТИЧНОМУ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

Гриньох Н.В. СОЦІАЛЬНИЙ ТУРИЗМ У КОНТЕКСТІ ТРАНСФОРМАЦІЇ СУСПІЛЬСТВА.....	42
Дутчак О.І. УМОВИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА У СФЕРІ ТУРИЗМУ II ПОЛОВИНИ ХХ – ПОЧАТКУ ХХІ СТ.....	44
Сокол Т.Г. ДО ПИТАННЯ ПРО ТУРИСТИЧНИЙ ЗБІР В УКРАЇНІ.....	47
Тептюк Л.М. ОСОБЛИВОСТІ ЗАКОНОДАВЧОГО РЕГУЛЮВАННЯ КАТЕГОРИЗОВАНИХ ГОТЕЛЕЙ УКРАЇНИ.....	50

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ВИННОГО ТУРИЗМУ

Кушнірук Г.В., *к.е.н., доцент кафедри туризму і готельної справи*

Петришин Д.Р., *студентка*

Львівський інститут економіки і туризму

Серед спеціалізованих видів туризму особливе місце займає винний туризм – відносно новий вид подорожей, що користується популярністю серед іноземних та вітчизняних туристів. Винний туризм – це вид гастрономічного туризму, який має на меті відвідини історичних центрів, пов'язаних із виготовленням винного продукту, виноградних плантацій, дегустацію та споживання напою у винних погребках та купівлю вина безпосередньо у виробника.

Між споживанням вина та подорожами ще з давніх-давен існувала певна взаємозалежність, оскільки чи не основною частиною гостинності було, є і буде частування візитерів напоями, найчастіше – вином. Як стверджують світові інформаційні агентства, вино – один із найпопулярніших національних напоїв світу. Тому, не дивно, що така інтеграція все ж відбулась, і результатом її стало створення нового виду тематичного туризму.

Суть винного туризму полягає в ознайомленні з процесом виготовлення вина, починаючи від екскурсій на виноградних плантаціях. Крім того, турист має змогу побувати на дегустаціях у дегустаційних залах та підвалах. Часто до турів, розроблених згідно тематики винного туризму, включають ресторани, що надають послуги дегустації вин.

Серед опитаних, за даними дослідження, проведеного стосовно вітчизняного ринку винного туризму, 24% виявили бажання стати учасниками комплексного винного туру, 20% – еногастрономічної вечері. Екскурсія виноградниками та на виноробню зацікавила 17% туристів, лекція – 16%, винні свята та фестивалі – 12%, майстер-клас з еногастрономії – 11% [2].

Особливого значення набувають винні фестивалі, як елементи ресурсної бази не лише винного, а й подієвого та гастрономічного видів туризму. Серед відвідувачів фестивалів частка в'їзних гостей складає лише 30–50 %, а внутрішніх – коливається в межах від 50 до 70%, відповідно [4, с. 101]. Переважна більшість популярних фестивалів, де загальна кількість відвідувачів перевищує 25 тис. осіб, проводяться в центрах відомих виноробних регіонів чи на прилеглих територіях.

Цей вид туризму бере свій початок із 50-х років ХХ століття, з Італії та Франції. Проте, сьогодні винні тури завоювали прихильність населення Європи, Азії та Америки. Серед основних світових регіонів виноробства виділяють наступні: європейські (Італія, Франція, Іспанія, Португалія, Угорщи-

на) та країни «нового світу вина» (США, Чилі, Австралія, Південна Африка, Аргентина).

Найбільш успішні виробники виноробної продукції в світі – Франція, Італія та Іспанія. Досить передбачувано, враховуючи той факт, що виноробна галузь почала зароджуватись саме тут. Скоріш за все, тому що вино – це продукт праці багатьох поколінь, плід мудрості народу і продукт території, сприятливої для росту виноградної лози. Саме ці держави займають провідні позиції в рейтингу світового виробництва вина. Проте, існують також так звані нові винні держави. Наприклад, Туреччина, Китай та Південна Африка – ускладнюють можливість світових лідерів утримувати свої показники.

За даними International Organisation of Vine and Wine: OIV, на Італію (18%) Францію (17%), Іспанію (15%), США (9%) та Аргентину (5%) припадає 63% загального світового виробництва вина. Крім того, OIV повідомляє, що загальна площа світових виноградних насаджень зменшується. Проте, це не відображається негативним чином на показниках урожайності, а навпаки. Виробництво винного продукту головним чином сконцентроване в Європі, де спостерігається значне зростання протягом останніх 4 років. Стабілізація виробництва вина властива для США та країн Південної півкулі.

За даними The Wine Institute, протягом 2013-2015 рр. лідерами за споживанням вина стали США, Франція та Італія. Україна зайняла 26 позицію з результатом 210 тис. літрів вина, що становить 0,85% від загальної кількості світового споживання вина. Варто відзначити, що незважаючи на невисокий результат, порівняно з провідними країнами світової виноробної галузі, за 3 роки показник все ж таки зріс на 5,9%.

Щодо кількості виготовленого вина, то країнами-лідерами виступають Італія, Франція та Іспанія. Україна посіла 20 позицію в рейтингу з результатом 200 тис. літрів у 2015 році. Частка вітчизняного винного продукту відносно світового – 3,8%, що на 0,3 вище середнього значення по країнах [5].

Щодо вітчизняних туристичних дестинацій винного туризму, то особливе місце тут займають підприємства-винарні, що знаходяться у приватній власності виноробів, розташовані в межах чотирьох теруарів – Миколаївська, Одеська, Херсонська та Закарпатська області. Також до винного туризму залучають заклади ресторанного господарства, що надають послуги дегустації вин.

Найуспішнішими вітчизняними виноробами заслужено визнано тих, хто має власні виноградники, на основі яких і виготовляють вино, виключно зі свого урожаю. Вони мають власну впізнавану торгову марку та є відкритими для відвідування туристів і готові показати своє виробництво [3].

Ефективність використання природного потенціалу, регламентування нормативно-правовими актами діяльності суб'єктів винного туризму, вміння пристосовуватись до потреб споживача, створення власного іміджу та впізнаваного бренду сприяють ефективності розвитку винного туризму [1].

Слід зазначити, що більше половини потенційних споживачів турпродукту винного туризму (56%) готові витратити до 500 євро, 32% орієнтуються на вартість в межах від 500 до 1000 євро, 6% респондентів надають перевагу елітному рівню обслуговування, 5% вважають ціну другорядним фактором [2]. Отже, слід врахувати, що станом на сьогодні, ціна буде основним орієнтиром для туриста при виборі винного туру.

На відміну від видів туризму, які вже давно розвиваються, винний туризм знаходиться на стадії розвитку. І це стосується не лише України, а й світу загалом. При цьому, всюди, де вирощують виноград і виробляють вино, вже є передумова для розвитку винного туризму. Зазвичай це найкраще простежується в період початок – середина осені, саме тоді в більшості дестинаціях, придатних для розвитку винного туризму, проводять фестивалі, приурочені зборам урожаю.

Зрозуміло, що вітчизняний винний туризм суттєво відстає від світових лідерів виноробної галузі. Проте, тут все ж таки існують сприятливі умови для забезпечення ресурсної бази в розвитку винного туризму.

Таким чином, розвиток винного туризму дає змогу суттєво підтримати місцевих виробників винограду, продовжити туристичний сезон у певному регіоні, створити або підвищити існуючий рівень туристичного іміджу місцевості, збільшити кількість туристичних потоків, зробити туристичний продукт більш атрактивним за рахунок впровадження винних екскурсій та дегустацій.

ЛІТЕРАТУРА

1. Авласенко О. А. Сучасні тенденції розвитку виноробства в Україні і її регіонах [Електронний ресурс] / О. А. Авласенко // Ефективна економіка. – 2014. – № 6. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua>.
2. Басюк Д. І. Дослідження ринку винного туризму в Україні / Д. І. Басюк, К. С. Бадещенкова [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.sworld.com.ua/index.php/ru/tourism-and-recreation-114/the-travel-market-is-its-current-status-and-forecasts-114/21576-114-435>.
3. Успішні винороби України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.epravda.com.ua/projects/wine/2018/10/30/642093>.
4. Hall M. Wine Tourism Around the World / Michael C. Hall, Liz Sharples, Brock Camboune, Nik Macionis. – Winepress Ltd., 2011. – 312 p.
5. World Statistics of the Wine Institute [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.wineinstitute.org/resources/statistics>.