

ISSN 2706-6142

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ
І НАУКИ, УКРАЇНИ

Вісник

Львівського інституту
економіки і туризму

15/2020



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЛЬВІВСЬКИЙ ІНСТИТУТ ЕКОНОМІКИ І ТУРИЗМУ

ВІСНИК

ЛЬВІВСЬКОГО ІНСТИТУТУ
ЕКОНОМІКИ І ТУРИЗМУ

Серія: «Економічні науки»

15/2020

**BULLETIN
OF LVIV INSTITUTE OF ECONOMICS
AND TOURISM**



Львів — 2020

УДК 338.48:001.32(051)

Вісник Львівського інституту економіки і туризму : зб. наук. ст. / Міністерство освіти і науки України. Львівський інститут економіки і туризму; [ред. кол. І. О. Бочан та ін.]. Львів: ЛІЕТ, 2020, № 15. 216 с.

Висвітлюються актуальні питання теоретичних і прикладних аспектів економіки, розвитку туристичної індустрії в Україні і, зокрема, в Західному регіоні; аналізуються підходи до створення туристичного продукту й організації спеціальних видів туризму. Особлива увага звертається на вивчення краєзнавства, екологічного супроводу туристичної діяльності та підготовки фахівців для даної галузі.

Для фахівців індустрії гостинності, науково-педагогічних працівників, аспірантів і студентів закладів освіти туристичного профілю.

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ:

1. Бочан І.О., д.е.н., професор, Львівський інститут економіки і туризму, Україна — **головний редактор**;
2. Анісімович-Шевчук О.З., к.п.н., доцент, Львівський інститут економіки і туризму, Україна — **заступник головного редактора**;
3. Ключак О.В., к.е.н., доцент, Львівський інститут економіки і туризму, Україна — **відповідальний секретар**;
4. Берест Р.Я., д.і.н., професор, Львівський інститут економіки і туризму, Україна;
5. Білонога Ю.Л., д.т.н., професор, Львівський національний університет ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Гжицького, Україна;
6. Божук Т.І., д.г.н., доцент, Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка, Україна;
7. Бомба М.Я., д.с.-г.н., професор, Львівський інститут економіки і туризму, Україна;
8. Васильчак С.В., д.е.н., професор, Львівський державний університет внутрішніх справ, Україна;
9. Гальків Л.І., д.е.н., професор, Національний університет «Львівська політехніка», Україна;
10. Гринів Б.В., к.е.н., професор, Львівський інститут економіки і туризму, Україна;
11. Доманцевич Н.І., д.т.н., професор, Львівський торговельно-економічний університет, Україна;
12. Лабай М., професор, Вища школа туризму та екології в Сухій Бескидській, Польща;
13. Лозинський Р.М., д.г.н., професор, Львівський національний університет імені Івана Франка, Україна;
14. Лозовецька В.Т., д.п.н., професор, Київський національний університет імені М. Драгоманова, Україна;
15. Майкова С.В., к.т.н., доцент, Львівський інститут економіки і туризму, Україна;
16. Мартинюк Т., професор, Сопотська школа вища, Польща;
17. Місечко О.Є., д.п.н., професор, Львівський інститут економіки і туризму, Україна;
18. Присяжнюк Ю.І., д.е.н., професор, Львівський національний університет імені Івана Франка, Україна;
19. Реверчук С.К., д.е.н., професор, Львівський національний університет імені Івана Франка, Україна;
20. Скворцов І.Б., д.е.н., професор, Національний університет «Львівська політехніка», Україна;
21. Скрипко Т.О., д.е.н., доцент, Львівський інститут економіки і туризму, Україна;
22. Слодкі М., професор, Державна Вища Школа господарки у Плоцьку, Польща;
23. Федина Л.О., к.т.н., доцент, Львівський інститут економіки і туризму, Україна;
24. Рейман Кш., професор, Державна вища техніко-економічна школа ім. кс. Броніслава Маркевича в Ярославі, Польща.

*Рекомендовано до друку Вченою радою Львівського інституту економіки і туризму
(протокол № 5 від 25.05.2020 р.)*

Думка редакції може не співпадати із думкою авторів

MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE
LVIV INSTITUTE OF ECONOMICS AND TOURISM

BULLETIN

OF LVIV INSTITUTE
OF ECONOMICS AND TOURISM

Series: «Economic Sciences»

15/2020



Lviv — 2020

UDC 338.48:001.32(051)

Bulletin of Lviv Institute of Economics and Tourism : collection of scientific works / Ministry of Education and Science of Ukraine, Lviv Institute of Economics and Tourism; [editor-in-chief I. O. Bochan.]. Lviv: LIET, 2020, #15. 216 p.

Topical issues of theoretical and practical aspects of economics of the tourist industry development in Ukraine and particularly in Western region are reflected; approaches to design of tourist product and organizing special kinds of tourism are analyzed. Special attention is given to local studies issues, ecological accompaniment of tourist activity and training specialists for the given branch.

For specialists of hospitality industry, scientific and pedagogical workers, post-graduates and students of tourist educational institutions.

EDITORIAL BOARD:

1. Bochan I., Prof., Lviv Institute of Economics and Tourism, Ukraine — *Editor-in-Chief*;
2. Anisimovych-Shevchuk O., PhD, Lviv Institute of Economics and Tourism, Ukraine — *Deputy editor-in-chief*;
3. Kliuvak O., PhD, Lviv Institute of Economics and Tourism, Ukraine — *Executive Secretary*;
4. Berest R., Prof., Lviv Institute of Economics and Tourism, Ukraine;
5. Bilonoga Yu., Prof., Stepan Gzhytskyi National University of Veterinary Medicine and Biotechnologies Lviv, Ukraine;
6. Bozhuk T., Doc., Ternopil Volodymyr Hnatiuk National Pedagogical University, Ukraine;
7. Bomba M., Prof., Lviv Institute of Economics and Tourism, Ukraine;
8. Vasylychak S., Prof., Lviv state university of internal affairs, Ukraine;
9. Halkiv L., Prof., Lviv Polytechnic State University, Ukraine
10. Hryniv B., Prof., Lviv Institute of Economics and Tourism, Ukraine;
11. Domantsevych N., Prof., Lviv University of Trade and Economics, Ukraine;
12. Labaj M., Prof., The University College of Tourism and Ecology in Sucha Beskidzka, Poland;
13. Lozynskyi R., Prof., Ivan Franko National University of Lviv, Ukraine;
14. Lozovetska V., Prof., National Pedagogical Dragomanov University, Ukraine;
15. Maikova S., Doc., Lviv Institute of Economics and Tourism, Ukraine;
16. Martyniuk T., Prof., Sopot University of Applied Sciences, Poland;
17. Misychko O. Prof., Lviv Institute of Economics and Tourism, Ukraine;
18. Prysiazhniuk Yu., Prof., Ivan Franko National University of Lviv, Ukraine;
19. Reverchuk S., Prof., Ivan Franko National University of Lviv, Ukraine;
20. Skvortsov I., Prof., Lviv Polytechnic State University, Ukraine;
21. Skrypko T., Doc., Lviv Institute of Economics and Tourism, Ukraine;
22. Slodki M., Prof., The State University of Applied Sciences in Płock, Poland;
23. Fedyna L., Doc., Lviv Institute of Economics and Tourism, Ukraine;
24. Rejman K., Prof., State Higher School of Technology and Economics in Jarosław, Poland.

*The Bulletin of Lviv Institute of Economics and Tourism
is published according to the decision of Scientific Council of Lviv Institute
of Economics and Tourism (protocol number 5 dated from 2020/05/25)*

The opinion of the editors may not coincide with the opinion of the authors

ЗМІСТ

РОЗДІЛ 1. ЕКОНОМІКА І ПІДПРИЄМНИЦТВО В УКРАЇНІ

- 1.1. *Савіцька О. П., Савіцька Н. В.* Оцінка та напрями підвищення інвестиційної привабливості України..... 9
- 1.2. *Клювак О. В., Вагнер І. М., Дицька К. В.* Стратегічні аспекти формування механізму підвищення рівня інноваційно-інвестиційної привабливості підприємств туристичної індустрії..... 21
- 1.3. *Зайцева В. М., Цвілий С. М., Гурова Д. Д.* Розвиток велнес-напрямку в бізнесі туристичних підприємств регіону на засадах диджиталізації..... 30

РОЗДІЛ 2. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ТУРИЗМОЛОГІЇ

- 2.1. *Рутинський М. Й.* Туристичне краєзнавство: об'єкт-предметна націленість, актуальні теоретичні та прикладні завдання розвитку 40
- 2.2. *Білецький М. І., Котик Л. І.* До означення екскурсійного туризму 55

РОЗДІЛ 3. СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ТА УПРАВЛІНСЬКІ ОСНОВИ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

- 3.1. *Ганоцька С. О.* Якість управління в забезпеченні сфери туризму 64
- 3.2. *Дутка Г. Я., Аніловська Г. Я., Чорненька О. Р.* Аналіз впливу соціально-політичного конфлікту на туристичну діяльність у Львівській області 73
- 3.3. *Подвірна Х. Є.* Аналіз формування логістичних систем готельних підприємств Львова..... 82

РОЗДІЛ 4. ТОВАРОЗНАВСТВО І ТОРГІВЛЯ: ТЕНДЕНЦІЇ, ПРОБЛЕМИ ТА НАПРЯМКИ

- 4.1. *Павлишин М. Л., Захарчин Р. М., Левченко А. О.* Комплексні дослідження монет ХХ століття, що є частиною приватної колекції 89
- 4.2. *Ковальчук Х. І., Катрук М. І., Захарчин Р. М., Бурак Є. І., Адамович В. А.* Перспективи розширення асортименту шоколаду з використанням рослинних добавок 99

РОЗДІЛ 5. ХАРЧОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА РЕСТОРАННИЙ СЕРВІС

- 5.1. *Сусол Н. Я., Джурик Н. Р-Й., Вівчарук О. М.* Методологія розробки та інжиніринг меню «A LA CARTE» закладів ресторанного господарства 112
- 5.2. *Майкова С. В., Вівчарук О. М., Ромашко І. С.* Удосконалення національних страв та їх адаптація для сучасних закладів ресторанного господарства..... 120

TABLE OF CONTENTS

SECTION 1. ECONOMY AND ENTREPRENEUSHIP IN UKRAINE

- 1.1. *Savitska Olga P., Savitska Nataliia V.* The evaluation and directions of increasing the investment attractiveness of Ukraine 9
- 1.2. *Kliuvak Oksana V., Vagner Iryna M., Dytska Kateryna V.* Strategic aspects of forming the mechanism of increasing the level of innovation-investment attractiveness of the tourism industry enterprises 21
- 1.3. *Zaitseva Valentina M., Tsviliy Sergiy M., Gurova Daria D.* Development of wellness-direction in business of tourist enterprises of the region at the expense of digitalization 30

SECTION 2. THEORETICAL AND METHODOLOGICAL FUNDAMENTALS OF TOURISM STUDIES

- 2.1. *Rutynskiy Mykhailo Yo.* Tourist local lore: object-subject orientation, current theoretical and applied development tasks 40
- 2.2. *Biletskyi Myroslav I., Kotyk Liubov I.* Extending the definition of sightseeing tourism... 55

SECTION 3. SOCIAL-ECNOMIC AND MANAGEMENT FUNDAMENTALS OF TOURISM ACTIVITY

- 3.1. *Ganotska Svitlana O.* Quality of management in providing the sphere of tourism 64
- 3.2. *Dutka Hanna Ya., Anilovskaya Hanna Ya., Chornenka Olesia R.* Analysis of the influence of socio-political conflict on tourist activity in the Lviv region..... 73
- 3.3. *Podvirna Chrystyna Ye.* Analysis of the logistic systems formation of hotel enterprises of Lviv..... 82

SECTION 4. COMMODITY OF GOODS AND TRADE: TENDENCIES, PROBLEMS AND APPROACHES

- 4.1. *Pavlishin Marianna L., Zakharchin Roman M., Levchenko Anton O.* Comprehensive research of private collection coins of the XX century 89
- 4.2. *Kovalchuk Khrystyna I., Katruk Mariia I., Zakharchin Roman M., Burak Yevgeniia I., Adamovich Viktoriia A.* Prospects of extension of chocolate assistance with use of plant additives 99

SECTION 5. NUTRITIONAL TECHNOLOGIES AND RESTAURANT SERVICE

- 5.1. *Susol Natalya Ya., Dzhuryk Nadiya R.-Yo., Vivcharuk Olga M.* Methodology of development and engineering of the menu «A LA CARTE» of catering enterprises 112
- 5.2. *Maykova Svitlana V., Vivcharuk Olga M., Romashko Iryna S.* Improvement of dishes and their adaptation for modern establishments of restaurant..... 120

УДК 338.48-32

JEL Classification: F63, L83, R11

*Білецький Мирослав Іванович, к.геогр.н., доцент
доцент кафедри туризму і готельної справи,
Львівський інститут економіки і туризму, м. Львів, Україна
e-mail: myroslavbil@gmail.com; ORCID ID:0000-0003-2109-4088*

*Котик Любов Іванівна,
асистент кафедри економічної і соціальної географії,
Львівський національний університет імені Івана Франка (Україна)
e-mail: kotyklubal@gmail.com; ORCID ID: 0000-0001-5046-2287*

ДО ОЗНАЧЕННЯ ЕКСКУРСІЙНОГО ТУРИЗМУ

Проаналізовано трансформацію змісту поняття туризм у руслі плюралізму мисленнєвої діяльності. Виокремлено три базові підходи до трактування поняття на етапі постнекласичного розвитку науки: статистично-економічний, філософсько-культурологічний, поведінково-мотиваційний. Обґрунтовано екскурсійний туризм як один із видів туризму, що формується у руслі постмодерного підходу до означення туриста та розвитку туристичної діяльності. Подано авторське трактування екскурсійного туризму (з позиції поведінково-мотиваційного підходу), як виду туризму націленого на отримання нового досвіду, неабияких вражень та емоційного задоволення від ознайомлення з унікальними і неповторними об'єктами природи, автентичними пам'ятками історії і культури, архітектурними комплексами поселень, са-кральними спорудами, фондами музеїв, індустриальними об'єктами, національними традиціями та повсякденним способом життя місцевих мешканців певної території. Означено критерії екскурсійного туризму та його відмінність від екскурсії. Подано мету екскурсійного туризму і, домінуючі форми організації. Узагальнено місце екскурсійного туризму у системі туризму. Розкрито його сильні сторони і переваги на фоні інших видів туризму особливо у час невизначеності та невпевності. Наголошено на важливій ролі екскурсійного туризму у реалізації стратегії збалансованого розвитку території.

***Ключові слова:** туризм, екскурсійний туризм, екскурсія, постнекласичний етап розвитку; поведінково-мотиваційний підхід.*

Актуальність дослідження. В умовах трансформації господарського комплексу України, становлення четвертинного сектора економіки, проведення широкомасштабної реформи адміністративно-територіального устрою держави на часі є дослідження видів діяльності, що забезпечують стабільне й довготривале функціонування господарства на локальному рівні. Одним із таких видів є внутрішній екскурсійний туризм, який перебуваючи у затінку міжнародного, виїзного туризму виступає осердям збалансованого розвитку господарства на місцях й нівелює коливальні хвилі кон'юнктури на туристичні продукти і послуги на глобальному, національному та регіональному рівнях. Розвиток цифрових технологій і становлення постіндустріального суспільства сумісно з загальною постмодерною ідеєю пошуку сенсу життя, пізнання світу, відпочинку, подорожі ініціюють перегляд підходів до означення екскурсійного туризму.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Чимало українських і закордонних вчених досліджували цю проблему. Суттєвий вклад у дослідження і теоретико-методичне обґрунтування екскурсійного туризму здійснив В. Кифяк, який подав авторське означення цього виду туризму, розкрив його місце у туризмознавстві, схарактеризував зв'язки з іншими видами й типами туристичної діяльності [7]. О. Любіцева («Ринок туристичних послуг: геопросторові аспекти», 2002) схарактеризувала екскурсійний туризм через призму становлення індустрії туризму й кон'юнктури туристичного ринку на глобальному та національному рівнях. М. Білецький, Л. Котик проаналізувати розвиток екскурсійного туризму в окремих туристично-рекреаційних районах України [2–5].

Формулювання цілей статті. Проаналізувати підходи до означення туризму, загалом, та екскурсійного туризму, зокрема, на постнекласичному етапі розвитку науки. Запропонувати авторське означення екскурсійного туризму, означити його місце у системі наук про туризм, схарактеризувати переваги і сильні сторони екскурсійного туризму.

Виклад основного матеріалу дослідження. Постнекласичний етап розвитку науки, характерними ознаками якого є принципова неузгодженість значення і сенсу будь-яких наукових понять і термінів, індетермінізм, плюралізм, сконструйована мисленнєва діяльність як предмет наукового пізнання та здоровий глузд, як вихідний початок наукового пізнання вносить свої вимоги до переосмислення і модерного змістового трактування головних понять наукових досліджень, одним з яких є туризм. Походячи від французького слова *tour*—прогулянка, поїздка, зараз це поняття охоплює широкий спектр видів діяльності, які включають переміщення осіб з не комерційною метою поза територію свого постійного проживання тривалістю до одного року, галузь економічної діяльності, інноваційний вектор розвитку господарства [6], спосіб життя, сферу дозвілля, напрям науки й освіти, галузь статистики тощо. Така різноплановість трактування поняття вносить сум'яття у виокремлення його базових понять, укладання типології видів туризму та виокремлення його нових напрямків. Остання проблема підсилена процесами наскрізної цифровізації сфер людського життя і розвитком технологій доповненої (*Augmented Reality*) та віртуальної (*Virtual Reality*) реальностей на фоні зростання загальної людської мобільності та прагнення активного виходу людства за межі Земного простору.

Вперше поняття турист, за дослідженням S. McCabe [13], використав французький письменник з світовим ім'ям Стендаль у праці «*Mémoires d'un touriste*» (1838), а наукове означення поняття подав F. Ogilvie (1934): «люди у тимчасових подорожах далеко від дому, які витрачають кошти отримані з рідної місцевості, а не з місця, яке вони відвідують» [15].

Ключовим у трактуванні туризму стало означення Ліги Націй (1937), яке окреслило туриста «особою, що подорожує на 24 год. чи більше в іншій країні, відмінній від тої в якій вона зазвичай проживає». Воно, хоча й визначаючи міжнародний туризм у сучасному його розумінні, привнесло у туризм часовий критерій обмеження мінімальної тривалості перебування поза місцем свого постійного проживання — 24 год. Цей параметр практично на сто років, до стрімкого зростання мобільності на початку ХХІ ст., став визначальним для розмежування туризму і екскурсійної діяльності, мандрівництва, подорожування, відвідування. Зокрема на «*Conference of International Travel and Tourism*» (1963) ВТО запровадила розмежування між туристом і відвідувачем — «відвідувач повинен витратити менше 24 год., а турист — більше 24 год.» [19].

Активний розвиток туризму, особливо міжнародного, у другій половині ХХ ст. зумовив необхідність його статистичного обліку та сформував статистично-економічний підхід до трактування поняття: ВТО (1991) означила туризм як «*діяльність осіб, що подорожують та перебувають у місцях поза їхнім звичним середовищем не більше одного року поспіль для проведення дозвілля, ділових та інших цілей, які не пов'язані зі здійсненням діяльності, яка дає змогу отримувати винагороду у межах відвідуваного місця*» [8]. «*Діяльність осіб*» має загальне значення, як усвідомлене прагнення людей, а не як конкретна виробнича (комерційна) діяльність [18], а саме означення стало базовим для більшості національних законодавств із регулювання сфери туризму на національному та міжнародному рівнях.

Дещо пізніше в «*International Recommendations for Tourism Statistics*» (2008) ООН означила туризм як «*феномен, для якого статистичне представлення має свої особливі проблеми через специфічний характер явища*» та наголосила, що крім терміну туризм в означенні ВТО, у сучасних реаліях доцільно використовувати поняття туристичний візит (*tourism visit*) — «*перебування в місці, відвіданому під час туристичної поїздки*» [11]. При туристичному візиті не обов'язково є ночівля, але необхідним є географічний район (ареал, територія, локація) відвідування. Цього ж року ВТО запропонувала означення туризму, що стало прикладом формування у науці філософсько-культурологічний підхід до його трактування: «*туризм — це соціальне, культурне та економічне явище, яке тягне за собою переміщення людей до країн чи місць поза їхнім звичним середовищем для особистих чи ділових/професійних цілей*» [20].

У 2014 р. ВТО визначила три критерії, за яких особу можна вважати туристом: рух (перебування) поза своїм звичним середовищем, тривалість перебування (до одного року), мета [21]. Також ВТО переглянула підходи до трактування відвідувача та екскурсанта: відвідувач (*visitor*) — мандрівник, який здійснює поїздку до головного пункту проживання за межами свого звичного середовища упродовж менше одного року з будь-якою метою (діловою справою, дозвіллям, особистим призначенням); якщо поїздка відвідувача включає ночівлю його можна класифікувати туристом, якщо ночівля відсутня — одноденним відвідувачем (*same-day visitor*) або екскурсантом (*excursionist*) [20].

Паралельно з активним розвитком статистично-економічного підходу до означення поняття туризм з 80-років ХХ ст. починає розвиватися поведінко-мотиваційний підхід, який при означенні туризму робить акцент не на статистично-вимірних показниках (час перебування — більше 24 год., до 1 року; відстань від місця проживання — більше 80 км, 120 км, 160 км), а на психологічних особливостях, які мотивують особу здійснювати туристичну поїзду та її внутрішніх переживаннях/емоціях під час туристичної подорожі. Саме цей підхід заслуговує особливої уваги в епоху цифровізації, коли відвідування нових місць за допомогою пристроїв VR не передбачають долання реального простору, а насиченість повсякденного життя та його висока часоплинність тісно переплітають економічну діяльність осіб з відпочинково-пізнавальною тощо.

Однією з перших, трактувати туристів, як людей що прагнуть задоволення та емоційного насичення запропонувала J. Kelly [12]. Дещо пізніше S. HomCary наголосила, що туристи шукають «*тимчасове здійснення пошуку справжності*» [10], а McCabe [13] уклала типологію туристів відповідно до сенсу, що керує їхніми пошуками: туристи відпочиваючі (*recreational tourists*) — прагнуть врятуватися від стресу, який створює центр; диверсійні туристи (*diversionary tourists*) — шукають створення смислів; досвідчені туристи (*experiential tourists*) — шукають сенсів поза своїм

звичним середовищем; екзистенціальні туристи (*existential tourist*) — шукають альтернативного світу. Всі ці групи туристів, за задумкою вченої об'єднує пошук сенсу та створення власного досвіду пізнання і відкриття світу. Тут важливим є аспект контакту туриста з довколишнім невідомим для нього туристичним світом, пошуку в ньому відомих, звичних елементів та насолода власним досвідом, отриманим у результаті цього пізнання. На вагомості отримання нового досвіду та задоволенні власних мотивів пов'язаних із дозвіллям наголошує Р. Pearce [16].

J. Ghanem подаючи постмодерне трактування туристів, означає їх людьми, що «витісняють себе із повсякденного життя у пошуках задоволення, приємності й досвіду» [9, р. 28–33]. На думку автора, це означення не суперечить WTO, оскільки рух поза звичним середовищем означає в сучасних умовах як географічне так і психологічне переміщення індивіда; тривалість переміщення зараз є суб'єктивним поняттям, що регламентується діяльністю індивіда, його зайнятістю, крім того актуальним є розгляд поняття використання часу в умовах зміни розпорядку дня з метою створення нових вражень та задоволення внутрішніх сенсів; мета переміщення — також суб'єктивне поняття, де в час постмодерну кожен бачить власний сенс, а власне мета подорожі перетворюється на створення досвіду, пошуку нового дозвілля й задоволення. Бути туристом у XXI ст., за J. Ghanem означає «*суб'єктивне сприйняття (стан душі) особистості, який базується на первинних зобов'язаннях та розпорядку дня впродовж певного періоду часу (щодо кожної людини), через певне переміщення (географічне та/або психологічне), у пошуках унікальних вражень, задоволення, дозвілля, досвіду*» [9, р. 37].

Постмодерний підхід до означення туриста, як подорожуючого, зокрема, і туризму, як виду діяльності, загалом, породжує дискусію націлену на критичний перегляд сформованих у науці концепцій розвитку туризму, підходів до виокремлення та означення його видів й типів, мотивів і цілей тощо.

Одним із таких видів є екскурсійний туризм, що більшістю українських вчених отожднюється з пізнавальним, а іноземних — з оглядовим туризмом (*sightseeing tourism*). Наприклад, корифей туризмознавства, В. Кифяк означає ЕТ, як «*подорож із пізнавальною метою; найбільш поширена форма туризму, якою займаються сучасні туристичні організації*» [7]; D. Meyer розглядає екскурсійний туризм як «*частину туристичного пакету, яка підвищує привабливість туристичного продукту; її ключовим елементом є подорож націлена на пошук «автентичного» продукту, що дає змогу нарощувати потенціал та розвивати локальну інфраструктуру, забезпечувати комерційну життєздатність бідних виробництв і територій*» [14]; M. Rojo-Vela трактує екскурсійний туризм як «*сільсько-культурний туризм; подорож/екскурсію в невеликі села/міста, багаті історичною спадщиною та архітектурною гармонією*» [17] тощо. Прикладно, що M. Rojo-Vela у дусі постмодерну, наголошує, що екскурсійний туризм містить когнітивно-афективні (*cognitive-affective*) компоненти туризму, які стосуються історичної й культурної спадщини поселень, їхньої первинної «чистоти», спокійності атмосфери місця, якості лікування і обслуговування туристів тощо. Також учений укладає профіль типового туриста — «*освічена доросла людина, яка дуже лояльна до цих локацій, має досвід проведення цих видів подорожей, використовує думку родичів та друзів як головне джерело інформації та в основному мотивується бажанням відключитися, відпочити та відвідати нові місця*» [17, р. 425].

Не претендуючи на вичерпність і безпомилковість, ми пропонуємо означувати екскурсійний туризм — як вид туризму націлений на отримання нового досвіду, неабияких вражень та емоційного задоволення від ознайомлення з унікальними і не-

повторними об'єктами природи, автентичними пам'ятками історії і культури, архітектурними комплексами поселень, сакральними спорудами, фондами музеїв, індустріальними об'єктами, національними традиціями та повсякденним способом життя місцевих мешканців певної території.

Екскурсійний туризм відповідає усім критеріям туризму у постмодерному трактуванні: подорож відбувається поза місцем постійного проживання особи; її час обмежений тривалістю до одного року; метою є отримання нового досвіду і позитивних емоцій, розширення усталених рамок світосприйняття, заглиблення в локальну історію, культуру, природу тощо.

В сучасних умовах тривалість екскурсіїного туризму може бути й менше 24 год. (12–16 год.) і не передбачати ночівлю, що не суперечить загальному означенню туризму ВТО, а є об'єктивним результатом ефективного розвитку туристичної логістики, зростання просторової мобільності, ущільнення та інформаційного наповнення особистого часу індивіда в умовах постмодерну.

Мета є визначальним критерієм, що розмежовує екскурсіїний туризм від екскурсій: якщо останні зорієнтовані на навчальну/навчально-пізнавальну ціль, то пріоритетом екскурсіїного туризму є вихід за межі усталено повсякдення та отримання позитивних емоцій й життєвого досвіду, саморозвиток, пошук нового і незвіданого, чи, навпаки, повернення до першоджерел. Важливо, що екскурсіїний туризм на відміну від екскурсій передбачає реальне/віртуальне переміщення за межі повсякденного простору проживання особи та зумовлює короткотермінову трансформацію її усталеного часоплину.

Екскурсійний туризм має тісні організаційні, управлінські, функціональні зв'язки з іншими видами туризму (рекреаційним, медичним, релігійним, діловим та ін.), часто є складовим елементом гібридного туризму, що зумовлено прагненням туристів одночасно задовольнити кілька цілей подорожі тим самим отримавши суб'єктивну емоційно-стверджувальну винагороду (рис. 1).

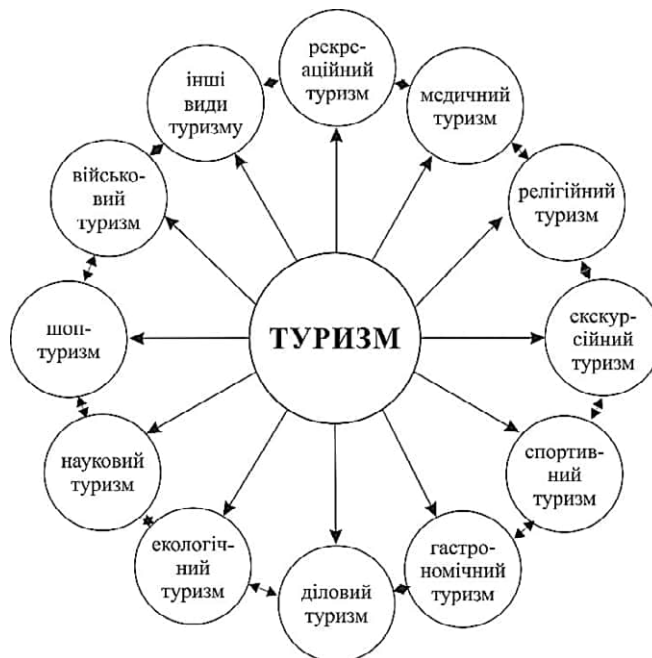


Рис. 1. Екскурсійний туризм у системі туризму

Найпоширенішими формами організації екскурсійного туризму за тривалістю є одноденні туристичні тури, тури вихідного дня, багатоденні тури; за віддаллю — приміські, регіональні, міжрегіональні, міжнародні тури; за залученням учасників — індивідуальні й групові тури тощо.

Сильною стороною екскурсійного туризму є можливість залучити в туристичну діяльність пам'ятки природи і культури місцевого та регіонального значення, діючі й законсервовані промислові об'єкти і заклади сфери послуг, популяризувати національну спадщину, розвивати супутні види туристичної діяльності — місцеві народні промисли (гончарство, лозоплетіння, різьба по дереву, бджільництво, виноробство, сироваріння та ін.). Він впливає на розвиток мережі закладів готельної і ресторанної сфери, торгівлі, дозвілля, вивозить логістику пасажирських перевезень тощо.

Перевагою екскурсійного туризму є те, що не вимагаючи великої первинної капіталізації для започаткування нових туристичних маршрутів він може стати основою для розвитку місцевих підприємств легкої, харчової, деревообробної, керамічної промисловості, сільського господарства адже в час пошуку сенсів, туристи прагнуть автентичних товарів місцевого походження, які виробляються на туристичній локації, а не імпортуються з інших регіонів чи держав. Диверсифікація господарства на місцях створить додаткові місця праці, знизить рівень безробіття й бідності місцевого населення, зменшить соціальне відторгнення і соціальну поляризацію в громаді, підвищить її комерційну життєздатність. Особливо це важливо для периферійних, депресивних районів, старопромислових міст і селищ, знелюднених сіл і хуторів.

У контексті реалізації стратегії збалансованого розвитку екскурсійний туризм сприяє зменшенню тиску на головні туристичні райони держави/регіону, залучаючи відвідувачів у менш відомі місця; «розсіює» доходи від туризму на більшу територію, надаючи змогу малим і середнім підприємцям провадити бізнес на місцях; стимулює самозайнятність населення; підвищує загальну інвестиційну привабливість місць туризму; зберігає й популяризує культурну й природну розмаїтість території, надає їй нових постмодерних сенсів.

Екскурсійний туризм чутливий до викликів внутрішнього і світового ринку туристичних послуг, характеризується коливальною динамікою зацікавлення подорожуючих до туристичних дестинацій [1–6] та вимагає постійного оновлення тематики й територіального охоплення екскурсійних турів із застосуванням дизайн-методу.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у цьому напрямі. На постнекласичному етапі розвитку науки утвердилися три базові підходи до означення туризму — статистично-економічний, філософсько-культурологічний, поведінково-мотиваційний. Екскурсійний туризм є одним із видів туризму, що виокремлюється у руслі постмодерного підходу до означення туризму і розвитку туристичної діяльності. З позиції поведінково-мотиваційного підходу він означається видом туризму націленого на отримання нового досвіду, неабияких вражень та емоційного задоволення від ознайомлення з природними та історико-культурними об'єктами довколишньої території, її мешканцями та їхнім способом життя тощо. Екскурсійний туризм займає вагоме місце у системі туризму, має тісні зв'язки з іншими видами туризму, відіграє важливу роль у реалізації стратегії збалансованого розвитку території.

Перспективи дослідження вбачаються в аналізі впливу розвитку екскурсійного туризму на економіку новостворених громад в Україні та їхній інвестиційний клі-

мат, особливо у час невизначеності та неповноті трансформаційних викликів на глобальному, національному, регіональному та локальному рівнях.

Список використаних джерел

1. Білецький М.І., Ванда І.В., Котик Л.І. Соціальна географія: навч. посіб. — Львів: Простір-М, 2015. 468 с.
2. Білецький М.І., Котик Л.І. Актуалізація екскурсійної діяльності на території Поліського туристично-рекреаційного району України / Географія, економіка і туризм: національний та міжнародний досвід: зб. матер. міжнар. наук. конф. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2018. С. 34–40.
3. Білецький М.І., Котик Л.І. Придніпровський туристично-рекреаційний район України: проблеми і перспективи розвитку / Вісник ЛІЕТ. Серія: Економічні науки. 2018. Вип. 13. С. 166–180.
4. Білецький М.І., Котик Л.І. Приморський туристично-рекреаційний район України: сучасний стан і проблеми розвитку / Туризм, географія, краєзнавство: актуальні проблеми теорії і практики: матер. міжнар. наук.-практ. конф. Тернопіль: ТНПУ, 2019. С. 7–21.
5. Білецький М., Котик Л. Слобожансько-Донбаський туристично-рекреаційний район України: функціонування у контексті воєнно-політичної нестабільності / Вісник ЛІЕТ. Серія: Економічні науки. 2019. № 14. С. 160–176.
6. Білецький М., Котик Л. Туризм як інноваційний вектор розвитку господарства Львівської області / Сучасні проблеми розвитку туризму в Україні : зб. матер. міжнар. наук. практ. конф. (Львів, 16 травня 2019 р.). Львів: Галич-Прес, 2019. С. 77–87.
7. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні : навч. посібник. Чернівці: Книги-XXI, 2003. 300 с.
8. Collection of Tourism Expenditure Statistics: UNWTO technical manual. 1995. № 2. p. 10. [Electronic resource]. — Mode of access : <https://web.archive.org/web/20100922120940/http://pub.unwto.org/WebRoot/Store/Shops/Infoshop/Products/1034/1034-1.pdf>.
9. Ghanem J. Conceptualizing «theTourist»: A critical Review of UNWTO definition, 2017.
10. HomCary S. The tourist moment / *Annals of Tourism Research*, 2004. # 31(1). Pp. 61–77.
11. International Recommendations for Tourism Statistics, 2008. [Electronic resource]. — Mode of access : https://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesm/SeriesM_83rev1e.pdf#page=21.
12. Kelly J. *Recreation Business*. New York: Willey, 1985.
13. McCabe S. Who is a Tourist? Conceptual and Theoretical Developments / *Philosophical Issues in Tourism* [ed. by J. Tribe], 2009. Pp. 25–42.
14. Meyer D. *Tourism Routes and Gateways*. Overseas Development Institute, UK, 2004.
15. Ogilvie F.W. *The Tourist Movement: An Economic Study* / *The Economic Journal*. 1934. Vol. 44. No. 175. Pp. 475–477 / [Electronic resource]. — Mode of access : <https://www.jstor.org/stable/2225409?seq=1>.
16. Pearce P.L. *Tourist Behaviour and the Contemporary World*. Bristol, 2011. P. 6.
17. Royo-Vela M. Rural-cultural excursion conceptualization: A local tourism marketing management model based on tourist destination image measurement / *Tourism Management*. 2009. № 30(3). Pp. 419–428.
18. *Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework*, 2001. [Electronic resource]. — Mode of access : https://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesF/SeriesF_80e.pdf.
19. United Nations Conference on International Travel and Tourism, Rome, 21 August-5 September 1963 [Electronic resource]. — Mode of access : <https://digitallibrary.un.org/record/723571>.
20. UNWTO. Glossary of Tourism Terms [Electronic resource]. — Mode of access : <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>.
21. UNWTO. Glossary of Tourism Terms, 2014. [Electronic resource]. — Mode of access : <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/Glossary+of+terms.pdf>.

References

1. Biletskyi M. I., Vanda I. V., Kotyk L. I. «Sotsialna heohrafiia; navch. posib.» [Social geography: educational handbook]. — Lviv: Prostir-M, 2015. 468 s.
2. Biletskyi M. I., Kotyk L. I. «Aktualizatsiia ekskursiinoi diialnosti na terytorii Polisskoho turystychno-rekreatsiinoho raionu Ukrainy» [Actualization of excursion activities in the Polissky tourist and recreational area of Ukraine] / Heohrafiia, ekonomika i turyzm: natsionalnyi ta mizhnarodnyi dosvid: zb. mater. mizhnar. nauk. konf. Lviv: LNU imeni Ivana Franka, 2018. S. 34–40.
3. Biletskyi M. I., Kotyk L. I. «Prydniprovskiy turystychno-rekreatsiinyi raion Ukrainy: problemy i perspektyvy rozvytku» [Pridniprovskiy tourism and recreation region of Ukraine: problems and prospects for development] / Visnyk LIET. Serii: Ekonomichni nauky. 2018. Vyp. 13. S. 166–180.
4. Biletskyi M. I., Kotyk L. I. «Prymorskiy turystychno-rekreatsiinyi raion Ukrainy: suchasnyi stan i problemy rozvytku» [Prymorskiy tourism and recreation region of Ukraine: current state and development problems] / Turyzm, heohrafiia, kraieznavstvo: aktualni problemy teorii i praktyky: mater. mizhnar. nauk.-prakt. konf. Ternopil: TNPU, 2019. S. 7–21.
5. Biletskyi M., Kotyk L. «Slobozhansko-Donbaskiy Turystychno-rekreatsiinyi Raion Ukrainy: Funktsionuvannia u Konteksti Voienno-politychnoi Nestabilnosti» [Slobozhansko-Donbas Tourist-recreational Region of Ukraine: Functioning in the Context of Military and Political Instability] / Visnyk LIET. Serii: Ekonomichni nauky. 2019. Vyp. 14. S. 160–176.
6. Biletskyi M., Kotyk L. «Turyzm yak Innovatsiinyi Vektor Rozvytku Hospodarstva Lvivskoi Oblasti» [Tourism as an Innovative Vector of Economic Development of Lviv Region] / Suchasni Problemy Rozvytku Turyzmu v Ukraini: zb. mater. mizhnar. nauk. prakt. konf. (Lviv, 16 travnia 2019 r.). Lviv: Halych-Pres, 2019. S. 77–87.
7. Kyfiak V. F. «Orhanizatsiia Turystychnoi Diialnosti v Ukraini: navch. posibnyk» [Organization of Tourist Activity in Ukraine: textbook. manual]. Chernivtsi: Knyhy-XXI, 2003. 300 s.
8. Collection of Tourism Expenditure Statistics: UNWTO technical manual. 1995. № 2. p. 10. / [Electronic resource]. — Mode of access : <https://web.archive.org/web/20100922120940/http://pub.unwto.org/WebRoot/Store/Shops/Infoshop/Products/1034/1034-1.pdf>.
9. Ghanem J. Conceptualizing «the Tourist»: A critical Review of UNWTO definition, 2017.
10. HomCary S. The tourist moment / *Annals of Tourism Research*, 2004. # 31(1). Pp. 61–77.
11. International Recommendations for Tourism Statistics, 2008. [Electronic resource]. — Mode of access : https://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesm/SeriesM_83rev1e.pdf#page=21.
12. Kelly J. *Recreation Business*. New York: Willey, 1985.
13. McCabe S. Who is a Tourist? Conceptual and Theoretical Developments // *Philosophical Issues in Tourism* [Ed. by J. Tribe], 2009. Pp 25–42.
14. Meyer D. *Tourism Routes and Gateways*. Overseas Development Institute, UK, 2004.
15. Ogilvie F. W. *The Tourist Movement: An Economic Study* / *The Economic Journal*. 1934. Vol. 44. No. 175. Pp. 475–477 / [Electronic resource]. — Mode of access : <https://www.jstor.org/stable/2225409?seq=1>.
16. Pearce P. L. *Tourist Behaviour and the Contemporary World*. Bristol, 2011. P. 6.
17. Royo-Vela M. Rural-cultural excursion conceptualization: A local tourism marketing management model based on tourist destination image measurement / *Tourism Management*. 2009. №30(3). Pp. 419–428.
18. *Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework*, 2001. [Electronic resource]. — Mode of access : https://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesF/SeriesF_80e.pdf.
19. United Nations Conference on International Travel and Tourism, Rome, 21 August-5 September 1963 [Electronic resource]. — Mode of access : <https://digitallibrary.un.org/record/723571>.
20. UNWTO. Glossary of Tourism Terms [Electronic resource]. — Mode of access : <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>.
21. UNWTO. Glossary of Tourism Terms, 2014. [Electronic resource]. — Mode of access : <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/Glossary+of+terms.pdf>.

M. Biletskyi, L. Kotyk

EXTENDING THE DEFINITION OF SIGHTSEEING TOURISM

The article analyzes the transformation of the notion of tourism in the context of the pluralism of mental activity at the post-non-classical stage of scientific development. Three basic approaches to the interpretation of the notion have been singled out: statistical-economic, philosophical-cultural, and behavioral-motivational. Sightseeing tourism has been described as one of the types of tourism formed in line with the postmodern approach to the definition of the tourist and the development of tourist activity.

The authors provide the interpretation of sightseeing tourism (from the standpoint of behavioral-motivational approach) as a type of tourism aimed at gaining new powerful experience and emotional satisfaction from seeing unique nature sights, authentic historical and cultural monuments, architectural complexes, sacred buildings, museum collections, industrial facilities, national traditions and everyday life of local residents of a certain territory.

It is demonstrated that sightseeing tourism meets all the criteria of tourism in the postmodern interpretation: the trip takes place outside the person's permanent place of residence; its time is limited up to one year; the goal is to gain new experience and positive emotions, expand the established world view, dive into the local history, culture, nature, etc. It is noted that in modern conditions the duration of sightseeing trip can be even less than 24 hours (12–16 hours) and does not always involve accommodation, which does not contradict the general tourism definition by WTO, but instead, it is an objective result of effective development of the tourism logistics, the growth of spatial mobility, increased density and information flow in the individual's personal time in the postmodern conditions.

It is pointed out that the goal is a defining criterion that distinguishes sightseeing tourism from excursions: if the latter are focused on educational and cognitive goals, the priority of sightseeing tourism is to go beyond the established everyday life and get positive emotions and life experience, self-development, search for the new and unknown, or, conversely, return to the original sources.

The strength of sightseeing tourism is the opportunity to use natural and cultural monuments of local and regional importance, active and temporarily closed industrial and service facilities, to promote the national heritage, develop related tourism activities, etc.

The advantage of sightseeing tourism is that without requiring a large initial capitalization for launching new tourist routes, it can become the basis for the development of local businesses of light industry, food, woodworking, ceramics, agriculture sectors because searching for the meaning, tourists seek authentic local goods made at the tourist location.

In the context of the implementation of the sustainable development strategy, sightseeing tourism helps to reduce the pressure on the main tourist areas of the country/region, attracting visitors to less known places; «scatters» income from tourism over a larger area, allowing small and medium-sized businesses to do business on the ground; stimulates self-employment; increases the overall investment attractiveness of tourism places; preserves and promotes the cultural and natural diversity of the territory, gives it new postmodern meanings.

Keywords: *tourism, sightseeing tourism, excursion, post-non-classical stage of development; behavioral-motivational approach.*

ВІСНИК

Львівського інституту
економіки і туризму

15/2020

Головний редактор: *Бочан І. О.*

Комп'ютерне верстання: *Куж М. І.*

Свідоцтво про державну реєстрацію
КВ № 12765-1649Р

Вісник Львівського інституту економіки і туризму 10.03.2010 р. був затверджений і включений до переліку наукових фахових видань України з галузі науки: економічні.

Підписано до друку 10.12.2020 р. Формат 70*100/16.
Папір офсетний. Друк офсетний. Гарнітура Times New Roman.
Ум. друк. арк. 17,41. Наклад 100 прим.
Зам. № 2762

Львівський інститут економіки і туризму
79007, м. Львів, вул. Менцинського, 8
Тел.: (032)255-45-47, (032)255-75-11,
тел./факс: (032)255-46-94,
e-mail: lebk@org.lviv.net
nviddil@i.ua

Друк: ТЗОВ «Компанія “Манускрипт”»
вул. Руська, 16/3, м. Львів, 79008
тел./факс: (032) 235–52–20

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до державного реєстру видавців, виготівників і розповсюджувачів видавничої продукції серія ДК № 3628 від 19. 11. 2009 р.