

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ УКРАЇНИ КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ  
УНІВЕРСИТЕТ КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ

Інститут демографії та соціальних досліджень  
ім. М. В. Птухи НАН України  
Академічне співтовариство Михайла Балудянського Кошиці (Словаччина)  
Університет Аристотеля Салоники (Греція)  
Institute for Management Information Systems (Литва)  
Nowy Sacz School of Business – National-Louis University (Польща)  
Наукове видання «Інтелект ХХІ»  
Всеукраїнська спілка вчених-економістів

**«ГОСТИННІСТЬ, СЕРВІС, ТУРИЗМ: ДОСВІД,  
ПРОБЛЕМИ, ІННОВАЦІЇ»**

**ІІІ МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА  
КОНФЕРЕНЦІЯ**

14–15 квітня 2016 року

Реєстрація Міністерства освіти і науки України

Лист № 1/9-34 від 21.01.2016

Тези доповідей

Частина I

Київ 2016

УДК 640.43+379.851+330.341.1

ББК 65. 43

Г 725

Гостинність, сервіс, туризм: досвід, проблеми, інновації : тези доповідей III Міжнар. наук.-практ. конф., Київ 14 квіт. 2016 р. / М-во освіти і науки України; М-во культури України; Київ. нац. ун-т культури і мистецтв. – Київ : Видав. центр КНУКіМ, 2016. – 247 с.

Друкується за рішенням Вченої ради

Київського національного університету культури і мистецтв

(протокол № 24 від 14 квітня 2016 р.)

Збірник містить наукові тези III Міжнародної науково-практичної конференції «Гостинність, сервіс, туризм: досвід, проблеми, інновації», яка відбулася 14–15 квітня 2016 р. на базі Інституту демографії та соціальних досліджень ім. М. В. Птухи НАН України, Академічного співтовариства Михайла Балудянського Кошиці (Словаччина), Університету Аристотеля Салоники (Греція), Institute for Management Information Systems (Литва), Nowy Sacz School of Business-National-Louis University (Польща), Наукового видання «Інтелект XXI», Всеукраїнської спілки вчених-економістів. Матеріали містять певні підсумки наукових досліджень провідних вчених України та країн-учасниць конференції, а також доробки докторантів, аспірантів, магістрантів та будуть цікавими й корисними для широкої наукової громадськості, фахівців готельно-ресторанного і туристичного бізнесу та соціокультурної сфери, викладачів, аспірантів, студентів.

*Матеріали надано в авторській редакції*

Київський національний університет культури і мистецтв, 2016

© Автори тез, 2016

**ЗМІСТ**

**Секція 1. ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ**

<i>Антоненко А. В., Гончар Л. О.</i>	Смузі підвищеної харчової цінності	<b>8</b>
<i>Антоненко А. В., Тітаренко М. С.</i>	Удосконалення технології сервісу з обслуговування номерів у готелі	<b>15</b>
<i>Антоненко А. В., Приходько К. О.</i>	Сучасний стан розвитку екологічних готелів в Україні	<b>21</b>
<i>Бойко У. Л., Толок Г. А.</i>	Винятковість автентичності гастрономічної культури України	<b>26</b>
<i>Brovenko T., Shtyka O.</i>	Green farms as means for development of ecotourism in Ukraine	<b>31</b>
<i>Бровенко Т. В.</i>	Шоколадні вироби: ідеї та технологічні інновації світових дизайнерів	<b>40</b>
<i>Гаврилюк Л. П.</i>	Гастрономічні аспекти споживчої культури у суспільстві	<b>44</b>
<i>Грищенко І. М., Романенко Р. П.</i>	Технологія напівфабрикату пісочного тіста із селеновмісними оліями	<b>47</b>
<i>Завадинська О. Ю.</i>	Удосконалення асортименту напоїв в курортній галузі	<b>52</b>
<i>Кожухівська Р. Б.</i>	Використання інформаційних технологій в індустрії гостинності	<b>55</b>
<i>Ляховська О. С.</i>	Сертифікація як основний гарант якості та безпеки послуг у сфері готельно-ресторанного господарства	<b>60</b>
<i>Осьмьоркіна Н. М.</i>	Сучасні інноваційні процеси в сфері готельного бізнесу України	<b>65</b>

<i>Пересічний М. І., Пересічна С. М., Ліфіренко О. С.</i>	Готельно-ресторанний бізнес: теорія і практика	<b>68</b>
<i>Пересічна С. М., Коваленко Я. Р.</i>	Розвиток санаторно-курортного комплексу «Миргород»	<b>73</b>
<i>Подзігун С. М.</i>	Управління інвестиційною політикою підприємств готельного господарства	<b>77</b>
<i>Прима В. В.</i>	Гостинність крізь призму деконструкції повсякденності	<b>80</b>
<i>Рингач Н. О., Керецман А. О.</i>	Культура харчування української учнівської молоді	<b>86</b>
<i>Русавська В. А.</i>	Можливості застосування концепції якості в системі управління якістю підприємств ресторанного господарства	<b>91</b>
<i>Слатвінський М. А.</i>	Організаційні аспекти безпеки суб'єктів готельно-ресторанного бізнесу	<b>95</b>
<i>Стойка В. О.</i>	Сучасні тенденції розвитку готельного бізнесу	<b>99</b>
<i>Стукальська Н. М., Довга О. О.</i>	Мотивація персоналу у готельному господарстві	<b>103</b>
<i>Стукальська Н. М., Антоненко А. В.</i>	Сучасний стан і перспективи розвитку еко-готелів	<b>107</b>
<i>Толок Г. А., Кулигіна І.</i>	Високосервісна культура обслуговування як показник якості в ресторанному бізнесі	<b>111</b>
<i>Толок Г. А.</i>	Мікробіологічні критерії безпеки харчових продуктів	<b>115</b>

**Секція 2. СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ  
НАЦІОНАЛЬНОГО ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ**

<i>Алдохіна К. І.</i>	Проблеми і перспективи розвитку релігійного туризму в сучасному полікультурному середовищі	<b>119</b>
<i>Андрущенко Д. С.</i>	Залучення ділових туристів в конгрес-готелі	<b>123</b>
<i>Антоненко В. С.</i>	Стратегія формування та розвитку халяль-туризму як іноваційного продукту в міжнародному туризмі	<b>128</b>
<i>Баланова Т. В.</i>	Теоретичні засади розвитку міжнародного туризму	<b>131</b>
<i>Булгакова Н. В.</i>	Оптимізація організації залізничних круїзів в Україні	<b>134</b>
<i>Вишневіська Г. Г.</i>	Туристичний інформаційний центр як засіб популяризації національного туристичного продукту	<b>141</b>
<i>Гаврилюк А. М., Лесенко О. О.</i>	Шевченкіана в сучасних туристичних артефактах України	<b>144</b>
<i>Гаєвська Т. І.,</i>	Потенціал українських народних свят у формуванні етнічних турів	<b>150</b>
<i>Григорчак І. М.</i>	Розвиток туризму в Україні: регулювання чи самоорганізація?	<b>154</b>
<i>Дубовий О. В., Дубова І. В.</i>	Еколого-економічні теплиці як соціальна складова зеленого туризму	<b>158</b>
<i>Кіщенко Н. Д.</i>	Strategy in travel and tourism	<b>164</b>
<i>Кирилюк І. М.</i>	Проблеми та пріоритети розвитку туризму в Україні: регіональний аспект	<b>168</b>
<i>Козловський Є. В.</i>	Загальні питання правового регулювання туризму в світі	<b>171</b>

<i>Коломацька Н.</i>	Визначення конкурентних переваг діяльності туристичного комплексу	<b>176</b>
<i>Крупа І. П.</i>	Потенціал фестивального туризму (на прикладі міста Львова)	<b>180</b>
<i>Кучинська І. В., Цимбала О. С.</i>	Етнічний туристичний продукт на ринку України	<b>183</b>
<i>Ляховська О. С.</i>	Анімаційна діяльність на круїзному судні: програми, завдання, орієнтація на споживача	<b>188</b>
<i>Підлісний Є. В.</i>	Проблеми та перспективи розвитку туристичної індустрії України	<b>193</b>
<i>Плецан Х. В.</i>	Перспективи застосування хедхантингу в сучасному менеджменті індустрії гостинності: сутність, роль та функціональні характеристики	<b>196</b>
<i>Пугач О. М.</i>	Роль хостелів Львова у розвитку молодіжного туризму	<b>201</b>
<i>Zdzisław Sirojć</i>	Turystyka w zarządzaniu współczesną metropolią	<b>205</b>
<i>Сидорук А. В.</i>	Анімаційна діяльність як складова сфери рекреаційних послуг	<b>210</b>
<i>Скаченко О. О.</i>	Просвітницька діяльність наукової бібліотеки кнукім з популяризації нематеріальної культурної спадщини	<b>214</b>
<i>Ткаченко Т. І.</i>	Національно-туристична спрямованість практичної підготовки студентів освітньо-професійного циклу дисциплін «Організація туризму: туropolейтинг. організація екскурсійної діяльності» на прикладі жанрового петриківського розпису	<b>220</b>
<i>Lesia Ustymenko</i>	Weekend tourism as a form of integration of modern types of tourism	<b>224</b>

<b><i>Фастовець О. О.</i></b>	Інновації у просуванні турпродукту на ринку України	<b>229</b>
<b><i>Цегельник А. О.</i></b>	Кулінарна спадщина України як чинник формування туристичного іміджу країни	<b>234</b>
<b><i>Цуркан І. М.</i></b>	Туристський кластер як об'єкт муніципального маркетингу міста	<b>238</b>
<b><i>Чвортко Л. А.</i></b>	Особливості страхування ризиків у сфері туризму	<b>243</b>

*Література:*

1. Lviv. Travel Офіційний Туристичний сайт міста [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http:// Lviv.travel/ua/index/sitemap](http://Lviv.travel/ua/index/sitemap). – Назва з екрана.
2. Стратегія підвищення конкурентоспроможності міста Львова до 2015 р. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.city-adm.lviv.ua/adm/economy/strategija/strategija-do-2015-r>. – Назва з екрана.

*Кучинська І. В., канд. біол. наук., доц.,*

*Цимбала О. С., старший викладач,*

*кафедра теорії і практики туризму та готельного господарства,*

*Львівський інститут економіки і туризму*

*м. Львів, Україна*

### **ЕТНІЧНИЙ ТУРИСТИЧНИЙ ПРОДУКТ НА РИНКУ УКРАЇНИ**

У науковій літературі в останні роки активно дискутуються термінологічні підходи до визначення поняття «етнотуризм», а також проблеми та можливості використання етнічного потенціалу України для розвитку регіонального туризму. Однак сьогодні перед туристознавцями постає не лише проблема дефініції терміну «етнотуризм» та дослідження ресурсної бази для цього виду туризму. Особливу увагу варто звернути і на те, що у наш час практично відсутні дослідження організаційних аспектів створення туристичного продукту саме в етнотуризмі та практичного досвіду організації етнотурів.

Мета дослідження полягає в аналізі сучасного стану ринку етнотуризму в Україні; у виділенні етнотуристичних продуктів, розроблених українськими туроператорами; у визначенні основних тенденцій, проблем і перспектив розвитку українського етнотуризму.

Сьогодні ринок етнічного туризму в Україні знаходиться на етапі становлення. Серед великого розмаїття туристичних фірм практично відсутні туроператори, що спеціалізуються на цьому виді туризму. Ряд туроператорів, що займаються внутрішнім туризмом, мають серед своїх пропозицій кілька



турпродуктів, які позиціонуються як етнотури (головним чином екскурсійні тури вихідного дня, а також поїздки на різні етнофестивали) [1, с. 39]. Серед таких фірм варто виділити: у Києві – «Унікальна Україна», «Орнамент України», «Терра Інкогніта», «Етнотур», «Перше екскурсійне бюро»; у Львові – «Відвідай», «Карпатія Галич Тур», «ІнЛьвів»; у Тернополі – «Окрайна»; у Харкові – «Міко-тур»; в Одесі – «Вилково Тур», «Веселка туризму» та ін (табл. 1; інформація про тури взята із сайтів відповідних туристичних операторів і актуальна станом на березень 2016р. [2, 3, 4, 5]).

**Приклади етнотуристичних продуктів українських туроператорів**

<b>Туроператор</b>	<b>Назва туру</b>	<b>Маршрут</b>	<b>Тривалість</b>	<b>Вартість</b>
Етнотур (м. Київ)	Травневі легенди Гуцульщини + Івано- Франківськ і Чернівці	Київ–Житомир–Хмельницький– Коломия–Космач–Шешори–Пістинь– Косів–Рогатин–Галич–Кринос–Івано- Франківськ–Чернівці–Хотин– Кам’янець–Подільський–Київ	6 днів	від 1790 грн.
Відвідай (м. Львів)	Гуцулка Ксеня	Львів–Рогатин–Яремче–Буковель– Поляниця–Верховина–В. Ясенів– Криворівня–Верховина–Львів	2 дні	від 525 грн.
Унікальна Україна (м. Київ)	Тіні забутих предків	Івано-Франківськ–Криворівня–Верхо- вина–Микуличин–Івано-Франківськ	2 дні	690 грн.
	Намисто Гуцульщини	Львів–Кринос–Івано-Франківськ– Яремче–Буковель–Манява–Коломия– Рогатин–Галич–Львів	6 дні	1768 грн.
Терра Інкогніта (м. Київ)	В краю гуцульських легенд	Івано-Франківськ–Вишниця–Сокільські скелі–Смугарівські водоспади–урочище Протяте Каміння–Вишниця–Косів– Верховинщина–Косів–Сокільський хребет–Івано-Франківськ	3 дні	1530 грн.
	Тетерівське Полісся	Київ–Коростишів–Городське– Мар’янівка–Радомишль–Київ	2 дні	1050 грн.
	Карпати етнічні	Івано-Франківськ–Коломия Косів– Буковецький перевал–Верховина– Криворівня–Ворохта–Яремче–Івано- Франківськ	3 дні	від 903 грн.
Міко-тур (м. Харків)	Етнотур по Полтавщині	Полтава–Великі Будищі–Опішня– Диканька	1 день	290 грн.
Окрайна (м. Тернопіль)	Народна магія Гуцульщини	Коломия–Великий Ключів–Косів– Верховина–Ільці–Криворівня–Коломия	3 дні	1700 грн.
	Гуцульське весілля в Космачі	Коломия–Космач–Коломия	2 дні	780 грн.
	Келія сонця	Коломия – Космач – Коломия	2 дні	525 грн.
	Державність, народність, мистецтво Гуцульщини	Івано-Франківськ–Стопчатів–Коломия– Космач–Брустури–Івано-Франківськ	3 дні	955 грн.
	Ковчег сакральності	Коломия – Косів – Космач – Коломия	4 дні	1150 грн.
Навколо світу (м. Чернівці)	Етнофестиваль «Вихід на полонину»	Чернівці–Вашківці–Берегомет– (Коломия–Косів)–Путила–Мигово– Банилів–Підгірний–Чернівці	4 дні	від 500 грн.
ІнЛьвів (м. Львів)	Етнотур	Львів–Вишній Березний–Львів	3-5 днів	25 \$ з особи за день

На сьогодні переважна більшість пропонованих етнотурів орієнтовані на Західну Україну, а саме в Карпатський регіон. Лідерські позиції впевнено утримує Івано-Франківщина (найбільш відвідуваними центрами є Яремче, Верховина, Криворівня, Косів, Космач, Шешори, Коломия). На другому місці за кількістю етнотурів, головним чином фестивальних, знаходиться Закарпаття (Рахів, Костилівка, Лазещина, Геча, Мужієво тощо). Серед ін. регіонів України за кількістю етнотурів виділяється Полтавщина (Сорочинці, Диканька, Опішня, Великі Будищі), а також Київщина (Пирогово, Бузова (етнокомплекс «Українське село»), Нові Петрівці («Хутір пана Савки») тощо. Мало задіяним залишається етнічний потенціал Полісся та Причорномор'я.

Оцінюючи організаційні аспекти проаналізованих етнотурів, варто зазначити, що за тривалістю переважають одноденні екскурсії, а також тури вихідного дня (2-3 дні). Більш тривалі подорожі тривалістю 4–6 днів пропонує лише турфірма «Унікальна Україна» («Намисто Гуцульщини») [1].

З організаційної точки зору всі етнотури, що пропонуються на сьогодні українськими туроператорами, можна умовно розділити на 3 групи: пізнавальні (екскурсійні), подієві та відпочинкові. Зустрічаються також комбіновані тури, що поєднують у собі кілька видів (наприклад екскурсійний та подієвий).

***Пізнавальні (екскурсійні) етнотури*** – це типові маршрутні тури, які мають насичену чітко сплановану екскурсійну програму та значне інформаційне навантаження. Передбачають відвідування багатьох туристичних об'єктів на маршруті (етнографічні музеї, музеї народного мистецтва і побуту, скансени, історичні та сакральні пам'ятки). Кульмінацією такого туру часто є участь туристів у театралізованому дійстві (гуцульське весілля, гуцульська забава тощо). Як приклад можна навести тури «Гуцулка Ксеня» (туроператор «Відвідай») [3], «Тіні забутих предків» («Унікальна Україна»), «Карпати етнічні» (Терра інкогніта), «Етнотур по Полтавщині» (Міко-тур).

Як окремий підвид у цій групі можна виділити «еко-етнотури», які поєднують вищезгадані елементи з відвідуванням природоохоронних територій

(заповідників, національних парків), вивченням традиційних способів природокористування тощо (лісосплав, полонинне господарство, бортництво та ін.). Прикладом є тур на Житомирщину «Подорож у загублений світ» (Унікальна Україна) або «Тетерівське Полісся» («Терра Інкогніта») [2].

**Події (фестивальні) етнотури** приурочені до певних подій (головним чином етнічних та гастрономічних фестивалів), передбачають безпосередню участь туристів у різноманітних заходах включених до програми фестивалю, дегустації місцевих страв, майстер-класи народних промислів придбання сувенірних виробів тощо. Відмінна риса – орієнтація на один ключовий туристичний центр, в якому відбувається захід, підпорядкованість програми туру програмі заходу, виділення значної кількості часу для самостійної діяльності туристів. Найбільшою популярністю користуються поїздки на гастрономічні фестивалі («Гуцульська бринза» у м. Рахів, «Берилабашський банош» у с. Костилівка, «Фестиваль леквару» у с. Геча, «Золотий гуляш» у с. Мужієво та ін.).

**Відпочинкові (сільські) етнотури** формуються на стику етнотуризму і сільського туризму. Передбачають розміщення туристів у спеціалізованих садибах в етнічному стилі, у яких відтворена традиційна атмосфера місцевого побуту. Такі заклади пропонують широкий спектр послуг, що дають змогу туристу відчувати себе частиною етносередовища. Це може бути організація, фольклорних театралізованих народних свят, вечорниць, майстер-класів з різних видів декоративно-прикладного мистецтва. Особливістю таких турів є довільна програма перебування, що формується безпосередньо на місці господарями садиби і доводиться до туристів у режимі вільного вибору.

Особливий інтерес серед таких пропозицій, на нашу думку, становить етно-рекреаційний проект «Етнотур» львівської туристичної фірми «ІнЛьвів». Проект відбувається в с. Вижній Березів Косівського району Івано-Франківської області. Тут туристи мають можливість спробувати себе у приготуванні давньої гуцульської їжі, випіканні хліба, збиванні масла, виготовленні сиру, бринзи,

тканні килимів і прядінні, виварюванні солі із соровиці (соляної ропи) тощо. Звичайно тур триває 3—5 днів. У програмі прогулянка на полонину (у літній період там випасають худобу), підйом на гору Ратундол, збирання грибів і ягід, похід до джерела з соровицею, відвідини місцевої церкви, доїння корови, катання на коні або возі, ліплення з глини і випалювання, автентичні гуцульські музики, при бажанні танці. В зимовий період катання на санях. Програма залежить від погоди, релігійних свят, та пори року. [5].

Проаналізовані етнічні турпродукти на ринку України демонструють різний рівень та спосіб залучення етнічних ресурсів до програми туру, відмінності в особливостях організації турів та їх тривалості. Через відсутність чітко виражених ознак, що відрізняють етнотури на фоні ін. видів туризму (особливо культурно-пізнавального), у практичній діяльності українських турфірм часто спостерігається плутанина і підміна понять. Часто додаток «етно» застосовується суто з рекламною метою для пізнавальних екскурсійних турів, що не несуть відповідного етнічного наповнення, а іноді взагалі додаток «етно» використовується для позначення орієнтованості фірми на внутрішній туризм. Вважаємо, що сьогодні на туристичному ринку України особливе місце має зайняти етнічний туризм та розробка етнотурів. Адже етнічний туризм в сучасних реаліях нашої держави є надзвичайно актуальним в контексті національно-патріотичного виховання суспільства та формування свідомих своєї етнічної історії громадян.

#### *Література:*

1. Кучинська І. В., Цимбала О. С. Особливості організації етнотурів в Україні: сучасний стан та перспективи розвитку : зб. матер. II Всеукр. наук.-практ. конф. молодих вчених та студентів «Розвиток українського етнотуризму: проблеми та перспективи» Львів, 25–26 квітня 2012 р. – Львів, ЛІЕТ, 2012. – С. 37–44.

2. Туристична агенція «Terra incognita» / Тури / Екскурсії / Етнографічні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://terraincognita.info/ukr/dest/>

excursions/37. – Назва з екрана.

3. Туроператор «Відвідай». Екскурсія «Гуцулка Ксеня» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://vidviday-com-ua.livejournal.com/>. – Назва з екрана.

4. Туристична фірма «Окрайна». Відпочинок в Карпатах [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.okraina.com.ua/tours/karpaty/>. – Назва з екрана.

5. Туристична агенція «ІнЛьвів». Етнотур [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.inlviv.info/tours/ethnotour/uk/>. – Назва з екрана.

*Ляховська О. С., канд. культурології,  
ПВНЗ Київський університет культури,  
м. Київ, Україна*

### **АНІМАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ НА КРУЇЗНОМУ СУДНІ: ПРОГРАМИ, ЗАВДАННЯ, ОРІЄНТАЦІЯ НА СПОЖИВАЧА**

«Анімаційними послугами називають додаткові послуги, що надаються туристу та дозволяють, поряд з добре організованими проживанням та харчуванням, створити найбільш комфортні умови для відпочинку. Правильно організована анімація не залишає гостя без належної уваги, він постійно зайнятий тим, що доставляє йому задоволення, викликає позитивні емоції, формує прекрасний настрій і збуджує бажання повертатися до таких емоцій знову і знову» [1, 5].

У круїзного туризму питома вага анімаційної складової є дуже значною. На період від кількох днів до кількох тижнів туристи знаходяться на лайнері посеред одноманітної водної стихії. Розважальна складова круїзного маршруту переважно зосереджена на самому судні: численні розваги, атракціони, театри і казино, компактно розміщені на палубах лайнера, для певної частини туристів є самодостатньою атракцією.