

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



**МАТЕРІАЛИ  
ІХ МІЖНАРОДНОЇ  
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ**

**«ТУРИСТИЧНИЙ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИЙ  
БІЗНЕС В УКРАЇНІ:  
ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТА РЕГУЛЮВАННЯ»**

*22 – 23 березня 2018 року*

Черкаси  
2018

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., доцент

***Відповідальний за випуск:***

Шестель О. Г., к.філол.н.

М 34 **Матеріали** ІХ Міжнародної науково-практичної конференції «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання»: 22-23 березня 2018 року, м. Черкаси [Текст] : у 2-х томах / М-во освіти і науки України, Черкас. держ. технол. ун-т.– Черкаси : Видавець Чабаненко Ю. А., 2018. – 392 с.  
ISBN 978-966-920-285-7

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

## **ІННОВАЦІЙНІ РІШЕННЯ У РОБОТІ МУЗЕЇВ ЛЬВОВА (НА ПРИКЛАДІ МУЗЕЙНО-КУЛЬТУРНОГО КОМПЛЕКСУ ПИВНОЇ ІСТОРІЇ «ЛЬВІВАРНЯ»)**

*Цимбала О.С., к. і. н., в. о. доц. кафедри туризму  
та готельного господарства*

*Дутко М.А., магістрантка групи Т/17м  
Львівський інститут економіки і туризму*

Туристична інфраструктура країни, регіону чи міста формується сукупністю закладів, діяльність яких спрямована на задоволення потреб туристів та місцевого населення. Невід'ємною складовою туристичного бізнесу є не лише організація перевезення, розміщення, харчування туристів, а й включення до програми туру знайомство з природою та історією, архітектурними пам'ятками, культурними особливостями регіону, міста чи села. Заклади культури та мистецтва виступають ваговою складовою туристичної інфраструктури, мають значний вплив на формування привабливості туристичного центру. Серед цих закладів особливу роль відводять музеям – важливим об'єктам культурно-пізнавального туризму.

Пріоритетним явищем сучасного світу є тенденція до впровадження інновацій, генерування креативних ідей та змін. Активізація інноваційної діяльності має бути характерна і для музейних установ. Звичайно, за своєю сутністю музеї є консервативними закладами; це допомагає їм зберегти від руйнівних впливів часу артефакти історії і культури заради майбутніх поколінь. Але одночасно музей має перебувати не на маргінесі, а в епіцентрі історичного розвитку, має бути доступним і цікавим для відвідувачів. Тому музей не може ігнорувати виклики часу, залишаючись осторонь від тих трансформаційних процесів, які переживає соціум, а має активно впливатися у вир суспільного життя і презентувати актуаль-

ний інноваційний музейний продукт для свого потенційного споживача на туристичному ринку [4].

Львів є одним із найбільш привабливих туристичних міст України завдяки великій кількості культурно-історичних пам'яток. Враховуючи потужний туристичний потенціал Львова, особлива увага тут приділяється розвитку інновацій загалом, у тому числі й у музейному середовищі. Проаналізувавши діяльність львівських музеїв, можемо виділити наступні ключові аспекти інноваційних рішень у їхній роботі:

- створення інтерактивних експозицій з використанням технічних засобів (планшетів, мультимедіа для демонстрації фільмів, презентацій);

- організація інтерактивних науково-освітніх та пізнавальних програм для дорослих і дітей: практичні заняття, уроки, лекції, семінари, презентації, конференції, концерти;

- проведення тематичних майстер-класів;

- проведення святкових, фестивалівних програм;

- підтримка міжнародних та розвиток власних музейних заходів (міжнародна акція «Ніч в музеї» та фестиваль «Ніч у Львові»);

- розробка та впровадження театралізованих екскурсій;

- підтримка соціальних програм для людей з інвалідністю;

- презентація музею у віртуальному просторі шляхом розробки веб-сайтів, сторінок у соціальних мережах, створення 3D-панорам;

- участь у грантових проектах;

- створення брендової сувенірної музейної продукції;

- розвиток музейної інфраструктури та додаткових музейних послуг (сувенірні магазини, кав'ярні, дитячі кімнати, тантамарески тощо) [4].

Ці інноваційні тенденції можна прослідкувати у роботі Музейно-культурного комплексу півної історії «Львіварня». Він був офіційно відкритий 3 червня 2017 р. у Львові на території «Львівської пивоварні». Цей комплекс створено на основі раніше існуючого тут Музею пивоваріння, який було відкрито ще у 2005 р. під час святкування у Львові 290-ї річниці діяльності найстарішої української броварні [1].

Музейна експозиція презентує відвідувачам історію пивоварні в контексті розвитку Львова. Кожна музейна зала наповнена цінними експонатами, що висвітлюють одну з епох в історії пивоваріння, та влучно доповнена креативними і тематичними зонами для фотографування. На першому поверсі комплексу розміщено музейні зали, що висвітлюють історію пивоваріння; на другому поверсі гості можуть зануритись в процес приготування пива, створити власний сорт і скуштувати його; третій поверх облаштовано барною стійкою для проведення дегустацій, а також тут передбачено організацію виставок, конференцій, форумів тощо.

Одночасно експозиція «Львіварні» збагачена інтерактивними елементами:

- жива гравюра «Пожежа, що змінила Львів 1527 р.», яка демонструє як відбувалась пожежа, і як після цього відбувалось місто Лева;

- 3D-голограма – «Від бочки до пляшки»;

- інтерактивні чани з відео супроводом, з яких можна довідатись про процес виробництва пива, а під мікроскопом роздивитись його склад;

- інтерактивна зона «Старе кіно про батярів»;

- різні відео-проекції.

Поряд із експозиційними інноваціями, Музейний комплекс активно розвиває додаткові послуги:

- оренда конференц-зал для проведення важливих зустрічей (конференції, семінари, презентації, форуми чи переговори);

- проведення заходів освітнього і культурного характеру;

- функціонує крамничка, у якій можна придбати сувеніри з логотипом «Львіварні» (футболки, кухлі, подарункові пляшки пива, магніти, сумки) [1];

- дегустація пива: можна скуштувати 4 види пива (лагер, ель, світле нефільтроване, темне).

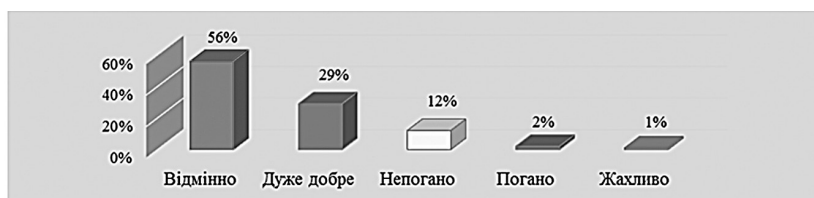
- на території пивоварні працює ресторан «Хмільний дім Роберта Домса», в якому є 4 зали де можна розмістити 350 людей [1; 3].

– комплекс пристосований для потреб людей з інвалідністю (є ліфт та пандуси, які полегшують умови пересування музеєм на інвалідному кріслі).

– презентація музею у мережі Інтернет (сайт, сторінка у соцмережі Fb);

– придбання онлайн квитка тощо.

Відомий міжнародний тревел-ресурс TripAdvisor включив «Львіварню» у список місць, які варто відвідати туристам у Львові. За даними цього сайту 85% відвідувачів рекомендують цей заклад (див. рис. 1) [2].



**Рис.1.** Оцінка відвідувачів щодо діяльності «Львіварні» за даними сайту TripAdvisor (інформація актуальна станом на 23. 01. 2018 р.)

Для музеїв XXI ст. характерне прагнення до пошуку нових концепцій побудови експозиції та засобів залучення відвідувачів, збільшення об'єму використання у експозиції інтерактивних засобів. Одне із завдань музейної інновації – створення передумов для активізації відвідувачів, вдосконалення контактів з музейними предметами як джерелами знань, емоцій, створення ефекту занурення у культурне середовище. Проаналізований Музейно-культурний комплекс пивної історії «Львіварня» приваблює відвідувачів інтерактивною експозицією, активною рекламною промоцією у мережі Інтернет, відкритістю та доступністю до різних категорій музейних відвідувачів. Завдяки гарно облаштованому простору, музейний комплекс інтегрований до виставкових проєктів, бізнесових, наукових та культурних заходів. А дегустація пива не залишить байдужим жодного пивного гурмана!

## ЛІТЕРАТУРА

1. Музейно-культурний комплекс пивної історії «Львіварня» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www://lvivarnya.com.ua](http://lvivarnya.com.ua).
2. Музейно-культурный комплекс пивной истории «Львіварня» BeerCultural ExperienceCenter «Lvivarnya» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://www.tripadvisor.ru/Attraction\\_Review-g295377-d1912034-Reviews-Beer\\_Cultural\\_Experience\\_Center\\_Lvivarnya-Lviv\\_Lviv\\_Oblast.html](https://www.tripadvisor.ru/Attraction_Review-g295377-d1912034-Reviews-Beer_Cultural_Experience_Center_Lvivarnya-Lviv_Lviv_Oblast.html)
3. Хмільний дім Роберта Домса [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.robertdoms.lviv.ua](http://www.robertdoms.lviv.ua).
4. Цимбала О., Стахів О. Інноваційні тенденції у роботі музеїв Львова [Текст] // Вісник Львівського інституту економіки і туризму: зб. наук. ст.; [редкол.: І. О. Бочан та ін.]. – Львів: ЛІЕТ, 2016. – № 11. – С. 212–220.

УДК 004.77:338.486.2

## ЗАСТОСУВАННЯ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ У РЕКЛАМНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНОЇ ФІРМИ

*Шикіна О.В., к.е.н, доцент, доцент  
кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу  
Одеський національний економічний університет,  
Малий Д.В., студент 6 курсу  
кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу  
Одеський національний економічний університет*

На сучасному етапі популярність набирає метод покупки реклами у так званих «лідерів думок», блогерів різних сфер, будь то журналісти з текстовим блогом чи творці відеоконтенту. Особливою популярністю у нас користуються блоги про подорожі до різних країн. Співпрацюючи з блогером, чия цільова аудиторія співпадає з аудиторією організації, можна до-