

SCI-CONF.COM.UA

**INNOVATIONS
AND PROSPECTS
OF WORLD SCIENCE**



**PROCEEDINGS OF X INTERNATIONAL
SCIENTIFIC AND PRACTICAL CONFERENCE
MAY 25-27, 2022**

**VANCOUVER
2022**

INNOVATIONS AND PROSPECTS OF WORLD SCIENCE

Proceedings of X International Scientific and Practical Conference
Vancouver, Canada
25-27 May 2022

Vancouver, Canada

2022

UDC 001.1

The 10th International scientific and practical conference “Innovations and prospects of world science” (May 25-27, 2022) Perfect Publishing, Vancouver, Canada. 2022. 907 p.

ISBN 978-1-4879-3794-2

The recommended citation for this publication is:

Ivanov I. Analysis of the phaunistic composition of Ukraine // Innovations and prospects of world science. Proceedings of the 10th International scientific and practical conference. Perfect Publishing. Vancouver, Canada. 2022. Pp. 21-27. URL: <https://sci-conf.com.ua/x-mezhdunarodnaya-nauchno-prakticheskaya-konferentsiya-innovations-and-prospects-of-world-science-25-27-maya-2022-goda-vankuver-kanada-arhiv/>.

Editor

Komarytsky M.L.

Ph.D. in Economics, Associate Professor

Collection of scientific articles published is the scientific and practical publication, which contains scientific articles of students, graduate students, Candidates and Doctors of Sciences, research workers and practitioners from Europe, Ukraine, Russia and from neighbouring countries and beyond. The articles contain the study, reflecting the processes and changes in the structure of modern science. The collection of scientific articles is for students, postgraduate students, doctoral candidates, teachers, researchers, practitioners and people interested in the trends of modern science development.

e-mail: vancouver@sci-conf.com.ua

homepage: <https://sci-conf.com.ua/>

©2022 Scientific Publishing Center “Sci-conf.com.ua” ®

©2022 Perfect Publishing ®

©2022 Authors of the articles

- WEB-БАНКІНГУ
51. *Фиалко Н. М., Динжос Р. В., Меранова Н. О., Шеренковский Ю. В.* 298
ЗАВИСИМОСТЬ ТЕПЛОЕМКОСТИ НАНОКОМПОЗИТА НА ОСНОВЕ ПОЛИПРОПИЛЕНА ОТ ВРЕМЕНИ СМЕШЕНИЯ КОМПОНЕНТОВ
52. *Цюцюра М. І., Єрукаєв А. В., Мендела Л. В.* 305
ІСТОРІЯ РОЗВИТКУ БАЗ ДАНИХ
53. *Чабанова О. Б., Трубнікова А. А., Скрипніченко Д. М.* 309
ПЕРЕРОБКА МОЛОЧНОЇ СИРОВИНИ У СИРОВАТКОВИЙ ПРОДУКТ З ПЛАСТИЧНОЮ КОНСИСТЕНЦІЄЮ
54. *Шамуратов О. Ю.* 314
ЛЯМБДА-АРХІТЕКТУРА ЗГОРТКОВОЇ НЕЙРОННОЇ МЕРЕЖІ ДЛЯ ПОШУКУ ОБ'ЄКТІВ
55. *Шиманський В. Я., Федорів Т. В., Чернецька С. Б.* 319
АНАЛІЗ КОНСТРУКЦІЇ ТА РОБОТИ ПРИСТРОЇВ ДЛЯ ВИЗНАЧЕННЯ КОЕФІЦІЄНТУ ТЕРТЯ КОВЗАННЯ
56. *Яворська О. М.* 322
ЩОДО ОБҐРУНТУВАННЯ АЛГОРИТМУ ДИНІЦЯ ДЛЯ МАКСИМАЛЬНОГО ПОТОКУ МЕРЕЖІ
57. *Яворський О. Л., Акінчина А. Г.* 327
ВІЗУАЛЬНА МОВА УКРАЇНСЬКИХ КУЛЬТУРНИХ ТА МИСТЕЦЬКИХ ПРОСТОРІВ

PHYSICAL AND MATHEMATICAL SCIENCES

58. *Oleinikov E. V., Pylypchynets I. V., Lengyel A. I., Parlag O. O.* 333
SIMULATION OF PROMPT NEUTRON MULTIPLICITY FOR $^{236-244}\text{Pu}$ ISOTOPES PHOTOFISSION AT ENERGY REGION OF FIRST CHANCE
59. *Карпиш С. П., Варданія О. О.* 342
РЕАЛІЗАЦІЯ НАУКОВОЇ ТА НАВЧАЛЬНО-ДОСЛІДНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ІНТЕГРАЦІЇ ПРЕДМЕТІВ МАТЕМАТИКИ ТА МИСТЕЦТВА ПІД ЧАС НАУКОВОЇ ПРАКТИКИ ДЛЯ ЛІЦЕЇСТІВ

GEOGRAPHICAL SCIENCES

60. *Pasichnyk O.* 347
SPATIAL DATA MODELS
61. *Patrusheva L. I., Niepieina H. V., Serbulova N. A.* 352
SPATIAL-TEMPORAL ORGANIZATION OF OPERATIONAL MONITORING OF THE SECTION OF THE SOUTH BUG RIVER
62. *Манько А. М., Байцар А. Л.* 362
РОЗВИТОК ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ ЗА ПРИКЛАДОМ ІЗРАЇЛЮ

РОЗВИТОК ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ ЗА ПРИКЛАДОМ ІЗРАЇЛЮ

Манько Андрій Михайлович

кандидат географічних наук, доцент,
Львівський національний університет імені Івана Франка,
Львів, Україна

Байцар Андрій Любомирович

кандидат географічних наук, доцент,
Львівський національний університет імені Івана Франка,
Львів, Україна

Анотація. В статті проаналізовано розвиток туризму в Україні в поствоєнний період за прикладом Ізраїлю. Охарактеризовано стратегію розвитку туризму, яка до прикладу є у Львові, де розрекламовують місто і залучають гостей як з України, так і з інших країн. Зроблено акцент на тому, що в Україні важливу роль у просуванні туризму має відіграти влада, так як наприклад, у Львові відіграла міська влада: вона разом з концертними агентствами і громадськими організаціями створила туристичний образ Львова.

Ключові слова. Україна, Ізраїль, Львів, розвиток туризму в Україні, просування туризму у Львові та Ізраїлі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням розвитку туризму в Україні займались багато вчених і нашої праці ми використовували праці Borutska Y., Sereda N., Manko A., Kozlovskiy Y., Tkachenko T., Poltavska O., Манька А., Процюка В., Цюпи Ю та інших [3; 4; 5; 6; 7; 8; 9; 10; 11].

Європа приймає найбільшу кількість туристів у світі, але Україну вони відвідують рідко. Іван Ліптуга, директор департаменту туризму і курортів Міністерства економічного розвитку і торгівлі України, вважає, що розвитку галузі в країні заважає брак інформації для туристів, візові бар'єри та інформаційний фон навколо держави [1].

Останніми роками в Україні з'являється багато невеликих туристичних організацій, але вони не допомагають розвитку галузі.

У Міністерстві створили Національну туристичну організацію, яка працюватиме над просуванням галузі.

Вдала стратегія розвитку туризму є тільки у Львові, де прагнуть розрекламувати місто і залучити гостей як з України, так і з інших країн.

Голова Всеукраїнської асоціації туристичних операторів Ігор Голубаха зазначив, що важливу роль у просуванні Львова відіграла міська влада: вона разом з концертними агентствами і громадськими організаціями створила туристичний образ Львова. Свою роль зіграло і вдале географічне розташування — від сусідніх європейських країн він розташований в декількох годинах їзди [1].

Гостей приваблюють не тільки пам'ятками, але і заходами. До міста приїжджають на свята, форуми видавців, гастрономічні і музичні фестивалі, наприклад на LvivKlezFest з'їжджаються ізраїльські туристи. Гостей тут заманюють будь-яким способом, наприклад кавою. Її у Львові не вирощують, але завдяки красивій легенді про те, що зерна добувають в катакомбах під містом, багато хто їде сюди спеціально за цим напоєм. За даними місцевого аналітичного центру «Інституту міста», в середньому турист витрачає у Львові 38 євро на день.

Щорічно Ізраїль відвідує 14 млн туристів — це вдвічі більше, ніж жителів. Альберт Фельдман, директор україно-ізраїльського Інституту стратегічних досліджень ім. Голди Меїр, розповів, як реклама може перетворити недоліки країни на переваги [1].

За його словами, Ізраїль та Україна схожі тим, що вони стрімко розвиваються, але при цьому перебувають у стані збройної конфронтації зі своїми сусідами. Але Ізраїль не відкладає на потім розвиток туристичної галузі. Починаючи з 70-х років, Міністерство туризму зосередилося на п'яти напрямках — курортному, релігійному, освітньому, медичному та історичному. На кожен з них виділяється окремий бюджет для реклами та розвитку.

Завдяки тому, що в Ізраїлі є чотири моря, Юдейські гори і пустеля, є популярним курортний напрям. Релігійний туризм теж актуальний — на сьогодні кількість паломників з країн православного і католицького світу становить 15-17% від загального числа туристів в Ізраїлі. Освіта в країні платна, але держава надає учням і студентам пільги, а навчання ведеться англійською. За знаннями до країни приїжджають американці, французи, німці, росіяни, азіати й українці. Медичний туризм почав розвиватися з початку 80-х років, про ізраїльських лікарів чули в багатьох країнах світу. Історичний туризм пов'язаний з тим, що багатьом цікаво знайти і показати ті місця, де жили їхні предки.

Незважаючи на військові дії, туристи тут перебувають у безпеці. Так, аеропорти обладнані однією з найкращих систем захисту у світі, а за допомогою Smart City контролюється ситуація в місті — і все це широко рекламується.

Довго розвитку туризму заважало те, що майже всі жителі країни озброєні. Але цей бар'єр вдалося зруйнувати завдяки рекламним роликам з дівчатами у військовій формі. Всі дізналися, що в Ізраїлі найкрасивіші військовослужбовці.

Завдяки правильній подачі вдалося розвинути й діловий туризм. Багато бізнесменів не хотіли приїжджати до країни. Тому на підтримку ізраїльських брендів було створено рекламу в дусі «Якщо бізнесмени не хочуть працювати в Ізраїлі, то чи не схильні вони до ксенофобії та чи варті вони співпраці з вами?» [1].

Експерти зійшлися на тому, що в першу чергу потрібно зламати стереотипи про Україну і представити країну у вигідному для туризму світлі. Для цього необхідно частіше брати участь у міжнародних туристичних виставках і форумах, але за 25 років незалежності на промоушн в країні ніколи не виділяли потрібної кількості коштів.

«Середньостатистичний ізраїльтянин, який не знає російської та української мов, уявляє Україну як країну, яка воює. Також люди бояться

їздити в деякі міста, які вважають антисемітськими, наприклад, Хмельницький або Івано-Франківськ. Ці стереотипи треба ламати – так, як зламав Львів», – вважає Фельдман.

Але правильна подача не приховає того, що більшість столичних музеїв не пристосовані до відвідування іноземних гостей і виглядають застаріло, вважає Фельдман. Їх потрібно модернізувати, як це зробили з Національним музеєм мистецтв ім. Ханенка. Про багато унікальних пам'яток Києва практично немає інформації. Наприклад, у єдиному у світі Музеї коштовностей, що розташований на території Києво-Печерської лаври, ніколи не буває іноземних туристів [1].

Україна, як і Ізраїль, теж могла б розвивати історичний туризм. У деяких маленьких містах можна зустріти старше покоління, яке вільно говорить на їдиш, тому що колись на цих територіях проживало багато євреїв. Зараз їхні нащадки не проти подивитися ці місця. Подібним туризмом в Україні займається Анжела Міндель — вона привозить невеликі групи євреїв на батьківщину їхніх предків. За 10 днів кожен з них залишає в країні мінімум 500 доларів. Також в Україні є могили, важливі для єврейських паломників, найвідоміша, але далеко не єдина розташована в Умані [1].

Києву ж треба повчитися у Львова в організації заходів, зазначають експерти. Хоч у столиці кожні вихідні проходять різні заходи і концерти, але не всі з них зацікавлять іноземних гостей. Зарубіжних туристів не здивувати фестивалями їжі або пива, але їх приваблюють такі свята, як Івана Купала або Масниця. Якщо в ці дні влаштовувати масштабні театралізовані вистави з національними піснями, танцями та частуванням, при цьому добре розрекламувати їх, то туристи в Києві затримаються довше, ніж на півтора дня.

Ізраїль це чудовий приклад, як могла би поводитись Україна. Ізраїль від самого початку свого існування перебуває у стані війни й постійної загрози від сусідів. Проте він розвиває не тільки економіку, а й туристичну галузь. Туристи туди їдуть попри небезпеку. Так само з Україною: можна припустити, що конфлікт у Донбасі трітиме ще найближчі кілька років, час від часу там

гинуть люди, і водночас на Азовському морі масово відпочиватимуть іноземні туристи як в Ізраїлі [2].

Отже, щоби привабити в Україну туристів потрібно: по-перше, офіційна Україна має вирішити, що від неї самої в цьому плані залежить; по-друге, у Польщі й інших країнах слід відкрити національний офіс українського туризму. І головне — виділити кошти на проведення рекламних кампаній. Далі — визначити, що саме хочемо рекламувати і який імідж України хочемо створити. Потрібно робити ставку на Львів і Карпати, просувати тезу про те, що українські лижні курорти не гірші від словацьких і австрійських і при тому дешевші. Можливо робити акцент — на Чорне море, і тоді інвестувати у бренд України як модної країни для літнього морського відпочинку [2].

Слідом за Словаччиною, потрібно створити бренд України як країни чудових середньовічних замків, яких чимало на Поділлі й Закарпатті і є також на Одещині (Акерман, відомий полякам з поезії Адама Міцкевича) А ще можна піти шляхом пропагування природи (Асканія-Нова, Полісся) або екскурсій для любителів архітектури соцреалізму, чим можна привабити американців або західних європейців.

Список літератури

1. За прикладом Ізраїлю: Як в Україні розвивати туризм [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://goldameir.institute/uk/2016/12/za-prikladom-izrayilyu-yak-v-ukrayini-rozvivati-turizm/>
2. Якуб Логінов. Бути як Ізраїль, або Туризм під час війни [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://dt.ua/international/buti-yak-izrayil-abo-turizm-pid-chas-viyni-.html>
3. Borutska Y., Sereda N., Manko A., Kozlovskyi Y., Tkachenko T., Poltavska O. Tourism industry in the European Union Countries. AD ALTA: Journal of Interdisciplinary Research. Open journal - 11/02-XXII. pp. 148 – 154.
4. Manko A. Sustainable development of mountain skiing in the Lviv Region. International scientific innovations in human life. Manchester, United Kingdom. Vol. 1. 2021. pp. 39 – 49.

5. Манько А. Теоретико-методичні підходи до процесу формування стратегічного менеджменту туристичних підприємств. *Modern directions of scientific research development*. Chicago, USA. Vol. 2. 2021. pp. 320–329.
6. Манько А. Економіко-географічні особливості функціонування туристичних підприємств. *European scientific discussions*. Rome, Italy. Vol. 10. 2021. pp. 80–87
7. Манько А., Байцар А. З історії єврейської та польської общин у місті Винники. *Science, innovations and education: problems and prospects*. Tokyo, Japan. Vol. 3. 2021. pp. 181–191
8. Манько А., Самусь Д. Структура анімаційних служб туристичних комплексів Львівщини. *Innovations and prospects of world science*. Vancouver, Canada. Vol. 2. 2021. pp. 210–223
9. Манько А., Самусь Д. Аналіз анімаційних складових туристичної інфраструктури міста Львова. *Modern science: innovations and prospects*. Stockholm, Sweden. Vol. 3. 2021. pp. 361–368
10. Байцар А. Л., Манько А. М. Організація анімаційних послуг та заходів як засіб задоволення потреб і мотивів туристів // *Modern directions of scientific research development*. Chicago, USA. Vol. 12. 2022. – pp. 281 – 290
11. Манько А. М., Цюпа Ю. С. Спортивні споруди та спортивно-подієва інфраструктура Львівщини // *Modern directions of scientific research development*. Chicago, USA. Vol. 12. 2022. – pp. 298 – 304