

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ТУРИЗМУ, БІЗНЕСУ І ПСИХОЛОГІЇ
СЕКЦІЯ ТУРИЗМУ КАФЕДРИ ПСИХОЛОГІЇ І ТУРИЗМУ
ІНСТИТУТ КОНФУЦІЯ
КИЇВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО ЛІНГВІСТИЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ
ГДАНСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ (РЕСПУБЛІКА ПОЛЬЩА)

“СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СФЕРИ ТУРИЗМУ ТА РЕКРЕАЦІЇ”

ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ
МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

17 квітня 2025 року

Київ
Видавничий центр КНЛУ
2025

Друкуються за рішенням вченої ради
Київського національного лінгвістичного університету
Протокол № 14 від 24 березня 2025 року

Редакційна колегія:

Володимир ВАСИЛЬЧУК – доктор історичних наук, професор,
професор кафедри психології і туризму Київського національного
лінгвістичного університету;

Максим ГЕДІН – доцент кафедри психології і туризму з виконанням
обов'язків заступника декана факультету туризму, бізнесу і психології
Київського національного лінгвістичного університету, кандидат
історичних наук, доцент.

Сучасні тенденції розвитку сфери туризму та рекреації: збірник матеріалів
Міжнародної науково-практичної конференції (17 квітня 2025 року, м. Київ). Заг. ред.
Васильчук В. М., Гедін М. С. Київ: Видавничий центр КНЛУ, 2025. 230 с.

Збірник містить наукові публікації учасників Міжнародної науково-практичної
конференції “Сучасні тенденції розвитку сфери туризму та рекреації”, проведеної
17 квітня 2025 року секцією туризму кафедри психології і туризму Київського
національного лінгвістичного університету.

Наукові публікації присвячені історії світового та вітчизняного туризму,
проблемам індустрії гостинності в умовах війни, а також дослідженню місця України
на світовому ринку туристичних послуг.

Розрахований на науковців, науково-педагогічних працівників та студентів.

Збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції “Сучасні
тенденції розвитку сфери туризму та рекреації” доступний до вільного не
комерційного використання в мережі Internet на сайті КНЛУ ([https://www.knlu.edu.ua/
konferentsii-i-seminary.html](https://www.knlu.edu.ua/konferentsii-i-seminary.html)).

*Відповідальність за достовірність фактів, цитат,
імен та інших даних несуть автори публікацій.*

Матеріали друкуються в авторській редакції.

Комп'ютерна верстка та дизайн – *Олена Григоренко*

Підписано до друку 25.03.2025 р. Формат 60×84 1/16
Папір друк. № 1 Спосіб друку офсетний. Обл.-вид. арк. 17,18
Умовн. друк. арк. 17,29. Умовн. фарбо-відб. 17,29
Наклад 100. Зам. № 25-004

Видавничий центр КНЛУ
Свідоцтво: серія ДК 1596 від 08.12.2003 р.

Віддруковано: ТОВ “Видавництво Ліра-К”
Свідоцтво № 3981, серія ДК.
03142, м. Київ, вул. В. Стуса, 22/1
тел.: (050) 462-95-48; (067) 820-84-77
Сайт: lira-k.com.ua, редакція: zv_lira@ukr.net

© Видавничий центр КНЛУ, 2025

- використовувати технології машинного перекладу з подальшою редагуванням, оскільки сучасні нейромережі допомагають автоматизувати процес перекладу, але потребують корекції з боку фахівця;
- поглиблено вивчати китайську культуру й сферу рекреації й туризму, оскільки розуміння контексту дозволяє перекладачеві робити більш точний і природний переклад.

Отже, переклад туристичних текстів з китайської мови є складним, але важливим завданням, що вимагає глибоких знань не лише мови, а й культури. Використання сучасних технологій, розвиток спеціалізованих словників та вдосконалення перекладацьких стратегій сприятимуть підвищенню якості перекладу й доступності китайського туристичного контенту для іноземних відвідувачів.

Список використаних джерел:

- Savchenko, Y., & Hurkovska, A. (2020). FEATURES OF TRANSLATION OF TOURIST ADVERTISING TEXTS. *Naukovy Visnyk of South Ukrainian National Pedagogical University named after K. D. Ushynsky: Linguistic Sciences*, 31, 360–373.
<https://doi.org/10.24195/2616-5317-2020-31-23>
 北京到安徽旅游 黄山、西递宏村、九华山、千岛湖、徽州古城六日. (б. д.).
 欣欣旅游网_3月出游推荐_欣欣旅游优选_出国旅游.
<https://www.cncn.com/xianlu/613643356429>

Вікторія МАЦУКА

кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту та фінансів,
 Маріупольський державний університет (Україна, Київ)

ТРАНСНАЦІОНАЛІЗАЦІЯ ТУРИЗМУ: СВІТОВІ ПРАКТИКИ ТА ФАКТОРИ УСПІХУ

Viktoriia MATSUKA

PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of
 Management and finance Mariupol State University (Ukraine, Kyiv)

TRANSNATIONALIZATION OF TOURISM: GLOBAL PRACTICES AND SUCCESS FACTORS

Транснаціоналізація туризму являє собою комплексний і багатогранний процес, який сприяє інтеграції глобальних туристичних ринків, стимулює економічне зростання та посилює міжкультурний діалог. У даному дослідженні проводиться ґрунтовний аналіз ключових аспектів цього процесу, базуючись на досвіді різних регіонів світу з акцентом на інноваційні технології, фінансові інвестиції та міжнародну співпрацю. Водночас

розглядаються існуючі бар'єри, які потребують подолання для забезпечення стійкого розвитку транснаціонального туризму.

В Європі активне впровадження цифрових технологій у туристичну сферу сприяє створенню інтерактивних платформ, що забезпечують комплексний доступ до культурних ресурсів. Наприклад, міста Амстердам та Копенгаген запровадили мобільні додатки та онлайн-сервіси, які консоліднують інформацію про музеї, історичні пам'ятки, культурні події та місцеві фестивалі. Завдяки таким рішенням туристи отримують можливість не тільки ознайомитись із деталями про об'єкти, а й брати участь у віртуальних екскурсіях, що сприяє глибшому зануренню в культурний контекст, підвищуючи туристичну привабливість регіону та стимулюючи економічне зростання (Macleod, 2004).

У країнах Східної Азії, таких як Японія та Південна Корея, транснаціоналізація туризму супроводжується широким використанням сучасних інформаційних технологій. Наприклад, у Токіо мобільні додатки надають туристам доступ до персоналізованих маршрутів, що поєднують традиційні культурні заходи із сучасним життям міста. Також у Південній Кореї цифрові платформи дозволяють організовувати віртуальні тури по історичних місцях і культурних центрах, що розширює географію відвідувачів і сприяє глибшому міжкультурному обміну. Ці ініціативи дозволяють адаптувати туристичні продукти до різних культурних контекстів і задовольняти високі вимоги сучасних мандрівників.

У Сполучених Штатах та Канаді транснаціоналізація туризму набуває особливого значення завдяки значним інвестиціям у туристичну інфраструктуру та активній участі приватного сектору. Великі міста, такі як Нью-Йорк і Торонто, створюють глобальні туристичні бренди, інтегруючи традиційні культурні об'єкти з сучасними цифровими медіа-платформами. Завдяки онлайн-сервісам туристи можуть бронювати екскурсії, отримувати доступ до інтерактивних карт та брати участь у віртуальних турах, що дозволяє їм зануритися в атмосферу історичних районів і культурних пам'яток. Такий підхід забезпечує ефективну комунікацію між різними ринками і сприяє розвитку регіональних економік (Bianchi, 2006).

Одним із ключових чинників успіху транснаціоналізації туризму є застосування сучасних цифрових технологій. Використання таких інструментів, як 3D-моделювання, доповнена реальність (AR) та штучний інтелект (AI), дозволяє створювати високотехнологічні, інтерактивні туристичні продукти. Наприклад, після пожеж у деяких історичних об'єктах Великобританії впровадження 3D-моделювання дозволило відновити віртуальне зображення пошкоджених ділянок, що не лише зберегло культурну пам'ять, а й залучило нове покоління туристів. Цей інноваційний підхід сприяє встановленню нових стандартів якості в галузі туризму і покращує досвід відвідування культурних об'єктів.

Стабільне фінансування є критично важливим для впровадження інноваційних туристичних проєктів (Мацука, 2017). Інвестиції як з боку державних органів, так і через приватний сектор сприяють модернізації

інфраструктури, розвитку транспортних мереж, створенню нових туристичних об'єктів та удосконаленню цифрових платформ. Наприклад, у США і Канаді значні інвестиції сприяють розвитку сучасних готелів, музеїв і розважальних центрів, що створює додаткову економічну вартість і підвищує конкурентоспроможність регіонів. Співпраця між державними структурами та бізнесом дозволяє оптимально використовувати фінансові ресурси для розвитку глобальної туристичної індустрії.

Активна міжнародна співпраця сприяє обміну досвідом і інтеграції туристичних ринків. Наприклад, в рамках Європейського Союзу існують програми, спрямовані на гармонізацію стандартів туристичних послуг, що дозволяє реалізовувати спільні проекти між країнами-членами. Міжнародні конференції, семінари та партнерські ініціативи сприяють встановленню контактів між урядами, бізнесом і науковими установами, що створює синергію зусиль у розвитку транснаціонального туризму. Така співпраця дозволяє розробляти спільні туристичні продукти, які відображають культурну різноманітність та стимулюють міжкультурний діалог.

Одним із основних перешкод є розбіжності у правових та регуляторних стандартах між країнами. Різниця у вимогах до безпеки, візових режимах, митних правилах та стандартах обслуговування створює труднощі для інтеграції цифрових платформ і реалізації спільних туристичних проектів. Наприклад, відмінності в законодавстві між країнами ЄС і країнами, що розвиваються, можуть значно ускладнювати створення єдиних регуляторних рамок для туризму. Різноманітність мов, традицій і культурних норм створює додаткові виклики для транснаціонального туризму. Туристичні продукти, розроблені для однієї культурної групи, не завжди відповідають очікуванням відвідувачів з інших регіонів. Наприклад, пропозиції, які успішно працюють у Японії, можуть бути менш ефективними в Європі через відмінності в культурних уявленнях і сприйнятті туристичних послуг. Це вимагає розробки адаптивних стратегій, що враховують місцеві особливості.

Фінансова нестабільність, валютні коливання та обмеження у фінансуванні можуть негативно впливати на реалізацію транснаціональних туристичних проектів, особливо в країнах, що розвиваються. Наприклад, економічна нестабільність у деяких регіонах Південної Америки може спричинити затримки у модернізації туристичної інфраструктури, що ускладнює інтеграцію в глобальний ринок.

Високі витрати на впровадження інноваційних технологій, недостатність кваліфікованих кадрів і обмежений доступ до сучасних технологічних ресурсів можуть стати серйозними перешкодами для розвитку цифрових платформ у туризмі. Наприклад, у деяких країнах Південної Америки та Африки обмежені технічні можливості уповільнюють впровадження 3D-моделювання та доповненої реальності, що негативно впливає на конкурентоспроможність регіонів на світовому ринку.

Попри виклики, спричинені війною та економічними труднощами, Україна має значний потенціал для інтеграції у світову туристичну спільноту.

У найближчій перспективі можна окреслити кілька ключових напрямків розвитку міжнародного туризму.

Одним із важливих кроків є активна участь України у світових туристичних організаціях. Подальша співпраця з Європейською туристичною комісією (ЕТС) та Всесвітньою туристичною організацією (UNWTO) сприятиме залученню іноземного досвіду, інвесторів і туристів. Включення країни у глобальні туристичні ініціативи допоможе популяризувати її як привабливий напрямок для подорожей і культурного туризму.

Важливою складовою розвитку галузі є посилення туристичного брендингу України на міжнародній арені. Кампанії на кшталт “Visit Ukraine” сприятимуть розширенню географії туристичних потоків, залучаючи мандрівників з Азії, США та країн Близького Сходу. Крім того, популяризація країни через міжнародні фестивалі, виставки та кінематограф допоможе зміцнити її імідж у світі.

Однією з основних умов міжнародного розвитку туризму є тісна взаємодія з глобальними туристичними компаніями. Після стабілізації ситуації в країні очікується повернення відомих готельних мереж, таких як Hilton, Radisson та InterContinental. Також відкриються можливості для активної співпраці з міжнародними туроператорами та лоукостерами, що сприятиме збільшенню туристичних потоків і модернізації інфраструктури.

Ключовим завданням у післявоєнний період стане відновлення та оновлення туристичних об’єктів. Серед основних пріоритетів – розвиток готельного бізнесу відповідно до європейських стандартів, розширення транспортної мережі, зокрема авіасполучень, залізничного та дорожнього транспорту. Особливу увагу слід приділити формуванню міжнародних туристичних центрів у таких містах, як Київ, Львів, Одеса та Закарпаття.

Після завершення війни Україна матиме унікальну можливість привабити більшу кількість іноземних відвідувачів. Окрім традиційних туристів із Європи, США та Канади, зросте інтерес до післявоєнного туризму – екскурсій на звільнені території, відвідування меморіалів та музеїв. Додаткові перспективи відкриває розвиток оздоровчого туризму в Карпатах, Трускавці, Моршині та на узбережжі Чорного моря (Matsuka & Horbashevska, 2024).

Також важливу роль у розвитку туристичної галузі відіграватиме цифровізація послуг. Запровадження онлайн-систем бронювання, використання доповненої реальності (AR) і віртуальних турів (VR), а також створення єдиної цифрової туристичної карти значно покращать досвід мандрівників та підвищать привабливість країни для іноземних гостей.

Розширений аналіз досвіду транснаціоналізації туризму свідчить про те, що інтеграція глобальних туристичних ринків можлива за умов активного використання сучасних технологій, стабільного фінансування та ефективної міжнародної співпраці. Успішні приклади з Європи, Азії та Америки демонструють потенціал створення інтерактивних і адаптивних туристичних продуктів, які сприяють міжкультурному обміну та економічному зростанню. Проте для подолання існуючих бар’єрів необхідно вирішувати регуляторні, культурні, економічні та технологічні проблеми через

комплексний підхід, заснований на міжнародних стандартах та партнерстві. Такий підхід сприятиме стійкому розвитку транснаціонального туризму та обміну культурними цінностями в глобальному масштабі.

Попри поточні труднощі, Україна має великий потенціал для інтеграції у світову туристичну систему. Співпраця з міжнародними організаціями, активний розвиток туристичного бренду, залучення інвестицій та модернізація інфраструктури сприятимуть швидкому відновленню туристичної галузі. Відродження туризму стане одним із ключових факторів економічного зростання країни та підвищення її популярності на глобальній арені.

Список використаних джерел:

- Мацука, В. М. (2017). Транснаціоналізація туризму в умовах сучасності. *Вісник Одеського національного університету імені І.І. Мечникова. Серія "Економіка"*, 4 (57), 21-25.
- Donald, V. L. Macleod. (2004). Tourism, Globalisation and Cultural Change <https://doi.org/10.21832/9781873150733-003>
- Matsuka, V. & Horbashevskaya, M. (2024). Modern trends, mechanisms and prospects for the development of tourist regions of Ukraine. *Азросвім*, 12, 68–75.
- Raoul, B. (2006). Tourism and the Globalisation of Fear: Analysing the Politics of Risk and (in) Security in Global Travel. *Tourism and Hospitality Research*, 7(1), 64–74.

Тетяна МЕЛЬНИК

здобувач вищої освіти II курсу першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 242 Туризм і рекреація група Т 02-23
Київський національний лінгвістичний університет (Україна, Київ)

ПРИРОДНІ ТУРИСТИЧНІ РЕСУРСИ РЕСПУБЛІКИ ФІЛІППІНИ

Tetiana MELNYK

second-year student of the first (bachelor's) level of higher education
specialty 242 Tourism and recreation
group T 02-23
Kyiv National Linguistic University (Ukraine, Kyiv)

NATURAL TOURIST RESOURCES OF THE REPUBLIC OF THE PHILIPPINES

Науковий керівник – **д.і.н., проф. Володимир ВАСИЛЬЧУК**
Київський національний лінгвістичний університет

Республіка Філіппіни – острівна держава у Південно-Східній Азії. Філіппінські острови сягають кількості більше 7600, проте точну кількість