

Світовий ринок готельних послуг є одним з найдинамічніших секторів світової економіки. Динаміка розвитку світового ринку готельних послуг безпосередньо залежить від динаміки показників міжнародного туризму, а також економічних, геополітичних, соціальних, мультикультурних тенденцій у Світі.

### **Список використаних джерел**

1. Hospitality Industry statistics to have on your radar 2024. URL: <https://hospitalityinsights.ehl.edu/hospitality-industry-statistics>
2. Hotel industry statistics: Guide for hotels. URL: <https://www.siteminder.com/r/hotel-industry-statistics>

**Зенченко А. О.**

Одеський національний економічний університет  
м. Одеса, Україна

*Науковий керівник – к.е.н., доцент кафедри  
туристичного та готельно-ресторанного бізнесу*

**Шикіна О. В.**

## **СУТНІСТЬ ПСИХОЛОГО-ЕСТЕТИЧНОЇ ОЦІНКИ**

### **ТУРИСТИЧНИХ РЕСУРСІВ**

Психологічна та естетична оцінка туристичних ресурсів відіграє вирішальну роль у розумінні та оцінці їхньої сутності. Психологічне оцінювання заглиблюється в емоційні та когнітивні реакції, які відчувають туристи під час зустрічі з цими ресурсами, тоді як естетичне оцінювання фокусується на візуальній і сенсорній привабливості місць призначення. Обидва аспекти важливі для створення значущого туристичного досвіду, що приносить задоволення.

Психолого-естетична оцінка туристичних ресурсів ґрунтується на естетичному сприйнятті природних ландшафтів та їхньому впливі на емоційну реакцію людини. Однак ця оцінка складна через відсутність універсальних показників. Наявні методики суб'єктивні, оскільки сприйняття краси індивідуальне.

Одним з аспектів психолого-естетичної оцінки є пейзажне розмаїття, що

включає мозаїчність ландшафту, різноманітність його видів і частоту змін на туристичному маршруті. Для оцінки природних комплексів можна використовувати загальну оцінку ландшафту та оцінку покриття території. Загальна оцінка враховує перевищення рельєфу, оглядовість, кількість видимих природних об'єктів і подібність ландшафтів. Оцінка покриття території включає природні та антропогенні компоненти.

Психологічна оцінка вивчає психологічний вплив туристичних ресурсів на людей. У ньому досліджується, як ці ресурси викликають емоції, формують сприйняття і сприяють загальному задоволенню туристів. Наприклад, пейзаж, що захоплює дух, або об'єкт культурної спадщини можуть викликати почуття трепету, натхнення і зв'язку з природою або історією. Розуміння цих психологічних реакцій допомагає професіоналам туризму створювати досвід, що відповідає бажанням і уподобанням туристів, у кінцевому підсумку підвищуючи їхню задоволеність і благополуччя.

З іншого боку, естетична оцінка зосереджена навколо внутрішньої краси та чуттєвої привабливості туристичних ресурсів. Вона фокусується на візуальних, слухових, нюхових і тактильних аспектах, які сприяють загальній естетиці місця призначення. Естетичні якості, такі як природні ландшафти, архітектурні проекти, культурні артефакти або кулінарні шедеври, можуть зачарувати туристів і залишити незабутнє враження. Оцінка цих естетичних якостей дає змогу менеджерам дестинацій зберігати та покращувати унікальні якості ресурсів, забезпечуючи їхню довгострокову привабливість і стійкість.

Сутність психологічної та естетичної оцінки полягає у визнанні того, що туристичний досвід виходить за рамки простого огляду пам'яток. Вони охоплюють емоції, сприйняття і відчуття, з якими туристи стикаються протягом усієї своєї подорожі. Беручи до уваги ці аспекти, менеджери дестинацій можуть адаптувати свої пропозиції для створення незабутніх вражень, що відповідають бажанням і очікуванням туристів.

Більше того, розуміння психологічних та естетичних аспектів туристичних ресурсів дає змогу розробити ефективні стратегії маркетингу та

просування. Підкреслення унікальних психологічних переживань та естетичної привабливості місця призначення може допомогти привабити та зацікавити потенційних відвідувачів. Це дає змогу туристам уявити себе зануреними в красу і чарівність цього місця, викликаючи бажання дослідити і випробувати його на власному досвіді.

Для кожного типу природного комплексу існують специфічні показники. Наприклад, лісопокриті ділянки оцінюються за породним складом, бонітетом і віком деревних порід, чагарникові ділянки - за висотою і видовим складом, а водні об'єкти – за шириною, звивистістю русла і висотним ярусом. Сільськогосподарські угіддя оцінюються за складом угідь, при цьому сіножаті та пасовища вважаються найбільш естетичними.

Господарські об'єкти зазвичай негативно впливають на естетичну цінність території. Естетична цінність пейзажу визначається зовнішнім і внутрішнім пейзажним розмаїттям. Зовнішнє розмаїття пов'язане з психологічним сприйняттям ландшафту, а внутрішнє – з його структурою. Різноманітні ландшафти позитивно впливають на психологічний стан відпочивальників, підвищуючи їхній життєвий тонус.

Таким чином, психолого-естетична оцінка туристичних ресурсів ґрунтується на естетичному сприйнятті природи, розмаїтті ландшафту та його впливі на емоційний стан людей. Під час оцінювання враховуються різні аспекти природних комплексів, а також негативний вплив антропогенних об'єктів на естетичну цінність території. Оцінюючи емоційні, когнітивні та сенсорні аспекти ресурсів, менеджери дестинацій можуть створювати значущі враження, що приносять задоволення туристам. Визнання психологічного впливу й естетичної привабливості туристичних ресурсів не тільки підвищує задоволеність відвідувачів, а й також сприяє ефективному маркетингу та довгостроковій стійкості дестинацій.

#### **Список використаних джерел**

1. Гродзинська І.О., Нездоймінов С.Г., Гусева О.В., Замкова А.В. Основи рекреалогії (економіко-екологічний та маркетинговий аспект): навчальний

- посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2014. 264 с.
2. Нечева Н.В., Шикіна О.В., Давиденко І.В. Екологічна маркетингова стратегія в курортних готелях. Економіка та суспільство. 2023. Вип. 47. URL: <http://surl.li/flxhg>.
  3. Шикіна О.В., Ремігайло І.Ю. Потенціал розвитку лікувально-оздоровчого туризму в Україні. Розвиток туристичної галузі та індустрії гостинності: проблеми, перспективи, конкурентоздатність : матеріали I Міжнародної конференції здобувачів та молодих вчених, 25.03.2021 р. Дніпро: Університет імені Альфреда Нобеля, 2021. С. 462-464.

**Клименко О. Ю.**

Одеський національний економічний університет  
м. Одеса, Україна

*Науковий керівник – к.е.н., доцент кафедри  
туристичного та готельно-ресторанного бізнесу*

**Нездоймінов С. Г.**

## **РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ УКРАЇНИ ЯК ВЕКТОР СПІВПРАЦІ З ЮНЕСКО**

Україна як країна з багатою історією, культурою та традиціями, має величезний потенціал у сфері культурної спадщини. Збереження, вивчення та просування цієї спадщини відіграє важливу роль у зміцненні національної самосвідомості та сприяє розвитку культурного туризму. У цьому контексті співпраця з ЮНЕСКО, яка відіграє ключову роль у збереженні та захисті світової культурної спадщини, набуває великого значення для України.

Розвиток туристичного потенціалу культурної спадщини України та співпраця з ЮНЕСКО є актуальною проблемою, яка вимагає дослідження та системного підходу. В контексті глобалізації та швидкого розвитку технологій важливо забезпечити ефективний захист культурної спадщини, збереження її унікальності та доступність для майбутніх поколінь. Розуміння потенціалу культурної спадщини та механізмів співпраці з ЮНЕСКО є ключовим для подальшого розвитку культурного туризму та зміцнення міжнародного партнерства в цій сфері.