

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

**«УКРАЇНА У СВІТОВИХ
ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСАХ:
КУЛЬТУРА, ЕКОНОМІКА, СУСПІЛЬСТВО»**

**МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА
КОНФЕРЕНЦІЯ**

20-21 березня 2019 року

Реєстрація Міністерства освіти і науки України
Лист № 22.1/10-12 від 16.01.2019 р.

Тези доповідей

Частина 2

КИЇВ 2019

УДК 33+316.7](477)

Е 457

*Друкується за рішенням Вченої ради
Київського університету культури
(протокол № 8 від 7 березня 2019 р.)*

Е 457 Україна у світових глобалізаційних процесах: культура, економіка, суспільство: тези доповідей Міжнар. наук.-практ. конф., Київ, 20-21 берез., 2019 р. / М-во освіти і науки України; Київ. ун-т культури, Київ. нац. ун-т культури і мистецтв. Київ : Вид. центр КНУКіМ, 2019. 179 с.

Збірник містить наукові тези Міжнародної науково-практичної конференції «Україна у світових глобалізаційних процесах: культура, економіка, суспільство», яка відбулася 20-21 березня 2019 р. Спів організатори: Інститут модернізації змісту освіти; Батумський державний університет мистецтв (Грузія); Білоруська державна академія мистецтв (Білорусь); Вища школа менеджменту в Варшаві (Польща); Фінансово-консультаційна компанія Master Plan Retirement Consultants (США). Матеріали охоплюють певні підсумки наукових досліджень провідних учених України та країн-учасниць конференції, а також доробки докторантів, аспірантів, магістрантів та будуть цікавими й корисними для широкої наукової громадськості, фахівців економічної та соціокультурної сфери, викладачів, аспірантів, студентів.

*Матеріали подано в авторській редакції
©Київський університет культури, 2019
© Автори тез, 2019*

2. Курбан О.В. PR у маркетингових комунікаціях: навчальний посібник К.: Кондор-Видавництво, 2014. 246 с.

3. Дурович А.П. Маркетинг в туризме :учебное пособие. Минск: Новое знание, 2003. 496 с.

*Кирилюк І. М., канд. екон. наук, доцент,
Уманський державний педагогічний
університет імені Павла Тичини,
м. Умань, Україна*

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ПАЛОМНИЦТВА ХАСИДІВ ДО МІСТА УМАНІ

Відродження міста Умані як місця масового паломництва правовірних євреїв хасидського напрямку почалося на початку 90-х років. Спочатку їх приїжджало в місто не більше 200-300 осіб, але з кожним роком кількість паломників, які приїжджають до м. Умані, з метою відвідати святі місця і відсвяткувати свято Рош-Га-Шана збільшується, що пояснюється скасуванням в 2010 році візового режиму між Ізраїлем і Україною та зниженням цін на авіаквитки. Якщо у 2007 р. чисельність паломників становила 14 тис. 787 осіб (з 20 країн світу), в 2008 році – 15 тис. 309 осіб, у 2009 – 18 тис. 806 (з 23 країн), то в 2010 році Умань відвідали 23 тис. 637 хасидів (з 23 країн світу), у 2017р. – 33 тис. 229 осіб (з 16 країн світу) та у 2018 році – 28 тисяч паломників (з 22 країн, в т. ч. з Ізраїлю 27 тисяч) [1]. Тенденція до зростання кількості паломників збережеться і на наступні роки, оскільки, могили праведників переважно відвідують ортодоксальні євреї, сім'ї яких налічують в середньому до 10 дітей. За рахунок природного приросту кількість паломників щорічно збільшується на 15-20% на рік.

Прибуття такої кількості паломників вимагає вирішення проблем туристичної інфраструктури міста для забезпечення необхідних умов перебування як туристів, так і місцевих жителів.

Щорічно охорону громадського порядку здійснює зведений загін УМВС України в Черкаській області, працівники кінологічної та вибухотехнічної служб міліції з інших регіонів України, поліцейські Держави Ізраїль, співробітники Державної служби надзвичайних ситуацій України, в тому числі водолази, хіміки, піротехніки, які забезпечують пожежну та техногенну безпеку під час святкування прочанами Рош-Га-Шана. Публічний порядок в місті в вересні 2018 р. забезпечував зведений загін у складі 546 працівників поліції, для безпеки дорожнього руху було залучено 60 працівників патрульної поліції. Місцевим правоохоронцям у забезпеченні правопорядку допомагали 20 поліцейських з Ізраїлю. За кошти міського бюджету було встановлено додатково 4 відеокамери зовнішнього відеоспостереження в районі масового перебування паломників.

Вимагає вирішення проблема забезпечення транспортом паломників, які прибувають до міста з аеропортів міст Одеси, Києва та Вінниці. Перевезення здійснюється як приватними особами так і зареєстрованими перевізниками.

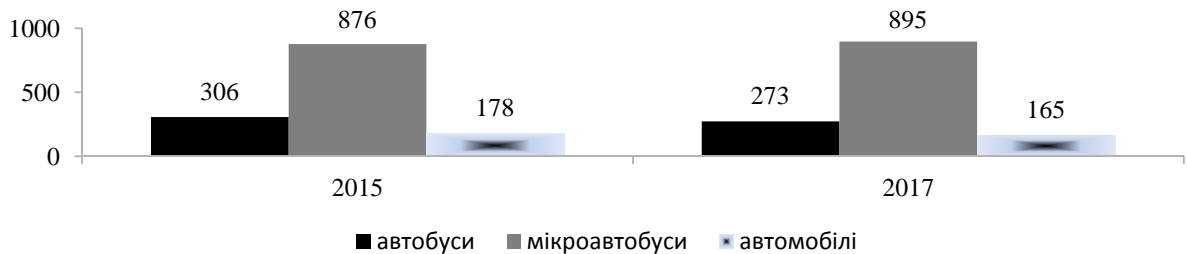


Рисунок 1. Кількість автотранспортних засобів за видами, які здійснювали перевезення паломників у період Рош-Га-Шана

Існує проблема з розміщенням паломників, оскільки кількість закладів розміщення в належній мірі не забезпечує потреб паломників. Готелів, які готові прийняти паломників незначна кількість, особливо тих, що користуються попитом і розташовані поблизу синагоги. У зв'язку з обмеженою пропозицією готелів паломники орендують кімнати у місцевих жителів. Ціни на житло залежать від місця розташування будинку, поверху і умов проживання. Перевагу паломники надають житлу, яке найближче розташоване до могили рабі Нахмана. Найдорожчим житлом є квартири в багатоповерхових будинках, які розташовані безпосередньо біля могили цадика Нахмана або синагоги. Трохи дешевше коштує оренда приватних будинків навколо центру збору. Найбільшу перевагу паломники надають будинкам по вулицях Пушкіна, Белінського, Софії Перовської і Кулика. Житло, розташоване далі, а це в мікрорайонах Нова Умань та Лиса Гора, вулиці Східна і Садова, оцінюється значно дешевше, попит на нього не такий великий. Слід зазначити, що квартири вище 5 поверху також коштують значно дешевше, навіть якщо будинок знаходиться біля могили або синагоги. Адже в період святкування Рош-ха-Шана хасидам забороняється користуватися всіма досягненнями цивілізації, в тому числі і ліфтом.

Спостерігається тенденція щодо придбання нерухомості паломниками, які також практикують здавати придбане житло своїм співвітчизникам в оренду. Місцеві жителі, які є власниками житла і здають його в оренду паломникам здебільшого договорів оренди не укладають, відповідно і не сплачують податків, які поповнювали б місцевий бюджет. Прибутки від паломництва не тільки не надходять до місцевих бюджетів, а й поширюються міжетнічні конфлікти місцевих жителів з паломниками.

Недостатньою є і кількість закладів харчування. Згідно із релігійними особливостями хасиди споживають їжу, яка має бути приготована відповідно до встановлених канонів (бути кошерною). Тому здебільшого її організацією займаються благодійні організації або ж самі прочани.

Варто зазначити, що перебування паломників не регулюється відповідним чином на державному рівні, відсутність єдиного центру з організації паломництва зумовлює його стихійний характер. Паломницький туризм в Україні потребує передовсім законодавчої підтримки. Для того, щоб надалі паломницький туризм став повноцінним видом туристичної індустрії, необхідний комплекс правових, економічних та організаційних заходів, що сприятимуть його розвитку. Тому необхідно доповнити діючий Закон «Про туризм» або ухвалити окремий Закон «Про паломництво», який би регулював питання перебування паломників на території України.

Гостро постало питання пошуку нових підходів і можливостей для успішної організації паломництва на належному рівні, а також уникнення конфліктів, які пов'язані із неефективною діяльністю органів місцевої влади щодо його регулювання.

Серед основних питань, які потребують вирішення як на загальнодержавному так і місцевому рівнях є побудова структурно-організаційної моделі. Більшість паломницьких поїздок організовується релігійними організаціями, деякі паломники здійснюють подорож самостійно або ж користуються послугами турагенств, які розташовані в країні їх проживання, але ці організації не здійснюють супроводу в країну прибуття. Прибувши в країну здійснення паломництва, більшість паломників не знають як правильно себе поводити і яким чином організувати свій тур. Як показав аналіз, в Україні відсутня чітка організація прийому паломників і забезпечення їхнього перебування. На нашу думку, в м. Умані доцільно було б створити організаційний центр (підпорядкований відділу туризму Уманської міської ради), який би забезпечував вирішення питань паломників з моменту їх прибуття на територію України і до моменту повернення на батьківщину (рис. 2)



Рисунок 2. Структура організаційного центру перебування хасидів в Україні під час святкування Рош-Га-Шана

Враховуючи сучасні тенденції розвитку галузі, доцільним є розвиток центру на комплексній, програмній основі за підтримки відповідних міністерств та відомств, банківських установ, вітчизняних й іноземних інвесторів, що дозволить залучити інвестиції в українську економіку. Крім того, центр забезпечення перебування хасидів в Україні має постійно співпрацювати з Всесвітнім союзом брацлавського хасидизму, Міжнародним благодійним фондом імені Рабі Нахмана та об'єднанням іудейських релігійних організацій для обміну інформацією, спільного планування діяльності та напрямів покращення перебування паломників на території країни. Центру мають підпорядковуватися певні підрозділи, які забезпечували б вирішення і координацію питань в межах своєї компетенції.

Створення такого центру дасть змогу не лише забезпечити комфортні умови перебування паломників, а й організувати взаємоналагоджену роботу всіх служб та збільшити доходи держави, отримані від перебування хасидів в країні, шляхом поповнення бюджетів різних рівнів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

Офіційний сайт Черкаської обласної адміністрації. URL: <http://ck-oda.gov.ua/>

*Лізунова В.В., магістрант,
Манов М.А., канд. екон. наук,
ПВНЗ «Київський університет культури»,
м. Київ, Україна*

ІННОВАЦІЇ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

Сучасне світове господарство неможливо уявити без міжнародного туризму та ринку готельно-ресторанних послуг.

Сучасні тенденції розвитку готельно-ресторанного бізнесу характеризуються:

- поглибленням спеціалізації готельних і ресторанных закладів;
- утворенням міжнародних готельних і ресторанных мереж;
- розвитком малого бізнесу;
- впровадженням в сферу гостинності інноваційних та комп'ютерних технологій.

За останні роки поряд із традиційними готелями й ресторанами все більше стали з'являтися заклади гостинності, які спеціалізуються на конкретних послугах.

Спеціалізація буває найрізноманітнішою. Готелі можуть орієнтуватися на обслуговування представників певного сегмента туристичного ринку: наприклад, на клієнтів, що присвячують свою відпустку грі в теніс, боулінг, катанню на лижах, на туристів, що виїжджають на конгреси, виставки, ярмарки, ділові зустрічі.