



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕРАЗМУС+ ОФІС В УКРАЇНІ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ ЄВРОПЕЙСЬКОГО ДОСВІДУ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ НА ЗАСАДАХ КРЕАТИВНОСТІ ТА ЗБАЛАНСОВАНOSTІ

Збірник матеріалів I Міжнародної науково-практичної конференції
15–16 вересня 2021 року



DIRUT

•sustainability•creativity•



With the support of the
Erasmus+ Programme
of the European Union



30 років
Незалежності
України



БІ ізнес
нкубатор
Запоріжжя



National
Tourism
Organization
of Ukraine



Association
of Incoming
Tour Operators
of Ukraine

AITO
UKRAINE



Видавничий дім
«Гельветика»
2021

*Рекомендовано до друку вченою радою
Запорізького національного університету
(протокол № 4 від 26 жовтня 2021 року)*

Видання здійснено в рамках проекту Європейського Союзу за програмою Еразмус+, напрям Жана Моне, 620720-EPP-1-2020-1-UA-EPPJMO-MODULE «Диверсифікація сільського туризму через збалансованість та креативність: поширення європейського досвіду в Україні» в Запорізькому національному університеті.

Підтримка Європейської Комісії у створенні цього видання не означає схвалення змісту, який відображає лише погляди авторів, і Комісія не може нести відповідальність за будь-яке використання інформації, що міститься в ньому.

Publication prepared and funded under the Erasmus+ Jean Monnet Actions 620720-EPP-1-2020-1-UA-EPPJMO-MODULE «Diversification of rural tourism through sustainability and creativity: disseminating European experience in Ukraine» at Zaporizhzhia National University.

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained there in.

Проблеми та перспективи впровадження європейського досвіду диверсифікації сільського туризму в Україні на засадах креативності та збалансованості : збірник матеріалів I Міжнародної науково-практичної конференції (Запоріжжя, 15–16 вересня 2021 року) / за ред. А. В. Череп, Н. С. Венгерської. – Запоріжжя : Видавничий дім «Гельветика». – 2021. – 200 с.

ISBN 978-966-992-697-5

Конференція присвячена проблемам та перспективам впровадження європейського досвіду диверсифікації сільського туризму в Україні на засадах креативності та збалансованості, 30-річчю незалежності України та 30-річчю економічного факультету Запорізького національного університету.

Мета конференції полягала у поширенні кращих європейських та українських практик впровадження диверсифікованого підходу до розвитку сільського туризму. У збірнику розкриті теоретико-методологічні засади сталого та креативного розвитку сільських територій в Україні та ЄС, сучасні проблеми конвергенції нормативно-правового забезпечення розвитку сільських територій України та ЄС на засадах збалансованості, перспективи впровадження європейської практики диверсифікації сільського туризму.

УДК 338.48:711.437(477+ЄС)(063)

ISBN 978-966-992-697-5

© Запорізький національний університет, 2021

ОРГАНІЗАТОРИ ТА ПАРТНЕРИ КОНФЕРЕНЦІЇ

«Проблеми та перспективи впровадження європейського досвіду диверсифікації сільського туризму в Україні на засадах креативності та збалансованості» в рамках проекту Європейського Союзу за програмою Еразмус+, напрям Жана Моне, 620720-EPP-1-2020-1-UA-EPPJMO-MODULE «Диверсифікація сільського туризму через збалансованість та креативність: поширення європейського досвіду в Україні» (DIRUT)

Міністерство освіти і науки України
Запорізький національний університет (м. Запоріжжя)
Запорізька обласна державна адміністрація (м. Запоріжжя)
Національний Еразмус+ Офіс в Україні (м. Київ)
Регіональний фонд підтримки підприємництва в Запорізькій області (м. Запоріжжя)
Національна академія наук вищої освіти України (м. Київ)
Академія економічних наук України (м. Київ)
Всеукраїнська спілка вчених-економістів (м. Київ)
Національна туристична організація України (м. Київ)
Асоціація в'їзних туроператорів України (м. Київ)
Туристичний оператор «Київський Супутник» (м. Київ)
Запорізька обласна туристична асоціація (м. Запоріжжя)
Агенція сталого розвитку «АСТАР» (м. Хмельницький)
Східноєвропейський університет імені Рауфа Аблязова (м. Черкаси)
Університет Григорія Сковороди в Переяславі (м. Переяслав)
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (м. Дніпро)
Закарпатський угорський інститут імені Ференца Ракоці II (м. Берегово)
Луганський національний університет імені Тараса Шевченка (м. Старобільськ)
Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного (м. Мелітополь)
Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка (м. Тернопіль)
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича (м. Чернівці)
Алматинський гуманітарно-економічний університет (Казахстан)
Вармінсько-Мазурський університет (Польща)
Економічний університет у Катовіцах (Польща)
Економічний університет у Познані (Польща)
Інститут розвитку міжнародної співпраці (Польща)
Казахський національний педагогічний університет імені Абая (Казахстан)
Каспійський університет (Казахстан)
Навчальний комплекс Сан Март Шавань (Франція)
Університет Туран (Казахстан)

СКЛАД ОРГАНІЗАЦІЙНОГО КОМІТЕТУ

Голова оргкомітету – Фролов М. О., доктор історичних наук, професор, ректор Запорізького національного університету.

Заступники голови оргкомітету:

Васильчук Г. М., доктор історичних наук, професор, проректор з наукової роботи;

Болдуєва О. В., доктор економічних наук, доцент, начальник науково-дослідної частини;

Череп А. В., доктор економічних наук, професор, декан економічного факультету

Члени оргкомітету:

Андрюкайтене Р. М., доктор PhD соціальних наук (менеджмент), доцент, завідувач кафедри бізнесу та економіки, Маріямпольська колегія (Литва) (за згодою);

Бабміндра Д. І., доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри міжнародної економіки, природних ресурсів та економіки міжнародного туризму;

Безкоровайна Л. В., доктор педагогічних наук, професор кафедри туризму та готельно-ресторанної справи;

Бекова Р. Ж., доктор PhD, доцент кафедри обліку та аудиту Університету Туран (Казахстан) (за згодою);

Белопольський М. Г., доктор економічних наук, професор, віце-президент Академії економічних наук України (за згодою);

Біктеубаєва А. С., завідувач кафедри обліку й аудиту, доцент Університету Туран (Казахстан) (за згодою);

Бойка О. А., кандидат біологічних наук, доцент кафедри генетики та рослинних ресурсів;

Божук Т. І., доктор географічних наук, професор, завідувач кафедри географії України і туризму Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка (за згодою);

Бондар О. Г., доктор юридичних наук, професор, перший проректор Запорізького національного університету;

Бучко Ж. І., доктор географічних наук, доцент, завідувач кафедри соціальної географії та рекреаційного природокористування Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича (за згодою);

Брацило Л. Ф., почесний голова Запорізької обласної туристичної асоціації (за згодою);

Венгерська Н. С., кандидат економічних наук, доцент кафедри міжнародної економіки, природних ресурсів та економіки міжнародного туризму, академічний координатор проєкту JMM DIRUT;

Воронкова В. Г., доктор філософських наук, професор, завідувач кафедри менеджменту організацій та управління проєктами Інженерного навчально-наукового інституту Запорізького національного університету;

Демчук О. В., директор Агенції сталого розвитку «АСТАР» (за згодою);

Іванов М. М., доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри управління персоналом і маркетингу;

Кендюхов О. В., доктор економічних наук, професор кафедри управління персоналом і маркетингу, президент Всеукраїнської спілки вчених-економістів (за згодою);

Ліптуга І. Л., президент Національної туристичної організації України (за згодою);

Линенко А. В., кандидат економічних наук, доцент, заступник декана з наукової роботи економічного факультету, керівник Бізнес-інкубатора економічного факультету Запорізького національного університету;

Любим Л. С., перший заступник голови Запорізької обласної ради (за згодою);

Колокольчикова І.В., доцент кафедри «Бізнес-консалтингу та міжнародного туризму» Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного;

Кущик А. П., кандидат економічних наук, доцент, завідувач кафедри фінансів, банківської справи та страхування;

Макшишко Н. К., доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економічної кібернетики;

Маковецька Н. В., доктор педагогічних наук, професор, завідувач кафедри туризму та готельно-ресторанної справи;

Нурліхіна Г. Б., доктор економічних наук, професор, проректор Алматинського гуманітарно-економічного університету (Казахстан) (за згодою);

Омельянич Л. О., декан біологічного факультету, доктор фармацевтичних наук, професор;

Омельянич С. В., кандидат юридичних наук, доцент кафедри конституційного та трудового права;

Осаул А. О., начальник відділу міжнародних зв'язків, ст. викл. кафедри міжнародної економіки, природних ресурсів та економіки міжнародного туризму;

Проскуріна Н. М., доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри обліку та оподаткування;

Руднік О. Р., голова наукового товариства студентів, аспірантів і молодих вчених економічного факультету;

Симанавічене Ж. І., доктор економічних наук, професор, Університет Ромериса (Литва) (за згодою);

Степаненко В. В., генеральний директор Регіонального фонду підтримки підприємництва в Запорізькій області (за згодою);

Табачников С. І., доктор медичних наук, професор, президент Національної академії наук вищої освіти України (за згодою);

Троциковський Тадеуш Станіслав, доктор економічних наук, доцент, директор Інституту комерціалізації наук Куявського університету у м. Влоцлавек (Польща) (за згодою);

Файзулліна С. А., кандидат економічних наук, доцент кафедри обліку й аудиту Університету Туран (Казахстан) (за згодою);

Череп О. Г., доктор економічних наук, професор кафедри маркетингу та управління персоналу;

Шука Г. П., доктор педагогічних наук, професор кафедри географії та туризму Закарпатського угорського інституту імені Ференці Ракоці II (за згодою);

Шитківа С. П., координатор Національного Еразмус+ Офісу в Україні (за згодою);

Юхновець М.В., президент Асоціації в'їзних туроператорів України, керівник відділу обслуговування іноземних туристів, Туристичний оператор «Київський Супутник» (за згодою)

ЗМІСТ

Антонюк Катерина, Агарков Артем (Національний університет «Запорізька політехніка») КРЕАТИВНІСТЬ ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	12
Антонюк Катерина, Жуляєва Аліна (Національний університет «Запорізька політехніка») СІЛЬСЬКИЙ ТУРИЗМ ЯК ЕЛЕМЕНТ ЄВРОПЕЙСЬКОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА	15
Антонюк Катерина, Олійниченко Ян (Національний університет «Запорізька політехніка») КУЛЬТУРА ТА КРЕАТИВНІСТЬ В МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ.....	19
Безкоровайна Лариса, Череп Алла, Венгерська Наталя (Запорізький національний університет) Воронкова Валентина (Інженерний навчально-науковий інститут Запорізького національного університету) Брацило Людмила (Запорізька обласна туристична асоціація) ПРОГРАМНИЙ ТУРИЗМ: ПРОЄКТУВАННЯ ТА ДИВЕРСИФІКАЦІЯ РЕКРЕАЦІЙНИХ ПОСЛУГ НА ЗАСАДАХ КРЕАТИВНОСТІ ТА ЗБАЛАНСОВАНOSTІ ВІДПОВІДНО ДО ЄВРОПЕЙСЬКИХ ТЕНДЕНЦІЙ	22
Безкоровайна Лариса, Літвінова-Головань Ольга, Бабій Вікторія, Пиптюк Павло, Наздровецька Вікторія (Запорізький національний університет) ВПРОВАДЖЕННЯ ПРОГРАМ ІЗ ОРГАНІЗАЦІЇ РЕКРЕАЦІЙНИХ ПОСЛУГ ПІД ЧАС ПРОХОДЖЕННЯ ВИРОБНИЧОЇ ПРАКТИКИ ЗДОБУВАЧІВ ІЗ ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ.....	25
Безкоровайна Лариса, Каніboloцька Ольга, Літвінова-Головань Ольга (Запорізький національний університет) ФОРМУВАННЯ ІНШОМОВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ ІЗ ТУРИЗМУ ЯК УМОВИ ЇХ УСПІШНОЇ ПРОФЕСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА МІЖНАРОДНОМУ ТУРИСТИЧНОМУ РИНКУ.....	27
Безкоровайна Лариса, Літвінова-Головань Ольга, Грицай Олена (Запорізький національний університет) ОРГАНІЗАЦІЯ НАДАННЯ РЕКРЕАЦІЙНИХ ПОСЛУГ: ДИВЕРСИФІКАЦІЯ ТА КРЕАТИВНІСТЬ	30

Бехтер Лілія (Запорізький національний університет) УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНИМИ ПОТОКАМИ В СФЕРІ ТУРИЗМУ.....	33
Бичков Микита, Малюга Людмила (Уманський національний університет садівництва) ІМІДЖ ЯК ОСНОВА КОНКУРЕНТНОСПРОМОЖНОСТІ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА	37
Божук Тетяна (Тернопільський національний педагогічний університет імені В. Гнатюка) СІЛЬСЬКИЙ ТУРИЗМ ЯК СКЛАДОВА ТУРИСТИЧНОЇ ДЕСТИНАЦІЇ: ПОТРЕБА ЗАПРОВАДЖЕННЯ ПРАКТИЧНИХ РЕАЛІЙ У НАВЧАЛЬНОМУ ПРОЦЕСІ	40
Бойка Олена (Запорізький національний університет) ОХОРОНА, ЗБЕРЕЖЕННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ БІОРИЗНОМАНІТТЯ В ІНТЕРЕСАХ СІЛЬСЬКОГО ТА ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ	43
Бондар Олександр, Асатрян Єлизавета (Запорізький національний університет) АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ ВИКОРИСТАННЯ ТА ОХОРОНИ ЗЕМЕЛЬНИХ РЕСУРСІВ У СФЕРІ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	46
Бурдей Аліна (Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного) СУЧАСНІ ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ РЕКРЕАЦІЙНОЇ ГАЛУЗІ	50
Бурназа Софія (Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного) ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ОЦІНКИ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ	53
Бучко Жанна (Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича) КРЕАТИВНІ МИСТЕЦЬКІ МАЙСТЕРНІ: ЗБЕРЕЖЕННЯ ЕТНОКУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ ТА МОЖЛИВОСТІ Ї ПЕРСПЕКТИВИ ДЛЯ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ	56

Венгерська Наталя, Череп Алла, Безкоровайна Лариса (Запорізький національний університет)	
Воронкова Валентина (Інженерний навчально-науковий інститут Запорізького національного університету)	
ПРЕЗЕНТАЦІЯ ПРОЄКТУ «ДИВЕРСИФІКАЦІЯ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ ЧЕРЕЗ ЗБАЛАНСОВАНІСТЬ ТА КРЕАТИВНІСТЬ: ПОШИРЕННЯ ЄВРОПЕЙСЬКОГО ДОСВІДУ В УКРАЇНІ».....	60
Венгерська Наталя, Курченко Микита (Запорізький національний університет)	
СІЛЬСЬКИЙ ТУРИЗМ ЯК СКЛАДОВА РОЗВИТКУ ЄВРОПЕЙСЬКИХ КРАЇН	65
Воронкова Валентина (Інженерний навчально-науковий інститут Запорізького національного університету)	
Череп Алла, Венгерська Наталя, Безкоровайна Лариса (Запорізький національний університет)	
УМОВИ ДОСЯГНЕННЯ СТАЛОГО ТА КРЕАТИВНОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ В УКРАЇНІ ТА ЄС	68
Грибова Діана, Захарченко Олена (Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного)	
КОНЦЕПТУАЛЬНА МОДЕЛЬ СТРАТЕГІЧНОГО АНАЛІЗУ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ УКРАЇНИ	71
Драчук Юрій, Снітко Єлизавета (Луганський національний університет імені Тараса Шевченка)	
ІННОВАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ СФЕРИ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ	75
Дугієнко Наталя, Дугієнко Олександр (Запорізький національний університет)	
РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗИ В УКРАЇНІ: КРОК ДО ЕКОНОМІЧНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ	80
Засова Сергій (Запорізьке відділення АБ «Південний»)	
Кушнір Світлана (Запорізький національний університет)	
АНАЛІЗ КРЕДИТНИХ ПРОДУКТІВ ДЛЯ ФІНАНСУВАННЯ ПОТРЕБ СЕЛЯНСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ	82
Зубехіна Тетяна (Академія рекреаційних технологій і права)	
СІЛЬСЬКИЙ ЗЕЛЕНИЙ ТУРИЗМ ЯК ФОРМА КРАЄЗНАВЧОГО ВИХОВАННЯ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ	86

Ільдінєєва Вікторія (Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного)	
СУЧАСНІ ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ СФЕРИ РЕКРЕАЦІЙНИХ ПОСЛУГ В СИСТЕМІ ПОСТІНДУСТРІАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ.....	89
Ільченко Діана, Кондратенко Анатолій, Кушнір Вадим (Запорізький національний університет)	
ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД ОРГАНІЗАЦІЇ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ У ФОРМІ ГЛЕМПІНГУ	92
Кальченко Сергій, Кривцун Євген (Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного)	
НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В СИСТЕМІ МІСЦЕВИХ ГРОМАД.....	95
Король Олена, Сітнікова Ганна (Запорізьке вище професійне училище «Моторобудівник», Запорізький національний університет)	
ПІДПРИЄМНИЦЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ В СФЕРІ ТУРИЗМУ ЯК ФОРМА САМОЗАЙНЯТОСТІ СІЛЬСЬКОЇ МОЛОДІ	98
Краснодєд Тетяна (Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного)	
ОГЛЯД СУЧАСНОГО СТАНУ ТА ПЕРСПЕКТИВ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗИ УКРАЇНИ.....	102
Кушнір Світлана (Запорізький національний університет)	
СУЧАСНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ НОРМАТИВНО-ПРАВОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ УКРАЇНИ	107
Лизун Марія, Ліщинський Ігор (Західноукраїнський національний університет)	
ЗБАЛАНСОВАНИЙ РОЗВИТОК СІЛЬСЬКИХ ТА МІСЬКИХ РЕГІОНІВ ЄС В РАМКАХ ПОЛІТИКИ ЗГУРТУВАННЯ.....	111
Lyzun Mariia, Lishchynskyi Ihor (Western Ukrainian University)	
THE STRUCTURE OF THE EUROPEAN PERIPHERY	116
Малюга Людмила (Уманський національний університет садівництва)	
АКТИВІЗАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА	122
Nesterchuk Inna (Polissya National University)	
ELABORATION OF AN OPTIMAL MODEL FOR THE DEVELOPMENT OF GASTRONOMIC TOURISM IN THE RIGHT-BANK POLISSIA OF UKRAINE	125

Омельянчик Сергій (Запорізький національний університет) ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ МІЖНАРОДНОГО ТА ЄВРОПЕЙСЬКОГО ДОСВІДУ ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ БІОЛОГІЧНОГО РІЗНОМАНІТТЯ ТА ЙОГО ВПЛИВ НА ДИВЕРСИФІКАЦІЮ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	129
Осаул Аліна (Запорізький національний університет) ЄВРОПЕЙСЬКІ ПРАКТИКИ ПІДТРИМКИ СФЕРИ ВНУТРІШНЬОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ COVID-19	132
Павлова Галина (Дніпровський державний аграрно-економічний університет) Безугла Людмила (Національний технічний університет «Дніпровська політехніка») ФОРМУВАННЯ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В УМОВАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	135
Петренко Ірина (Полтавський університет економіки і торгівлі) НОВИЙ ТУРИСТИЧНИЙ МАРШРУТ З ІНТЕГРАЦІЇ НАУКИ, ОСВІТИ, ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ «ІСТОРІЯ УКРАЇНИ В ДОСЛІДЖЕННЯХ ВЧЕНОЇ ВІРИ ЖУК (1928–2008)»	140
Почерніна Наталія (Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного) ЗАЙНЯТІСТЬ У ТУРИЗМІ: ДОСВІД ЄС ДЛЯ ПОЛІТИКИ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ УКРАЇНИ	146
Саркісян Ганна, Шепелева Ольга (Одеська національна академія харчових технологій) ЕНОГАСТРОНОМІЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЯК ВЕКТОР РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ	149
Сергієнко Тетяна (Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ) ОСОБЛИВОСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ В УМОВАХ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ	154
Сириця Софія (Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного) КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	157

Сьомченко Вікторія (Запорізький національний університет) СТАТИСТИЧНИЙ АНАЛІЗ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	160
Трусова Наталія, Трусова Анастасія (Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного) ДИВЕРСИФІКАЦІЯ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ З ОБМЕЖЕНИМ ПРОСТОРОВИМ РОЗМІЩЕННЯМ ОБ'ЄКТІВ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ	163
Терентьєва Наталія (Запорізький національний університет) АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОЇ ТОВАРНОЇ СТРАТЕГІЇ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ	168
Uliashyn Ihor Zaporizhia National University THE FRENCH EXPERIENCE AND PECULIARITIES OF RURAL TOURISM DEVELOPMENT	173
Хомюк Наталія (Волинський національний університет імені Лесі Українки) ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ	175
Череп Алла (Запорізький національний університет) ДИВЕРСИФІКАЦІЯ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ УКРАЇНИ ЯК ОСНОВА СТАЛОГО РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА	178
Череп Олександр (Запорізький національний університет) ДИВЕРСИФІКАЦІЯ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ: ДОСВІД БОЛГАРІЇ	180
Чумак Яна (Уманський національний університет садівництва) КУЛЬТУРА ГОСТИННОСТІ В АГРОСАДИБАХ	182
Щеглюк Світлана (ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долишнього НАН України») ОСОБЛИВОСТІ ДЕТИНІЗАЦІЇ КРЕАТИВНИХ ПОСЛУГ ЯК ДРАЙВЕРА РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ	186
Щука Галина (Закарпатський угорський інститут імені Ференца Ракоці II) ТУРИЗМ НА СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЯХ ЗАКАРПАТТЯ: ДОСВІД, ПРОБЛЕМИ, ПЕРСПЕКТИВИ	192

КРЕАТИВНІСТЬ ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Антонюк Катерина
ekaterinaia@ukr.net

Агарков Артем
НУ «Запорізька політехніка»
(м. Запоріжжя, Україна)

Анотація. В умовах інноваційного розвитку бізнесу важливого значення набуває креативність персоналу. На сьогодні креативне мислення є необхідним ресурсом, який надає можливість компанії розробляти інновації та впроваджувати її у виробничу, маркетингову чи управлінську діяльність.

Abstract. In the conditions of innovative business development, the creativity of the staff becomes important. Today, creative thinking is a necessary resource that enables a company to develop innovations and implement them in production, marketing, or management.

Управління креативністю в умовах стрімкого розвитку інновацій є одним із ключових завдань, що стоять перед керівниками компаній у всіх галузях економіки. Це обумовлене тим, що збереження чи збільшення частки ринку дедалі більше залежить від умінь керівництва створювати спеціальні умови для персоналу, який у свою чергу є гарантом процвітання та розвитку компанії. Формування середовища, сприятливого до інноваційної діяльності персоналу є однією з головних умов її ефективної реалізації. В період пандемії актуалізувалося питання інновацій, творчості та креативності, які відіграють важливу роль для інноваційної діяльності підприємств. Тому вважаємо, за доцільне розкрити елементи креативного менеджменту на прикладі туристичної галузі, а саме сільського креативного туризму.

Під креативністю розуміють як реалізацію творчої думки в традиційних сферах життєдіяльності, але нетрадиційними способами і в незвичайній формі [1]. Креативну діяльність підприємства може бути визначено як здатність отримувати вартість із інтелектуального капіталу, тобто управляти відносинами між людським капіталом (здібностями і знаннями співробітників), капіталом клієнта (рівнем взаємної інтегрованості) та організаційним капіталом (знання і культура організації), що максимізує потенціал організації в контексті створення вартості.

В умовах цифровізації, глобалізації та стрімкого поширення інновацій сучасний туристичний бізнес постійно змінюється. На сучасному рівні інтернаціоналізації світового господарства бізнес виходить за межі традиційних форм бізнесу. В якості нових форм ними розглядаються аутсорсинг, краудсорсинг, краудфандинг, стартапи ін. Ці нові види бізнесу стають фактором розвитку для таких видів туристичної діяльності, як сільський, зелений, відновлюваний туризм. Оскільки цей сегмент перетинається з соціальним підприємництвом та потребує розширення фінансових можливостей, креативних видів діяльності та широкого кола співпраці та взаємодії.

Також компанії, виходячи на міжнародні ринки змінюють підходи до управління персоналом. Зокрема, культурна різноманітність персоналу компанії є потужним інструментом для підвищення креативності та інклюзії. Коли вона успішно інтегрована в бізнес-модель компанії, вона може стати головною привабливістю високоякісних талантів. Міжкультурна робоча сила також сприяє створенню середовища, яке сприяє свіжим поглядам і підходам до вирішення проблем. Однак, якщо у компанії немає системи управління культурною різноманітністю персоналу, то це може спричинити серйозні проблеми у компанії. Міжкультурний персонал складається з людей з різним походженням, цінностями, думками та діловими звичаями. Якщо цими факторами не керувати продумано, може виникнути ймовірність міжособистісних конфліктів між членами команди.

Успішними кейсами в Україні є колаборація креативного, зеленого та цифрового підприємництва. Наприклад, креативних індустрій, аграрної та продовольчої галузей та туризму. Цікавий кейс такого співробітництва був вперше апробований у Запорізькій області в туристичному комплексі «Етносело», на якому представники фешн-індустрії та сільського туризму впровадили креативний захід – показ моди на території Етносела. Саме в цьому селі показано поєднання міжкультурного різноманіття, еко-трендів та креативних видів діяльності. На наш погляд, на основі такого кейсу, молодь може себе реалізувати у стартап діяльності, яка поєднуватиме принципи циркулярної, зеленої, цифрової та креативної економіки, тобто відбувається синергія напрямків.

Розглянемо напрямки, в який можна розвивати «креативні зелені» бізнес-ідеї або «цифрові креативні» стартапи України, що базуються на принципах сталого розвитку. Наприклад поєднання сільського туризму, еко-моди та цифрової фешн-індустрії.

Не дивлячись на жорсткий диктат комерції, що панував у фешн-індустрії, творчість все ще залишається «серцем» модної системи. Кожен сезон починається з нової колекції, котру демонструють у форматі шоу. Звичайно, шоу – це і великий маркетинговий інструмент. Пандемія зменшує негативний вплив моди на навколишнє середовище, принаймні на тимчасовій основі, оскільки торгівельні марки будуть змушені скоротити виготовлення нового одягу. Більш низькі обсяги виробництва означають менші викиди, менше використання сировини та зменшення споживання води. Щоб заощадити гроші, компанії скорочують авіатранспортні перевезення, зменшуючи викиди вуглецю [2].

Багато компаній в фешн-індустрії переглядали та оптимізували деякі процеси, гайдлайни, процедури розподілу прийнятих рішень, делегували завдання місцевому командуванню. Крім того, весь ретейл у повній мережі оцінив силу та потенціал онлайн-продажів каналів. Після пандемії всі бренди будуть працювати над удосконаленням інтернет-магазинів, маркетингових, соціальних мереж, логістичних ланцюжків. В даному напрямку необхідно активно залучати ІКТ технології задля просування продуктів в фешн-індустрії. Також, боротьба зі змінами клімату – це завжди економічне питання, а розмаїття галузей, в яких працюють cleantech-компанії, підтверджує тезу про те, що кліматичні інновації можливі у будь-якому секторі.

Тому, в умовах пандемічних реалій важливим є «перехід національної економіки до «зеленої» моделі розвитку на засадах сталого виробництва і споживання, «циркулярної економіки» розмежування економічного зростання, та реалізації заходів щодо протидії деградації навколишнього природного середовища і вичерпання природних ресурсів та запровадження політики сприяння «зеленому» зростанню, що базується на ефективному використанні матеріальних ресурсів, а також результатів наукових досліджень та екологічно орієнтованих інноваційних технологій, сприяння діяльності бізнесу у сфері ресурсоефективного та екологічно безпечного виробництва. Для розбудови «циркулярної економіки» в Україні державі необхідно більше уваги надавати інноваційними ідеям бізнесу в сфері «зелених» стартапів в сфері поєднання сільського туризму, моди, туризму, фешн-індустрії.

Використовуючи європейський досвід, необхідно зосередитися на чотирьох основних напрямках для розвитку креативності туристичного бізнесу, включаючи [2–4]: 1) збереження та розвиток креативної молоді через систему навчальних закладів; 2) заохочення українського креативного бізнесу та стартапів шляхом покращення ринку праці та інституційної спроможності; 3) політика «відкритих територій» може бути стабільно успішною лише тоді, коли всі учасники приймають її, що вимагає високої готовності до відкритого діалогу з людьми інших культур та релігій, що орієнтована на взаєморозуміння, рішення, орієнтовані на майбутнє, гнучкі діючі, зобов'язуючі угоди та прийняття економічної та соціальної відповідальності.

Вищенаведені пропозиції призводять до чотирьох основних результатів, які можуть призвести до економічних, соціальних, креативних та культурних переваг для туристичних підприємств України: розробка ефективної моделі креативного туристичного виробництва; стимулювання інноваційного потенціалу; підтримка міжнародної та міжрегіональної співпраці між суб'єктами; побудова нової парадигми мислення, яка трансформує сучасну епоху Інтернету в нову еру креативного життя.

Список використаних джерел

1. Бажал Ю. М., Бакушевич І. В., Венесаар У. Інноваційне підприємництво: креативність, комерціалізація, екосистема : навчальний посібник для вищих навчальних закладів / за ред. д-ра екон. наук проф. Ю. М. Бажала. Київ : Унів. вид-во ПУЛЬСАРИ, 2015. 280 с.
2. Мода после пандемии: как изменится индустрия, по мнению украинских фэшн-инсайдеров. URL: <https://harpersbazaar.com.ua/fashion/news/moda-posle-pandemii-kak-izmenitsya-industriya-po-mneniyu-feshn-insayderov>
3. Український фонд стартапів підтримуватиме студентські стартапи. URL: <https://usf.com.ua/ukrainskij-fond-startapiv-pidtrimuvatime-studentski-startapi>
4. Прушківська Е. В., Венгерська Н. С., Савенко О. О. Інноваційні форми молодіжного підприємництва: європейський та український досвід. *Глобалізація напрямів формування промислового потенціалу в умовах постіндустріальних трансформацій* : збірник матеріалів VI Всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю (м. Київ, 16 грудня 2020 року). Київ : КПІ. 2020. С. 186–189. URL: <http://ktpe.kpi.ua/files/conferences/ZBIRNIK%20DTAE%202020.pdf>

СІЛЬСЬКИЙ ТУРИЗМ ЯК ЕЛЕМЕНТ ЄВРОПЕЙСЬКОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Антонюк Катерина
ekaterinaia@ukr.net

Жуляєва Аліна

НУ «Запорізька політехніка» (м. Запоріжжя, Україна)

Анотація. Європейський досвід свідчить, що сільський туризм має мультиплікативний ефект на розвиток сільських територій. Особливо поширеною є форма соціального підприємництва в Європі. Поєднання цифрового, циркулярного та соціального підприємництва в сфері сільського розвитку набуває актуальності в умовах сталого розвитку.

Abstract. European experience shows that rural tourism has a multiplier effect on rural development. The form of social entrepreneurship is especially common in Europe. The combination of digital, circular and social entrepreneurship in the field of rural development is relevant in the context of sustainable development.

У сучасних умовах формування об'єднаних територіальних громад розвиток сільського зеленого туризму впливає на стабілізацію економічного розвитку сіл, забезпечення зайнятості сільського населення, їх виходу із соціально-економічної кризи, забезпечує демографічну стабільність. Сільський зелений туризм у більшості країн світу розглядається як невід'ємна складова частина програми комплексного соціально-економічного розвитку об'єднаних територіальних громад.

Ідея розвитку сільського туризму зародилася в Європі на початку XIX століття. Всього сільському туризму як напряму туризму налічується близько 40 років. Родоначальницею сільського туризму вважається Франція, де в 60-х роках минулого століття з подальшим поширенням у світовій практиці і з'явився агротуризм. Якщо розглядати ретроспективу розвитку сільського туризму, то початкова ідея прийому туристів на базі фермерських господарств була підтримана французькою владою в 1952 році [1]. Однією з причин швидкого розвитку сільського туризму в Європі є криза в сільськогосподарському секторі. У сучасну епоху процес продуктивності та автоматизації сільського господарства призводить до зменшення робочих місць. Частка громад, які працюють у сільськогосподарському секторі в Греції, становить 30 % від їх загальної кількості, в Португалії – 24, в Іспанії та Ірландії – 17, в Італії – 12, у Бельгії, Данії, Нідерландах та Великобританії – від 2 до 7 % [2]. Отже, необхідно було знайти нові види діяльності, які б замінили або доповнили сільськогосподарську діяльність.

Сучасний розвиток сільського туризму в Європі приносить близько 20–30 % загального доходу туризму [1] з поступовим наростанням динаміки поширення, модель «пейзаж – знання – дозвілля», характерна для сільського туризму, поступово витісняє класичне уявлення про

відпочинок – модель «сонце – море – пляж». В якості факторів успіху сільського туризму в Європі необхідно назвати також політичну підтримку сільського туризму з боку національних держав і Євросоюзу, оскільки агротуризм спочатку розглядався в якості соціального амортизатора при реструктуризації аграрного сектора економіки, дозволяючи створювати нові робочі місця в сільській місцевості.

У той час як населення світу зростає з високою швидкістю – за оцінками, до 2030 року – 8,5 мільярда людей (ООН 2015), – ключові ресурси, від яких ми всі залежимо, щоб жити та процвітати, невблаганно скорочуються. У міру посилення глобалізації екологічні проблеми стають глобальними за масштабом і взаємопов'язаними за своєю природою, що викликає нагальну потребу зменшити вплив людської діяльності. Циркулярна економіка з'явилася в останнє десятиліття як перехідна модель від лінійної економіки, заснованої на загальній моделі «бери-зроби-утилізує», до циркулярної економіки, в якій відходи можуть бути перетворені в ресурс за допомогою практики повторного використання, ремонту, реконструкції та переробки. Фонд Еллен Макартур визначає економіку кругового циклу як «індустріальну економіку, яка є відновлювальною та відновлюючою за наміром. Вона має на меті забезпечити ефективні потоки матеріалів, енергії, робочої сили та інформації для відновлення природного та соціального капіталу [3].

Європейська комісія розробила детальні пропозиції щодо кругової економіки у 2014 р. [4] на основі досліджень, які оцінюють економію до 630 мільярдів євро на рік для європейської промисловості та збільшення ВВП ЄС на 3,9 % за рахунок кращого використання ресурсів та створення нових ринків і робочих місць. У 2018 році Комісія підтвердила свою прихильність до кругового переходу, запровадивши новий набір заходів, включаючи нову стратегію щодо пластмас, яка призведе до 2030 року до повної переробки пластикової упаковки.

Соціальне сільське господарство, територіальний захист та протилежність бідності є деякими серед багатьох інших прикладів сфер, де фірми та соціальні підприємства можуть досягти значущої синергії, чи то за допомогою гібридних ланцюжків створення вартості, змішаних бізнес-моделей, спільних ініціатив з підвищення обізнаності та стратегічного використання діяльності з корпоративною соціальною відповідальністю. Більше того, в рамках нової тенденції сервіризації, соціальні підприємства можуть отримати вигоду від розширення можливостей співпраці з традиційними фірмами, особливо в рамках нових бізнес-моделей, які розширюють споживання товарів і матеріалів за допомогою інтегрованих послуг оренди, обміну та бартеру, серед іншого. У цьому відношенні та соціальні підприємства можуть діяти як стратегічні партнери для досягнення «нових» цілей, таких як молодь та місцеві громади, які особливо уважні до екологічних проблем. Крім того, типова динаміка споживання та виробництва, викликана економікою спільного використання, може також додати додаткові рівні інновацій, засновані на розумному використанні цифрових технологій для розблокування

однорангових і розподілених обмінів у економіці кругового циклу, які можуть бути B2B (бізнес-бізнес), C2C (споживач для споживача) і B2B2C (бізнес для бізнесу споживачу). Однак, незважаючи на зростаючий інтерес до економіки кругового циклу з боку майже всіх верств суспільства, мало що відомо про поточний масштаб міжгалузевої співпраці в цій галузі в Європі. Натомість велика увага приділяється соціальним інноваціям як ґрунту для ініціатив щодо вирішення екологічних проблем, а також використанню циркулярних та/або спільних моделей як двигунів для залучення місцевих громад до підходів до сталого виробництва та споживання. У цьому контексті нещодавні проекти, які фінансуються ЄС, допомагають отримати деяке уявлення про типи учасників, залучених до кругових ініціатив; проекти дають натяки на те, що неурядові та неприбуткові організації є частими ініціаторами циркулярних ініціатив, а також припускають можливу ключову роль, яку відіграють приватні компанії. Результати опитування також показують, що найбільш повторюваними правовими формами/учасниками кругової економіки є товариства з обмеженою відповідальністю (30,4 %), за ними йдуть компанії з обмеженою відповідальністю (23,4 %), соціальні підприємства (21,6 %) та асоціації (19,8 %). Натомість залучення кооперативів та фондів у цій галузі видається менш актуальним (трохи нижче 10 %) [3].

Цифровізація зазвичай стосується впровадження нових технологій, таких як великі дані, штучний інтелект, комунікація між машинами та цифровізація процесів в організаціях. Цифровізація бізнес-процесів є одночасно викликом і можливістю для багатьох соціальних і традиційних підприємств, а також для малих і середніх підприємств (МСП), зокрема. Співпраця в цьому питанні для соціальних і традиційних підприємств може мати взаємодію: соціальні підприємства можуть черпати натхнення з того, як традиційні підприємства використовують нові цифрові технології для покращення своїх продуктів і послуг і підвищення ефективності своєї діяльності, що, в свою чергу, підвищує їх конкурентоспроможність. Учасники соціальних підприємств також можуть навчитися у традиційних підприємств, як використовувати соціальні медіа та інструменти цифрового маркетингу, щоб підвищити свою видимість і репутацію серед громадськості. Навпаки, традиційні підприємства можуть дізнатися у соціальних підприємств, якими можуть бути етичні наслідки більшого використання цифрових технологій і опори на них. Це, зокрема, стосується посилення обробки персональних даних та зростання потужності алгоритмів у формуванні громадської думки. Ці можливості для взаємного навчання свідчать про те, що цифрові технології можуть бути рушійною силою співпраці між соціальними підприємствами та традиційними підприємствами. Цей потенціал все більше визнається. Цифрові соціальні інновації описують зростаючу важливість спільних інновацій з використанням цифрових технологій та використання мережевого ефекту Інтернету для створення рішень для соціальних потреб. Інновації, запроваджені таким чином у різних секторах економіки

Антонюк Катерина

ekaterinaia@ukr.net

Олійниченко Ян

НУ «Запорізька політехніка»

(м. Запоріжжя, Україна)

та суспільства в цілому, включають відкритий доступ до даних, спільне виробництво, та мережі поінформованості, що забезпечують стійку поведінку. Цей трансформаційний потенціал нових технологій для соціального підприємництва був визнаний Європейською комісією, коли вона запустила інноваційну платформу Social CHALLENGES Innovation Platform, яка стимулює соціальні підприємства об'єднуватися з іншими типами підприємств для спільної розробки рішень суспільних проблем. Дві інші відповідні ініціативи на рівні ЄС – це Європейський конкурс соціальних інновацій, який у 2017 році був нагороджений на Ярмарку цифрових соціальних інновацій, та премія Blockchains for Social Good, яка присуджується за інноваційні рішення соціальних проблем із використанням технологічних рішень [4–6].

Наведені вище приклади ілюструють потенціал співробітництва традиційних підприємств з соціальними з використанням цифрових технологій. Як правило, традиційне підприємство допомагає соціальним модернізувати свою діяльність або навчати цифрових навичок. Натомість традиційне підприємство отримує соціальне визнання і може створити майбутній бізнес соціальними моделями.

В Україні в період пандемії актуальними є такі напрями поєднання циркулярної, цифрової та соціальної економіки, наприклад у сфері сільського креативного туризму і цифрового маркетингу. У XXI столітті більшість видів економічної діяльності продукує креативні ідеї, товари та формуються нові мережі реалізації креативного потенціалу.

Отже, європейський досвід свідчить, що розвиток підприємництва в контексті синергії цифрової, циркулярної та соціальної економіки має перспективу. З урахуванням досвіду країн ЄС, нами запропоновано напрями розвитку стартапів в Україні в умовах креативізації, цифровізації та екологізації економіки.

Список використаних джерел

1. Опфельд Л. І. Міжнародний досвід зеленого туризму в Україні: проблеми та перспективи. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2667> (дата звернення 18.05.2019).
2. World Wide Opportunities on Organic Farms. URL: <http://www.wwoof.net/>
3. Social Business Initiative (SBI) follow up: Co-operation between social economy enterprises and traditional enterprises. Final Report. October 2018. URL: https://ec.europa.eu/growth/publications/social-business-initiative-sbi-follow-cooperation-between-social-economy-enterprises_en
4. European Commission, Towards a circular economy: A zero waste programme for Europe. 2014. URL: http://ec.europa.eu/environment/circular-economy/index_en.htm
5. EU Industrial Policy Strategy. 2017. URL: http://ec.europa.eu/environment/circular-economy/index_en.htm
6. Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs. URL: https://ec.europa.eu/growth/index_de

Анотація. Креативність та здатність до інновацій є невідмінними чинниками розвитку інноваційної корпоративної культури міжнародних компаній. Досвід світових компаній Apple та Pixar демонструє важливість розвитку креативного потенціалу персоналу.

Abstract. Creativity and the ability to innovate are essential factors in the development of an innovative corporate culture of international companies. The experience of global companies Apple and Pixar demonstrates the importance of developing the creative potential of staff.

Культура впливає на ядро функцій на міжнародного бізнесу в управлінні людськими ресурсами, маркетингу та фінансах, корпоративних стратегіях, організаційних структурах та бізнес-етиці. Також національна культура впливає на культуру корпоративного управління та корпоративну культуру.

Корпоративна культура є потужним стратегічним інструментом управління і розвитку, що дозволяє орієнтувати співробітників на спільні цілі, прояв ініціативи, особисту ефективність та продуктивну взаємодію. Впливаючи на всі значущі сфери діяльності компанії, корпоративна культура регулює діяльність співробітників, формує почуття прихильності компанії та в результаті підвищує якість виробленої продукції та конкурентоспроможність підприємства.

Для того, щоб визначити характеристики інноваційної культури, використовується модель, запропонована К. Камероном та Р. Квінном [1], «Конкуруючі цінності» (CVF), ця модель є однією з найбільш впливових та широко використовуваних моделей у галузі дослідження організаційної (корпоративної) культури [2–3].

К. Камерон та Р. Квінн визначають чотири типи корпоративної культури – адхократію, кланову, ринкову та ієрархічну – використовуючи два виміри: гнучкість та розсудливість проти стабільності та контролю; зовнішній фокус проти внутрішнього фокусування. Використовуючи їх разом із шістьма організаційними аспектами – домінуючими характеристиками, організаційним лідерством, управління персоналу, організаційними зв'язками, стратегічною спрямованістю та критеріями успіху – вони визначають чотири типи організаційних (корпоративних) культур.

Визначивши типи моделей, запропоновані К. Камероном та Р. Квінном, тепер дослідимо їх взаємозв'язок з інноваціями. Спочатку зробимо огляд економічної та управлінської літератури, що аналізує культурні цінності, які сприяють інноваціям. Існує загальний консенсус щодо чотирьох характеристик або культурних цінностей, що сприяють

підвищенню інновацій: креативність, свобода / автономія, ризик-позиція та робота в команді [4].

Щодо креативності, інновації спираються на появу нових та креативних ідей, а інновації досягаються поєднанням креативності та реалізації таких ідей. Тому підприємству потрібні креативні люди для підтримки процесів, причому не тільки тих, що пов'язані з розробкою ідей, але й тих, що передбачають відбір, оцінку та реалізацію ідей. Отже, інноваційна культура повинна, з одного боку, спонукати співробітників витратити час на креативні роздуми та експерименти, а з іншого – на пошук нових шляхів вирішення проблем та вивчення своїх ідей, навіть якщо цінність результатів може бути не зрозумілим [5].

Інновації можуть розвиватися лише в культурі інновацій, яка сприяє творчості. Інновації піддаються успіху, провокуючи організації постійно прагнути до вдосконалення та постійно шукати нові можливості. Щоб спробувати краще зрозуміти, як виглядають інноваційні культури компаній на практиці, розглянемо досвід побудови інноваційної культури та ролі креативності для таких міжнародних компаній як Apple та Pixar.

Apple – прагнення до досконалості. Успіх Apple значною мірою залежить від їхнього підходу до інновацій. Компанія постійно вдосконалює свої існуючі продукти, що в кінцевому підсумку призводить до руйнівних інновацій. Візьмемо, наприклад, iPhone; найуспішнішим продуктом Apple стало те, що вони взяли їх існуючі продукти (iPod та iTunes) та поєднали їх із телефоном і камерою, що призвело до створення продукту, не схожого на будь-який інший того часу, що спричинило величезний зрив на ринку. Зосередженість Apple на внесенні невеликих покращень у свої існуючі продукти принесла дивіденди успіху їхнього бренду та лояльності клієнтів. Дозволяючи співробітникам постійно вдосконалювати свої процеси, розвивається не тільки культура інновацій, а й упорядкований і згуртований бізнес.

Apple – це компанія-синонім креативності. Це бренд, який спонукав інших «думати по-іншому» і, в свою чергу, насправді здійснив це. Просто побачивши логотип Apple, як виявилось, викликає творчий потенціал людей; їхні дії відображають, як вони сприймають бренд [6]. Саме ця креативність допомогла Apple 11 років поспіль очолювати список «Найбільш інноваційних компаній» Бостонської консалтингової групи та розвивати бренд, який говорить не лише про свої технології, але й про дизайн та інновації.

Креативність дала Apple конкурентну перевагу та надихнула на неперевершений наскрізний досвід користувачів. Магазины Apple такі ж чисті та сучасні, як і товари, які вона продає. Бренд став ще однією компанією, яка відображає свою стратегію. Однак замість того, щоб намагатись відтворити Apple, керівникам бізнесу слід зосередитись на тому, як вони можуть розвивати креативні здібності у власній організації.

Як всім відомо, Pixar – це, мабуть, найвідоміша та найуспішніша компанія в дуже креативній галузі, а саме анімаційні фільми. Вони були явним піонером у своїй галузі з дуже сильною культурою співпраці та

керуванням місіями, яку засновник Ед Кетмулл [7] докладно описує у своїй чудовій книзі «Креативність Inc». Це справді обов'язкова книга для читачів для всіх, хто зацікавлений у створенні інноваційної культури компанії.

Pixar зумів зберегти свою культуру незмінною, незважаючи на швидке зростання, і фактично зумів розширити творчі здібності, не жертвуючи якістю, значною мірою завдяки ряду ключових принципів та практик, які вони мали. На жаль, ми не можемо вдаватися до надто детальних деталей тут, але в цілому Pixar надає багато свободи та психологічної безпеки для своїх команд, зберігаючи при цьому надзвичайно високі показники ефективності.

Мабуть, найвідомішим прикладом такої практики є Braintrust [8], регулярне засідання, на якому збираються всі найдосвідченіші креативні директори компанії, щоб оцінити прогрес кожного проекту, що триває. Основна мета зустрічі – надати жорстоко відвертий відгук, щоб, як це сформулював Кетмулл, «підштовхнути нас до досконалості та викоринити посередність».

Отже, вищенаведені компанії Apple та Pixar є одними з найуспішніших компаній у світі. Інновації мають потенціал для прискорення успіху організації, але неможливо по-справжньому впроваджувати інновації, не виховуючи культуру інновацій та креативність, яким співробітники можуть дотримуватися щодня. Ці передові практики інноваційної культури слід розглядати як спосіб створити безцінну робочу силу, яка забезпечує постійний успіх, шукає нові можливості та перемагає конкуренцію, щоб організація могла досягти нових висот, незалежно від того, що принесе завтрашній день.

Список використаних джерел

1. Cameron C. and Quinn R. Diagnosing and changing organizational culture. Based on the competing values framework. Addison Wesley.
2. Yu T. A review of a study on the competing values framework. *International Journal of Business Management*, № 4, 2009. Pp. 37–42 URL: <https://pdfs.semanticscholar.org/cc06/a6988480a401fa64d9088ebee28a271aeb7f.pdf>
3. Julia C. Naranjo Valenciaa, Daniel Jiménez Jiménezb, Raquel Sanz Valleb Studying the links between organizational culture, innovation, and performance in Spanish companies. URL: <https://www.elsevier.es/en>
4. Naranjo Valencia J. et al. Es la cultura organizativa un determinante de la innovación en la empresa? *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, № 15, 2012. Pp. 63–72. URL: <http://dx.doi.org/10.1016/j.cede.2011.07.004>
5. Miron E. et al. Do personal characteristics and cultural values that promote innovation, quality, and efficiency compete or complement each other? *Journal of Organizational Behavior*. № 25, 2004. Pp. 175–199. URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/job.237>
6. The Importance of Creativity in Business. URL: <https://www.northeastern.edu/graduate/blog/creativity-importance-in-business/>
7. Ed Catmull: Culture of Creativity. URL: <https://www.nbforum.com/nbreport/ed-catmull-culture-creativity/>
8. Inside The Pixar Braintrust. URL: <https://www.fastcompany.com/3027135/inside-the-pixar-braintrust>

**ПРОГРАМНИЙ ТУРИЗМ:
ПРОЄКТУВАННЯ ТА ДИВЕРСИФІКАЦІЯ РЕКРЕАЦІЙНИХ ПОСЛУГ
НА ЗАСАДАХ КРЕАТИВНОСТІ ТА ЗБАЛАНСОВАНOSTI
ВІДПОВІДНО ДО ЄВРОПЕЙСЬКИХ ТЕНДЕНЦІЙ**

Безкоровайна Лариса
lvbeskorovaynaya@gmail.com

Череп Алла
cherep.av.znu@gmail.com

Венгерська Наталя
nataljavengerskaja@ukr.net
Запорізький національний університет
(Запоріжжя, Україна)

Воронкова Валентина
valentinavoronkova236@gmail.com
Інженерний навчально-науковий інститут ЗНУ
(Запоріжжя, Україна)

Брацило Людмила
bratsylolu@ukr.net
Запорізька обласна туристична асоціація
(Запоріжжя, Україна)

Анотація. Проаналізовано особливості програмного туризму в сучасній національній туристичній індустрії. Розкрито специфіку проектування та диверсифікації рекреаційних послуг на засадах креативності та збалансованості адекватно до європейських тенденцій сталого розвитку туризму. З'ясовано, що якість туристичного продукту, його сьогоденність, відповідність всесвітнім домаганням та національній специфіці, залежить від обізнаності й креативності професіоналів туристичних підприємств, запровадження нововведень, сучасних інформаційних методів і технологій, диверсифікації рекреаційних обслуговувань.

Abstract. In the article, the authors analyzed the features of program tourism in the modern national tourism industry. The specifics of designing and diversifying recreational services based on creativity and balance by European trends in sustainable tourism development are revealed. It was found that the quality of the tourist product, its presence, compliance with global requirements and national specifics, depends on the awareness and creativity of tourism professionals, the introduction of innovations, modern information methods and technologies, diversification of recreational services.

Актуальність розгляду обраної проблеми зумовлена тим, що на сьогодні туризм є потужним механізмом для забезпечення постійного розвитку всесвітньої економіки, підняття зайнятості, диверсифікації та інноваційності національного господарства, збереження культурного запасу та екологічно безпечного оточуючого природного середовища, гармонізації взаємовідносин між державами.

Україна має також чималий запас для сталого розвитку туризму в усіх напрямках: гастро-, агро-, екотуризм; сільський, зелений, діловий, спортивний, культурний туризм; заходи, свята й фестивалі та ін. Функція туризму в суцільному стані й тенденціях всесвітньої економіки, підвищенні рівня зайнятості населення, диверсифікації та інноваціях національної економіки, збереженні й розвитку культурного потенціалу та екологічно безпечного навколишнього природного оточення, гармонізації відносин між країнами і народами та реалізації зовнішньої політики держави, визнано на урядовому рівні, що підтверджено нормативними документами (Стратегія розвитку туризму та курортів до 2026 року (2017), Концепція популяризації України у світі та просування інтересів України у світовому інформаційному просторі (2018)) тощо.

Отже, туризм – це мультидисциплінарне, багатофакторне явище, котре сполучає такі визначні компоненти, як: інфраструктура, гостинність, керування, перебування, доброякісність туристичного обслуговування, охорона навколишнього оточення, підготовка професійних кадрів, транспорт, забезпечення безпеки мандрівників [1, с. 54]. Зауважимо, що практика з туризму реалізує певні функції, що позначаються на різноманітних ланках життєдіяльності людей, а саме:

- *суспільні* функції помічаються на розвиткові туризму як соціально-економічної конструкції, всесвітніх взаємозв'язків і кооперації;
- *культурологічні* – характеризують розріз злагодженої людини із полікультурним, цільним науковим світосприйняттям відносно всесвітнього, інтернаціонального приречення туризму для розвиненого альянсу людськості;
- *особистісні* – позначаються на інтелектуальному, психологічному, професіональному розвиткові, становленні національного усвідомлення;
- *гуманітарні* функції визначають піднесення креативних здатностей особистості, ерудитії, стремління до самовдосконалення, поширювання знань;
- *політичні* функції позначаються на оцінці професії в туристичній галузі як дієвого засобу для забезпечення миру й порозуміння суспільства [1, с. 27].

Туристичний продукт – попередньо розроблений комплекс туристичних послуг, який поєднує не менше ніж дві такі послуги, що реалізується або пропонується для реалізації за визначеною ціною, до складу якого входять послуги перевезення, послуги розміщення та інші туристичні послуги, не пов'язані з перевезенням і розміщенням (послуги з організації відвідувань об'єктів культури, відпочинку та розваг, реалізації сувенірної продукції тощо) [2].

Ефективність проектування туристичного продукту адекватно до запитань подорожуючих в рекреаційних, відновлювальних, освітніх, культурних, розважальних тощо попитах, згідно з умовами глобалізації та цифровізації сьогоdnішнього всесвіту, є визначним запитом для спеціалістів туристичного й готельного підприємництва. Туристичний продукт (туристичне обслуговування) має суб'єктивний життєвий ланцюг,

тривалість і побудова якого залежить від таких чинників, як: економічні обставини країни, мода, популяризація, культурний ступінь суспільства, демографічне становище, національні звичаї, релігія, політична ситуація тощо. Управління проектами має спиратися на нові технології й нові знання як джерело нових методів системи управління. Активність інвестиційного руху визначає життєдіяльність економіки країни [3].

Підкреслимо, що адекватно до стратегії глобального розвитку, восьма мета порушує галузь туризму, й проголошує до 2030 р.: забезпечення реалізації стратегій підтримки сталого туризму, котрий схвалює виготовлення новітніх робочих місць, піднесення місцевої культури, виробництво місцевої продукції; сприяє економічному зросту, всеосяжній і продуктивній зайнятості для всіх громадян; допомагає збільшенню валового внутрішнього продукту у принаймні найменш цивілізованих державах; підтримує підвищення продуктивності економіки через диверсифікацію, модернізацію, інноваційну практику [4].

Отже, урахування особливостей проектування туристичного продукту (обслуговування) з огляду на окреслені фактори, є визначним завданням професіоналів туристичної галузі. Доброякісність туристичного продукту, його сьогоденність, відповідність всесвітнім побажанням та національній специфіці, залежить від ерудиції й креативності спеціалістів туристичних підприємств, запровадження нововведень, модерних інформаційних методів і технологій, диверсифікації рекреаційних сервісів.

Список використаних джерел

1. Безкоровайна Л. В. Теоретичні і методичні засади професійної підготовки майбутніх фахівців з туризмознавства у вищих навчальних закладах : дис. ... д-ра пед. наук: 13.00.04 / Запорізький національний університет. Запоріжжя, 2018. 713 с. URL: http://phd.znu.edu.ua/page/dis/09_2018/Bezkorovaina_dis.pdf
2. Про туризм : Закон України від 15.09.1995 р. № 324/95-ВР. *Відомості Верховної Ради України*. 1995. № 31. Ст. 241. Із змінами, внесеними згідно із Законом № 222-VIII (222-19) від 02.03.2015 р. *Відомості Верховної Ради України*. 2015. № 23. ст. 158. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1282-15>
3. Рыбак А.И. Управление проектной деятельностью на государственном уровне. Управление проектами та розвиток виробництва : зб. наук. пр. Луганськ : вид-во СНУ ім. В.Даля, 2004. № 3(11). С. 22–33. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/upravlenie-proektnoy-deyatelnostyu-na-gosudarstvennom-urovne>
4. Resolution adopted by the General Assembly on 22 December 2015 (2015). Global Code of Ethics for Tourism.

ВПРОВАДЖЕННЯ ПРОГРАМ ІЗ ОРГАНІЗАЦІЇ РЕКРЕАЦІЙНИХ ПОСЛУГ ПІД ЧАС ПРОХОДЖЕННЯ ВИРОБНИЧОЇ ПРАКТИКИ ЗДОБУВАЧІВ ІЗ ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ

Безкоровайна Лариса
lvbeskorovaynaya@gmail.com

Літвінова-Головань Ольга
amlady.litvinova@gmail.com

Бабій Вікторія
bviktorija6622@gmail.com

Піптюк Павло
piptykpavel@gmail.com

Наздравецька Вікторія
vikanazdravietskaya@gmail.com
Запорізький національний університет
(Запоріжжя, Україна)

Анотація. З'ясовано залежність підготовки майбутніх фахівців із туризму до проведення спортивно-розважальних анімаційних заходів від випереджальної ролі туризму та важливості його сталого розвитку в світі. Під час стажування здобувачі виконують обов'язки аніматорів, інструкторів спортивно-розважальної анімації та фахівців з дитячої анімації, беруть участь у проведенні заходів спортивно-розважальної, дитячої анімації, завдяки чому набувають певних практичних вмінь й навичок.

Abstract. The dependence of the training of future tourism specialists for sports and entertainment animation events on the leading role of tourism and the importance of its sustainable development in the world has been clarified. During the internship, applicants perform the duties of animators, instructors of sports and entertainment animation and specialists in children's animation, participate in sports and entertainment, children's animation, through which they acquire certain practical skills.

Актуальність підготовки майбутніх фахівців із туризму та гостинності до проведення спортивно-розважальних анімаційних заходів зумовлена випереджальною вагомістю туризму та значенням його сталого розвитку у всесвіті. Проблеми організації дозвілля, розроблювання та виконання спеціальних програм проведення вільного часу, стосується такої діяльності, як анімаційна.

Основоположними функціями анімації в туризмі є: рекреаційна (цілеспрямована на відновлювання фізіологічних та психічних ресурсів організму); оздоровча (спрямована на відновлення та розвиток фізіологічних можливостей організму); адаптаційна (спрямована на прискорення переходу від щоденної буденної обстановки до вільної, дозвільної); розважальна (цілеспрямована на зняття психічної напруженості та отриманню емоційного задоволення); комунікативно-організаційна (спрямована на стимулювання учасників до енергійного міжособистісного спілкування та позитивного зворотного зв'язку) [1].

Особливість заходів спортивно-розважальної анімації полягає в тому, що виконавцями програми є самі туристи, що характеризує такі основні принципи організації анімаційної діяльності, як: співтворчість, індивідуальне ставлення та затребуваність.

Під час стажування здобувачі виконують обов'язки аніматора, інструктора спортивно-розважальної анімації та фахівця з дитячої анімації, беруть участь в розробці, організації та проведенні заходів спортивно-розважальної, дитячої та вечірньої анімації, завдяки чому отримують такі результати, як: набуття практичних вмінь й навичок: спілкування з іноземними туристами та колегами; набуття комунікативних досвідів; організації, виготовлення та популяризування заходів спортивно-розважальної анімації з застосуванням різноманітних конфігурацій (загальнодоступних, групових, індивідуальних), засобів (комплексів вправ, хореографічних та фітнес програм, спортивних та швидких ігор, естафет, суперництв); методів виконання в умовах зарубіжних підприємств туристичної сфери (готельні комплекси); організації та проведення заходів спортивно-розважальної анімації дітей різних і дорослих різних за віком, статтю, релігійними, національними і культурними властивостями, фізичним розвитком; комунікація іноземними мовами; надання інформації щодо розкладу та видів анімаційних заходів протягом дня на різних мовах; залучення туристів до заходів спортивно-розважальної анімації; діяльності в команді анімаційного відділу та з іншим колективом готелю; участі у проведенні рад та ін. [1].

Наслідки проходження практики обговорюються на підсумковій конференції за участю здобувачів, що пройшли стажування, здобувачів молодших курсів, на котрих очікує цей процес, викладачів, керівників і спеціалістів підприємств туристичної галузі. В ході конференції здобувачі звітують, представляють презентації про результати, доповідають про вплив запропонованих науково-практичних посібників «Щоденник аніматора», котрий містить комплекси вправ, що є корисним для проведення спортивно-розважальних заходів.

Тож, на сьогодні питання проектування анімаційних програм із рекреаційних послуг, є актуальним. Якість впровадження цих програм в туристичній практиці залежить від ефективної підготовки майбутніх фахівців із туризму та гостинності.

Список використаних джерел

1. Літвінова-Головань О. П. Формування готовності майбутніх фахівців із туризму до організації та проведення заходів спортивно-розважальної анімації : дис. ... к-та пед. наук : 13.00.04 / Запорізький національний університет. Запоріжжя, 2020. 306 с. URL: http://phd.znu.edu.ua/page//dis/09_2020/Litvinova-Golovan_dis.pdf

2. Про Національну стратегію з оздоровчої рухової активності в Україні на період до 2025 року «Рухова активність – здоровий спосіб життя – здорова нація», Указ Президента України від 09.02.2016. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/42/2016>

3. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів до 2026 : розпорядження Кабінету Міністрів України від 16.03.2017 р. № 168-р. *Урядовий портал*. 2017. № 168-2017-р. URL: <https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/249826501>

ФОРМУВАННЯ ІНШОМОВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ ІЗ ТУРИЗМУ ЯК УМОВИ ЇХ УСПІШНОЇ ПРОФЕСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА МІЖНАРОДНОМУ ТУРИСТИЧНОМУ РИНКУ

Безкоровайна Лариса
lvbeskorovaynaya@gmail.com

Каніволоцька Ольга
kolga1512@gmail.com

Літвінова-Головань Ольга
amlady.litvinova@gmail.com
Запорізький національний університет
(Запоріжжя, Україна)

Анотація. Проаналізовано, що процес інтеграції українського товариства в європейський туристичний простір, однією із стратегічних цілей котрого є сталий розвиток туризму, висуває нові вимоги до підготовки фахівців із туризму, спроможних до міжкультурної комунікації та роботи в міжнародному середовищі поліфункціональної та швидкозмінювальної туристичної галузі.

Abstract. It is analyzed that the process of integration of Ukrainian society into the European tourist space, one of the strategic goals of which is sustainable tourism development, puts forward the latest requirements for training tourism professionals capable of intercultural communication and work in an international environment of multifunctional and rapidly changing tourism industry.

Інтеграція українського товариства в європейський туристичний простір, однією із стратегічних цілей якого є сталий розвиток туризму, висуває нові вимоги до підготовки фахівців із туризму, здатних до праці в міжнародному середовищі поліфункціональної та рухливої туристичної галузі. Значення туризму в загальному стані й концепціях всесвітньої економіки, піднятті рівня зайнятості, диверсифікації та інноваційності національної економіки, збереженні й розвиткові культурного потенціалу та екологічно безпечного навколишнього природного середовища, гармонізації відносин між країнами і людьми, реалізації зовнішньої політики держави, визнано й підтверджено нормативними документами на державному рівні (Стратегія розвитку туризму та курортів до 2026 року (2017), Концепція популяризації України у світі та просування інтересів України у світовому інформаційному просторі (2018) та ін.

Вплив туризму як потужного механізму забезпечення соціально-економічного піднесення країни можливий завдяки розвитку внутрішнього та в'їзного туризму, надання туристичної послуги відповідно до світових та європейських тенденцій із урахуванням національних та регіональних властивостей, що висуває сучасні вимоги до фахової підготовки

майбутніх спеціалістів із туризму, рівня їх іншомовної компетентності, що засвідчено тезами Закону України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо державної підтримки сфери культури, креативних індустрій, туризму, малого та середнього бізнесу у зв'язку з дією обмежувальних заходів, пов'язаних із поширенням коронавірусної хвороби COVID-19 (2020).

Зазначене вимагає зміни акцентування у підготовці фахівців із туризму в бік забезпечення результативної сформованості іншомовної компетентності для конкурентоспроможності в міжнародному туристичному співтоваристві на ринку праці.

Визначними закликами, що затверджують значення та необхідність підвищення ступеня міжкультурної компетентності майбутніх фахівців із туризму, є Всесвітня доповідь ЮНЕСКО «Інвестування в культурне різноманіття та міжкультурний діалог». Доповідь є всеосяжним глобальним звітом про культурне різноманіття та міжкультурний діалог, котрий наголошує, що наслідком культурного розмаїття є міжкультурний діалог, який убачає необхідність вийти за рубежі розрізень, які можуть бути лише основою конфліктів, некомпетентності та незгоди.

Наголошуючи увагу на вагомості оволодіння майбутніми фахівцями з туризму комунікативними знаннями з іноземної мови, зазначається, що цінну роль відіграє кроскультурна комунікація як один із фундаментальних факторів встановлення консенсусу й налагодження взаємодії в полікультурному суспільстві в умовах глобалізаційних і міграційних процесів, що відбуваються в світі. Особливо це стосується фахівців сфери обслуговування, котрі своєю діяльністю мають забезпечувати комфортне існування людини сучасної цивілізації. Це висуває нові вимоги до їх підготовки, модернізації забезпечення освітнього процесу [1].

Необхідність модернізації іншомовної підготовки фахівців із туризму можливо розглядати в площині вимог щодо спілкування однією офіційною мовою Європейського Співтовариства, що перед дидактикою іноземної мови встановлює нові завдання. Ці завдання викликані новим розумінням комунікативної компетенції майбутніх фахівців, а саме: необхідність знаходити нові методи, вчити здобувачів освіти пристосуванню в мінливому середовищі, необхідність дати здобувачеві набір універсально застосовних основних компетенцій, які були б не тільки результатом навчання, а й стали б основою наступного їх розвитку, пов'язаного з передбачуваною багатомовністю і мультикультурністю майбутніх громадян Європи [3, с. 175].

Підтвердженням зазначеного слугує державна політика України у сфері вищої освіти, спрямована на міжнародну інтеграцію та інтеграцію системи вищої освіти країни у Європейській простір вищої освіти, за умови збереження і розвитку досягнень та прогресивних традицій національної вищої школи [4]. Це підтверджує важливість і доцільність вивчення питань організації іншомовної підготовки фахівців із туризму, спрямування зусиль на оптимізацію фахової туристичної підготовки.

Список використаних джерел

1. Безкоровайна Л. В. Теоретичні і методичні засади професійної підготовки майбутніх фахівців з туристознавства у вищих навчальних закладах : дис. ... д-ра пед. наук: 13.00.04 / Запорізький національний університет. Запоріжжя, 2018. 713 с. URL: http://phd.znu.edu.ua/page/dis/09_2018/Bezkorovaina_dis.pdf
2. Горлач В. В. Формування вмінь кроскультурної комунікації у майбутніх фахівців сфери обслуговування : авт. ... канд-та пед. наук: 13.00.04 / Запорізький національний університет. Запоріжжя, 2020. С. 20. URL: http://phd.znu.edu.ua/page//aref/09/Gorlach_avtor.pdf
3. Каніболоцька О. А. Методика формування компенсаторної компетенції студентів-філологів у вищій школі. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»: серія «Філологія»*. Острог : Вид-во НаУОА, 2018. Вип. 1(69), ч. 1, березень. С. 175–177.
4. Про вищу освіту : Закон України від 01.07.2014 р. № 1556-VII. Дата оновлення: 16.04.2017. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>
5. Про освіту : Закон України від 05.09.2017 р. № 106-XII. Відомості Верховної Ради України. 1991. № 34. Ст. 451. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2145-19/page>
6. UNESCO. URL: <https://en.unesco.org/interculturaldialogue/resources/130>

ОРГАНІЗАЦІЯ НАДАННЯ РЕКРЕАЦІЙНИХ ПОСЛУГ: ДИВЕРСИФІКАЦІЯ ТА КРЕАТИВНІСТЬ

Безкоровайна Лариса
lvbeskorovaynaya@gmail.com

Літвінова-Головань Ольга
amlady.litvinova@gmail.com

Грицай Олена
greno4ka.2003@gmail.com
Запорізький національний університет
(м. Запоріжжя, Україна)

Анотація. Розглянуто процес організації надання рекреаційних послуг, який на сьогодні перебуває у пошуку шляхів підвищення якості відповідно до вимог і запитів туристів. Встановлено, що зважаючи на досвід розвитку туризму європейських країн, в Україні необхідно: відновлювати та підтримувати у привабливому вигляді історико-культурні пам'ятки; розвивати туристичну інфраструктуру; стимулювати розвиток суміжних з туризмом галузей економіки; проводити рекламу туристичних місцевостей; підвищувати якість обслуговування; органам влади надавати всіляку підтримку туристичній та рекреаційній галузям.

Abstract. The process of organizing the provision of recreational services, which is currently in search of ways to improve quality by the requirements and requests of tourists. It is established that, taking into account the experience of tourism development in European countries, Ukraine needs to: restore and maintain historical and cultural monuments attractively; to develop tourist infrastructure; to stimulate the development of tourism-related industries; to advertise tourist areas; improve the quality of service; authorities to provide all possible support to the tourism and recreation industries.

Сьогодні туризм у всесвіті став одним із вагомих економічних факторів, а його обслуговування трансформувалося в організовану галузь економіки багатьох країн.

Туризм нині є невід'ємним компонентом економічного потенціалу у світі та сприяє позитивним змінам у соціально-економічному житті. Все частіше ширші верстви населення залучаються до туристичного руху, перетворюючи тим самим туризм у масове факт. В умовах глобалізації у туризмі Україна повинна зробити туристичну індустрію однією з пріоритетних галузей економіки. Керівництво Державної туристичної адміністрації України признає майбутнє галузі в розвитку транспортних коридорів і туристичної інфраструктури та в контролі за якістю туристичних послуг. Проте інтеграційний хід на належних напрямках простягається у впровадженні європейських норм і стандартів в освіті, туризмі, розповсюдженні власних культурних і науково-технічних досягнень у ЄС.

Туристична галузь є важливим сегментом розвитку національної культури та економіки, однією з найбільш динамічних її галузей. Із покращенням добробуту населення зростає попит на туристичний продукт,

який приводить до зростання кількості туристичних пропозицій. Розвиток туризму пов'язаний не тільки з діяльністю туристичних підприємств, але із функціонування суб'єктів господарювання, що надають основні та додаткові послуги. Імідж України як туристичної країни залежить від якості туристичної інфраструктури, насамперед від забезпеченості туристами засобами розміщення, санаторно-курортними та оздоровчими установами, відповідністю якості наданих обслуговувань вимогам міжнародних стандартів.

Україна, обравши своїм стратегічним курсом інтеграцію до структур Європейського Союзу, прискорено розпочала реформування різноманітних сфер соціально-політичного й економічного життя країни, зокрема царини послуг туризму, трансформуючи її до загальників ЄС. Для розвитку туризму в Україні насамперед необхідна державна підтримка галузі та конкурентне середовище, які забезпечать якість наданих послуг та сприятимуть соціально-економічному розвитку територій.

Зважаючи на досвід розросту туризму європейських країн, в Україні необхідно: відновлювати та підтримувати у принажному вигляді історико-культурні пам'ятки; удосконалювати туристичну інфраструктуру; стимулювати розвиток прилеглих з туризмом галузей економіки; провадити рекламування туристичних місцевостей; підвищувати якість послуги; органам влади надавати всіляку підтримку туристичній галузі та ін.

Зуважимо, що національна туристична галузь тривалий час розвивалася без суттєвої урядової підтримки, що призвело до виживання переважно комерційних форм і видів туризму, й у першу чергу виїзного, та практичного зникнення суспільного туризму (насамперед, дитячого й молодіжного), конкурентоспроможність якого є суттєво обмеженою.

Відповідно до Концепції розвитку санаторно-курортної галузі, стратегічною метою державної політики в сфері діяльності курортів є виготовлення умов для удосконалення стану здоров'я, продовження тривалості життя та періоду активного довіліття населення, упровадження здорового способу життя шляхом формування та розвитку ефективного, прибуткового та конкурентоспроможного на світовому ринку курортного комплексу. Наголосимо, що виконання цих задач певним чином залежить від ефективного і якісного надання туристичних, рекреаційних, розважальних обслуговувань компетентними фахівцями з туризму.

На формування загальної культури та здорового способу життя людини впливають не лише благополучні умови життя, фізичне виховання, активна рухова діяльність і хороша спортивна підготовка, а й різноманітні заходи культурно-дозвілдової практики.

Зважаючи на зазначене, на наше переконання, дозвілля є можливістю особи займатися у вільний від роботи час заняттями, що сприяють її відпочинку, розважанню, розвитку творчості. Тому, задача фахівця з туризму, котрий професійно займається організацією дозвілля людей, полягають у спрямуванні зусиль на забезпечення відновлення життєвих сил, відпочинку, оздоровлення, розвитку та підняття культурного щабля людини.

Список використаних джерел

1. Безкоровайна Л. В. Теоретичні і методичні засади професійної підготовки майбутніх фахівців з туризмознавства у вищих навчальних закладах : дис. ... д-ра пед. наук : 13.00.04 / Запорізький національний університет. Запоріжжя, 2018. 713 с. URL: http://phd.znu.edu.ua/page/dis/09_2018/Bezkorovaina_dis.pdf
2. Концепція розвитку санаторно-курортної галузі. Схвалено розпорядженням Кабінету Міністрів України від 23 квітня 2003 р. N 231-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/231-2003-%D1%80>
3. Літвінова-Головань О. П. Формування готовності майбутніх фахівців із туризму до організації та проведення заходів спортивно-розважальної анімації : дис. ... к-та пед. наук : 13.00.04 / Запорізький національний університет. Запоріжжя, 2020. 306 с.
4. UNESCO. URL: <https://en.unesco.org/interculturaldialogue/resources/130>

УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНИМИ ПОТОКАМИ В СФЕРІ ТУРИЗМУ

Бехтер Лілія

Запорізький національний університет
(Запоріжжя, Україна)

Анотація. *Тема присвячена особливостям управління логістичними потоками в сфері туризму. Визначено перелік основних факторів, що визначають специфіку та особливості логістичного управління потоками в сфері туризму: специфіка туристичної послуги, специфіка ринку туристичних послуг, специфіка логістичних потоків в сфері туризму. Специфіка логістичних потоків в туризмі передбачає врахування руху основного потоку (туристів), разом із яким здійснює рух потік туристичних послуг.*

Abstract. *The topic is devoted to the peculiarities of logistics flow management in the field of tourism. The list of the basic factors defining specificity and features of the logistic management of streams in the sphere of tourism is defined: specificity of tourist service, specificity of the market of tourist services, specificity of logistic streams in the sphere of tourism. The specifics of logistics flows in tourism involve taking into account the movement of the main flow (tourists), together with which the movement of the tourist services flow.*

Сфера туризму є однією з таких, що є перспективною в світі. Розвитку туризму сприяє зростання доходів потенційних користувачів туристичних послуг, розвиток ресурсної бази туризму, розвиток світової транспортної інфраструктури, зростання рівня відкритості держав для потенційних відвідувачів. Поряд із розвитком туристичної галузі виникає ціла низка проблем, пов'язаних із зростаючими обсягами діяльності, зростанням рівня конкуренції, зростанням рівня витрат. Ці та інші аспекти вимагають специфічного підходу до управління туристичним бізнесом, який реалізується за допомогою інструментів логістики. Логістика дозволяє фірмам туристичної галузі повноцінно та ефективно реалізувати їх корпоративні стратегії, так як забезпечує як зменшення рівня витрат, так і зростання рівня сервісу, що в свою чергу призводить до зростання рівня конкурентоспроможності та зростання частки туристичної фірми на ринку. Застосування інструментів логістичного управління потребує врахування специфіки туристичної галузі.

Дослідженням питань, пов'язаних із застосуванням логістики в сфері туризму здійснювали ряд вчених: Кудла Н. Є. [1], Бурдонос Л. І. [2], Телетов О. С. [3]. В першу чергу, ніж визначати всі наявні обмеження та специфічні риси логістики в сфері туризму необхідно визначити специфіку самої галузі, яка в основному і визначає специфіку логістичного управління.

Туризм належить до сфери послуг, тобто кінцевий споживач одержує туристичну послугу, яка має свої специфічні риси, що визначають специфіку логістичного управління:

– неможливість зберігання, унеможливорює туристичному підприємству створювати «запаси туристичних послуг», що, в свою чергу,

не дозволяє туристичним підприємствам швидко забезпечити зростання попиту на туристичні послуги та вимагає інвестування в надлишкову потужність. При цьому, вартість утримання такої потужності повністю перекладається на доходи, отримані у туристичний сезон, що підтверджується практикою зростання вартості туристичних послуг саме в цьому сезоні. Зазначена властивість вимагає від логістичного управління заходів із передбачення попиту, оптимізації потужності логістичної системи, регулювання попиту у «пікові» періоди та ін. задля забезпечення мобільності та гнучкості логістичної системи підприємства туристичної галузі;

– нестабільність якості; обумовлена залежністю якості послугу від суб'єкту надання, часу надання, умов надання та багатьох інших факторів. Це, в свою чергу, не дає можливості туристичним підприємствам контролювати якість послуги безпосередньо процесу її надання, таким чином виникає необхідність не у контролі якості послуги, а у контролі якості процесу надання такої послуги. З огляду на це, суттєво зростає роль персоналу туристичного підприємства, від якого і буде залежати якість послуги, рівня обслуговування, які отримують туристи (споживачі послуг туристичного підприємства). Розглянута властивість вимагає від логістичного управління заходів із формування вимог до персоналу туристичного підприємства, розробки стандартів обслуговування споживачів туристичних послуг, розробки системи показників оцінки персоналу щодо рівня обслуговування споживачів задля забезпечення необхідного гарантованого споживачам рівня якості туристичних послуг;

– невіддільність від джерела, передбачає неможливість відділення послуги від працівника та (або) обладнання, які є її джерелом. З логістичної точки зору така властивість не дозволяє відокремити в просторі послугу від працівника (обладнання). З позиції логістики необхідно забезпечити наявність кваліфікованих працівників (необхідного обладнання) в потенційному місці надання туристичної послуги, а не там де це вигідно з огляду на менші витрати для туристичного підприємства. Вказана властивість вимагає від логістичного управління заходів щодо оптимізації логістичних витрат, потужності логістичної системи (чисельність працівників та кількість обладнання) задля забезпечення задоволення попиту на туристичні послуги з найменшими витратами та найбільш швидко;

– неподільність процесу виробництва і споживання, передбачає неможливість відділення процесів виробництва та споживання послуги. Така властивість не дозволяє «розірвати в часі» процеси «створення» послуги та її споживання, тобто послуга надається в момент існування потреби в ній, її не можна виробити раніше, її не можна зберігати. Зазначена властивість вимагає від логістичного управління заходів щодо передбачення попиту, оптимізації потужності логістичної системи, регулювання попиту.

Отже, можна виділити такі особливі вимоги до логістичного управління туристичного підприємства:

- високі вимоги до процесів прогнозування попиту;
- необхідність вжиття заходів щодо зрівняння попиту;
- підбір висококваліфікованого персоналу, зданого витримати перевантаження пікових періодів без втрати якості (також формування «гнучкого штату працівників», залучення віддалених працівників із застосуванням сучасних ІТ-технологій);
- необхідність формування об'ґрунтованих резервів потужності у туристичних підприємств;
- підтримка високого рівня гнучкості та адаптивності логістичних систем;
- формування сучасної відкритої для учасників ланцюгу інформаційної системи.

Основними потоками в логістичних системах підприємств туристичної галузі є туристичний потік, а також потік туристичних послуг, які викликані наявністю платоспроможних потреб потенційних споживачів (туристів); всі інші потоки, які виникають у логістичній системі підприємств (матеріальні, інформаційні, фінансові та ін.) лише забезпечують зазначені потоки.

Відповідно до специфіки туристичних потоків логістичне управління туристичних підприємств повинно:

- забезпечити оптимальне поєднання в часі та просторі процесів переміщення та обслуговування у відповідності до потреб туристів;
- приведення до нуля часу затримок у русі туристичних потоків;
- максимальний рівень координації та інформаційної підтримки учасників логістичного ланцюгу і т. п.

Логістичне управління для врахування специфіки ринку туристичних послуг повинно забезпечити:

- забезпечити або зрівноважити попит, або забезпечити максимально можливе його задоволення;
- постійно вивчати потреби клієнтів та збирати інформацію щодо їх негативної оцінки туристичних послуг;
- формувати довгострокові логістичні утворення – ланцюги із учасників туристичного бізнесу;
- забезпечити логістичні конкурентні переваги туристичним підприємствам у часі, сервісі, витратах;
- знайти механізми адаптації до умов законодавства країн, території яких стосується туристична діяльність.

Отже, логістичне управління потоками туристичних підприємств суттєво залежить від специфіки туристичної послуги, специфіки інтегрованих потоків в туризмі, ринку туристичних послуг. Визначені особливості суттєво впливають на орієнтири та засоби логістичного управління в туристичній сфері, визначаючи іншу пріоритетність та визначаючи інший рівень його результативності, зокрема значна увага повинна приділятися: формуванню відкритої для учасників логістичного ланцюгу інформаційної системи та прогнозуванню попиту на туристичні послуги; формування резервів потужності за потреби; зростанню вимог

до персоналу щодо підвищення рівня продуктивності, рівня обслуговування клієнтів, гнучкості та адаптивності. Саме така орієнтація логістичного управління дозволить туристичним підприємствам отримати найвищий рівень результативності логістичних заходів.

Список використаних джерел

1. Кудла Н. Є. Маркетинг туристичних послуг : навч. посіб. Львів. ін-т економіки і туризму. К: Знання, 2011. 351 с.
2. Бурдонос Л. І. Особливості маркетингу туристичних підприємств в Україні. *Економічний вісник університету*. 2013. № 20/1. С. 48–53.
3. Телетов О. С. Особливості та перспективи маркетингу туристичних послуг. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2012. № 1. С. 21–34.

ІМІДЖ ЯК ОСНОВА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Бичков Микита,

Малюга Людмила

Maliuga-lm@ukr.net

Уманський національний університет садівництва

(м. Умань, Україна)

Анотація. Розглянуто фактори зовнішнього середовища, що впливають на конкурентоспроможність підприємств ресторанного господарства. Виділено імідж як основу у формуванні конкурентоспроможності. Досліджено складові іміджу: вартість послуг, якість та дотримання стандартів обслуговування.

Abstract. The factors of the external environment influencing the competitiveness of the restaurant industry are considered. The image as a basis in the formation of competitiveness is highlighted. The components of the image are studied: the cost of services, quality, and compliance with service standards.

Одним з найбільш впливових аспектів загального сприйняття й оцінки конкурентоспроможності є імідж закладів ресторанного господарства, які функціонують під впливом постійно мінливих чинників зовнішнього середовища. Саме зовнішнє середовище задає рівень одержуваного доходу установами ресторанного господарства, укомплектованість персоналом, ступінь підготовки кадрового складу, моральна і матеріальна зацікавленість працівників у результатах своєї праці і, звичайно ж, асортимент наданих послуг і, як наслідок, ступінь задоволення потреб відвідувачів. У кінцевому результаті, все різноманіття факторів зовнішнього середовища знаходить своє неухильне відображення у формуванні думки суспільства щодо діяльності того чи іншого закладу ресторанного господарства і при цьому важливе значення відіграє формування іміджу такого закладу. Він формує лояльність споживача, розширює сферу партнерства, полегшує доступ до різних ресурсів: фінансових, інформаційних, людських, матеріальних та передбачає визначення соціально значущої ролі підприємства, його індивідуальності та ідентичності.

Останні кілька десятиліть індустрія ресторанного господарства змінилася до невпізнанності. Клієнти очікують від ресторанного підприємства високих стандартів обслуговування. У зв'язку із цим керівники ресторанів, чия основна увага донедавна була зосереджена на оперативному керуванні виробництвом, повинні вирішувати нові завдання, по-іншому підходити до розробки і підтримки конкурентоспроможного стану ресторанної інфраструктури, оскільки на неї лягає основна відповідальність за створення ефективного бізнесу. Дохід і успіх ресторану прямо пов'язаний і з його іміджем. Імідж формується з ряду складових, з гостинності, а гостинність є детермінантом сфери послуг,

і задоволення потреб споживача, а щоб потреби споживача задовольнити, треба надавати якісні послуги. Отже, імідж підприємства формується з якості послуг.

В сучасних умовах під впливом різних факторів здійснюються зміни критеріїв конкурентоспроможності шляхом удосконалення та розвитку конкурентного середовища. Основними чинниками конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства Т.С. Томаля та Н.С. Амонс вважають імідж (бренд, популярність торговельної марки), конкурентоспроможність ресторанних послуг, сегментування та репутацію ресторану, а також ступінь інформованості відвідувачів ресторану [1, с. 39].

В умовах сучасного розвитку ринкових відносин у напрямку глобалізації все більша кількість інституційних суб'єктів економічної діяльності прагне до формування позитивного іміджу в свідомості потенційного сегменту споживачів, що може розглядатися як найважливіший чинник підвищення конкурентоспроможності. Специфічність іміджу як атрибуту підприємства ресторанного господарства полягає в тому, що його існування визначено і незалежно від зусиль самого підприємства.

На даний момент імідж закладу ресторанного господарства має досить велике значення для конкурентоспроможності і створення позитивного іміджу та високої репутації ресторану. Конкурентоспроможність підприємства ресторанного господарства визначається за формулою, запропонованою Е.Н. Косвинцевою: конкурентоспроможність ресторану = конкурентоспроможність ресторанних послуг + імідж (бренд) + сегментування, де конкурентоспроможність ресторанних послуг це = якість + ціна + обслуговування. Основними складовими оцінки конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства є: імідж (бренд, популярність торговельної марки), конкурентоспроможність ресторанних послуг, сегментування та репутація ресторану, а також не менш важливий є інформаційний показник який аналізує та розробляє стратегії освоєння ринку конкурентоспроможності і інформованості відвідувачів ресторану [2].

Імідж – це певний цілеспрямовано сформований образ, покликаний надати емоційно-психологічний вплив на гостей ресторанного закладу з метою популяризації і реклами. Це загальне враження, яке створюється щодо підприємства ресторанного господарства у цільовій аудиторії. Імідж завжди соціально обумовлений, активно впливає на громадську думку, результати ділової активності і конкурентоспроможність ресторанного підприємства.

Таким чином, ресторанний бізнес є одним із найважливіших складових індустрії гостинності. На даний час він є одним із найбільш розповсюджених видів малого бізнесу, тому заклади та підприємства ведуть між собою постійний конкурентоспроможний опір за місце на ринку, за пошук нових та за утримання постійних споживачів їхньої продукції та послуг. На імідж ресторанного підприємства мають вплив: професійний рівень обслуговування клієнтів персоналом, якісні страви,

широкий асортимент продукції, кулінарна майстерність, приємні ціни, гостинний прийом. При цьому імідж – явище динамічне, у зв'язку з чим, саме імідж може змінюватися під впливом обставин, нової інформації та інших факторів середовища, в якому він існує. В сучасних умовах ринкової економіки імідж ресторану стає необхідною умовою досягнення стійкого і тривалого успіху, який забезпечить підвищення конкурентоспроможності закладів ресторанного господарства. Отже, імідж ресторану включає в себе масу компонентів: це і назва, і атмосфера, і запахи, і звуки, а також особисті відчуття, почуття задоволення або незадоволення – всі ці критерії являються спектром асоціацій, які виникають у споживачів і формують конкурентоспроможність ринку послуг в галузі харчування і тим самим удосконалив систему конкурентної боротьби [3, с. 235].

Отже, імідж підприємства – це його «обличчя» у «дзеркалі» громадської думки. Тобто це сформоване пред'явлення цільовій аудиторії інформації про діяльність та успіхи підприємства, яка постійно та динамічно впливає на взаємини підприємства з його потенційними та фактичними покупцями, на його конкурентоздатність, фінансові результати та контакти з іншими державними або приватними підприємствами, установами та організаціями. Практика доводить, що формування іміджу підприємства – процес складний та багатограний. Практично кожне підприємство, яке визнає необхідність забезпечувати собі певну репутацію та просування на ринку, має штатних співробітників, які займаються цими питаннями. Плануючи і реалізуючи програму по закріпленню позитивного іміджу ресторанного підприємства, слід постійно пам'ятати, про те, що застосування способів формування позитивного іміджу повинне проводитися одночасно, скоординовано та безперервно. Без чіткого та позитивного іміджу важко зрозуміти, що являє собою ресторанне підприємство, що воно пропонує, до чого прагне.

Список використаних джерел

1. Томаля Т.С., Амонс Н.С. Імідж підприємств ресторанного господарства. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2015. № 5(1). С. 39–42.
2. Клейман А.А., Банчикова О.А. Позитивний імідж як фактор конкурентоспроможності. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/pozitivnyy-midzh-kak-faktor-konkurentosposobnosti-gostinichnogopredpriyatiya>
3. П'ятницька Г.Т., Коваленко А.М. Визначення конкурентоспроможності підприємств громадського харчування. *Економіка і підприємництво: стан та перспективи* : зб. наук. праць КНТЕУ. К. : КНТЕУ, 2001. С. 235–245.

СІЛЬСЬКИЙ ТУРИЗМ ЯК СКЛАДОВА ТУРИСТИЧНОЇ ДЕСТИНАЦІЇ: ПОТРЕБА ЗАПРОВАДЖЕННЯ ПРАКТИЧНИХ РЕАЛІЙ У НАВЧАЛЬНОМУ ПРОЦЕСІ

Божук Тетяна

tbozhuk@gmail.com

Тернопільський національний педагогічний
університет імені В. Гнатюка
(м. Тернопіль, Україна)

Анотація. Розглянуто особливості туристичної дестинації як певної території, де відбувається споживання туристичного продукту. Акцентовано увагу на специфіці ресурсного та інфраструктурного забезпечення, переліку послуг, що надаються тощо. Запропоновано ввести як вибірку навчальну дисципліну «Сільський туризм» до навчального плану спеціальності «Туризм», а практичну частину курсу організувати на базі агросадиб.

Abstract. The features of the tourist destination as a certain territory where the consumption of the tourist product takes place are considered. Attention is focused on the specifics of resource and infrastructure support, the list of services provided, etc. It is proposed to introduce "Rural tourism" as a selective academic discipline in the curriculum of the specialty "Tourism", and the practical part of the course to organize based on agricultural estates.

Туристична дестинація – це географічна територія, яка задовольняє (за рахунок своєї привабливості) потреби туристів або рекреантів шляхом надання різноманітних послуг, умовами ресурсного та інфраструктурного забезпечення, а також ефективністю управління [1].

Тандемом «потреби туриста» і «можливості території» визначаються типологічні особливості рекреаційно-туристичних дестинацій і види туризму при цьому не мають значення. Як наприклад, 32 види туризму, наведені на Рис. 1, передають можливості одного типу рекреаційно-туристичної дестинації для потреб активного відпочинку та стаціонарної рекреації.

Сільський туризм – данина моді чи маркетингова стратегія?

Якою б не була відповідь на поставлене запитання, однозначним є той факт, що задовольняється потреба туристів і відбувається популяризація традицій, звичаїв, страв місцевої кухні тощо. Таким чином, діяльність у сільських місцевостях на базі агроосель передбачає:

- Гастрономічні принади місцевої кухні.
- Рекреаційні, екологічні та пізнавальні маршрути (піші, вело, кінні).
- Культурні програми (обряди, вистави, дійства, фестивалі).
- Народні промисли (сувенірна продукція, майстер класи, тощо).
- Полювання та рибальство.

Відвідання агросадиб користувалося і буде користуватися попитом і в умовах карантинних обмежень.



Рис. 1 Види туризму і рекреаційно-туристична дестинація

Обрана тематика дослідження є надзвичайно актуальною. Питання сільського туризму обґрунтовані в монографіях «Сільський туризм: теорія, методологія, практика (етноісторичний туристичний кластер «Древлянська земля»)» (автор М.М. Костиця), «Сільський зелений туризм: управління та розвиток Карпатським регіоном» (С.О. Гуткевич, М.І. Габа); в навчальних посібниках «Сільський туризм», 2006 (М.Й. Рутинський, Ю.В. Зінько), «Зелений туризм», 2008 (М.Й. Рутинський, Ю.В. Зінько), «Організація сільського туризму в агросадибах» (М.Х. Шершун, С.І. Веремєєнко, Т.М. Микитин, Б.М. Берташ, С.В. Щесюк), «Технологія гостинності в сфері сільського зеленого туризму» (С.В. Щесюк, Б.М. Берташ, Т.М. Микитин, В.І. Лашта), «Сільський зелений туризм: від А до Я» (Н.М. Кравець, О.М. Кравець, А.Л. Шипко) та ін.

Також викладачі можуть у різних форматах підвищувати свій професійний розвиток, зокрема у Національному університеті біоресурсів і природокористування України (м. Київ) можна пройти курси підвищення кваліфікації з сільського зеленого туризму і отримати відповідний сертифікат.

Ні для кого не є секретом, що в галузі туристичного бізнесу практика (існуючі реалії), так би мовити, випереджує теорію. Саме тому важливо до освітньої програми спеціальності 242 «Туризм» на рівні бакалавра внести пропозиції щодо запровадження у навчальному процесі такої дисципліни вільного вибору як «Сільський туризм». На нашу думку, змістова частина повинна охоплювати питання, пов'язані із становленням, сучасним

станом і проблемами розвитку сільського туризму в Україні. На лекціях студенти можуть розглянути сільський туризм як одну із провідних субгалузей туристичної спеціалізації України, ознайомитися із формами організації відпочинку на селі, європейським досвідом організації сільського туризму, невичерпним потенціалом традицій гостинності та збереженою етнічною самобутністю українського народу; дізнатися про організацію та планування сільського туризму; менеджмент і маркетинг сільського туризму; сучасний стан і перспективи розвитку сільського туризму в регіонах України, а також обговорити можливі шляхи вирішення існуючих проблем. На практичних заняттях до уваги студентів варто запропонувати провести аналіз агротуристичних ресурсів України в межах адміністративних областей України та розробити агротуристичний маршрут (за вибором студента). На семінарах варто обговорити проблеми менеджменту та планування сільського туризму, охарактеризувати передумови, етапи розвитку і сучасний стан сільського туризму на прикладі Карпатського регіону України. Цікавою і творчою могла би бути практична робота «Запрошуємо на відпочинок», що передбачає складання бізнес-плану власника агросадиби. Студентам, відповідно до робочої навчальної програми, надана можливість опрацювання матеріалу самостійно з підготовкою, наприклад, рефератів на тему «Географія, сучасний стан і перспективи розвитку сільського туризму в одній із областей України або країн світу». Безумовно, що за виконану роботу, здобувачам вищої освіти передбачено оцінювання згідно з робочою навчальною програмою.

На жаль, як правило, порівняно невелика кількість годин, яка може бути відведена навчальним планом для вивчення предмету, не дає повною мірою під час занять реалізувати задуми, пов'язані із ознайомленням із агросадибами та спілкуванням із їхніми власниками тощо. Однак, розвивати свої ідеї студенти зможуть під час підготовки курсових і випускових бакалаврських чи магістерських робіт, при розробці та організації захоплюючих турів, а також у процесі самоосвіти, наприклад, ставши слухачами дистанційного курсу «Диверсифікація сільського туризму через збалансованість та креативність поширення європейського досвіду в Україні» в рамках проєкту № 620720-EPP-1-2020-1-UA-EPPJMO-MODULE «Diversification of rural tourism through sustainability and creativity: disseminating European experience in Ukraine (DIRUT)» за підтримки Програми Erasmus+ Європейського Союзу, напрям Жан Моне (обсяг годин: 90 годин (3 кредити), що підтверджується відповідним сертифікатом.

Список використаних джерел

1. Божук Т. Рекреаційно-туристичні дестинації: теорія, методологія, практика. Львів : Український бестселер, 2014. 468 с.

ОХОРОНА, ЗБЕРЕЖЕННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ БІОРІЗНОМАНІТТЯ В ІНТЕРЕСАХ СІЛЬСЬКОГО ТА ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ

Бойка Олена

olena.boika.ua@gmail.com

Запорізький національний університет

(Запоріжжя, Україна)

Анотація. В статті розглядається питання охорони, збереження та використання біологічних ресурсів під час здійснення туристичної діяльності у сферах сільського зеленого туризму. Звернено увагу на регулювання цієї діяльності з огляду на питання збереження біорізноманіття.

Abstract. The article considers the protection, conservation and use of biological resources in the implementation of tourism activities in the field of rural green tourism. Attention is paid to the regulation of this activity given the issue of biodiversity conservation.

Диверсифікація туристичної діяльності загалом, та діяльності у сферах сільського та зеленого туризму зокрема, це один з стратегічних напрямів розвитку економіки України в цілому. Проте здійснення заходів щодо диверсифікації відбувається одразу багатьма шляхами, і, майже всі вони, торкаються проблем охорони, збереження та використання ресурсів біорізноманіття території України. Питання розвитку та диверсифікації туристичної діяльності через використання біорізноманіття наразі є дуже актуальним та потребує більш детального вивчення.

Останнім часом питанням диверсифікації туристичної діяльності, а також питанням щодо саме сільського, зеленого та сільського зеленого туризму приділяється багато уваги у друкованих виданнях. Велика кількість дослідників звертає увагу на те, що розвиток сільських територій безумовно залежить і від розвитку галузі сільського та зеленого туризму. Досвід інших країн може і має використовуватись для обрання заходів для здійснення диверсифікації [1].

Провідні економісти України приділили значну увагу вивченню питань сільського зеленого туризму [1–3] який, на їх думку, сприяє розвитку сільських територій та агропромислового виробництва в цілому.

Основною метою тез є привернути увагу до питань охорони, збереження та використання біорізноманіття задля розвитку сільського, зеленого та сільського зеленого туризму.

Біорізноманіття є основою для успішного провадження туристичної діяльності у галузі сільського туризму. А тому саме суб'єкти цієї галузі найбільш зацікавлені у збереженні та охороні біорізноманіття як основи сталого розвитку галузі та подальшого розширення діяльності. На початку 2021 року до Верховної Ради України було внесено проєкт Закону України № 5206 «Про сільський та сільський зелений туризм» [4]. Проєкт цього законопроєкту визначає загальні правові, організаційні та соціально-економічні засади реалізації державної політики України в сфері сільського та сільського зеленого туризму.

Згідно цього документу сільській туризм визначається як відпочинковий вид туризму, що передбачає тимчасове перебування туристів у сільській місцевості (селі); сільській зелений туризм – відпочинковий від сільського туризму, пов'язаний з перебуванням туристів в власному житловому будинку сільського господаря, окремому (гостьовому) будинку або на території особистого селянського (фермерського) господарства та екотуризм – вид сільського туризму, що передбачає відвідування туристами територій, що мають природничу, культурологічну, етнографічну цінність.

В той же час там зазначається, що туристичними ресурсами України в сфері сільського та сільського зеленого туризму є унікальні природні, соціально-побутові, культурологічні, етнографічні, історичні та інші особливості сільських територій України. Тож, ми бачимо, що біорізноманіття є невід'ємною частиною туристичних ресурсів, а тому безперечно підлягає охороні та проведенню заходів щодо збереження та відновлення втрачених біоресурсів.

Запропонований законопроект визначає що суб'єкти туристичної діяльності в сфері сільського та сільського зеленого туризму мають право вносити до уповноважених органів місцевої державної адміністрації, органів місцевого самоврядування, а також інших органів, що здійснюють регулювання в сфері туризму, пропозиції щодо збереження та збагачення туристичних ресурсів села, території, регіону; виступати спонсорами у місцевих програмах, спрямованих на розвиток і збільшення туристичної привабливості місцевих населених пунктів (сіл), програмах збагачення природних ресурсів довкілля, збереження та відновлення об'єктів туристичного показу, програмах розвитку окремих туристичних об'єктів і галузі туризму в цілому.

Одночасно крім виконання загальних зобов'язань, визначених Законом України «Про туризм» суб'єкти туристичної діяльності в сфері сільського зеленого туризму зобов'язані вживати конкретних заходів із охорони і збереження навколишнього середовища: поширювати серед туристів інформацію про правила екологічно безпечної поведінки; не допускати появи смітників шляхом встановлення спеціальних контейнерів для сміття вздовж туристичних маршрутів; відмічати спеціальними знаками місця для складання побутових відходів; ліквідувати дикі смітники вздовж доріг, біля річок та на околицях лісових масивів; створювати альтернативні місця для відпочинку туристів та здійснювати інші природоохоронні заходи, направлені на покращення екологічної ситуації та природного стану відповідної екосистеми з метою забезпечення туристичної привабливості місцевості; здійснювати інші заходи із збереження довкілля.

Туристи та екскурсанти, що обирають для подорожі (відпочинку) сільський та сільський зелений туризм, мають право на самостійне пересування, користування природними (в тому числі рекреаційними) ресурсами довкілля (при безумовному дотриманні правил екологічної безпеки); на любительську риболовлю в водоймах, відкритих для такої

риболовлі відповідно до чинного законодавства; на полювання (за правилами, визначеними для цієї території) відповідно до чинного законодавства та на інші види активного відпочинку, що не завдають шкоди довкіллю. Вони також мають право приймати участь у виконанні робіт із збагачення природних ресурсів довкілля та мають право виступати спонсором у програмах, спрямованих на збагачення природних ресурсів довкілля, збереження та відновлення об'єктів туристичного показу, розвиток окремих туристичних об'єктів і галузі туризму в цілому. Водночас туристи та екскурсанти, що обирають для подорожі (відпочинку) сільський або сільський зелений туризм, крім дотримання загальних обов'язків зобов'язані виконувати правила екологічної безпеки, встановлені для території відпочинку та бережливо ставитись до природних ресурсів місцевості.

До основних напрямків діяльності неприбуткових організацій в сфері сільського та сільського зеленого туризму окрім інших належать збереження та відтворення унікальних природних, соціально-побутових, культурологічних, етнографічних, історичних та інших туристичних ресурсів сільських територій України та популяризація сільського та сільського зеленого туризму.

Підвищити привабливість тієї чи іншої сільської місцевості можливо і за рахунок не лише збереження існуючих природних об'єктів, а й через створення нових, таких як різноманітні садиби, парки, об'єкти ландшафтної проектування.

Таким чином ми бачимо, що питанням охорони, збереження та використання біоресурсів під час здійснення туристичної діяльності у галузі сільського, зеленого та сільського зеленого туризму в Україні наразі приділяється велика кількість уваги. Це питання розглядається на законодавчому рівні та є таким, що не втратить своєї актуальності ще досить тривалий час.

Список використаних джерел

1. Іванишин В.В. Дудзяк, О.А. Застосування в Україні досвіду розвитку сільських територій Європейських країн та США. *Збірник наукових праць Подільського державного аграрно-технічного університету*, 2015. Вип. 24. Том 3. С. 5–10.
2. Дишлюк Н.І. Сільський зелений туризм як альтернатива розвитку сільських територій. *Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України*, 2011. Вип. 163. Частина 1.
3. Попрозман Н. В. Методологічні засади формування стратегії розвитку агропромислового виробництва на основі системного аналізу. *Економіка АПК*. 2015. Випуск № 4 (246). С. 35–41.
4. Проект Закону України від 04.03.2021 № 5206, «Про сільський та сільський зелений туризм» URL: [<https://ips.ligazakon.net/document/J104552A?an=117>]

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ ВИКОРИСТАННЯ ТА ОХОРОНИ ЗЕМЕЛЬНИХ РЕСУРСІВ У СФЕРІ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Бондар Олександр
bondar.znu@gmail.com

Асатрян Єлизавета
lawyer.asatryan@gmail.com
Запорізький національний університет
(м. Запоріжжя, Україна)

Анотація. Розглянуто поточні проблеми правового регулювання використання та охорони земель у сфері туристичної діяльності. Запропоновано введення у науковий обіг поняття «землі для туризму» з перспективою його нормативного закріплення. Дістала подальшого обґрунтування необхідність прийняття спеціального законодавчого акту про землі рекреаційного призначення з виокремленням розділу про землі для туризму. Викладено пропозиції щодо вдосконалення системи інституційного забезпечення публічного управління щодо земель для туризму, зокрема у контексті реформи децентралізації в Україні.

Abstract. The current problems of legal regulation of land use and protection in the field of tourism are considered. The introduction of the concept of "land for tourism" with the prospect of its normative determination is proposed. The necessity of adopting a special legislative act on lands of recreational purpose with the separation of the section on lands for tourism was further substantiated. Proposals for improving the system of institutional support for public land management for tourism are presented, in particular in the context of decentralization reform in Ukraine.

Сфера туристичної діяльності на сьогодні є однією із пріоритетних галузей вітчизняної економіки, яка доволі динамічно розвивається. За даними Державної служби статистики України, у 2020 р. у державі нараховувалось 1561 туроператорів та турагентів – юридичних осіб та 2306 турагентів з числа фізичних осіб – підприємців [1]. Відтак, цілком закономірною є значна увага питанням розвитку туризму у Національній економічній стратегії на період до 2030 року, де, зокрема, закріплені такі стратегічні цілі в окресленій царині: «посісти 45 місце в The Travel & Tourism Competitiveness Index, збільшити частку галузі у ВВП до середньосвітового рівня 10 %, збільшити річний обсяг туристичних потоків до 30 млн іноземних і 60 млн внутрішніх туристів» [2].

Очевидно, що реалізація цих та інших нормативно визначених завдань потребує ґрунтовних ресурсів, передусім, природоресурсних, серед яких ключове значення належить земельним. Своєю чергою, для забезпечення раціонального використання та ефективної охорони останніх необхідно забезпечити постійний моніторинг дієвості системи правового регулювання відповідних суспільних відносин та її модернізацію відповідно до новітніх трендів розвитку економіки та екологічної сфери.

Серед усього спектра проблем правового забезпечення використання, охорони та відновлення земельних ресурсів у сфері туристичної діяльності сконцентруємо увагу на декількох, які вбачаються одними із найбільш актуальних.

Формалізація земель для туризму у складі земель України. Йдеться про те, що у Земельному кодексі України (надалі – ЗК) серед категорій земель, які відповідно до ст. 19 виділяються за основним цільовим призначенням, немає земель для туризму. Натомість земельні ділянки для здійснення туристичної діяльності віднесені до складу земель рекреаційного призначення, які у ст. 50 ЗК визначені як землі, що використовуються для організації відпочинку населення, туризму та проведення спортивних заходів [3]. Разом із тим, виходячи із розмаїття форм та видів туризму, закріплених у ст. 4 Закону України «Про туризм», на нашу думку, земельні ділянки для цих потреб є й у складі інших категорій земель: земель сільськогосподарського призначення (передусім, для сільського (зеленого) туризму у складі земель особистих селянських господарств), земель водного фонду (ч. 4 ст. 59 ЗК прямо передбачає, що громадянам та юридичним особам органами виконавчої влади або органами місцевого самоврядування із земель водного фонду можуть передаватися на умовах оренди земельні ділянки прибережних захисних смуг, смуг відведення і берегових смуг водних шляхів, озера, водосховища, інші водойми, болота та острови для культурно-оздоровчих, рекреаційних, спортивних і туристичних цілей), земель історико-культурного призначення, природно-заповідного фонду та іншого природоохоронного призначення та ін. Можна вести мову навіть і про землі промисловості, транспорту, зв'язку, енергетики, оборони та іншого призначення, скажімо, для промислового туризму. За таких умов уведення до наукового обігу правової категорії «землі для туризму» може стати першим кроком на шляху до нормативної формалізації таких земель, що, своєю чергою, зробить їх правовий режим більш чітким та змістовним.

Розробка й прийняття Закону України «Про землі рекреаційного призначення». Ч. 4 ст. 52 ЗК містить чітку норму про те, що порядок використання земель рекреаційного призначення має визначатись законом. Тим не менш, з 01.01.2002 р. (дати введення в дію ЗК) і донині такий законодавчий акт так і не з'явився. Проект Закону України від 19.04.2012 р. (реєстрац. № 10367) «Про землі рекреаційного призначення» [4], хоч і вносився Кабінетом Міністрів України і був досить детально виписаний, тим не менш, так і досяг фінальної законотворчої стадії. На нашу думку, у майбутньому такому законі положення щодо земель для туризму мають бути виокремлені у спеціальний розділ, у тому числі й з урахуванням можливості «подвійного» правового режиму таких ділянок.

Необхідність розробки та реалізації загальнодержавної та регіональних програм щодо розвитку і використання природних туристичних ресурсів, мережі туристичних дестинацій, туристичних кластерів тощо.

Вбачається великою проблемою новітньої земельної реформи в Україні вкрай слабе використання потенціалу та інструментів планування використання земельних ресурсів шляхом розробки та реалізації відповідних загальнодержавних та регіональних програм, попри наявність відповідних положень у ЗК (ст. ст. 177, 178 та ін.) та більш універсальних Закону України «Про державне прогнозування та розроблення програм економічного і соціального розвитку України» та Закону України «Про державні цільові програми». Що ж до туризму, то у його орбіті досить широко представлені відповідні регіональні програми. Втім, їх аналіз дає підстави стверджувати, що здебільшого вони вкрай поверхнево торкаються земельно-туристичних питань та потребують більш чіткого узгодження з іншими регіональними програмними документами, зокрема, щодо розвитку екологічної мережі, раціонального використання та охорони земель, розвитку сільського (зеленого) туризму та ін.

Узгодження положень господарського, екологічного та земельного законодавства щодо правового режиму земель для туризму. Для багатьох категорій чи субкатегорій земель поширеною є розміщення норм, які у своїй сукупності формують інститут (субінститут) правового режиму цих земель, як у ЗК, так і в інших нормативно-правових актах, які регулюють господарські відносини у певній галузі економіки. Як приклад, наведемо землі транспорту, правові засади використання та охорони яких встановлюються, окрім гл. 13 ЗК, Законами України «Про транспорт», «Про залізничний транспорт», «Про трубопровідний транспорт», Повітряним кодексом України, Кодексом торговельного мореплавства України та ін. Так само для земель із «туристичним функціоналом» необхідно досягти не лише максимальної повноти, але й узгодженості положень земельного та господарсько-рекреаційного законодавства. До того, з огляду на те, що такі ділянки у своїй більшості є елементами національної екомережі, то вони потрапляють під інтегральну дію норм земельного, екологічного та господарського права.

Належне інституційне забезпечення публічного управління у сфері використання, охорони та відновлення земель для туризму. Якщо попередня проблема стосується необхідності забезпечення ефективної «міждисциплінарної» взаємодії правових норм із різних галузей права, то наразі йдеться про налагодження дієвої співпраці органів публічної адміністрації, які покликані ці норми втілювати у життя. Відтак, в організаційно-правовому механізмі публічного управління щодо земель для потреб туризму завдання, функції та повноваження Державної служби України з питань геодезії, картографії та кадастру у досліджуваній нами царині мають чітко корелювати з правовим статусом центральних органів виконавчої влади туристичного профілю, передусім, Міністерства інфраструктури України та Державного агентства розвитку туризму.

Врахування земельно-ресурсних потреб туристичної галузі при децентралізації влади та створенні об'єднаних територіальних громад.

Однією із базисних реформ на сьогодні в Україні є децентралізація влади та створення об'єднаних територіальних громад. Ці процеси тривають вже не один рік, вони в певних аспектах є доволі суперечливими та драматичними, але загалом мають величезний потенціал на майбутнє. Звернемо увагу на те, що розпорядженням Кабінету Міністрів України від 23 вересня 2015 р. № 995-р було схвалено Концепцію розвитку сільських територій на період до 2025 року, реалізація якої «дасть змогу перемістити фокус аграрної політики держави з підтримки аграрного сектору економіки на підтримку сільського розвитку – поліпшення якості життя та економічного благополуччя сільського населення» [5]. Очевидно, що у цій справі важливе місце має бути відведене й розвитку туризму, у тому числі й сільського.

Підсумовуючи, зазначимо, що загалом проблеми земельно-ресурсного забезпечення розвитку туризму в Україні, зокрема й сільського, потребують виваженого та всебічного підходу, у тому числі й у площині правотворчої та правозастосовчої роботи. Окреслені вище аспекти ніяким чином не претендують на повноту, тим більше вичерпність, а мають розглядатись як підґрунтя для подальших комплексних досліджень.

Список використаних джерел

1. Туристична діяльність в Україні / Офіційний вебсайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 05.09.2021).
2. Про затвердження Національної економічної стратегії на період до 2030 року : розпорядження Кабінету Міністрів України від 03 березня 2021 р. № 179. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/179-2021-%D0%BF#n25> (дата звернення: 05.09.2021).
3. Земельний кодекс України : Закон України від 25 жовтня 2001 р. № 2768-III. *Офіційний вісник України*. 2001. № 46. Ст. 2038.
4. Проект Закону про землі рекреаційного призначення (реєстраційний № 10367 від 19.04.2012 р.). URL: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc_4_1?pf3511=43183 (дата звернення: 06.09.2021).
5. Про схвалення Концепції розвитку сільських територій : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 23 вересня 2015 р. № 995-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995-2015p?find=1&text=%F2%F3%-F0%E8%E7%EC> (дата звернення: 06.09.2021).

СУЧАСНІ ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ РЕКРЕАЦІЙНОЇ ГАЛУЗІ

Бурдей Аліна

alya.burdey@gmail.com

Таврійський державний агротехнологічний
університет імені Дмитра Моторного
(м. Мелітополь, Україна)

Анотація. Висвітлено основні проблемні аспекти функціонування розвитку національної рекреаційної галузі. Обґрунтовано роль соціально-економічної, нормативної та інституційної складових у забезпечення ефективного розвитку туристичного бізнесу в Україні. Доведено регіональні відмінності у становленні національної рекреаційної галузі. Сформульовано основні причини диференціації регіонального туристичного бізнесу. Обґрунтовано важливість сприяння розвитку зеленого туризму на регіональному рівні.

Abstract. The main problematic aspects of the functioning of the national tourism industry are highlighted. The role of socio-economic, regulative and institutional components in ensuring the effective development of the tourism business in Ukraine is substantiated. Regional differences in the formation of the national recreational industry are proved. The main reasons for the differentiation of the regional tourism business are formulated. The importance of promoting the development of green tourism at the regional level is substantiated.

Сучасний етап розвитку сфери рекреаційних послуг в Україні характеризується наявністю невирішених питань, які негативно відбиваються на рівні ефективності функціонування самої галузі та її складових. Нами запропоновано наступну диференціацію факторів, які здійснюють відповідний вплив на стан туристичного бізнесу.

1. За природою впливу

1.1 Природно-кліматичні: температурний режим, рельєф, флора, фауна, унікальні природні об'єкти. В переважній більшості випадків є результатом тривалих еволюційних процесів, дії яких людина не може продублювати. Рекреаційна дія відбувається як безпосередньо під час контакту із конкретним об'єктом (озеро, печера, гейзер тощо), так і опосередковано (перебування в системі мальовничого біогеоценозу).

1.2 Антропогенні: економічні, політичні, соціальні, культурні тощо. Результатом дії зазначених факторів є об'єкти історико-культурної спадщини, архітектурні об'єкти, культурні заходи. В переважній більшості випадків для підтримання процесу їхнього постійного функціонування необхідним є наявність належного організаційно-економічного, нормативно-правового, інфраструктурного та інформаційного забезпечення.

2. За тривалістю дії.

2.1 Постійні. В переважній більшості випадків мають природну сутність, не залежать від діяльності людини та від його впливу на навколишнє середовище.

2.2 Довготривалі. До них слід віднести політичні, економічні та соціальні утворення, які формуються на базі держав, суб'єктів крупного бізнесу та ставлять собі за мету вирішення відповідних стратегічних питань власного розвитку.

2.3 Разові. В переважній більшості випадків це соціальна, культурна, політична подія, що відбувається в межах країни (регіону) та не планується в подальшому. Яскравим прикладом є олімпіади, проведення яких у світі здійснюється на ротаційних засадах.

2.4 Сезонні. Включають в себе як природні, так і антропогенні фактори, обумовлені зміною пори року (пляжний туризм), а також проведенням періодичних економічних, культурних та інших заходів (ярмарки, історичні та релігійні свята тощо).

3. За можливістю коригування процесів.

3.1 Використання з позитивною метою.

3.2 Можливість запобігання негативних наслідків.

3.3 Усунення негативних наслідків неможливе.

4. За ступенем прогнозованості дії та результатів.

4.1 Штучні.

4.2 Прогнозовані.

4.3 Форс-мажор.

5. За рівнем глобалізації

5.1 Загальносвітові.

5.2 Міждержавні

5.3 Національні.

5.4 Регіональні.

5.5 Місцеві.

Сучасний етап функціонування туристичної галузі характеризується зростанням впливу антропогенних факторів. Підвищення рівня науково-технічного прогресу, оптимізація техніко-технологічного забезпечення створює умови для штучного формування рекреаційних об'єктів, туристичної мережі у привабливій з точки зору інфраструктури місцевості. Однією з характерних рис сучасної економіки є формування потреб серед споживачької маси та постійного їхнього оновлення. Зазначені обставини в повній мірі стосуються туристичної галузі, особливо в сфері подієвого туризму.

Відбувається активна диверсифікація туристичної галузі, поява нових напрямків, заснованих на експлуатації інформаційного капіталу та підвищенні значущості нематеріальних активів в процесі організації рекреаційної діяльності. Важливу роль у забезпеченні зростання надходжень від туристичного бізнесу відіграють зокрема послуги екскурсійно-анімаційного характеру, при чому підвищуються вимоги не тільки до професійних компетенцій самого аніматора (екскурсовода), а й до унікальності самого продукту (сценарію, матеріально-технічного, музичного та текстового супроводу тощо).

В системі національної економіки зростає роль регіонального туризму як фактора сприяння соціально-економічного розвитку місцевих громад,

особливо в сільській місцевості. Враховуючи загальні кризові явища, притаманні господарській системі України за умов сьогодення, набувають актуальності альтернативні шляхи самореалізації сільського населення. В даному аспекті зелений туризм містить в собі значний потенціал з точки зору залучення інвестиційних коштів, а також трудових ресурсів з числа соціально активного селянства.

Таким чином ми бачимо, що за сучасних умов сфера рекреаційних послуг являє собою важливу складову національної економіки. В результаті об'єктивних еволюційних процесів відбувається зміна характеру впливу соціально-економічних, природно-кліматичних та культурно-історичних факторів на загальний стан і перспективи розвитку туристичної галузі України.

Список використаних джерел

1. Кальченко С.В. Блогерство як напрям анімаційної діяльності. *Збірник наукових праць ТДАТУ імені Дмитра Моторного (економічні науки)*. 2019. № 2(40). С. 87–92.
2. Кальченко С.В., Демко В.С. Стратегічні напрямки розвитку туристичної галузі в Запорізькій області. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного (економічні науки)*. 2019. № 1(39). С. 115–121.
3. Кальченко С.В., Попова Т.В. Інституційна природа соціально-економічних аспектів функціонування сільського зеленого туризму. *Збірник наукових праць ТДАТУ імені Дмитра Моторного (економічні науки)*. 2021. № 1(43). С. 140–175.

ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ОЦІНКИ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ

Бурназа Софія

burnazasofia8@gmail.com

Таврійський державний агротехнологічний
університет імені Дмитра Моторного
(м. Мелітополь, Україна)

Анотація. *Висвітлено теоретичні та методичні аспекти дослідження діяльності суб'єктів сільського туризму. Доведено актуальність удосконалення методики аналізу результативності функціонування даної складової національної сфери рекреаційних послуг. Доведено необхідність застосування власного методичного інструментарю, який враховує характер функціонування суб'єктів сільського туризму. Проаналізовано пропозиції щодо оптимізації методики оцінки рівня ефективності в даній галузі.*

Abstract. *Theoretical and methodological aspects of research of rural tourism entities are highlighted. The relevance of improving the methodology of analysis of the effectiveness of the functioning of this component of the national sphere of recreational services is proved. The necessity of using own methodical tools, which takes into account the nature of the functioning of rural tourism entities, is proved. Proposals for optimizing the methodology for assessing the level of efficiency in this area are analyzed.*

Сучасний стан розвитку національної економіки, особливо на регіональному рівні, характеризується зростанням значущості сільського туризму як специфічної складової сфери рекреаційних послуг, функціонування якої здатне позитивно вплинути на загальний характер життєдіяльності місцевих громад в соціальному, економічному та адміністративному аспектах. Дана форма діяльності також розглядається як спосіб самореалізації вітчизняного селянства в умовах лібералізації земельних відносин, засіб стримування депопуляції в регіоні та залучення інвестиційних коштів.

Разом із цим слід відзначити, що процес активного розвитку сільського туризму в умовах вітчизняних реалій відбувається досить повільно, в різних регіонах його темпи не співпадають. Значною мірою це обумовлюється історичними причинами, зокрема тим, що в східних регіонах тривалий час основним напрямом застосування матеріальних, фінансових та трудових ресурсів були галузі матеріального виробництва (промисловість, сільське господарство). В умовах кризи відповідних сфер національної економіки відбувається переорієнтація бізнес-середовища, однак брак відповідних традицій організації туристичного бізнесу на селі, відсутність належного інформаційного та інфраструктурного середовища є стримуючими факторами.

Окрім цього, слід зазначити, що, оскільки надання рекреаційних послуг в сільській місцевості здійснюється в переважній більшості

випадків на базі зелених садиб, то кожна з них є унікальною, оскільки являє собою специфічну форму поєднання матеріальних, природних, фінансових та трудових ресурсів, що формує загальний соціально-економічний потенціал для подальшого розвитку. Таким чином, виникає необхідність у створенні широкого спектру моделей надання туристичних послуг для фізичних, та юридичних осіб, діяльність яких здійснюється на сімейно-трудовах засадах.

Водночас необхідно відмітити, що розробка та реалізація науково обґрунтованих проєктів, бізнес-планування в сфері сільського туризму передбачає наявність відповідних методик оцінювання результативності використання ресурсного потенціалу, а також загального рівня ефективності функціонування відповідного суб'єкта господарювання, зайнятого в даній складовій рекреаційного бізнесу. На нашу думку, специфіка методичного забезпечення дослідження економічної діяльності суб'єктів сільського туризму обумовлена наступними аспектами.

1. Особливості туристичної діяльності як складової рекреаційних послуг. Туристичний бізнес передбачає реалізацію продукцію за місцем її виготовлення, наявність обов'язкової, інформаційної та соціальної інфраструктури (логістика, відповідні умови комфорту), а також загальний сприятливий стан навколишнього середовища (екологія, соціальна стабільність тощо). Суб'єкти сільського туризму мають бути інтегрованими в регіональну галузеву мережу, отримати належну стратифікацію та мати певний офіційний статус. Слід зазначити, що це стосується також особистих селянських господарств, які, згідно чинного законодавства, не є суб'єктами підприємницької діяльності. Клієнти зеленої садиби мають бути впевнені, що послуги, які їм надаються, є належної якості та не загрожують їхньому життю.

2. Особливості функціонування сімейно-трудовах господарств як основи сільського туризму. Зелена садиба як базова форма організації надання рекреаційних послуг ґрунтується на використанні ресурсного потенціалу членів родини та має функціонувати, враховуючи необхідність задоволення їхніх потреб. Зазначені обставини обумовлюють необхідність застосування альтернативної методики оцінки результативності діяльності суб'єктів господарювання, оскільки сімейно-трудове господарство суттєво відрізняється від класичної фірми за характером мотиваційного механізму, організацією виробничого процесу, принципами розподілу результатів діяльності та ін. Ще однією важливою особливістю зеленої садиби є необхідність забезпечення стимулювання молодих членів селянської родини до подальшої трудової участі в сімейному бізнесі. Саме цей факт є запорукою подальшого існування даної форми надання рекреаційних послуг.

3. Сучасні тренди щодо економічного розвитку, які притаманні усім складовим національної господарської системи. Треба зазначити, що сучасний етап глобального розвитку характеризується поєднанням двох тенденцій в економічній та соціальній сфері. По-перше, це домінування принципів моделі постіндустріального суспільства, яке передбачає

використання інформаційних ресурсів як визначальної складової рівня ефективності будь-якого галузевого напрямку та форми господарювання. Відповідно змінюються вимоги щодо організації економічної діяльності, перелік професійних компетенцій тощо. По-друге, в умовах соціальної, політичної та екологічної нестабільності набувають обов'язкового характеру принципи концепції сталого розвитку суспільства, елементи якої імплементуються в закони, підзаконні акти та програмні документи державних інститутів усіх рівнів. Це, в свою чергу, обумовлює необхідність відповідного коригування характеру використання природних ресурсів та елементів навколишнього середовища суб'єктами сільського туризму.

Таким чином ми бачимо, що функціонування даної складової рекреаційних відносин за сучасних умов характеризується певними особливостями. Необхідність їхнього врахування обумовлює об'єктивність удосконалення методичних підходів щодо оцінки діяльності суб'єктів сільського туризму.

Список використаних джерел

1. Кальченко С.В., Кібенко К.А. Теоретико-методичні засади оцінки результатів економічної діяльності селянських господарств. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки)* 2018. № 1 (36). С. 114–120.
2. Grynchuk, J., Romaniuk, I. (2018) Development of rural green tourism in the regions of Ukraine based on European integration. *Baltic Journal of Economic Studies*. Vol. 4, No. 4, 100–105.
3. Kalchenko, S. (2013) Current development prospects of farm households. *Actual Problems of Economics*. 12 (150), 147–152.
4. Kalchenko S.V., Hutorov A.O., Besuhla L.S., Popova T.V, Dorokhov O.V. (2021) Managing the socio-economic development of small forms of green tourism. *Bulletin of the Transilvania University of Brasov, Series II: Forestry, Wood Industry, Agricultural Food Engineering*. 14–63(1), p. 141–152.
5. Remeikienė, R., & Gasparėnienė, L. (2017). Green farming development opportunities: the case of Lithuania. *Oeconomia Copernicana*, 8(3), 401–416. doi: 10.24136/oc.v8i3.25

КРЕАТИВНІ МИСТЕЦЬКІ МАЙСТЕРНІ: ЗБЕРЕЖЕННЯ ЕТНОКУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ ТА МОЖЛИВОСТІ Й ПЕРСПЕКТИВИ ДЛЯ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ

Бучко Жанна

zh.buchko@chnu.edu.ua

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича
(м. Чернівці, Україна)

Анотація. В статті проаналізовано передумови та можливості використання етнокультурного надбання в туристичній індустрії на прикладі музеїв, осередків традиційних промислів та заходів фестивального типу. Основна увага приділена мистецьким креативним майстерням як осередкам збереження етнокультурної спадщини та водночас можливостями диверсифікації сільського туризму.

Abstract. The article analyzes the preconditions and possibilities of using ethnocultural heritage in the tourism industry on the example of museums, centers of traditional crafts and festival-type events. The main attention is paid to artistic and creative workshops as centers for the preservation of ethnocultural heritage and at the same time opportunities for diversification of rural tourism.

Генеральна Асамблея ООН оголосила 2021-й міжнародним роком креативної економіки для сталого розвитку. Креативні індустрії набувають нового, перспективного значення для розвитку економіки, яка пропонує гарні шанси для загального добробуту України, а в ряді випадків є чудовою перспективою для використання в туристичній індустрії.

ЮНЕСКО визначає креативні індустрії як індустрії, метою яких є «створення, виробництво і комерціалізація творчих (креативних) змістів, які є нематеріальними і культурними за своєю природою. Такі змісти зазвичай захищені правом інтелектуальної власності і вони можуть набрати форми продукту чи послуги» [4]. Національне бюро програми ЄС «Креативна Європа» в Україні виділяє 12 секторів культурних та креативних індустрій [3]: перформативні види мистецтва; образотворче мистецтво; ремесла; культурна спадщина; аудіо-візуальний сектор; інтерактивне програмне забезпечення; розробка комп'ютерних та відеоігор; музика; дизайн і мода; Список використаних джерел та видавництво; архітектура; ЗМІ мовлення, реклама.

У середовищі туристичної індустрії останніх десятиліть набуває поширення тенденція адаптації традиційної культури до програм туристичного обслуговування. Щодо узгодження з секторами креативних індустрій, то йдеться про сектор «культурна спадщина» (матеріальна і нематеріальна спадщина, об'єкти спадщини, археологія, музеї, бібліотеки, архіви) та сектор «ремесла» (текстиль, кераміка, дерево, метал, скло, графіка).

Проблеми використання культурної, зокрема й етнокультурної, спадщини не є новими в сучасних туризмознавчих дослідженнях. Зокрема, в

наших попередніх публікаціях як один з видів етнокультурних ресурсів розглядалися мистецькі осередки традиційних промислів та можливості відвідування таких об'єктів туристами шляхом включення їх до туристичних маршрутів, проведення майстер-класів з традиційних ремесел [1; 2; 5]. Така діяльність, з одного боку, сприяє збереженню традицій ремесництва, і водночас слугує засобом їх популяризації та адаптації культурного надбання до сфери туристичних послуг. Часто осередками збереження народних промислів стають етнографічні музеї, які зберігають колекції засобів для виготовлення одягу чи інших ужиткових речей та самі вироби. Та найбільш адаптованою в туризмі можливістю використання традиційної етнокультури стають масові заходи подієвого типу, зокрема фестивалі.

Трендом останнього часу є створення креативних мистецьких майстерень та урізноманітнення діяльності самих майстрів з орієнтацією на споживача, який цікавиться не тільки самим мистецьким продуктом такої майстерні, а також технологією виготовлення та особливо можливістю долучитися до процесу створення виробу. Такі об'єкти в країнах Європи набули вже особливої популярності. Існує така практика також і в Україні.

Спеціалізація креативних майстерень залежить від традиційних для кожного конкретного регіону промислів. Так, в Чернівецькій області досить добре збережено різьбярство, ткацтво, вишивальництво, писанкарство, гончарство.

Головні осередки традиційних промислів у Чернівецькій області:

м. Вижниця: центр декоративного мистецтва Північної Буковини. Школа різьбярства, токарства й металевої орнаментики. Народні художні промисли – різьблення, обробка металу, килимарство.

с. Виженка: різьблення, випалювання по дереву, вишивка, ткацтво. Відомі вишивальниці-майстри народного мистецтва: Параска Клим, Марія Гудима, Олена та Марія Клим. Їхні вишивки зберігаються в багатьох музеях народної творчості, відзначені численними міжнародними нагородами. Колекція писанок Михайла Фірчука одна з найбільших у світі.

сmt. Путила: школа різьбярів, килимарство, ліжникарство.

с. Підзахаричі: різьбярство, карбування, вишивка, писанкарство, килимарство, ліжникарство. 5 музеїв народних ремесел, родинні школи мистецтв, музей етнографії та ремісництва Гуцульщини, вишивальниці Ксенії Колотило.

с. Коболчин: гончарство.

На базі зазначених центрів традиційних промислів сформувалися й продовжують формуватися креативні мистецькі майстерні. Найвідомішою є, зокрема, майстерня Вижницького коледжу декоративного прикладного мистецтва, який пропонує проведення майстер-класів з різьбярства, ткацтва, вишивальництва та виготовлення ляльки-мотанки. Враховуючи те, що Вижниця часто є центром проведення фестивалів, інтерес туристів до традиційних мистецьких практик посилюється саме в такі дні. Формуються також приватні мистецькі різьбярні майстерні Володимира

Ворончака – Заслуженого майстра народної творчості України та Галини Олійник – членкині Національної спілки майстрів народного мистецтва України, авторки двох робіт (найбільшої булави та найбільшого бунчука), які увійшли до Книги рекордів України.

Вдалим прикладом адаптації до туризму локальної етнокультурної спадщини є музей етнографії та ремісництва Гуцульщини у с. Підзахаричі Путильського району, який розташований на шкільному об'єкті в одному з корпусів. Цей оригінальний музей, який почав функціонувати з кінця 80-х років ХХ століття, є об'єктом для туристичних подорожей. В його експозиціях представлені найрізноманітніші зразки народного одягу та побутові речі гуцулів Буковини, які завжди з цікавістю оглядаються відвідувачами. Для туристів пропонуються майстер-класи з різьбярства, писанкарства, вишивальництва. Упродовж понад десяти років на базі музею відбувався етнографічний фестиваль «Захарецький ґарчик», що підсилювало відвідуваність музею та інтерес до мистецьких майстер-класів.

Традиційно Вижниця, Виженка та Підзахаричі відомі також як осередки розташування з високою концентрацією садиб сільського туризму. Тому використання мистецьких креативних майстерень в цьому регіоні істотно урізноманітнює послуги, що надаються господарями гостинних садиб.

Креативні мистецькі майстерні мають успіх і в містах. Зокрема, в Чернівцях відомою є Майстерня-світлиця народних ремесел та декоративного мистецтва, створена етнографом Миколою Шкрібляком, директором Буковинського центру культури і мистецтва. Тут можна побачити сотні унікальних народних виробів з колекції директора центру, заслуженого діяча мистецтв України. На стінах висять домоткані доріжки та рушники, декоративні тарілки, вінки кукурудзи, кетяги калини, родинні фотографії та ікони на склі, різнокольорові тайстри. На столах – дідух, писанки, глиняні іграшки. Під стелею крутиться великий солом'яний павук. Стоять манекени в буковинських народних строях. Є тут столітній ткацький верстат, гончарний круг, бондарська лавка. У світлиці краці буковинські народні майстри навчають усіх охочих безкоштовно народним ремеслам та декоративному мистецтву. Тут можна опанувати мистецтво боднарства та випалювання, художнього різьблення та інкрустації по дереву, ткацтва, вишивки, кераміки, писанкарства, бісероплетіння.

Буковинський центр культури і мистецтва є осередком впровадження ряду мистецьких креативних проєктів: «Буковина: спільна культурна спадщина», «Гуцульський ліжник», «Школа Буковинської тайстри». Зокрема, проєкт «Школа буковинської тайстри», який реалізовувався в 2019 році ГО «Вишиваний дивотвір» за підтримки Українського культурного Фонду у партнерстві з Буковинським центром культури і мистецтва, покликаний відродити, зберегти та популяризувати один з найдавніших тканих виробів з вовняних ниток.

Як уже зазначалося вище, організатори ряду етнофестивалів також використовують майстер-класи як засіб популяризації матеріальної

спадщини та її адаптації до туризму. Найбільш успішно це відбувається під час проведення фестивалів на території місцевого скансену – Чернівецького музею народної архітектури і побуту. Мешканці міста й туристи залюбки беруть участь у майстер-класах під час проведення фестивалів «Обнова», «Буковинські зустрічі», «Осінь весільна», «Від Різдва Христового до Йордана». А відома й популярна на Буковині подія зимового обрядового циклу – «Маланка-фест» – вже не обходиться без проведення майстер-класу з виготовлення карнавальних масок, який проводять майстри з Вашківців – відомого осередку збережених традицій маланкування. Таку ж послугу для туристів пропонують і у Вашківцях, в музеї Маланки.

Попит на специфічну туристичну послугу – майстер-клас – породив і відповідну пропозицію, якою стали креативні мистецькі майстерні з можливостями демонстрування процесів виготовлення виробів та водночас надання можливості долучитися до їх створення. Такі об'єкти стають невід'ємною складовою туристичних послуг як, з одного боку, засіб збереження етнокультурної спадщини та, з іншого, можливість та перспектива для диверсифікації сільського туризму.

Список використаних джерел

1. Бузинський М.Д., Никирса М.Д., Коржик В.П., Бучко Ж.І. Барвіста Буковина. Горизонти цільового туризму. Чернівці : Прут, 2009. 152 с.
2. Бучко Ж., Гольча А., Чупак В. Народні традиції в туристичній індустрії Карпатського регіону. Сфера розваг – важлива складова у підвищенні ефективності туристичного бізнесу. Мат. міжнар. конф. Донецьк, 2006. С. 231–234.
3. Креативні міста. URL: <http://www.creativecities.org.ua/uk/creative-industries/texts/?newsid=22>
4. Портал ЮНЕСКО. URL: https://web.archive.org/web/20111216045759/http://portal.unesco.org/culture/en/files/30297/11942616973cultural_stat_EN.pdf/cultural_stat_EN.pdf
5. Valeriy Rudenko, Vasyl Dzhaman, Zhanna Buchko, Yaroslav Dzhaman, Petro Mruchkovstyy. Theoretical-Methodological Basis for Studying the Preconditions of Ethnic Tourism in Multi-ethnic Urban Settlements. The Case of Chernivtsi City, Ukraine. *Journal of Settlement and Spatial Planning*. Vol. 7, No. 2/2016, Cluj-Napoca, 2016. P. 157–165. DOI: 10.19188/06JSSP022016

ПРЕЗЕНТАЦІЯ ПРОЄКТУ «ДИВЕРСИФІКАЦІЯ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ ЧЕРЕЗ ЗБАЛАНСОВАНІСТЬ ТА КРЕАТИВНІСТЬ: ПОШИРЕННЯ ЄВРОПЕЙСЬКОГО ДОСВІДУ В УКРАЇНІ»

Венгерська Наталя

nataljavenerskaja@ukr.net

Череп Алла

cherep.av.znu@gmail.com

Безкоровайна Лариса

lvbeskorovaynaya@gmail.com

Запорізький національний університет

(м. Запоріжжя, Україна)

Воронкова Валентина

valentinavoronkova236@gmail.com

Інженерний навчально-науковий інститут ЗНУ

(м. Запоріжжя, Україна)

Анотація. В Запорізькому національному університеті у 2020–2023 рр. виконується міждисциплінарний проєкт з диверсифікації сільського туризму під назвою «DIRUT» за Програмою Erasmus+: Jean Monnet Європейського Союзу. В статті розкрито мету, завдання, результати та заходи проєкту. Викладено особливості та складові курсу «Диверсифікація сільського туризму через збалансованість та креативність: поширення європейського досвіду в Україні».

Abstract. In 2020–2023, Zaporizhzhzia National University is implementing an interdisciplinary project for the diversification of rural tourism called "DIRUT" under the Erasmus +: Jean Monnet Program of the European Union. The article reveals the purpose, objectives, results and activities of the project. Features and components of the course "Diversification of rural tourism through sustainability and creativity: disseminating European experience in Ukraine" is presented.

Європейський досвід диверсифікації економічної діяльності у сільській місцевості за допомогою сільського туризму засвідчив про успішність за наявності таких складових як: менеджмент та маркетинг туристичної дестинації, постійна участь місцевої громади, освіта та співпраця щодо продуктів та маркетингу, формування мереж. Тому заклади вищої освіти відіграють важливу роль в процесах розвитку сільського креативного туризму, навчаючи молоде покоління специфіці створення та просуванню туристичних продуктів в сфері сільського туризму. Зокрема, в Запорізькому національному університеті (ЗНУ) у 2020–2023 рр. виконується міждисциплінарний проєкт з диверсифікації сільського туризму під назвою «Диверсифікація сільського туризму через збалансованість та креативність: поширення європейського досвіду в Україні» (Diversification of rural tourism through sustainability and creativity: disseminating European experience in Ukraine, DIRUT) за Програмою Erasmus+: Jean Monnet

Європейського Союзу для магістрів економіко-управлінських спеціальностей.

Потреба у реалізації таких проєктів обумовлена тим, що диверсифікація сільського туризму на засадах креативності та сталості є складною проблемою в Україні з огляду на такі виклики:

1) нестача кваліфікованих фахівців у даній сфері з огляду на те, що існуючі освітні програми ЗВО готують фахівців з туристичного обслуговування, а не фахівців, які б надавали професійну консультаційну та дорадчу допомогу щодо формування сучасних моделей (кластерних, мережевих) сільського туризму;

2) поодинокі випадки використання міждисциплінарного підходу до формування компетентностей фахівців в галузі сільського туризму;

3) зростаючі потреби туристів у креативних продуктах та якісно нових бізнес-моделях діяльності агросадиб.

Тому завдання, які постають перед підприємствами сільського туризму, вузами як суспільними інституціями, що формують соціально відповідальну особистість студента; організаціям, полягають у наступному:

а) підвищенні конкурентоспроможності українських бізнес-моделей сільського туризму;

б) пошуку нових підходів до підготовки фахівців у сфері сільського туризму щодо надання туристичних послуг з урахуванням креативних технологій збереження й використання навколишнього середовища відповідно до європейських цінностей;

в) ініціюванні транснаціональних взаємовідносин серед досвідчених та молодих працівників, науковців, фахівців щодо забезпечення продуктивності сфери сільського туризму, його сталого й креативного розвитку та імплементації європейських тенденцій в національній системі.

Задля вирішення цієї проблеми у 2020 році нами було розпочато реалізацію проєкту ERASMUS+, Жан Моне Модуль DIRUT у Запорізькому національному університеті. Команда проєкту складається з досвідчених викладачів і дослідників в сфері економіки, сільського туризму, правознавства, екології, освіти, філософії, які безпосередньо пов'язані з питаннями розвитку туризму Європейського Союзу, зокрема: декана економічного факультету Алли Череп, координатора проєкту – доцента кафедри міжнародної економіки, природних ресурсів та економіки міжнародного туризму Наталі Венгерської, начальника відділу міжнародних зв'язків ЗНУ Аліни Осаул, проф. кафедри маркетингу та управління персоналу Олександра Черепи, проф. кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Лариси Безкоровайної, проф. кафедри менеджменту організацій та управління проєктами Інженерного інституту ЗНУ Валентини Воронкової, доцента кафедри садово-паркового господарства та генетики Олени Бойки, доцента кафедри конституційного та трудового права Сергія Омелянчика.

Релевантність проєкту пов'язана зі складним процесом інтеграції українського суспільства в європейський туристичний простір, однією із стратегічних цілей якого є сталий розвиток сільського туризму, заснований

на принципах встановлення гармонійного балансу між екологічними, економічними, соціокультурними аспектами. Зокрема, проєкт спрямований на досягнення реалізації таких стратегічних документів: Цілі Сталого розвитку відповідно до Національної доповіді, зокрема Ціль № 4 – Якість освіти, Ціль № 11 – Сталий розвиток міст та спільнот, Ціль – 15 Захист екосистем суші [1]; Угода про Асоціацію між Україною та ЄС з питань співробітництва у сферах науки та технологій, освіти, молоді, спорту та громадянського суспільства: Розділ V, Глава 9, Співробітництво у сфері науки та технологій; Глава 16, Туризм, Статті 399–401; Глава 17, Сільське господарство та розвиток сільських територій, Статті 403–404; Глави 23–26, Статті 430–445 – освіти, молоді, спорту та громадянського суспільства [2].

Також роль сільського туризму як галузі національної економіки підтверджено нормативними документами (Стратегія розвитку туризму та курортів до 2026 року. Актуальність розвитку сільського туризму підтверджено тим, що 2020 рік Національна туристична організація України обрала роком розвитку туризму в регіонах та сільських територіях.

Метою проєкту є диверсифікація сільського туризму України на засадах збалансованості та креативності шляхом оснащення магістрів освітньої програми «Економіка» спеціальності «Міжнародна економіка» ЗНУ та підприємців в сфері сільського туризму фаховими компетенціями з формування бізнес-моделей відповідно до європейських цінностей, принципів встановлення гармонійного балансу між екологічними, економічними, соціокультурними аспектами.

Завдання проєкту передбачають розробку та впровадження курсів на основі аналізу потреб; проведення тренінгів для підприємців та інших стейкхолдерів задля поширення європейського досвіду щодо кращих практик в сфері організації та диверсифікації сільського туризму на засадах стійкості та креативності; розробку функціональної кластерної (мережевої) моделі креативного розвитку сільського туризму в Україні на основі європейського досвіду, заснованої на принципах встановлення гармонійного балансу між екологічними, економічними, соціокультурними аспектами та з урахуванням кращих практик диверсифікації сільського туризму країн Європейського Союзу.

Результати проєкту включають наступні положення:

- розробка навчального курсу «Диверсифікація сільського туризму через збалансованість та креативність: поширення європейського досвіду в Україні»;

- розробка дидактичних матеріалів до нього з використанням інноваційних методик та технологій, включення в навчальний план для студентів на постійній основі, безкоштовне розміщення навчально-методичних матеріалів курсу на веб-сторінці проєкту та в системі Moodle;

- нові педагогічні навички та методики, надбані викладачами ЗНУ, що викладатимуть модулі курсу та обмінюватимуться педагогічним досвідом серед європейських партнерів;

- узагальнення теоретичного та практичного досвіду щодо диверсифікації бізнес-моделей сільського туризму на засадах збалансованості та креативності шляхом його змістовних дискусій із зовнішніми

експертами під час наукової конференції, круглого столу, навчальної екскурсії, семінару-тренінгу; фінальної конференції проєкту;

- систематизація результатів через Web-сторінку проєкту, публікацію наукових статей, монографії, посібника; матеріалів наукової та фінальної конференції;

- розробка рекомендацій щодо формування кластерної (мережевої) моделі креативного розвитку сільського туризму в Україні на основі європейського досвіду для Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України та Запорізької обласної державної адміністрації.

У березні 2021 року було розпочато впровадження спеціалізованого курсу «Диверсифікація сільського туризму через збалансованість та креативність: поширення європейського досвіду в Україні» (DIRUT) для магістрів освітньої програми «Економіка» спеціальності «Міжнародна економіка» ЗНУ, підприємців сільського туризму і креативних індустрій, який передбачатиме міждисциплінарний підхід до викладання командою фахівців з різних галузей, зокрема туристичної діяльності, освіти, економіки підприємства, міжнародної економіки, екології, права, філософії.

Курс складається з чотирьох модулів курсу «DIRUT»: Модуль 1. Європейські тенденції імплементації стратегій диверсифікації у сільському туризмі; Модуль 2. Біо-різноманіття та інтеграція цілей сталого розвитку в сільському туризмі: поширення європейського досвіду в Україні; Модуль 3. Креативні технології туризму для сталого розвитку: теоретичні аспекти та європейський досвід; Модуль 4. Європейські практики креативного сільського туризму: кластерний та мережевий підходи.

Слухачі курсу протягом семестру мають можливість ознайомитись із основами побудови бізнес-моделей у сфері креативного сільського туризму, європейськими тенденціями імплементації стратегій диверсифікації у сільському туризмі, нормативно-правовим забезпеченням Європейської політики біорізноманіття, основами бережливого ставлення до біо-різноманіття, теоретичними аспектами та європейським досвідом креативних технологій туризму для сталого й цифрового розвитку, європейськими практиками креативного сільського туризму на основі кластерного та мережевого підходів (агротуризм, гастрономічний, екологічний, культурний, крафтовий, енотуризм, івент-туризм) та ін.

Важливо зазначити, що курс завершується захистом групових або індивідуальних проєктів з розробки бізнес-моделі сільського креативного туризму задля його диверсифікації (бізнес-модель Остервальдера або Business Model Canvas). За результатами успішної підсумкової атестації, слухачі курсів отримують сертифікат учасника міжнародного проєкту Erasmus+ Jean Monnet.

Конкурентною перевагою курсу DIRUT є міждисциплінарний підхід, який забезпечують досвідчені викладачі та дослідники в сфері економіки, сільського туризму, правознавства, екології, освіти, філософії, які безпосередньо пов'язані з питаннями розвитку туризму Європейського Союзу. Викладання модулів курсу супроводжується використанням інноваційних педагогічних технологій та методик.

СІЛЬСЬКИЙ ТУРИЗМ ЯК СКЛАДОВА РОЗВИТКУ ЄВРОПЕЙСЬКИХ КРАЇН

Венгерська Наталя
nataljavengerskaja@ukr.net

Курченко Микита
n.kurchenko29@gmail.com
Запорізький національний університет
(м. Запоріжжя, Україна)

При проведенні лекцій використовується візуалізація, сторітеллінг, брейншторм, лекція-бесіда, лекція-конференція, лекція прес-конференція, технологія «перевернутий клас»; кейс-метод, а при проведенні семінарів – технологія «перевернутий клас», брейншторм, ділові та рольові ігри, воркшоп, кейс-метод.

Практичний підхід включає в себе також тематичні дослідження, опрацювання бізнес-аналітики, опрацювання відео-файлів, посилань на відео-ресурси в мережі Інтернет, туристичні блоги та інтернет-ресурси європейських власників підприємств сільського та креативного туризму.

Для досягнення цілей курсу поєднується формальне та неформальне навчання (технологія «ланч та навчання», відвідування тематичних екскурсій та навчання. Зокрема, в рамках проєкту заплановано, що всі учасники, які успішно захистили проєкти зможуть здійснити навчальний візит до садиб сільського туризму у 2022 році, а саме відвідають «Етноселo» Запорізької обласної громадської організації «Дивосвіт» у Запорізькій області. Відповідно курс сприятиме розвитку не лише професійних навичок, а й таких «м'яких», зокрема таких як соціальні (швидкість адаптації, комунікація, робота в команді), і управлінські (управління ресурсами та проєктами, лідерство, прийняття рішення, критичне та аналітичне мислення).

Задля досягнення діалогу та взаємодії «освіта-наука-громадськість-влада-агросадиби-туристичні компанії» реалізуються щорічні заходи, зокрема: наукова конференція «Проблеми та перспективи впровадження європейського досвіду диверсифікації сільського туризму в Україні на засадах креативності та збалансованості» і круглий стіл «Інтеграція освіти, науки та бізнесу», які дозволять охопити широке коло питань, яке у тому числі стосується проблем розвитку економіки сільських територій, її диверсифікації шляхом формування нових бізнес-моделей креативного та сталого туризму, біорізноманіття та нормативно-правового забезпечення. Варте уваги те, що в рамках проєкту укладено договір про співробітництво з Таврійським державним агротехнологічним університетом імені Дмитра Моторного (м. Мелітополь). Також здійснюється міжпроєктна співпраця програм «Erasmus+ Jean Monnet Module ERegPol» і «DIRUT» разом із колегами із Західноукраїнським національним університетом (м. Тернопіль).

Таким чином, реалізація проєкту DIRUT дозволяє поєднати освітан, студентство, підприємців, науковців, представників влади. Заходи проєкту є платформою взаємодії та налагодження комунікації задля формування наукових засад розвитку сільського туризму шляхом побудови ланцюга взаємодії «освіта – наука – громадськість – влада – агросадиби – туристичні компанії», оскільки в сучасних умовах неабияке значення відіграє наукове та інформаційне забезпечення налагодженої системи взаємозв'язків між усіма, задіяними в сільському туризмі елементами.

Список використаних джерел

1. Цілі Сталого розвитку. URL: <https://www.ua.undp.org/content/ukraine/uk/home/sustainable-development-goals.html>
2. Угода про Асоціацію між Україною та ЄС з питань співробітництва у сферах науки та технологій, освіти, молоді, спорту та громадянського суспільства. URL: <https://www.kmu.gov.ua/diyalnist/yevropejska-integraciya/ugoda-pro-asociacyu>

Анотація. У тезах розкрито особливості та причини розвитку сільського туризму в європейських країнах. Акцентовано на програми підтримки сільського туризму та розподіл європейського аграрного ринку у зв'язку з утворенням Європейського союзу. Охарактеризовано специфіку сільського туризму в Данії, Франції, Нідерландах, Італії та Іспанії.

Abstract. Features and reasons for the development of rural tourism in European countries are revealed. Emphasis is placed on on programmes to support rural tourism and the distribution of the European agricultural market in connection with the formation of the European Union. The specifics of rural tourism in Denmark, France, the Netherlands, Italy and Spain are characterized.

У світі та країнах ЄС складається така тенденція, як відвідування села з метою відпочинку, пізнати особливості життя та побуту, відпочити від міської буденності – усе це має назву «сільський туризм». Із часом тенденції змінюються: якщо раніше привабливим було з'їздити у санаторії, то зараз це вважається чимось старим, таким, що не сприймається молоддю.

У країнах ЄС дана тенденція почала зароджуватися в післявоєнний період, там піднімали економіку села за допомогою розвитку «туризму в селі» [1]. В нашій країні цей вид туризму тільки починає проявлятися та розповсюджуватися. Лідером є Західна Україна. Все ж ми вважаємо, що нам – українцям – потрібно взяти до уваги досвід країн ЄС, адже сільський туризм – «золота жила» для розвитку економіки села.

Головною причиною розвитку сільського туризму на території Європейського Союзу, як не дивно, став занепад та криза сільськогосподарського сектора. З появою новітніх технологій і наразі зменшується загальна кількість робочих місць, туризм – чудова альтернатива. Майже у всіх селах Європи господарство перестало бути найважливішою діяльністю громади та формою використання землі [2]. Тому для підвищення зайнятості розпочався розвиток сільського туризму, адже він може вирішити багато проблем: безробіття і нові робочі місця в селі, розвиток інфраструктури, стабільні доходи селян та місцевих бюджетів.

Розвиток сільського туризму в країнах ЄС має всі можливості для розвитку, оскільки Європейський фонд сільського розвитку спрямує свою діяльність, серед іншого, на сприяння економічному розвитку в сільській місцевості, зокрема в такі напрямки: диверсифікація діяльності фермерів

в несільськогосподарські види діяльності; розвиток сільського туризму; відновлення / модернізація культурної та природної спадщини сіл й сільських пейзажів.

Найважливішим фактором розвитку сільського туризму став розподіл європейського аграрного ринку у зв'язку з утворенням Європейського союзу (ЄС), що поставило національних агровиробників багатьох країн Європи в зовсім нові умови конкуренції у зв'язку з введенням системи квотування, яка обмежила обсяги національного сільгоспвиробництва в ЄС, і неможливістю проведення відкритої протекціоністської політики (захисту національних агровиробників).

В якості факторів успіху сільського туризму в Європі необхідно назвати насамперед політичну підтримку сільського туризму з боку національних держав і Євросоюзу, оскільки сільський туризм спочатку розглядався в якості соціального амортизатора при реструктуризації аграрного сектору економіки, дозволяючи створювати нові робочі місця в сільській місцевості. У ряді країн діють спеціальні закони про сільський туризм, значною мірою сприяли розвитку цього сектора туристичної індустрії, або реалізуються спеціальні державні програми підтримки сільського туризму та організації цього виду діяльності.

В європейських країнах відпочинок у селі займає друге місце. Прикладом є такі країни, як Данія, Франція, Нідерланди, Італія та Іспанія. У них і місцеві жителі, і багато іноземців обирають такий вид туризму: однотипність моря чи океану також набридає, люди прагнуть отримати нові враження.

Якщо детально ознайомитися з діяльністю даних європейських країн у сфері сільського туризму, то можна помітити, що нідерландці почали використовувати сільськогосподарські можливості та почали на рівні селищ організовувати дрібний туристичний бізнес. Завдяки цьому, кожна забезпечена людина може поїхати на ферми в провінції Нідерландів та побачити особливості сільського життя, а, можливо, і спробувати себе у ролі фермера: годувати домашніх тварин, зварити вперше в житті сир за місцевою технологією, або навіть висаджувати квіти [4]. І найголовнішим, на нашу думку, є те, що виробництво ферм є органічним.

Ще, відвідуючи села, можна побачити унікальні пам'ятки культури, яким багато років. У Нідерландах – церкви, історія яких починається ще з Середньовіччя.

Одним з найпривабливіших, на нашу думку, є сільський туризм з метою пізнання страв та напоїв інших країн. Так в Італії є різні пропозиції, де після цікавих екскурсів сільськими місцевостями, під вечір зможеш насолодитися вишуканими смаками місцевих страв та вина, є можливість навіть самостійно приготувати граппу й оливкову олію (Agriturismo Italia).

Звісно, туристи їдуть не тільки, щоб поїсти, подивитись та поспати. Це можливість ближче познайомитися з місцевими традиціями. Так у кожному селі Іспанії, в залежності від регіону, є свої унікальні традиції, своєрідна історія. Наприклад, провінція Валенсії Альпуенте, вона зберегла відбитки різних епох: Бронзової доби, Іберійської культури, Римської

імперії та мусульманського володарювання. Поблизу є музеї з останками динозаврів [5]. І це далеко не всі можливості, які може надати сільський туризм. Він дарує знайомство з патріархальним способом життя, адже багато господарств ведуться за старим принципом [6].

На сьогоднішній день частка сільського туризму стає все помітнішою в країнах ЄС. Перш за все, це пов'язано зі зміною покоління, якому хочеться «відкривати нові горизонти», а відпочинок біля моря не надає такої можливості. Даний вид туризму не тільки цікавий, а й позитивно впливає на економіку та загальну ситуацію в сільській місцевості. Це чудова можливість призупинити урбанізацію, відродити села. Отже, досвід країн у сфері сільського туризму Європейського Союзу є важливим для України.

Список використаних джерел

1. Туристи на селі: приховані можливості України. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/svoboda-v-detalyah/29374595.html>
2. Уланов, Д. А. Туризм на сельских территориях: опыт, проблемы, перспективы. Молодой ученый. 2013. № 6 (53). С. 455–459.
3. Офіційний сайт Євростату. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/main/home>
4. Мечта, ставшая реальностью: сельский туризм по-голландски. URL: <https://agroportal.ua/publishing/v-doroge-s/mechta-stavshaya-realnostyu-selskii-turizm-pogollandski/>
5. Сельский туризм в Испании. URL: <https://alegria-realestate.com/ru/articles/tourism-in-spain/rural-tourism-in-spain>
6. Сельский туризм в Испании. URL: <https://espanarusa.com/ru/pedia/article/77332>

УМОВИ ДОСЯГНЕННЯ СТАЛОГО ТА КРЕАТИВНОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ В УКРАЇНІ ТА ЄС

Воронкова Валентина
valentinavoronkova236@gmail.com
Інженерний навчально-науковий інститут ЗНУ
(м. Запоріжжя, Україна)

Череп Алла
cherep.av.znu@gmail.com

Венгерська Наталя
nataljavengerskaja@ukr.net

Безкоровайна Лариса
lvbeskorovaynaya@gmail.com
Запорізький національний університет
(м. Запоріжжя, Україна)

Анотація. Розглянуто умови досягнення сталого та креативного розвитку сільських територій. Вони мають підняти стандарти життя, створити нові економічні можливості, підвищити валовий національний продукт. Проаналізовано кризу засад сталого та креативного розвитку сільських територій в Україні та ЄС. Зроблено висновок, що слід розвивати сільські території, які б робили сільське населення сталим за рахунок підвищення ролі інфраструктури та креативності.

Abstract. The conditions for achieving sustainable and creative development of rural areas are considered. They must raise living standards, create new economic opportunities, and increase gross national product. The crisis of the principles of sustainable and creative development of rural areas in Ukraine and the EU is analyzed. It is concluded that rural areas should be developed that would make the rural population sustainable by increasing the role of infrastructure and creativity.

Актуальність теми дослідження у тому, що сталий та креативний розвиток сільських територій має силу підняти стандарти життя, створити нові економічні можливості, підвищити валовий національний продукт, для чого слід розвивати інституції, що підштовхують і спонукують розвивати креативну енергію людей. Сталий та креативний розвиток сільських територій в Україні та ЄС може перетворити бідне сільське населення у зростаючий середній клас. Для сталого та креативного розвитку сільських територій в Україні та ЄС важливим є подолання змін клімату, бідності, створення робочих місць, громадського здоров'я, сталої енергетики та інклюзивного розвитку. Але якщо залишити ці проблеми напризволяще, то розвиток не буде сталим і криза глобальної урбанізації охопить всі сільські території, тому слід сталий і креативний розвиток сільських територій зробити першочерговим у планах місцевої влади. Криза засад сталого та креативного розвитку сільських територій в Україні та ЄС виступає складником нової урбаністичної кризи. Ця криза може бути ще більш поглиблена, коли більшість населення планети переїдуть у міста, а сільські місцевості залишаться без розвитку, без прогресу, без зростання стандартів життя. Бідність виникає у результаті відсутності

інституцій, що сприяють креативній енергії людей сільських територій, що стримують та придушують енергію людей [1, с. 165–179].

У зв'язку з тим, що кількість робочих місць у сільських місцевостях є обмеженими, люди змушені відкривати свої неформальні справи, розвивати креативні індустрії, що викликають жвавий економічний інтерес, розвивати креативну підприємницьку діяльність, реалізувати свої базові потреби та бути двигунами покращення життя сільських мешканців. Бідним людям у примітивних поселеннях не вистачає навичок, креативності, щоб піднятися на вищий рівень, сільським місцевостям не вистачає базової інфраструктури, так як молодь переїхала до великих міст, що швидко урбанізуються. У сільських місцевостях бідні люди залишаються у пастці певного розповзання, що ізолює їх та відрізає від ширших економічних можливостей, тому слід розвивати сільські території, які б робили сільське населення сталим. Наявність креативних професій у сільській місцевості – це ключовий елемент вирішення проблем сталості.

Якщо розвивати найпростішу інфраструктуру, наприклад дороги з покриттям та наявність громадського транспорту, то дані інфраструктурні важелі допоможуть покращити доступ до можливостей і збільшать розмір сільських ринків. Функціональні вулиці у сільській місцевості – це критично важливий компонент економічної трансформації та покращення сталого та креативного розвитку сільських територій. Вони не лише дають змогу мешканцям пересуватися, але й забезпечують мешканцям змогу не тільки пресуватися, але й забезпечують можливість прокладати інші форми необхідної інфраструктури: водоканали, каналізації, електричні дроти тощо. Що не менш важливо вулиці у сільській місцевості є сполучною ланкою, що об'єднують нетрі та їх мешканців з наявними міськими зручностями. Вулиці спонукують до креативної економічної діяльності, залучаючи до реалізації базових потреб магазини і послуги, підвищують відчуття приналежності мешканців до місця проживання, привносячи відчуття креативного підходу до облаштування будня мешканців сільської місцевості, культивуючи посилене відчуття екологічної безпеки та організованого креативного розвитку [2, с. 91–101].

Це покращення поживає у свою чергу торгівлю і залучає більше економічних можливостей та повнішої інтеграції в економічне життя села. Громадський транспорт може слугувати ще потужнішим способом забезпечення сполучення і зв'язку людей з креативними економічними можливостями та сприяти сталості, підвищенню густоти населення, росту середнього класу. Стратегічні інвестиції у базову інфраструктуру можуть налаштувати зв'язок нетрів з робочими місцями, спонукати розвитку талантів і продуктивних здібностей, дати людям можливість бути повністю залученими і, врешті-решт, перетворити зачароване коло сільської ізоляції бідності на коло прогресу. Місцева влада може зробити багато для досягнення зростання й розвитку, сформувати сільські місцевості як базове джерело економічного й соціального прогресу, розвиваючи їх як інклюзивні, безпечні, стійкі та сталі, що є однією з 17 цілей нового сталого розвитку.

Це хороший старт, але масштаб проблеми вимагає більшого. Глобальна урбанізація, що поглинає сільські місцевості, є найбільшою з усіх проблем, що постають перед світом, стикаючись і багато у чому

поглинаючись великими кризами та проблемами змін клімату, енергетичного споживання, бідності та економічних перспектив. Влада не зможе вирішити жодну з цих проблем, якщо не перетворить поселення на більш продуктивні, процвітаючі, сталі та інклюзивні. Для цього потрібні не лише гроші, а й практичні знання, інформація, великі дані, які б сприяли розвитку громад, сільських поселень та міст, максимально впливали б на поєднання урбанізації зі зростаючими стандартами життя. Концепція сталого та креативного розвитку сільських територій повинна запропонувати життєздатне майбутнє людству, а для цього проводити локальні ініціативи в рамках Європейського зеленого курсу [3, с. 196–209]. Здатність оновлювати і спонукати до зростання економіки залежить від кластерів талантів, компаній та інших чинників у поселеннях. Агломерації повинні стати провідними платформами для технологічних інновацій та соціального і культурного прогресу, сприяння відкритості, формування прогресивних цінностей і політичних свобод.

Сталий та креативний розвиток сільських територій повинен сприяти впровадженню винаходів, тестування нових стратегій для стимулу інновацій, створення високооплачуваних робочих місць та зростання стандартів життя. Цікавою є методика оцінки креативності, підсумок якої складається з сукупності субіндексів: місто, люди, бізнес, влада, бренди, кожен з яких розпадається на ряд інших показників, згідно яких проводиться детальний аналіз. Влада мусить поставити розвиток сільських територій на перше місце та надійним шляхом досягти сталого економічного процвітання, для чого: створювати необхідну для сільських кластерів щільність, спонукати кластерне і більш густонаселене зростання сільських територій; будувати громадський транспорт та іншу інфраструктуру, що стане основою сільського процвітання із залученням туристів, щоб була реалізованою мрія про гідний відпочинок; змусити владу розвивати європейський зелений курс, зелені зони, сприяти впровадженню інноваційних природоохоронних технологій, зміцненню екологічної безпеки та протидії змінам клімату; розвивати «зелений бізнес», використовуючи нові ринкові можливості та інноваційні продукти.

Список використаних джерел

1. Воронкова В.Г., Череп А.В. Креативні цифрові технології як мегатренди розвитку туристичного бізнесу: поширення європейського досвіду в Україні. *Humanities studies* : збірник наукових праць / гол. ред. В. Г. Воронкова. Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2020. Випуск 6 (83). С. 165–179. URL: <http://humstudies.com.ua/article/view/227431>
2. Венгерська Н. С., Воронкова В. Г., Бескоровайна Л. В. & Череп А. В. Використання креативних цифрових технологій у сфері туризму під час пандемії COVID-19: економічні і соціальні наслідки. *Humanities studies: Collection of Scientific Papers. Zaporizhzhia: Zaporizhzhia National University*, 2021. 7 (84). С. 91–101. URL: <https://doi.org/10.26661/hst-2020-7-8-12>
3. Череп А.В., Воронкова В.Г., Андрюкайтене Регіна, Нікітенко В.О. Концепція креативних цифрових технологій у туристичному бізнесі. *Humanities studies* : збірник наукових праць / гол. ред. В. Г. Воронкова. Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2020. Випуск 5 (82). С. 196–209. URL: <http://humstudies.com.ua/article/view/220949>

КОНЦЕПТУАЛЬНА МОДЕЛЬ СТРАТЕГІЧНОГО АНАЛІЗУ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ УКРАЇНИ

Грибова Діана

diana.hrybova@tsatu.edu.ua

Захарченко Олена

olena.zakharchenko@tsatu.edu.ua

Таврійський державний агротехнологічний університет
імені Дмитра Моторного
(м. Мелітополь, Україна)

Анотація. Використано комплексний підхід до стратегічного управління галузі «туризм» в країні. Запропоновано концептуальну модель стратегічного аналізу сільського туризму на базі стейкхолдерсько-цільового підходу яка передбачає аналіз позицій стейкхолдерів. В межах такої моделі виконується оцінка спільної взаємодії зацікавленими сторонами вектору розвитку сільського туризму.

Abstract. A comprehensive approach to the strategic management of the tourism industry in the country is used. A conceptual model of strategic analysis of rural tourism based on the stakeholder-target approach is proposed, which involves stakeholders' positions analysis. Within the framework of this model the joint interaction of stakeholders in the vector of rural tourism development is evaluated.

Сільський туризм є одним з перспективних напрямів розвитку, особливо в умовах пандемії. Ключовою перевагою сільського туризму є те, що окрім забезпечення відпочинку і оздоровлення населення він в змозі забезпечити рішення ряду гострих проблем малих і середніх сільськогосподарських товаровиробників, а також соціального розвитку села, а саме:

- зростання прибутковості і фінансової стійкості агробізнесу за рахунок диверсифікації джерел доходів;
- підтримка і збереження традиційних сільських ландшафтів, об'єктів культурної спадщини;
- підвищення рівня якості життя на селі;
- підвищення привабливості сільського життя для молоді;
- створення нових, якісних робочих місць на селі.

Галузь агротуризму, що не вимагає великих державних вкладень, має мультиплікативний ефект, має величезне соціальне значення. Так, наприклад, у Європейському Союзі не існує окремої політики в сфері туризму. Туризм прив'язаний до європейської соціальної, регіональної та аграрної сфер політики і фінансується з цих бюджетів [3].

Так на думку д-ра Йенса Шапса, агротуризм надає фермерським сімейним підприємствам можливості для диверсифікації і, отже, додаткові шанси для отримання доходу, що в цілому покращує як ситуацію, що склалася із зайнятістю, так і економічний розвиток сільських територій [3].

Згідно зі збором відомостей про структуру сільського господарства за 2018 рік в Німеччині налічується 266700 підприємств, доход від діяльності

на яких розподіляється приблизно в рівній пропорції – як від основного виду діяльності (48 %) і як від додаткового виду діяльності (52 %) [2].

Найважливішим принципом формування та реалізації політики в сфері регулювання туристичної діяльності, визначення основних напрямів її розвитку є комплексний підхід до стратегічного управління галузі «туризм» в країні. Він передбачає врахування всіх чинників, що впливають на стан і розвиток туристичної індустрії, а також формують додаткові позитивні ефекти для широкого кола зацікавлених сторін (стейкхолдерів) [1, с. 194]. Такий підхід є актуальним до виявлення і реалізації стратегічних настанов розвитку сільського туризму.

На початковому етапі концептуальної моделі стратегічного аналізу сільського туризму на базі стейкхолдерсько-цільового підходу передбачається аналіз позицій стейкхолдерів (рис. 1). В процесі ідентифікації стейкхолдерів сільського туризму були визначені наступні: державні органи центральної влади та органи місцевого самоврядування, сільськогосподарські підприємства різних форм власності, заказники, заповідники, музеї, історико-культурні пам'ятки в сільській місцевості, населення, творчі колективи, майстерні, сільські зелені садиби, туристичні агенції, туристи, інвестори.

В межах такої моделі існує задача оцінки спільного виопрацювання зацікавленими сторонами вектору розвитку сільського туризму. Для цього нами запропонована модель формалізації залежностей показників розвитку галузі від дії стейкхолдерів як лінгвістичних змінних. Для відображення значення зацікавлених сторін в реалізації стратегії розроблена інтегральна матриця середовища впливу – парні коефіцієнти кореляції.

Сутність матриці полягає в можливості визначення щільності зв'язку головного показника розвитку галузі (загальний внесок туризму у ВВП) з дією окремих зацікавлених сторін.

Визначені першочергові напрями стратегічного розвитку туризму – це суб'єктивна сукупність потенційно можливих підсистемних важелів, метою яких є управління системою заходів ключових стейкхолдерів галузі. Взаємодія усіх стимулюючих важелів формує можливості підвищення ефективності реалізації стратегії розвитку туризму країни в двох напрямках: удосконалення інфраструктурного забезпечення туристичної діяльності та активізація туристичних процесів у сільських територіях України.

Таким чином, в результаті проведеного дослідження в межах розробленої моделі стратегічного аналізу сільського туризму на базі стейкхолдерсько-цільового підходу дає змогу визначити ключових стейкхолдерів аграрного туризму у вигляді дрібних та середніх сільськогосподарських підприємств, населення, селищних органів місцевого самоврядування, сільських зелених садиб. Визначено, що істотною перешкодою активного розвитку агротуризму в Україні є відсутність інститутів, покликаних забезпечити нормативно-правову, інформаційно-консультативну і фінансово-економічну базу цього виду послуг. Надзвичайно важливим є вирішення питання кадрового забезпечення для аграрної туристично-рекреаційної діяльності.

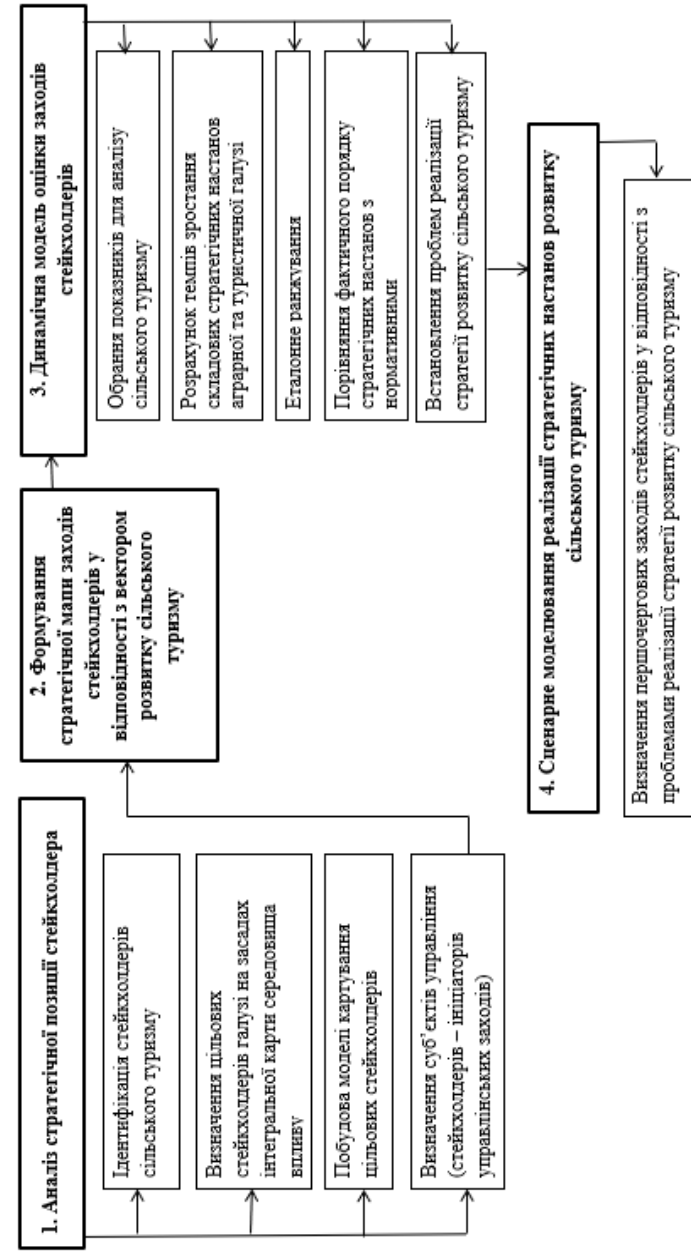


Рис. 1. Концептуальна модель стратегічного аналізу сільського туризму на базі стейкхолдерсько-цільового підходу
Джерело: розроблено та складено авторами з використанням [1]

Джерело: розроблено та складено авторами з використанням [1]

Список використаних джерел

1. Грибова Д.В. Розвиток туристичного бізнесу в Україні: теорія, методологія, практика : монографія. Мелітополь. Люкс 2020. 415 с.
2. Офіційний сайт асоціації німецьких фермерів (DBV) URL: <https://www.bauernverband.de/situationsbericht-19/3-agrarstruktur>
3. Сайт Федерального міністерства продовольства і сільського господарства Федеративної Республіки Німеччина (BMEL) URL: <https://www.bmel-kooperationsprogramm.de>

ІННОВАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ СФЕРИ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ

Драчук Юрій

drachuk.yuriy@gmail.com

Луганський національний університет
імені Тараса Шевченка

Снітко Єлизавета

esnitko@gmail.com

Україна, м. Старобільськ

***Анотація.** Визначено роль сільського зеленого туризму як інноваційного диверсифікованого напрямку розвитку агробізнесу. Обґрунтовано перспективи розвитку підприємництва у сфері зеленого туризму.*

***Abstract.** The role of rural green tourism as an innovative diversified direction of agribusiness development is determined. Prospects for the development of entrepreneurship in the field of green tourism are substantiated.*

Згідно з ЗАКОНОМ УКРАЇНИ (Проект Закону України від 04.03.2021 № 5206) «Про сільський та сільський зелений туризм», Стаття 3, «Туристичними ресурсами України в сфері сільського та сільського зеленого туризму є унікальні природні, соціально-побутові, культурологічні, етнографічні, історичні та інші особливості сільських територій України і пропонувані, або такі, що можуть пропонуватися, туристичні пропозиції суб'єктів туристичної діяльності, що здійснюють роботу в цій сфері на основі використання об'єктів державної, комунальної чи приватної власності», де «сільський зелений туризм приймається (Стаття 1), як відпочинковий вид сільського туризму, пов'язаний з перебуванням туристів у власному житловому будинку сільського господаря, окремому (гостьовому) будинку або на території особистого селянського (фермерського) господарства». При чому туристична діяльність з сільського туризму пов'язана з використанням туристичних ресурсів місцевості відповідно до вимог Закону України «Про сільський та сільський зелений туризм» та інших актів законодавства України. Зелений туризм в Україні, з аналітичних повідомлень, користується все більшою популярністю, особливо коли нинішній туристичний сезон стикається з поширенням коронавірусної інфекції у світі, що не йде на спад. І зелений туризм – один із варіантів відпочинку за межі квартири, де у зв'язку з COVID-19 цікавіше відпочивати в невеликих садибах в екологічно чистій місцевості, приймаючи цей варіант відпочинку як самоізоляцію на природі. Перевагами зеленого туризму є повернення до першоджерел: краси сільських пейзажів, близькості річок, озер, лісів, гір, відсутності стресів та метушні, здорового харчуванням, що зміцнює людину духовно, і фізично. До одного із найпопулярніших і найрозвиненіших напрямів для зеленого туризму в Україні, як відзначається в аналітичному огляді, відноситься Карпатський регіон. Але в нинішньому році цей регіон виявляється найбільш несприятливим через високу захворюваність там

на COVID-19, та ще дощову погоду та повені. Тож українцям належить відкривати для себе інші регіони, з новими маршрутами і садибами для зеленого туризму.

Метою роботи є визначення ролі сільського зеленого туризму як інноваційного диверсифікованого напрямку розвитку агробізнесу, обґрунтування перспектив розвитку підприємництва у сфері зеленого туризму.

Проблеми туризму, особливо сільського (зеленого) туризму знаходять відображення в численних вітчизняних і зарубіжних наукових розробках та дослідженнях. Так, як зазначається в роботі Мазура С. А. і Прилуцького А. М. [1], «сільський туризм з'єднує широкий спектр різних видів туризму, заснованих на використанні природних, історичних та інших особливостей ресурсів сільської місцевості, і розвивається швидкими темпами. У США і країнах Західної Європи сільський туризм в останні двадцять років став самостійною високоприбутковою галуззю туристичної індустрії, де за оцінками СОТ, сільський туризм ввійшов до п'ятірки основних стратегічних напрямів розвитку туризму в світі». Автор зазначає пріоритетність розвитку сільського зеленого туризму в усіх регіонах України, що зумовлено: стимулюванням малого підприємництва, важливого аспекту для оздоровлення економіки аграрних районів країни; пошуком альтернативних та ефективних стимулів для раціонального використання у туристичних цілях регіонів України з малоосвоєним рекреаційним потенціалом; створенням та розвитком агорекреаційного сервісу в регіонах для вирішення напружених соціальних проблем, зокрема, масового безробіття, зарубіжного заробітчанства, складного соціального клімату; збереженням етнокультурної самобутності історичних місць нашої держави, що виступають ексклюзивною, міжнародно-туристичною, конкурентною перевагою та дозволяють Україні бути серед основних осередків розвитку сільського туризму в Європі.

Поняття зеленого туризму підкреслено в роботі Печенюк А.П. [2], де сільський туризм «своєю суттю має включати розуміння цього виду діяльності як екологічної складової та способу надання туристичної послуги. Для цього територія чи окрема садиба має відповідати всім вимогам екологічних стандартів, що підтверджується відповідним сертифікатом, який можна отримати шляхом проведення екологічного аудиту території чи окремої сільської садиби. В цьому випадку в господарській практиці може існувати два поняття: «сільський туризм» та «сільський зелений туризм», які, по суті, близькі, але мають суттєву відмінність, яка проявлятиметься у наявності екологічного висновку чи сертифікату. Далі автором цієї роботи «сільський зелений туризм запропоновано трактувати як соціально-економічну діяльність сільських мешканців, яка відповідає вимогам екологічних стандартів, спрямована на сталий розвиток сільських територій з метою забезпечення добробуту громадян та досягнення внаслідок отриманої туристичної послуги морально-психологічних цілей споживачів». Поняття сільського туризму з Європейського досвіду наведено в роботі Швець Ю.О. [3], де автором

підкреслено, «що сільський туризм – нове явище, історія розвитку як виду такого почалася в Західній Європі в 60-х і 70-х рр. минулого століття. Основним завданням такого виду туризму було збереження сільських поселень через відродження ремесел і підвищення підприємницької активності. На території Європейського Союзу сільський туризм отримав широкий розвиток і є одним з найбільш привабливих видів відпочинку. Однак фермери в менш розвинених країнах ЄС використовують туризм як інструмент диверсифікації агробізнесу, а не як основне джерело доходу. За сучасних умов розвитку для України характерною є наявність ряду проблем, таких як, зокрема, загострення соціально-економічного становища; погіршення політичної обстановки; зниження рівня добробуту населення; неефективність чинного законодавства. Наявність цих проблем обумовлює погіршення діяльності підприємств, занепад виробництва та сільської місцевості, адже населення залишає дану територію в пошуках більш перспективних територій з метою підвищення добробуту. Зелений туризм переслідує головну мету – сформуванню новий туристичний продукт, який виходить за рамки традиційного уявлення про туристичну пропозицію і який би враховував природне середовище, історико-культурну специфіку регіонів, а також давав змогу істотно урізноманітнити традиційні пропозиції, що буде становити найбільший інтерес з точки зору залучення досить вимогливих іноземних туристів». Автором роботи зазначено – світова практика свідчить про важливу роль туризму, заснованого на використанні елементів історії народного життя, як з точки зору отримання доходу, так і з точки зору забезпечення умов для відтворення природного життєздатного історичного середовища. Тому природний, культурний і народно-етнографічний аспекти покладені в основу розвитку зеленого туризму.

Стратегію розвитку туризму розглянуто в ряді робіт дослідників [4], де йдеться про можливості соціального підприємництва в розвитку зеленого туризму в промисловому регіоні, досвіду соціального підприємництва у створенні конкурентних переваг в туризмі, про чинники розвитку туристичних підприємств на засадах соціального підприємництва. На світовому ринку вирішальне значення матиме стратегія розвитку туризму, заснована на активному кооперуванні партнерів з громадського та приватного секторів. Тому цілком стратегічно вірно розглядати можливості розвитку галузі зеленого(сільського) туризму України на засадах соціального підприємництва. Проблема соціального підприємництва в галузі туризму загострена в світовому масштабі, адже сьогодні більшість громадян розвинених країн живе в містах, села порожніють, занепадають, а здоров'я городян залишає бажати кращого, так само, як і їх пізнання про те, як живе сучасне село.

В Україні з зеленим сільським туризмом свої складності: реалізація законодавства, недостатність інфраструктури, соціально-економічний спад. Але сільський туризм може розраховувати на увагу публіки: сільська тема в модному тренді, про що наочно свідчать зростання популярності фермерських продуктів та проектів (телепроект «Міняю жінку»,

«Селянка та панянка», торгові бренди «3 села...», «Все своє» та інші). Дані дослідження свідчать, що вплив соціального підприємництва нейтралізує відсутність реалізації сприятливої політики з боку держави та сприяє розвитку зеленого туризму.

Якщо говорити про економічні наслідки, то соціальне підприємство підвищує сукупну економічну ефективність, так як вводить в економічний оборот ресурси, які раніше в такій якості не використовувалися. Це стосується не використовуваних матеріальних і людських ресурсів, яких дуже багато зараз на сучасному українському селі: надлишок сільськогосподарського виробництва, соціально виключені групи (жінки-домогосподарки, інваліди на селі), солідарність та довіра людей, коли вони об'єднані спільною метою та інше. Згідно з даними проведеного аналізу наявності і розвитку зеленого туризму на селі в різних регіонах України можна стверджувати, що конкурентоздатний туристичний продукт в галузі зеленого туризму наша держава має, але на даний час більше на засадах соціального підприємництва в організації та розвитку зелених (сільських) об'єктів туризму.

В Україні є ексклюзивний туристичний продукт, а за допомогою стратегій соціального підприємництва він може стати конкурентоспроможним у світовому масштабі. Можливо це і є той вагомий чинник розвитку туристичного потенціалу зеленого туризму промислового регіону. Надія на те, що утворення й розвиток нового типу кластера туризму та соціального підприємництва в Україні посилить існуючі конкурентні переваги цієї галузі економіки та кластера в цілому, згенерує нові бізнес-можливості.

З метою активізації підприємництва у сфері сільського зеленого туризму, як свідчить з роботи Жибак М.М., Христенко Г.М. [5], необхідна тісна співпраця сільського населення, громадських організацій, органів державної влади та місцевого самоврядування. Розвиток сільського зеленого туризму й досі немає законодавчого закріплення, проте у Законі України «Про особисте селянське господарство» зазначено, що сільський зелений туризм – це специфічний різновид господарської діяльності у формі сільської гостинності, що являє собою надання послуг із забезпечення відпочинку міських жителів у приватних господарствах у сільській місцевості. Завданням туристичного підприємства на селі є не лише надання відповідних послуг, але й пошук ефективних шляхів підвищення рівня зайнятості сільського населення, його добробуту. Розвиток сільського зеленого туризму сприятиме вирішенню соціально-економічних проблем сільських територій, активізації сільських громад та особистих домашніх господарств, використовуючи наявний капітал і перетворюючи його в ефективний фактор виробництва.

Тенденції світового розвитку потребують, як підкреслено в наукових дослідженнях, інноваційних аспектів, нового людського капіталу, ефективного державного управління, що відповідало б потребам усього суспільства. Для інноваційного розвитку сільських територій та підвищення їх конкурентоспроможності на сучасній технологічній основі потрібний пошук нових підходів до організації всієї системи соціально-економічних

відносин на селі. А багатофункціональний розвиток села – це важлива складова нарощування його інноваційного потенціалу, це умови для максимальної реалізації синергетичних ефектів у функціонуванні економіки сільських територій. І як свідчить практика європейських країн, інноваційною формою диверсифікації агробізнесу, яка може забезпечити сталий розвиток аграрної сфери та національної економіки, є сільський зелений туризм.

До одного із шляхів подолання негативної тенденції розвитку сільських територій відноситься правове забезпечення інноваційного розвитку сільського зеленого туризму. Це також є найбільш раціональним та простим шляхом створення робочих місць на селі. Наряду із інноваціями важливе значення у побудові конкурентоспроможного сільського зеленого туризму відіграють інвестиції, що полягають у приватному та державному фінансуванні усієї туристичної інфраструктури. Безумовним чинником вдалого розвитку сільського зеленого туризму поряд з відповідним правовим регулюванням та залученням у зазначену діяльність інновації виступає реклама та інформаційні видання, які дозволять сільському зеленому туризму стати потужним чинником відродження сільських територій.

Сільський зелений туризм є одним із пріоритетних напрямів ефективного розвитку об'єднаних територіальних громад, інноваційною формою підприємництва, спрямованого на підвищення зайнятості і доходів сільського населення, створення соціально-економічного середовища на селі на засадах ринкових відносин. Розвиток сільського зеленого туризму сприятиме вирішенню соціально-економічних проблем сільських територій, зростанню рівня добробуту населення, що забезпечить підвищення інвестиційної привабливості українського села.

Список використаних джерел

1. Мазур С. А., Прилуцький А. М. Сільський туризм як перспективний напрям розвитку внутрішнього туризму. *Ефективна економіка*. 2018. № 2. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6122> (дата звернення: 07.09.2021).
2. Печенюк А.П. Формування стратегії розвитку сільського зеленого туризму : дис. ... канд. екон. наук. Подільський державний аграрно-техніч. університет. Кам'янець-Подільський, 2018. 225 с.
3. Швець Ю.А. Проблемы и перспективы организации и развития зеленого туризма в Украине с учетом вроейского опыта. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія Економічні науки*. Випуск 22. Частина 1. 2017. С. 36–39.
4. Драчук Ю.З., Дульцева І. І. З досвіду соціального підприємництва у створенні конкурентних переваг в туризмі The International Multidisciplinary Congress "KNOWLEDGE IS POWER, POWER IS KNOWLEDGE !" 27 July, 2015. Vienna (Austria). С. 100–107.
5. Жибак М.М., Христенко Г.М. Сільський зелений туризм як інноваційна форма підприємництва. *Агросвіт*. № 3. С. 3–8.

РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ: КРОК ДО ЕКОНОМІЧНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ

Дугієнко Наталя,

Дугієнко Олександр

dugienkonata@ukr.net

Запорізький національний університет

(м. Запоріжжя, Україна)

Анотація. Розкрито, що туризм відіграє інтегруючу роль у забезпеченні позитивної динаміки кількісних і якісних параметрів розвитку світової економіки, інших секторів та видів економічної діяльності. Акцентовано, що хоча, Україна і має сприятливі умови для розвитку економіки за рахунок туризму, вона значно відстає від провідних держав світу за рівнем розвитку та якістю туристичних послуг.

Abstract. It is revealed that tourism plays an integrative role in ensuring the positive dynamics of quantitative and qualitative parameters of the world economy, other sectors and types of economic activity. It was emphasized that as Ukraine has favourable conditions for economic development through tourism, it lags far behind the world's leading countries in terms of development and quality of tourism services.

Розвиток туристичної галузі для багатьох країн є одним із провідних завдань, оскільки туристична індустрія посідає вагоме місце в економіці країни та суттєво впливає на світове господарство. Туризм має значний потенціал зростання, розвиває національні економіки та економіки інтеграційних об'єднань, сприяє формуванню іміджу країни, посилює позитивні тенденції в економічному, політичному та соціально-культурному житті людей завдяки найбільш масовій формі людського спілкування. Крім того, зростання туризму має позитивний вплив на рівень зайнятості населення, на споживчий попит та рівень валютних надходжень. Туризм відіграє інтегруючу роль у забезпеченні позитивної динаміки кількісних і якісних параметрів розвитку світової економіки, інших секторів та видів економічної діяльності (транспорту, торгівлі, виробництва сувенірів тощо), а також у формуванні мультиплікаторів покращання основних макроекономічних показників [1].

Останнім часом в індустрії туризму відбуваються суттєві зміни, зокрема, диверсифікація послуг та розвиток туризму на нових територіях сприяють посиленню конкуренції в цій галузі. Варто зазначити, що основним чинником у прискореному розвитку туризму є інтеграційні процеси, що орієнтовані на удосконалення туристичної інфраструктури, збереження природно-рекреаційних ресурсів, створення ефективної системи обслуговування туристичних потоків, розробку інтегрованих туристичних продуктів. Це спонукає уряди різних країн враховувати сучасні фактори і тенденції при вдосконаленні напрямів регулювання туристичної діяльності, розробці стратегій розвитку, які б сприяли активному розвитку даної галузі, створенню конкурентоспроможного туристичного продукту та допомагають зайняти вагоме місце на міжнародному ринку туристичних послуг.

На жаль, туристична галузь в Україні поки ще не досягла високого рівня розвитку. Хоча вітчизняний туризм, як відзначають фахівці, може щорічно поповнювати державний і місцеві бюджети мінімум на 10 млрд дол. [2]. Але крім значної частки щорічних бюджетних надходжень, туризм має потенційний ефект для суміжних сфер. Варто також зауважити, що розвиток туристичної галузі підвищує рівень зайнятості через створення великої кількості робочих місць серед постачальників прямих послуг (таких як: готель, ресторани, туристичні агенції, туроператори, екскурсоводи та екскурсії) та серед постачальників непрямих послуг, стимулює розвиток елементів інфраструктури, збільшує валютні надходження та інвестиції, сприяє диверсифікації економіки через створення галузей, що обслуговують індустрію туризму, забезпечує зростання доходів населення та підвищення рівня добробуту нації, активізує діяльність народних промислів і розвиток культури [3].

Проте, хоча Україна і має сприятливі умови (природно-кліматичні фактори, історико-культурний потенціал, людські та матеріальні ресурси) для розвитку економіки за рахунок туризму, вона значно відстає від провідних держав світу за рівнем розвитку та якістю туристичних послуг. Проблема модернізації туристичного потенціалу регіонів України полягає в його неефективній реалізації. Фахівці акцентують увагу на тому, що негативними факторами для ведення туристичного бізнесу у нашій країні є: інфляція, корупція, політична нестабільність, високі податкові ставки, складність податкового законодавства, ускладнений доступ до фінансів, регулювання валютного ринку, недостатня освіченість працівників, погана етика робочої сили, недостатня здатність до інновацій, обмежувальне регулювання ринку праці, невідповідна якість інфраструктури, злочинність та крадіжки, низька якість охорони здоров'я.

Подолання вказаних негативних тенденцій та створення сприятливих умов для розвитку сфери туризму мають стати пріоритетними напрямками прискорення соціально-економічного зростання країни. Крім того, туризм та економічна інтеграція є взаємопов'язаними та взаємодоповнюючими явищами, через те, що туризм включає в себе об'єднуючий комунікаційний потенціал, виступає засобом інтеграції та взаємодії народів і культур. Безперечно, такі міжособистісні зв'язки між громадянами України та жителями інших країн зроблять свій посильний внесок у інтеграцію нашої країни у світовий економічний і гуманітарний простір.

Список використаних джерел

1. Босовська М.В. Інтеграційні процеси в туризмі : монографія. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. 832 с.
2. Алексєєва Т. І. Міжнародний туризм як чинник європейської інтеграції України: сьогодні та майбутнє. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. Випуск 29, 2020. С. 7–11.
3. Леоненко Н.А. Механізми державного регулювання туристичної сфери України : дис. ... д. держ.упр. : 25.00.02; Національний університет цивільного захисту України. Харків, 2021. 406 с.

АНАЛІЗ КРЕДИТНИХ ПРОДУКТІВ ДЛЯ ФІНАНСУВАННЯ ПОТРЕБ СЕЛЯНСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ

Засова Сергій
zasobasn@gmail.com
АБ «Південний»
(м. Запоріжжя, Україна)

Кушнір Світлана
SKushnir7@gmail.com
Запорізький національний університет
(м. Запоріжжя, Україна)

Анотація. Активний розвиток сільського туризму неможливий без впровадження програм фінансування потреб. Банківське фінансування являється найбільш прозорим та доречним. Селянське господарство сьогодні має перелік банківських пропозицій, та також має визначити найбільш привабливу з економічної точки зору.

Abstract. Active development of rural tourism is impossible without the introduction of needs' funding programmes. Bank financing is the most transparent and appropriate one. Today, the peasant economy has a list of bank offers, and also has to determine the most attractive one from the economic point of view.

Останніми роками українська економіка тримається здебільшого за рахунок агропромислового комплексу країни. Але все більшого розвитку набуває сільський туризм. Селянські господарства потребують коштів для фінансування поточної діяльності, для впровадження інновацій, розбудови необхідної інфраструктури. Але, незважаючи на наявність значної кількості фінансових інструментів на ринку України, селянські господарства потрапили у пастку обмеженого доступу до кредитних ресурсів. Оскільки законодавство не вимагає оформлення юридичної особи, такі господарства досить часто функціонують максимум у вигляді зареєстрованого підприємця.

Сільський туризм може стати важливою ланкою у формуванні економіки України, оскільки має безпосередній вплив на рівень життя населення, направлений на збереження та популяризацію традицій Українців, не потребує суттєвих вкладень в порівнянні з іншими галузями. У зв'язку з цим вирішення інвестиційних проблем є запорукою успішності функціонування сільського туризму не тільки сьогодні, а й на перспективу. Неврегульованість системи державного та інших видів фінансування, відсутність ефективного та обґрунтованого кредитного механізму для таких господарств – це проблеми, які потребують невідкладного вирішення.

Розглянемо можливості фінансування селянських господарств у сфері сільського туризму Акціонерним банком «Південний».

Банк «Південний» приймає пакети документів для оформлення кредитів без застави (готівкою або кредитний ліміт на платіжну картку) на споживчі потреби, а також кредитів під заставу на купівлю нерухомості,

інші споживчі цілі. Банк має декілька кредитних програм, завдяки яким можуть бути профінансовані такі проекти, а також систему бонусів до такого фінансування.

Найпростіший варіант – кредитна карта «Мрійка» у вигляді відновленої кредитної лінії з кредитним лімітом – від 1 тис. грн до 100 тис. грн (від 1 тис. грн до 500 тис. грн – для програми «Кредитна картка – Premium»), з пільговим періодом до 55 днів для безготівкових розрахунків картою всього за 0,01 % річних, щомісячний обов'язковий мінімальний платіж – 7 %, преміальна картка з чипом та технологією безконтактної оплати, з мінімальним пакетом документів для оформлення.

Позичальник має право в будь-який час повністю або частково достроково повернути споживчий кредит, у тому числі шляхом збільшення суми періодичних платежів, без будь-якої додаткової плати, пов'язаної з достроковим поверненням. Позичальник у разі дострокового повернення споживчого кредиту сплачує кредитором процентів за користування кредитом та вартість усіх послуг, пов'язаних з обслуговуванням та погашенням кредиту, за період фактичного користування кредитом.

Позичальник має право протягом 14 (Чотирнадцяти) календарних днів з дня укладення Кредитного договору відмовитися від Кредитного договору без пояснення причин на підставі письмової заяви у порядку, передбаченому ст. 15 Закону України «Про споживче кредитування». При цьому Позичальник не має права відмовитися від Кредитного договору у разі, якщо на момент відмови Позичальника від Кредитного договору відбулося придбання робіт (послуг), що передбачені умовами Кредитного договору.

Необхідні для оформлення документи:

- паспорт громадянина України;
- ідентифікаційний номер платника податків;
- свідоцтво про шлюб/розлучення (за наявності).

Додатково для окремих категорій:

- довідка з місця роботи про отримані доходи (виплачену заробітну плату) за останні 3–6 місяців зі щомісячною розбивкою – для співробітників організацій, у разі відсутності зарахувань заробітної плати на поточний рахунок в банку «Південний»;
- пенсійне посвідчення – для пенсіонерів.

Строк користування таким кредитом від 1 до 12 місяців із можливістю автоматичного подовження, єдиний негативний момент – досить висока процентна ставка – 39,99 % річних (36 % річних – для програми «Кредитна картка – Premium»).

Наступний вид кредиту – «Кредит готівкою», оформити можна без забезпечення строком від 12 до 60 місяців під 20 % річних можна, навіть оформивши заявку онлайн. Сума кредитування може становити від 1 тис. грн до 500 тис. грн., крім доволі високої процентної ставки також є щомісячна комісія – 2,5 % сплачується з 2го місяця. Пакет документів стандартний.

Більш цікавий «Кредит на споживчі потреби під заставу нерухомості» строком кредитування до 7 років, з можливістю отримання кредиту без початкового внеску та встановлення індивідуального графіку погашення, на суму до 50 % ринкової вартості іпотеки, встановленої після проведення оцінки, процентна ставка змінювана з 11 % або 12,5 % річних у 1ий рік в залежності від категорії позичальника, з 2го року – UIRD12M(UAH) + 5 %, одноразова комісія банку 1 % від суми кредиту. Також для отримання цього кредиту обов'язковими умовами є оцінка для застави, страхування життя та здоров'я позичальника, а також страхування іпотеки в акредитованих банком компаніях, а також договір іпотеки укладається нотаріально.

Вік позичальника – від 21 року. Максимальний вік позичальника на момент повного повернення кредиту – 65 років. Крім стандартного переліку документів також надаються документи на заставу.

В разі якщо селянське господарство оформлено як малий або мікробізнес, можна скористатися послугами для фінансування малого бізнесу. Серед них кредитування поточної діяльності в режимі відновлюваної кредитної лінії, з фіксованим лімітом та з можливістю мультивалютності, строком кредитування до 36 місяців, під заставу. Процентна ставка визначається індивідуально, період ведення господарської діяльності позичальника має бути не менше 12 місяців, з наявністю власних або орендованих основних засобів та персоналу для здійснення основної діяльності. В цьому випадку позичальник надає суттєвий пакет документів

Та найкращою можливістю отримати фінансування є програма «Доступні кредити 5–7–9%», яка передбачає спрощення доступу підприємств малого та середнього бізнесу до банківського кредитування, а саме – можливість отримувати кредити за зниженою процентною ставкою (за допомогою державної компенсації процентної ставки до рівня 0 %, 3 %, 5 %, 7 % і 9 % річних за кредитами в національній валюті).

Згідно умов програми отримати кредит може суб'єкт малого підприємництва, у тому числі мікропідприємництва, річний дохід якого від діяльності не перевищує суму, еквівалентну 20 млн. євро, визначену за офіційним валютним курсом, установленим Національним банком, що діяв на останній день звітного періоду. Строк кредитування до 3 років – на фінансування оборотного капіталу, до 5 років – для інвестиційних кредитів.

Компенсаційна процентна ставка (ставка для клієнта) залежить від цілі фінансування, обсягу річного доходу від провадження господарської діяльності та кількості створених робочих місць.

Процентна ставка встановлюється:

- 5 % річних – якщо виручка до 50 000 000 грн і створюються мінімум два нових робочих місця протягом одного кварталу;
- 7 % річних – для бізнесу з виручкою до 50 000 000 грн;
- 9 % річних – для бізнесу з виручкою від 50 000 000 грн, але не більше еквівалента 20 000 000 євро.

Аналіз кредитних пропозицій АБ «Південний» показав, що на сьогоднішній день найцікавішою пропозицією є кредитування за програмою «Доступні кредити 5–7–9%», але позичальник має бути як мінімум мікропідприємцем та відповідати переліку вимог програми. В разі якщо позичальник є фізичною особою позичальник може оформити кредит, але відсоткові ставки мають високий рівень, та не дають можливостей вільно користуватися фінансуванням.

Список використаних джерел

1. Офіційний сайт АБ «Південний». URL: <https://bank.com.ua/finansirovanie>
2. Державна програма «Доступні кредити 5–7–9%». URL: <https://5-7-9.gov.ua/>

СІЛЬСЬКИЙ ЗЕЛЕНИЙ ТУРИЗМ ЯК ФОРМА КРАЄЗНАВЧОГО ВИХОВАННЯ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ

Зубехіна Тетяна

tatius88@gmail.com

Академія рекреаційних технологій і права

(м. Луцьк, Україна)

Анотація. У статті охарактеризовано можливості та перспективи розвитку сільського зеленого туризму, адже він є важливим чинником стабільного збільшення надходжень до бюджету громад та сприяє розвитку багатьом галузям економіки. Проаналізовано поняття «сільський туризм» та основні види сільського зеленого туризму; форми проведення краєзнавчої роботи зі студентською молоддю.

Abstract. The article describes the opportunities and prospects for the development of rural green tourism, as it is an important factor in the steady increase in community budget revenues and contributes to the development of many sectors of the economy. The concept of "rural tourism" and the main types of rural green tourism are analyzed; forms of local lore work with student youth.

Українські села мають надзвичайно багату історико-культурну спадщину, самотній побут, архітектуру та даровані природою мальовничі ландшафти, а також лікувально-рекреаційні ресурси. Багаті села індивідуальним житловим фондом та добрими і працьовитими людьми. Водночас гострою проблемою багатьох сіл є зростаючий надлишок робочої сили, який змушує їх їхати закордон на заробітки. Враховуючи відсутність капіталовкладень на створення нових робочих місць у сільській місцевості України, на загальнодержавному рівні більше уваги варто приділяти сільському туризму, який давно практикується в Україні. Найбільше це стосується сіл, що розташовані на берегах річок, озер, морів та в гірській місцевості.

Сільський туризм виступає важливим чинником стабільного збільшення надходжень до бюджету, активізації розвитку економіки, зокрема, транспорту, торгівлі, зв'язку, будівництва, сільського господарства тощо. Сільський відпочинок в Україні за рахунок збереження етнографічної самотності повинен стати національним багатством та вагомою складовою фінансового розвитку села.

По-перше, він дасть поштовх для відродження й розвитку традиційної культури: народної архітектури, мистецтва, а найбільше для промислів – усього, що складає місцевий колорит, і що, поряд із природно-рекреаційними чинниками, є не менш привабливим та необхідним для відпочиваючих. По-друге, через сільський відпочинок мешканці міст з масовою культурою матимуть можливість поринути у справжні українські традиції та фольклор. По-третє, етнокультура села репрезентує Україну світові й привабить також іноземних туристів. Тому як передумову успішного розвитку відпочинку в сільських районах треба розглядати

формування ідеології відродження й розвитку всього спектра традиційної культури, починаючи від форм господарських занять до надбань духовної сфери, що діятимуть як сприятливі чинники для індивідуального відпочинку в етнографічних районах України.

У сучасній науково-методичній літературі подається широкий класифікаційний спектр різних видів туризму: активний і пасивний, історичний, культурно-етнічний, пізнавальний, екологічний, розважальний, рекреаційний, бізнесовий, освітній, конгресний, релігійний, паломницький, екстремальний тощо.

Сучасні тенденції розвитку туризму показують, що спостерігається заміщення масового туристичного інтересу від пасивних відпочинкових поїздок до змістовніших, пізнавальніших подорожей. На зміну морю мандрівники активно обирають пейзажі, традиції, дозвілля. Відтак, туристична мода піднімає на пік масової популярності подорожі у сільську місцевість, де міського туриста скрізь оточує екзотика: аграрні й сільські пейзажі, колорит, традиційний селянський побут, свійські тварини, екологічно чисті продукти тощо.

Головною рушійною силою бурхливого розвитку сільського зеленого туризму є швидкоплинний попит на рекреацію на природі, що визначається збільшенням невідповідності середовища проживання сучасної людини її фізіологічним і психологічним потребам. Збільшення попиту на сільський відпочинок зростає внаслідок зменшення тривалості робочого часу, збільшення кількості платних відпусток, зростання рівня освіти, розвитку транспортної мережі – залізничної, автомобільної, повітряної та морського транспорту [1].

Найбільшими перешкодами на шляху розвитку туризму в сільській місцевості традиційно вважалися транспортна віддаленість осередків відпочинку та їх невідповідність запитам сучасного туриста. Однак, на початку XXI ст. більшість сільських регіонів їх успішно пододала. Зусиллями регіональних й місцевих органів влади було оновлено комунікаційну інфраструктуру; масове розповсюдження приватних автомобілів нині дає змогу відвідувачам без складнощів досягати бажаних регіонів, навіть тих, що знаходяться на великій відстані від початкових пунктів мандрівки; стимулювання розвитку рекреаційних форм малого підприємництва в сільській місцевості «осучаснило» нічліжну базу й наблизило стандарти сільської гостинності до загальноприйнятих «міських» стандартів готельного сервісу [3].

Експерти Всесвітньої туристичної організації погоджуються на думці, що сільський зелений туризм – складна багатоаспектна діяльність, що включає в себе пішохідні прогулянки, гірські походи та альпінізм, кінні прогулянки, спортивні та оздоровчі подорожі, полювання й рибальство, а також інші, менш спеціалізовані форми туризму [2].

В. Косенко виділяє такі види сільського зеленого туризму:

- короткотерміновий, у період вихідних днів. Найчастіше він має сезонний характер: рибальство, збирання грибів, полювання, лижі, сані, а також маршрутний – заповідними місцями регіону (різні види пересування);
- відпочинковий (на період відпусток). Його термін може змінюватися в межах 20–40 днів;

СУЧАСНІ ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ СФЕРИ РЕКРЕАЦІЙНИХ ПОСЛУГ В СИСТЕМІ ПОСТІНДУСТРІАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Ільдінєєва Вікторія

mailto:vika.ildineeva1@gmail.com

Таврійський державний агротехнологічний університет
імені Дмитра Моторного
(м. Мелітополь, Україна)

Анотація. Розглянуто особливості розвитку рекреаційної галузі України в умовах постіндустріальної економічної моделі. Висвітлено основні тенденції функціонування національного рекреаційного бізнесу з урахуванням трансформації майнових та трудових відносин. Обумовлено необхідність врахування впливу інституційної складової на характер розвитку регіонального туризму. Охарактеризовано інституційну природу зеленого туризму як специфічної форми туристичної діяльності.

Abstract. Peculiarities of development of the recreational branch of Ukraine in the conditions of post-industrial economic model are considered. The main trends in the functioning of the national recreational business, taking into account the transformation of property and labour relations are illustrated. There is a need to take into account the impact of the institutional component on the nature of regional tourism. The institutional nature of green tourism as a specific form of tourist activity is characterized.

Сучасний етап розвитку національної рекреаційної галузі характеризується цілою низкою особливостей, обумовлених впливом комплексу глобальних, загальнонаціональних та регіональних факторів, що мають соціально-економічну природу. Слід зазначити, що відбувається поступова адаптація сфери туристичних послуг України до стандартів, принципів та норм постіндустріальної економічної моделі, яка є основою для галузевих напрямків та видів діяльності розвинених країн світу.

Щодо національної рекреаційної галузі, треба відмітити, що відповідні процеси вплинули на характер її функціонування наступним чином.

1. Зросла значущість інформаційних ресурсів як засобу виробництва. В умовах постіндустріальної економіки інформація перетворюється на важливий фактор економічного розвитку. Набувають особливої значущості продукти інтелектуальної праці, які не відносяться до техніко-технологічного процесу матеріального виробництва. Відбувається зміна майнової сутності інформаційного капіталу, набувають поширення різні форми інформаційної продукції (бренди, слогани, рекламні технології), що швидко змінюються та копіювання яких не може принести бажаної вигоди. Швидкість процесу створення, обробки знань стає основою ефективного розвитку.

2. Відбулися суттєві зміни в характері трудових відносин. Інформаційна економіка висуває нові вимоги до організації праці, а також до осіб, які зайняті у відповідних видах діяльності. Набувають поширення

– сезонний відпочинок. Він може бути сімейним, колективним чи окремих осіб (художники, краєзнавці, археологи);

– відпочинок іноземців, зокрема діаспори – на предмет поглиблення знання мови, вивчення історичної і культурної спадщини краю [3].

Проаналізувавши спеціалізовану літературу, можна сказати, що основними формами туристської роботи зі студентською молоддю є: заняття в туристичних гуртках, походи, подорожі, туристські злети, квести і змагання. Походи можуть бути одно-, двох- і триденними, тобто вихідного дня.

Багатоденні походи-подорожі, зазвичай проводяться в межах вивчення змістового модулю «Сільський туризм» навчальних дисциплін «Спеціалізований туризм», «Екологічний та сільський туризм» чи в канікулярний час. Походи і подорожі бувають на території рідного краю чи виходити за його межі, проходити по інших областях і регіонах сусідніх країн.

Подорожі, що носять спортивний характер, підрозділяються на п'ять категорій складності. Їхня складність визначається довжиною маршруту, кількістю і характером перешкод, а також іншими факторами, характерними для даного виду туризму. В процесі краєзнавчого виховання студентів, використовується перша категорія складності туристичного маршруту.

Регулярні туристичні походи є ефективним заміном фізичної праці, пробуджують в людини радість до життя, загартовують і підвищують життєдіяльність організму студента.

Таким чином, під час своїх мандрівок і походів, студенти знайомляться з місцевістю та її людьми, їх життям, знайомляться з національною культурою. Вони розширюють і поглиблюють знання в галузі біології, геології, географії, астрономії, сільського і лісового господарства, історії культури і мистецтва. Туризм сприяє вивченню історії та краєзнавства, формуванню світогляду та активного захисту навколишнього середовища. Туристична діяльність згуртовує та вчить приймати колективні рішення тактовності, уважному відношенні один до одного, коли власні інтереси не можна ставити вище інтересів колективу. Це все дає великі можливості для інтенсивного виховання в дусі колективізму і для формування таких цінних рис характеру, як впевненість в собі, здатність прийти на допомогу.

Список використаних джерел

1. Горішевський П. В. Сільський зелений туризм: організація гостинності на селі : підручник / П. В. Горішевський, В. П. Васильєв, Ю. В. Зінько. Івано-Франківськ : Місто-Н, 2003. 158 с.

2. Зінько Ю. В. Шанси і загрози розвитку сільського туризму в Україні / Ю. В. Зінько. *Відпочинок у сільській місцевості в Україні в XXI столітті: проблеми та перспективи* : матеріали конференції. Переяслав-Хмельницький, 2000. С. 34–36.

3. Косенко В. М. Трансформація організаційної структури функціонування сільського зеленого туризму / В. М. Косенко. *Відпочинок в сільській місцевості в Україні в XXI столітті: проблеми та перспективи* : матеріали конференції. Переяслав-Хмельницький, 2000. С. 30–32.

дистанційні форми зайнятості, які передбачають більш вільний графік, стимулюється креативний, творчий підхід до вирішення поставлених завдань. Для туристичного бізнесу це спостерігається у розробці широкого кола туристичних маршрутів, створення нових туристичних продуктів, формування серед потенційних споживачів нових рекреаційних потреб тощо. До виконавців висуваються вимоги щодо обов'язкової здатності до самоосвіти на безперервних постійних засадах, враховуючи трансформації соціально-економічного середовища та результати постійного моніторингу галузевого інформаційного простору.

Однією з важливих рис постіндустріальної економіки є зміна керівництва економічною діяльністю. По-перше, виникають тимчасові робочі групи для вирішення того чи іншого питання, при чому вони створюють самостійно без управлінського наказу. Після досягнення своєї мети група само ліквідується, а її керівництво здійснюється фахівцями самостійно. По-друге, відбувається поступовий перехід реальної влади над майновими об'єктами, прав прийняття управлінських рішень від власників бізнесових структур до фахівців, компетенція яких дозволяє їм швидко та ефективно вирішувати ті чи інші організаційні питання. Представники інституційного напрямку економічної думки охарактеризували цей феномен як «техноструктура».

3. Постає питання організації виробничо-господарської діяльності на засадах соціальної відповідальності на сталого розвитку. За сучасних умов функціонування будь-якої підприємницької одиниці вже не може обмежуватися виключно питаннями виробництва продукції та її подальшої реалізації. Запорукою успішного функціонування стає (в більшій або меншій мірі) інтеграція у вирішення нагальних проблем місцевих громад. В даному випадку мова йде не тільки про економічні аспекти, а торкається питання соціальної стабільності, екології тощо.

Відповідні питання торкаються сфери рекреаційних послуг в повній мірі з декількох причин. По-перше, в основі туристичного бізнесу (у переважній більшості випадків) знаходиться рекреаційний об'єкт, рівень ефективності використання властивостей якого обумовлює характер попиту з боку споживачів. Це, в свою чергу передбачає обов'язковість дотримання відповідних норм природокористування з боку туристичної фірми, а також контроль за станом відповідного рекреаційного об'єкту. По-друге, необхідною умовою функціонування туристичної галузі в межах населених пунктів (пляжний туризм, зелений туризм тощо) є наявність соціального миру та злагоди в системі відповідної громади. Більше того, задля забезпечення комфортного перебування клієнтів, фірма має формувати серед переважної більшості місцевого населення позитивної думки щодо них, створювати умови для взаємовигідної співпраці. Дана практика отримала назву «трипатризм» та означає встановлення взаємовигідних соціально відповідальних відносин між представниками бізнесу, владними інститутами та місцевими громадами.

4. Виникли об'єктивні умови для прискорення процесу інституціоналізації регіонального туризму. В умовах інформаційної економіки

туристичний бізнес остаточно сформувався як потужна глобальна індустрія, функціонування якої здійснює значний вплив на зайнятість населення розвинених країн. В Україні регіональний туризм проходить фазу активного становлення, оскільки в різних територіях його історичний генезис відбувався по-різному. Водночас слід зазначити, що за сучасних умов суттєво зросла значущість зеленого туризму як фактору сприяння соціально-економічного розвитку місцевих громад (особливо, в сільській місцевості). Його розглядають як засіб стримування процесів депопуляції, підвищення рівня добробуту місцевого населення, форму залучення інвестиційних коштів (в т. ч. в рамках іноземних грантових проектів).

Таким чином, ми можемо констатувати, що вітчизняна сфера рекреаційних послуг на сучасному етапі свого становлення активно адаптується до вимог постіндустріальної економіки. Для неї характерно підвищення ролі інформаційної складової в системі господарських відносин, а також необхідність до представників бізнес-середовища функціонувати на засадах соціальної відповідальності.

Список використаних джерел

1. Кальченко С.В., Єременко Д.В. Напрями розвитку кадрового забезпечення туристичного бізнесу як складова регіональної економічної безпеки. *Збірник наукових праць ТДАТУ (економічні науки)*. 2020. № 1 (41). С. 78–83.
2. Кальченко С.В., Карпенко А.В., Попова Т.В., Карпенко Н.М. Інституційна синергія : навчальний посібник. Запоріжжя : ФОП Мокшанов В.В. 2020. 320 с.
3. Кальченко С.В., Попова Т.В. Інституційна природа соціально-економічних аспектів функціонування сільського зеленого туризму. *Збірник наукових праць ТДАТУ імені Дмитра Моторного (економічні науки)*. 2021. № 1 (43). С. 140–175.

ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД ОРГАНІЗАЦІЇ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ У ФОРМІ ГЛЕМПІНГУ

Ільченко Діана
11diana1198@gmail.com,

Кондратенко Анатолій
anakondr129@gmail.com,

Кушнір Вадим
vadimzack777@gmail.com
Запорізький національний університет
(м. Запоріжжя, Україна)

Анотація. Визначено поняття терміну глемпінг та його походження. Проаналізовано європейський досвід організації сільського туризму у формі глемпінгу.

Abstract. The concept of the term glamping and its origin is defined. The European experience of organizing rural tourism in the form of glamping is analyzed.

Багатьом здається, що поняття «кемпінг» та «комфорт» абсолютно несумісні. Але з'явився новий формат відпочинку, який поєднує в собі вилазки на природу з усіма вигодами перебування в готелі. Саме слово "glamping" утворилось від слів "glamorous" та "camping" – тобто гламурний кемпінг. У 2016 році його внесли в Оксфордський словник.

Перші глемпінги почали з'являтися на музичних фестивалях у Великобританії 15 років тому. Відвідувачі хотіли насолодитися атмосферою заходу повною мірою, але наметове містечко не було достатньо комфортним. Тож організатори знайшли, як розв'язати це питання: встановили просторі намети з ліжками та електрикою.

Пізніше ідею комфортних подорожей підхопили й інші масові заходи та самостійні мандрівники здебільшого у США, Великобританії та Австралії.

Глемпінг – це люксовий відпочинок на природі у будиночках зі зручними ліжками замість наметів та спальних мішків, та комфортною ванною кімнатою. Такий стиль подорожей підходить для тих, хто прагне єднання з природою, але не хоче проводити відпустку в незручних умовах.

Глемпінг стає ідеальною альтернативою стандартним готелям, адже тут можна повною мірою насолодитися тишею та свіжим повітрям далеко від цивілізації, не обмежуючи себе у комфорті.

Крім цього, глемпінги пропагують дбайливе ставлення до природи: використовують екологічні матеріали та піклуються про навколишню екосистему [1].

Розглянемо досвід європейських країн в сфері сільського та креативного туризму.

У самому центрі Тоскани, недалеко від Сієни та Пієнці, богемські намети для кемпінгу з захоплюючими краєвидами пропонують романтичний та розслаблюючий відпочинок для всіх у готелі Lazy Olive

Glamping. Під час перебування гості можуть користуватися басейном та городом.

У готелі Lazy Olive Glamping є загалом 10 шикарних циганських наметів із власною ванною кімнатою серед оливкових дерев та виноградників. Ви можете прогулятися біля органічного городу та насолодитися купанням у приватному басейні під час перебування. Неповдалі знаходяться гірські міста та середньовічні села, старовинні монастирі, мальовничі ландшафти, виноградники та оливкові гаї. Можна відчути вишукану італійську культуру, проводячи ранок з Лучано, мисливцем за трюфелями в готелі та його собакою Уго. Місце славиться рідкісними білими трюфелями.

У готелі також пропонують дегустацію вин, де ви можете відвідати підвали кількох провідних виробників Брунелло. Або ви можете провести розслаблюючий день у гарячих басейнах Святого Джованні, а потім замовити масаж. Ці гарячі басейни також працюють вночі.

Якщо ви хочете дослідити красу Сієни, ви потрапили в ідеальне місце [2].

У Forest Days (Каталонія, Іспанія) є все, що робить ніч під полотном особливою. Forest Days доклали багато зусиль, щоб забезпечити надзвичайно зручні ліжка, затишні та просторі намети, і у вас є все необхідне з моменту прибуття, щоб просто розпочати відпочивати.

Кожен з чотирьох майданчиків був ретельно розміщений у лісі, щоб у туристів був власний приватний простір, де можна розслабитися та насолодитися своїм прекрасним оточенням. Є власна приватна еко-ванна, що знаходиться на невеликій відстані від намету. Щоранку сніданок доставляється прямо до дверей намету. Таким чином, клієнти не мають потреби бачити когось іншого.

Всього за годину їзди від Лісабона, в зачарованому лісі з сосен та евкаліпта розташований Bukubaki Eco Surf Resort (Пеніше, Португалія). Будинки на деревах та намети можуть похвалитися достатньою кількістю світла, щоб створити чарівну атмосферу, не ховаючи зірок на прекрасному нічному небі. Звук вітру, шум океану та запах соснової смоли, змішані з солоним присмаком морського повітря, охоплюють табір. У пермакультурному саду, де виробляється більшість інгредієнтів для ресторану, є суміш італійської та португальської кухонь.

Курорт пропонує такі види відпочинку: серфінгу, скейтбордингу, катання на гірських велосипедах, походів у захоплюючий дух Пеніше, що славиться своїми вітрами та хвилями, вздовж Альмагрейри, який вирізняється своїм унікальним ландшафтом зі скелями, що тягнуться через пляж, Букубакі з радістю зустрічає своїх гостей у своєму екологічному готелі побудованому з використанням природних матеріалів та електроенергії, виробленої з відновлюваних джерел енергії.

Раніше кемпінг Aldeia da Praia (Лісабон, Португалія) служив дитячим табором – Antiga Colónia de Férias dos Comboios de Portugal. Побудований в 1940-х роках, щоб прийняти дітей працівників залізниці на канікули, сьогодні це місце є унікальним кемпінгом із відомим місцевим пивом,

вантажівкою для піци, винним магазином з дегустацією вин з місцевих виноградників регіону Коларес та бару. Крім того, ви знайдете кафе, магазин пляжної моди, великий дитячий майданчик, майданчик для пляжного волейболу та супермаркет, де можна придбати місцеві продукти. Aldeia da Praia прагне поєднати місцеву культуру та архітектуру з перлинами регіональних товарів (вино, мед, фрукти та овочі) та заходами, які пропонує регіон Сінтра, з одним з найкращих пляжів для серфінгу та бодібордінгу безпосередньо перед вашим наметом.

Курортний готель для кемпінгів і глемпінгу чудово розташований у районі Прая-дас-Масас, безпосередньо біля атлантичного узбережжя Сінтри.

Відкритий у 2018 році, готель Gastro Glamping Resort Fešta (Далматія, Хорватія) є досвідом симбіозу глемпінгу, морського туризму та найкращої гастрономії. Курорт для глемпінгу Фешта – це місце, де зупиняються будні, де природа чиста і не порушена. Острів, доступний лише морем. Їх політика спрямована на забезпечення максимального задоволення відвідувачів завдяки високоякісній домашній їжі, морським делікатесам та якісному обслуговуванню. П'ять розкішних наметів, кожен із патіо з видом на море, розташовані між 350-річними оливковими деревами.

Canonici Di San Marco (Венеція, Італія) – це ексклюзивний курорт, де увага до деталей створює приємне відчуття, яке змушує мандрівника почуватися як вдома. Місце для глемпінгу пропонує гостинність у розкішних наметах, розміщених на території ферми сімнадцятого століття, що простягається між Венеціанською лагуною та річкою Brenta, де знатні венеціанські сім'ї проводили літо. Ці унікально італійські лоджі для глемпінгу обставлені розкішним, вишуканим, але нетрадиційним стилем.

У чарівному сільському ландшафті, який його оточує, з місцевих дерев та оливкових садів, досвід глемпінгу в Canonici Di San Marco дозволяє відчувати себе серед природи, не відмовляючись від комфорту. Ідеальна база для відвідування сусідніх міст, таких як Венеція, Тревизо, Падуя та Верона, або пляжні курорти, такі як знамениті Венеціанські Лідо, Езоло, Каорле, Соттомаріна, курорт пропонує дегустацію вин, гастрономію, спорт тощо [3].

Таким чином глемпінг є дуже популярним напрямком розвитку сільського туризму в країнах ЄС. В Україні є всі умови до розвитку різнопланового глемпінгу, тому місцевим підприємцям варто звернути свою увагу на цей вид туризму при започаткуванні власного туристичного бізнесу.

Список використаних джерел

1. Що таке «глемпінг»? Розповідаємо про новий тренд у подорожах. *Сайт Deinde*. URL: <https://deinde.com.ua/blog/shho-take-glemping-rozpovidayemo-pro-novij-trend-u-podorozhah/> (дата звернення: 14.09.2021).
2. Найкращі місця для глемпінгу в Європі. *Сайт Save a train*. URL: <https://www.saveatrain.com/blog/uk/best-glamping-places-europe/amp> (дата звернення: 14.09.2021).
3. Glamping in Europe. *Site of Glamping.com*. URL: <https://www.glamping.com/destinations/europe/?type=tents&experience=> (дата звернення: 14.09.2021).

НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В СИСТЕМІ МІСЦЕВИХ ГРОМАД

Кальченко Сергій
prxizl136@gmail.com

Кривцун Євген

Таврійський державний агротехнологічний університет
імені Дмитра Моторного
(м. Мелітополь, Україна)

Анотація. Досліджено особливості сучасного розвитку селянських господарств як важливої складової сталого розвитку місцевих громад. Доведено важливість розвитку сільського зеленого туризму як альтернативної форми самозайнятості сільського населення. Обґрунтовано необхідність створення широкого спектру моделей ведення рекреаційної діяльності на базі сімейних форм господарювання.

Abstract. The peculiarities of the modern development of peasant farms as an important component of the sustainable development of local communities are studied. The importance of the development of rural green tourism as an alternative form of self-employment of the rural population is proved. The necessity of creating a wide range of models of recreational activities based on family forms of management is substantiated.

Аналізуючи наукові дослідження, присвячені проблематиці функціонування селянських господарств, треба відмітити, що дана тема не втратила своєї актуальності. При цьому слід зазначити, що, на відміну від минулих років, напрями та форми мікроекономічної активності на селі вже не обмежуються аграрною сферою. Зокрема, в якості однієї з альтернатив для самореалізації суб'єктів підприємницької діяльності в даному регіоні розглядається рекреаційний бізнес, зокрема агротуризм, етнотуризм тощо. При цьому фахівцями визнається необхідність забезпечення консолідації суб'єктів малого аграрного виробництва як важливої складової забезпечення їхнього ефективного функціонування. Зазначені ідеї знаходять своє відображення у відповідних ініціативах, що реалізуються на загальнодержавному та регіональному рівнях.

В рамках Стратегії регіонального розвитку Запорізької області передбачається розробка регіональної програми стимулювання кооперативного руху, підвищення рівня обізнаності щодо створення та забезпечення ефективної діяльності сільськогосподарських кооперативів. Зазначається важлива роль створення спеціалізованих комунікаційних мереж, проведення семінарів, бізнес-тренінгів тощо. При цьому відмічається важливість залучення до співробітників сільськогосподарських підприємств, представників фермерської спільноти, селянства. Наголошується на необхідності стимулювання розвитку інфраструктурного забезпечення діяльності малого та середнього бізнесу, самозайнятості населення [5].

Проте аналіз змістовної складової наведених рекомендацій свідчить про це, що їх розробники є недостатньо обізнаними з реаліями сьогодення, які мають місце в даній сфері. По-перше, згідно чинного законодавства фермерські господарства мають бути селянськими, оскільки мають базуватися на праці своїх членів, а не найманих працівників. По-друге, говорити про «підвищення кваліфікаційних знань про сільськогосподарську кооперацію» можливо в тому випадку, якщо якісь базові знання існують. За сучасних умов відповідні навчальні курси практично не викладаються в системі вищої школи, а проведення спеціалізованих семінарів-тренінгів за відсутності базових знань, на нашу думку, є недоцільним.

Таким чином, можна констатувати декілька аспектів даного питання. По-перше, це визнання необхідності стимулювання підприємницької активності малого бізнесу як одного з магістральних напрямків національної економічної політики, як на рівні держави, так і на рівні місцевих громад. По-друге, наголошується на важливості диверсифікації економічної діяльності відповідних суб'єктів господарювання, розширення діапазону їхньої економічної активності. Разом із цим треба зазначити, що дотепер основною формою самореалізації сільського населення є саме аграрний сектор економіки.

Водночас слід відмітити, що практична реалізація заходів щодо стимулювання підприємницької активності в системі селянських господарств, збільшення чисельності відповідних юридичних осіб та ін. здійснюється досить повільно, а заплановані показники щодо досягнення проектних результатів не досягаються. Значною мірою це обумовлено тим фактом, що селянські господарства не відповідають критеріям класичної фірми (наймана робоча сила, максимізація прибутку як мотиваційний фактор тощо). Більше того, вони мають специфічні властивості, що допомагають ефективно пристосовуватися до змін ринкового середовища.

Як бачимо, селянські господарства являють собою важливу складову в системі національного аграрного виробництва, а також суттєвий фактор впливу на соціально-економічні процеси в системі сільських територій. Водночас для них характерна диференціація за декількома ознаками, в т.ч. за рівнем товарності виробленої продукції. Наявність значної кількості натуральних селянських господарств негативно позначається не тільки на стані вітчизняної аграрної галузі, а й незадовільним чином впливає на рівень добробуту сільського населення, уповільнює їхню соціальну активність та загальний процес інституціоналізації. В даному аспекті набуває особливої значущості розробка організаційних шляхів оптимізації діяльності даної групи аграріїв.

Напрямок сільського туризму, на нашу думку, є одним з найбільш перспективною формою альтернативної самореалізації осіб, які проживають в даній місцевості, є підприємницько активними, виявляють бажання до ведення економічної діяльності на сімейно-трудовах засадах та з різних причин не мають можливості (бажання) займатися сільськогосподарським виробництвом. Також треба відмітити, що даний

напрямок надання рекреаційних послуг дозволяє залучати існуючі майнові об'єкти в якості житлових та господарських споруд із відносно незначним переобладнанням та переплануванням.

Разом із цим слід зазначити, що темпи розвитку сільського туризму в масштабах України в цілому та Запорізького регіону зокрема є досить повільними, а кількість нових рекреаційних об'єктів (зелених садиб) збільшується незначно. Однією з проблем забезпечення ефективного функціонування сільського туризму є, на нашу думку, відсутність належного інформаційного забезпечення. З метою вирішення даного питання пропонується комплекс наступних заходів:

- формування єдиної електронної бази суб'єктів зеленого туризму на рівні регіону;
- створення постійно функціонуючої системи взаємодії між представниками галузевого бізнес-середовища, державних інститутів та наукової спільноти на засадах взаємовигідного співробітництва;
- розробка науково обґрунтованих моделей організації рекреаційної діяльності для сільських територій на базі окремого господарства та міжгосподарських об'єднань;
- моніторинг спектру професійних компетенцій, теоретичних знань та практичних навичок, необхідних для надання рекреаційних послуг в сфері сільського туризму.

Список використаних джерел

1. Кальченко С.В. Блоггерство як напрям анімаційної діяльності. *Збірник наукових праць ТДАТУ імені Дмитра Моторного (економічні науки)*. 2019. № 2 (40). С. 87–92.
2. Кальченко С.В. Рекреалогія та рекреаційні комплекси світу : монографія / С.В. Кальченко, Н.В. Трусова, В.С. Демко, Т.В. Попова, Г.Г. Тараненко. 2021. 264 с.
3. Кальченко С.В., Єременко Д.В. Напрями розвитку кадрового забезпечення туристичного бізнесу як складова економічної безпеки. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки)*. 2020. № 1(41). С. 78–84 (80).
4. Кальченко С.В., Попова Т.В. Інституційна природа соціально-економічних аспектів функціонування сільського зеленого туризму. *Збірник наукових праць ТДАТУ імені Дмитра Моторного (економічні науки)*. 2021. № 1 (43). С. 140–175.
5. Стратегія регіонального розвитку Запорізької області до 2027 року. URL: https://www.zoda.gov.ua/files/WP_Article_File/original/000130/130216.pdf.

ПІДПРИЄМНИЦЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ В СФЕРІ ТУРИЗМУ ЯК ФОРМА САМОЗАЙНЯТОСТІ СІЛЬСЬКОЇ МОЛОДІ

Король Олена

elenakorol65@gmail.com
викладач Запорізького вищого
професійного училища «Моторобудівник»
(м. Запоріжжя, Україна)

Сітнікова Ганна

ann.sit.02@gmail.com
Запорізький національний університет
(м. Запоріжжя, Україна)

Анотація. Розкрито європейських досвід підтримки молодіжного підприємництва як форми самозайнятості сільської молоді в сфері зеленого туризму. Проаналізовано тенденції безробіття сільської молоді України та її бажання щодо відкриття власного бізнесу. Сільський туризм на основі аграрної та креативних видів діяльності може стати чинником розвитку сільського молодіжного підприємництва.

Abstract. The European experience of supporting youth entrepreneurship as a form of rural youth employment in the field of green tourism is revealed. The rural youth of unemployment trends in Ukraine and their desire to start their own business are analyzed. Rural tourism based on agricultural and creative activities can be a factor in the development of rural youth entrepreneurship.

В умовах економічної кризи, спричиненою пандемією, та наявністю зростаючого рівня безробіття серед сільської молоді, уряди країн розглядають можливості його зниження шляхом підтримки молодіжного підприємництва. Важливим в даному контексті є регулювання, як зможе підтримувати, а не перешкоджати молодим підприємцям. Неабиякий досвід у сфері стимулювання молодіжного підприємництва у сільській місцевості має Європейський Союз.

Спочатку розглянемо сутність поняття «занятість». Зайнятість як соціально-економічна категорія передбачає «певну сукупність соціально-трудова відносин між людьми з приводу забезпечення працездатного населення робочими місцями; формування, розподілу і перерозподілу трудових ресурсів з метою участі в суспільно-корисній праці і забезпечення розширеного відтворення робочої сили» [1].

Молодіжна робота та неформальне навчання відіграють важливу роль у розвитку творчого та інноваційного потенціалу сільської молоді, включаючи підприємницькі навички. Молодіжна політика та програми на рівні ЄС та на національному рівні підтримують, що підтверджується документами [2]:

а) Резолюція Ради ЄС з питань молодіжної стратегії щодо оновлених рамок європейської співпраці у молодіжній галузі (2010–2018 рр.);

б) Висновки Ради щодо сприяння молодіжному підприємництву для сприяння соціальної інтеграції молоді (2014 р.);

в) Звіт експертної групи з питань розвитку творчого та інноваційного потенціалу молоді за допомогою неформального навчання способами, які відповідають питанням працевлаштування (2014 р.);

г) Програма «Еразмус +» (2014–2020 рр.).

Національна політика підтримки молодіжної зайнятості шляхом розвитку підприємництва та самозайнятості реалізується на основі трьох напрямів підтримки (рис. 1).

Європейський Союз через Європу 2020 та його флагманські ініціативи «Нові навички та робочі місця», «Цифровий порядок денний для Європи», «Інноваційний союз», «Молодь на ходу» сприяє підприємництву, сприяючи підприємницьким мисленням та суміжним знанням, навичкам та компетенціям, які можуть підвищити конкурентоспроможність та зростання, які будуть розумними, стійкими та інклюзивними [3]. Як свідчить досвід Європи у вирішенні цього питання, важливими інструментами підвищення зайнятості є фінансові програми, освітні проекти, професійні тренінги, інформаційно-роз'яснювальна робота, молодіжне підприємництво та ін. На сьогодні в умовах пандемії європейські інституції модернізують власні підходи, додатково виділяють фінансові кошти, здійснюють активну інформаційно-роз'яснювальну та освітню кампанію задля підвищення зайнятості молоді.



Рис. 1. Напрями підтримки молодіжного підприємництва та самозайнятості в ЄС

Джерело: [2]

Аналіз європейського досвіду розвитку молодіжного підприємництва свідчить, що вирішення проблеми сільської молоді може базуватися на трьох аспектах: 1) сприяння підприємницькій діяльності, мисленню та культурі серед молоді; 2) надання інформації, консультацій, коучингу та наставництва молодим потенційним підприємцям; 3) усунення логістичних бар'єрів та полегшення доступу до кредитів.

Для України питання молодіжного безробіття та зайнятості є надзвичайно важливим, особливо в сільській місцевості [4]. На основі даних Державної служби статистики, які подано в таблиці 1, можемо стверджувати, що частка безробітного населення у віці 15–24 роки та 25–29 років є найвищою серед інших вікових груп, особливо в сільській місцевості. Також варто звернути увагу, що на відміну від ЄС, в Україні молодіжне безробіття серед жінок є нижчим, чим серед молодих чоловіків.

Таблиця 1

Безробіття населення у 2019 році, у % до робочої сили певного віку

Показник	Усе населення віком 15 років і старше	Жінки	Чоловіки	Міська місцевість	Сільська місцевість
Безробіття населення, у % до робочої сили відповідного віку	8,2	7,9	8,5	8,0	8,6
за віковими групами					
15–24 роки	15,4	15,3	15,5	15,1	15,9
25–29 років	8,4	7,8	8,8	8,0	9,1
30–34 роки	7,3	6,3	8,1	6,8	8,6
35–39 років	7,5	8,0	7,0	7,3	8,2
40–49 років	8,4	8,6	8,2	8,7	7,6
50–59 років	8,0	7,2	8,8	7,7	8,5
60–70 років	0,1	0,1	0,2	0,2	–
71 рік і старше	–	–	–	–	–

Джерело: [5]

У 2020 році частка безробітних у віці 15–24 р. становила 18,3% до робочої сили відповідного віку, у віці 25–29 років – 8,7%, у віці 30–34 роки – 7,9%.

За даними опитування «Молодь України» у 2017 році, майже третина опитаної молоді (31,9%) на питання анкети «Чи хотіли б Ви особисто стати підприємцем, відкрити власний бізнес?» має таке бажання, а 10,4% респондентів наголосили на тому, що бажають відкрити свій бізнес найближчим часом (табл. 2).

Важливо зазначити, що на сьогодні в Україні вже діє кількасот обласних і місцевих молодіжних центрів і просторів, утворених на базі закладів освіти, культури, фізичної культури і спорту, різної форми власності та підпорядкування. Вони діють у багатьох обласних центрах України та утворюються в маленьких містах і селах. Проте у сільській місцевості у можливості щодо розвитку підприємництва.

Вважаємо, що сільський туризм на основі аграрної та креативних видів діяльності може стати чинником розвитку сільського молодіжного підприємництва. Саме на поєднання таких видів діяльності можна спрямувати сучасну молодь та зацікавити її у реалізації власних бізнес-моделей сільського креативного туризму. Все це сприятиме диверсифікації сільської економіки та збільшення зайнятості [7–8].

Таблиця 2

Розподіл відповідей на запитання «Чи хотіли б Ви особисто стати підприємцем, відкрити власний бізнес?» (серед усіх респондентів/-ок, N=2000), %

Я вже підприємець/-иця	3,3
Так, хочу відкрити свій бізнес найближчим часом	10,4
Так, хочу, але поки не вирішив/-ла коли	31,9
Ні, я вже був/була підприємцем/-єю, але закрив/-ла свій бізнес	1,5
Взагалі не хочу ставати підприємцем/-єю	25,6
Важко відповісти	26,2

Джерело: складено автором за [6]

На основі вищезазначеного, вважаємо, що необхідним є формування інституційного механізму підвищення зайнятості молоді в сільській місцевості на основі досвіду ЄС. Такий підхід передбачає об'єднання різних суб'єктів: органи державної та місцевої влади, молодіжні центри, молодіжні бізнес-організації, підприємців, освітні центри, бізнес, неурядові, некомерційні та громадські організації. Саме участь різних зацікавлених сторін дозволить отримати синергетичний ефект та стимулювати розвиток молодіжного підприємництва у сільській місцевості.

Список використаних джерел

1. Економіка праці та соціально-трудові відносини : навч.-метод. посібник / за заг. ред. проф. Качана Є. П. Тернопіль : ТДЕУ, 2006. 373 с. URL: http://library.tneu.edu.ua/files/EVD/econ_praci_i_soc_vidnosyn.pdf
2. Eurofound. Youth entrepreneurship in Europe: Values, attitudes, policies. 2015. Publications Office of the European Union, Luxembourg.
3. Conclusions on promoting youth entrepreneurship to foster social inclusion of young people. Council of the European Union. Education, youth, culture and sport. Council meeting Brussels, 20 May 2014.
4. Дубич К. В. Сучасні світові тенденції та українські реалії молодіжного безробіття. *Вісник НАДУ при Президентіві України (Серія «Державне управління»)*. 2017. № 3. С. 87–94.
5. Безробіття населення (за методологією МОП) за статтю, типом місцевості та віковими групами. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення 10.10.2020).
6. Молодь України – 2017. Результати соціологічного дослідження. Тернопіль : ТОВ «Терно-граф», 2017. 72 с. URL: <https://dismp.gov.ua/molod-ukrainy-2017-rezultaty-reprezentatyvnoho-sotsiologichnoho-doslidzhennia/>
7. Венгерська Н. С., Прушківська Е. В., Савенко О. О. Інноваційні форми молодіжного підприємництва: європейський та український досвід. *Глобалізація напрямів формування промислового потенціалу в умовах постіндустріальних трансформацій* : збірник матеріалів VI Всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю. Київ : КПІ, 2020.
8. Венгерська Н. С., Прушківська Е. В., Земляной А. Проблема NEET-молоді в країнах Європейського Союзу. *Економіка, облік, фінанси, менеджмент і право в Україні та світі* : збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції Полтава : ЦФЕНД, 2020. С. 21–23.

ОГЛЯД СУЧАСНОГО СТАНУ ТА ПЕРСПЕКТИВ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

Краснодєд Тетяна

tl.krasnoded@gmail.com

Таврійський державний агротехнологічний університет
імені Дмитра Моторного
(м. Мелітополь, Україна)

Анотація. Туристична індустрія та соціально-культурний сервіс сьогодні розвиваються швидко та успішно по всьому світу. В статті здійснено огляд останніх досліджень в галузі світової туристичної сфери, в тому числі освітлення пропонованих теоретиками та практиками шляхів розвитку вітчизняної туристичної індустрії. Подано результати дослідження декількох туристичних аспектів туристської галузі України.

Abstract. The tourism industry and socio-cultural services are now successfully and rapidly developing worldwide. The article reviews current research in global tourism and the ways to develop the domestic tourism industry. The results of research in several aspects of the tourist sector of Ukraine are presented.

Туризм та туристична індустрія України на сучасному етапі розвивається помірними темпами. В більшості випадків змінні тенденції показників туристичної діяльності всіх суб'єктів вітчизняного ринку туристських послуг носять позитивний характер. Водночас існує ряд об'єктивних проблем та питань, що потребують ґрунтовного дослідження у зв'язку з наявними бар'єрами до подорожей та з метою формування ефективної стратегії участі України на світовій туристській арені на правах конкурентоспроможної туристичної дестинації. Тому аналіз проблемних питань і теоретико-практичних аспектів функціонування туристичної індустрії України в контексті покращення її туристичного майбутнього до рівня європейських країн є актуальним та своєчасним.

Україна – дуже приваблива країна з туристичної точки зору. Це пояснюється наявністю на її туристичних дестинаціях різноманітних туристичних ресурсів – природно-рекреаційних, історико-культурних та соціально-економічних. Туристична дестинація являє собою певну географічну територію в межах країни чи регіону, що характеризується особливим набором туристичних ресурсів.

Туристична індустрія в Україні на сучасному етапі характеризується розвитком відповідних подій та зростанням більшості показників.

Отже, в 2019 році в Україні функціонувало 4664 суб'єкта туристичної діяльності. До цієї цифри входять як юридичні, так і фізичні особи. Це туристичні агенти, туроператори, суб'єкти, що здійснюють екскурсійну діяльність та інші суб'єкти, що забезпечують функціонування соціально-культурного сервісу та туризму в країні. Зазначений показник на 34,4 % більше, ніж в 2017 році та майже на 9,0 %, ніж в попередньому 2018. З усіх суб'єктів туристичного бізнесу основну частину займають

турагенти – 83,7 %. Частка туроператорів практично в 7 разів менше. Це пояснюється тим, що до них відносяться лише юридичні особи. Щодо тенденції зміни їх кількості протягом 2017–2019 рр., то тут також можна відмітити щорічне зростання.

Витрати суб'єктів туристичної діяльності на послуги сторонніх організацій, що використовуються при виробництві туристичного продукту в 2019 році становили 32404332,1 тис. грн. Це на 76,2 % більше, ніж в 2017 році та на 42,4 % порівняно з попереднім 2018 роком.

Аналогічна тенденція спостерігалася з кількістю реалізованих туристичних путівок туроператорами і турагентами. Зростання за 2017–2019 рр. склало 113,2 %. При цьому вартість їх також відповідно зростала. Кількість туроднів за реалізованими туристичними путівками зросла більше, ніж в 1,5 рази. Слід зазначити, що за аналізований період темпи зростання кількості реалізованих туристичних продуктів не надто відрізняються від темпів зростання їх вартості. Це говорить про лояльну цінову політику вітчизняних туроператорів по відношенню до споживачів туристських послуг.

Щорічне зростання вказаних показників говорить про невинне зростання кількості туристів протягом аналізованого періоду, які обслуговувалися туроператорами та турагентами (без екскурсантів). Так, за два роки воно склало 220,5 %, що у натуральному виразі – становить 6187869 осіб.

У відповідності до такого зростання туристів в Україні останнім часом виникає потреба у нарощуванні кількості колективних засобів їх розміщування та харчування. Щорічне зростання кількості таких та інших інфраструктурних об'єктів відбувалося помірними темпами. Наприклад, кількість колективних засобів розміщування туристів за 2017–2019 рр. зросла на 29,6 % і в 2019 році їх в Україні було вже 5335 од. Основна частина з них – це готелі та аналогічні засоби розміщення (59,3 %), інше – це різноманітні оздоровчі заклади, табори праці та відпочинку, громадські засоби транспорту, конгрес-центри, облаштовані житлові місця для відпочинку, площадки для кемпінгу тощо (40,7 %). Кількість туристів, що припадає на один колективний засіб розміщення в 2019 році становила 1686 осіб, що в 2,5 рази більше, ніж в 2017 році. Тому і кількість місць у колективних засобах розміщення туристів збільшується. За неофіційними даними таке положення можна в повній мірі віднести і до індивідуальних закладів розміщення туристів. Наприклад, це житло, яке орендується туристами у приватних осіб чи агентств, у сімейних будинках або житло, що надається безкоштовно родичам чи знайомим, власне житло в іншому місті, країні.

Переважну частину споживачів туристичного продукту, обслугованих туроператорами та турагентами, складають туристи, що мандрують з метою, відпочинку та гарного проведення дозвілля. Їх питома вага в загальній кількості туристів перевищує 90 %. І це цілком логічно з огляду на той факт, що туризм по своїй сутності передбачає наявність у людини вільного часу, проведеного в мандрах із задоволенням, отримуючи

фізичну користь та цікаві туристські враження. На відміну від відпочивально-розважального туризму інші цільові види туризму, як правило, викликані об'єктивною необхідністю у людини до поїздки, тому не носять масовий характер. Це лікувальний, діловий, навчальний, спеціалізований туризм та інші. Саме тому їх масова доля у загальній кількості туристів набагато менше. Наприклад, питома вага ділового туризму трохи більше 5 %, а спортивного – не перевищує і 1 %. Водночас слід зазначити, що за останні три роки кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами України, по кожному напрямку туризму зросла. Так, загальне зростання кількості туристів з 2017 по 2019 рік на 118,5 % відбулося за рахунок збільшення кількості туристів відпочивально-розважального напрямку на 128,9 %, службового і навчального на 37,4 %, спортивного на 48,3 %, спеціалізовано аж на 778 %, а також зменшення кількості туристів з метою лікувальної поїздки на 16,9 %. Як видно, величезне зростання кількості туристів за три аналізовані роки відбулося по спеціалізованому напрямку туризму (екологічний, сільський, кулінарний, винний, фестивальний, військовий, спелеотуризм тощо). Проте значного впливу на загальний показник зростання по країні це не здійснило, оскільки питома вага спеціалізованого туризму у всій кількості туристів становить всього 0,19 %. Інша річ – вплив відпочивально-розважального туризму. Ймовірно в контексті саме його зростання відбулося і значне збільшення кількості подорожуючих дітей – в 2,7 рази за останні три роки.

За 2012–2019 рр. серед загальної кількості туристів, що обслуговувались туроператорами і турагентами України, основну питому вагу займають виїзні туристи – 82,0 %. Найменша частина – в'їзні туристи (2,9 %). На внутрішніх туристів припадає відповідно 15,1 %. Ситуація з виїзним туризмом пояснюється декількома причинами. По-перше, більшість українців потребують туристських вражень, не пов'язаних з наявними туристичними ресурсами України. Певна частина достатньо добре вже ознайоmlена з вітчизняними туристичними дестинаціями країни або зацікавлена мандрями та новими, екзотичними відчуттями. Водночас, цінова політика та політика якості розвинутих туристичних курортів інших країн має оптимальніше, ніж в Україні, співвідношення «ціна-якість». Слід також відмітити, що часто рівень вітчизняного соціально-культурного сервісу не влаштовує українців з високим або вище середнього рівнем доходу. За більшості цих причин і багато іноземців не бажають відвідувати українські курорти та знакові історичні пам'ятки. Крім того, економіко-політичні події 2014 року та відповідні кризові тенденції в межах країни значним чином вплинули на показник в'їзного та інших видів туризму. Далі, незважаючи на зазначені диспропорції в структурі загальної кількості туристів, тенденція до її зростання має чітко позначений характер, за деяким виключенням. Тобто, молода індустрія туризму в Україні динамічно розвивається, але не такими швидкими темпами, як на деяких туристичних азіатських та європейських територіях.

На думку автора, наведена статистична інформація не зовсім відображує реальної картини та має ймовірність відхилення за рахунок

показника внутрішнього туризму. Це можна пояснити тим, що даний вид туризму здійснюється в межах країни її громадянами і переміщення туристів (наприклад власним автотранспортом до сусіднього курортного містечка чи в контексті ділового туризму маршрутним транспортним засобом) не фіксуються державними органами, на відміну від в'їзного та виїзного видів туризму. Але мандрівники при цьому продовжують вважатися туристами. Тобто, реальна кількість внутрішніх туристів та загальна їх кількість в Україні ймовірно більше, особливо сьогодні, в умовах всесвітньої пандемії вірусного захворювання COVID-19, коли багато кордонів до зарубіжних країн періодично зачиняються.

Тенденція щодо кількості туристів, які не обслуговувались туроператорами та турагентами України, за 2012–2017 рр. має аналогічний характер – зростання кількості виїзжаючих туристів (на 23,3 %) та зменшення в'їзних іноземних відвідувачів (на 38,2 %).

Слід зазначити, що найбільш всього за аналізований період громадяни України відвідували такі країни як Польща, Росія, Угорщина, Молдова, Білорусь, Туреччина, Румунія, Словаччина, Єгипет, Німеччина, Італія, Об'єднані Арабські Емірати та Ізраїль. Водночас Україну відвідали іноземні громадяни переважно Молдови, Білорусі, Росії, Польщі, Угорщини, Румунії, Словаччини, Туреччини, Ізраїлю, Німеччини, США та Азербайджану.

Отже, молода туристична індустрія України сьогодні стрімко розвивається та має шанси на удосконалення з огляду на наявний туристичний потенціал, до якого відносять природно-рекреаційні, історико-культурні, соціально-економічні, нормативно-правові складові. Кількісні показники туристичної діяльності в країні свідчать про різноспрямованість тенденцій в галузі туризму та відповідно наявність певних проблемних аспектів. Наприклад, невисока зацікавленість іноземного туриста в подорожі до України або середній рівень розвитку туристичної інфраструктури. За таких умов конкурентоспроможність українських туристичних дестинацій в якості об'єктів світового ринку туристських послуг є сумнівною, а основними видами туризму будуть залишатися виїзний та внутрішній. При цьому зовнішня торгівля основними туристськими послугами буде мати імпортозалежний вектор.

На думку автора, стратегічний розвиток вітчизняної туристичної індустрії в умовах глобалізації та конкурентоздатної участі на світовому ринку повинен корелювати, по-перше, з розвитком соціально-культурного сервісу на рівні європейського та, по-друге, з посиленням внутрішньої креативності головних суб'єктів, що створюють та надають туристські послуги.

Україна – аграрна країна, тому розвиток всіх видів сільського та зеленого туризму в інноваційному контексті є актуальною пропозицією для бізнесменів в галузі туристичної індустрії. Для цього є достатньо природних та економічних передумов в кожному регіоні.

Україна – країна, багата природно-рекреаційними ресурсами і потребує вкладання інвестицій для креативнішого і ефективнішого їх

використання. Створення сучасних, комплексних, цікавих та затребуваних туристичних продуктів на основі світових туроператорських технологій потребує фінансових та інформаційно-інтелектуальних вкладень.

В країні з нереалізованим в повній мірі туристичним потенціалом, в такій як наша, існує об'єктивна необхідність піднімати соціально-культурний сервіс. В межах нього не реалізовані в повному обсязі важелі гостинності (місцева дитяча анімація, національні фольклорні розважальні програми для відпочиваючих в туристських закладах розміщення, безкоштовні сувеніри та подарунки відвідувачам, посилення та реалізація санітарно-гігієнічних вимог в закладах розміщення в контексті підвищення соціально-культурного сервісу).

Посилення військово-політичної безпеки та соціально-економічного захисту туристів також потребує нормативного врегулювання та контролю з боку держави з метою їх підтримки в разі необхідності.

Водночас необхідне впровадження нормативно удосконалених екологічних програм, оскільки соціальний ефекти від перевищення туристичного впливу – це погіршення екології та руйнування історико-культурних пам'яток країни.

Таким чином, покращення перспектив України на світовому туристському ринку обумовлюється наявністю трьох складових на внутрішньому ринку туризму – пред'явлення споживачем об'єктивної вимоги щодо отримання якісної туристської послуги; створенням турвиробником комплексного, креативного, відповідного своїй вартості туристичного продукту; ефективного сприяння держави розвитку якісного українського туризму.

Список використаних джерел

1. Краснодар Т., Захарченко О., Попова Т., Почерніна Н. Соціально-економічний розвиток туризму в Україні / Socio-economic and management concepts : *collective monograph* / Krupelnyska I., etc. International Science Group. Boston : Primedia eLaunch, 2021. С. 128–132.
2. Краснодар Т.Л., Попова Т.В. Потенціал України у контексті міжнародного туризму. *Економіка та суспільство*. Видавничий дім «Гельветика». 2021. № 28. С. 24–30. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/483>
3. Краснодар Т.Л., Попова Т.В. Основні показники розвитку туристичної індустрії України. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. Придніпровська державна академія будівництва та архітектури. 2021. № 4(31). URL: <https://www.easterneurope-ebm.in.ua/index.php/vipusk-31-2021>
4. Державний комітет статистики України. Туризм. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/tur.htm (дата звернення: 05.03.2021).
5. Державний комітет статистики України. Туристична діяльність в Україні. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2019/tyr/tyr_dil/arch_ty_r_dil.htm (дата звернення: 05.03.2021).

СУЧАСНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ НОРМАТИВНО-ПРАВОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ УКРАЇНИ

Кушнір Світлана

SKushnir7@gmail.com

Запорізький національний університет
(м. Запоріжжя, Україна)

Анотація. Одним з найперспективніших напрямків розвитку в Україні є сільський зелений туризм. Створення умов в частині законодавчо-нормативної бази, розробка можливих шляхів отримання додаткового фінансування, інфраструктурна, маркетингова підтримка, навчання персоналу, допомога у вирішенні земельних питань – основні задачі державних та місцевих органів влади.

Abstract. One of the most promising areas of development in Ukraine is rural green tourism. Creating conditions in terms of legislation and regulations, developing possible ways to obtain additional funding, infrastructure, marketing support, staff training, assistance in solving land issues are the main tasks of state and local authorities.

Україна є однією з найменш досліджених іноземними туристами країн південно-східної частини Європи, площею більше 603,5 тис. кв. км, що становить 5,7 % території Європи й 0,44 % території світу, омивається Чорним та Азовським морями, має неймовірні ландшафти та природньо-кліматичні умови [1], свою могутню історію, цікаву культуру та звичаї, що слугує підставами для активізації розвитку сільського зеленого туризму.

Для України пріоритетність напрямку сільського зеленого туризму могла б надати як робочі місця для власних громадян, оскільки цей вид бізнесу має сімейний характер, так і можливість залучати та знайомити як українців так і іноземних громадян з цікавинками країни та збільшити відповідні статті доходів від даної галузі.

На сьогодні окремого законодавчого акту щодо регулювання діяльності в сфері зеленого туризму досі не ухвалено, незважаючи на наявність декількох спроб підготовки. Так, наприклад 16.11.2004 р. було подано законопроект № 4299 «Про сільський та сільський зелений туризм», 24.02.2009 р. законопроект «Про аграрний туризм та агротуристичну діяльність», 20.07.2009 р. законопроект «Про сільський аграрний туризм», 05.03.2021 р. подано на розгляд новий законопроект № 5206 «Про сільський та сільський зелений туризм», який знову було відхилено Комітетом з питань бюджету, оскільки не надано фінансово-економічне обґрунтування та пропозиції щодо додаткових джерел проведення видатків з державного та місцевих бюджетів та обґрунтовано, що він призведе до збільшення видатків та може зумовити втрати доходів місцевих бюджетів.

Наразі основними актами нормативно – правового регулювання галузі туристичного бізнесу, які підтверджують законність провадження сільського зеленого туризму в Україні, є:

- Закон України «Про туризм» від 18.11.2003 р. № 1282-IV [2];
- Закон України «Про особисте селянське господарство» від 15.05.2003 р. № 742 [3];
- Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Порядку надання послуг з тимчасового розміщення (проживання)» від 15.03.2006 р. № 297 [4].

Екологічний (зелений) та сільський туризм визначено серед інших організаційних форм туризму статтею 4 Закону України «Про туризм». В статті 6 зазначено, що розвиток в'їзного та внутрішнього туризму, сільського, екологічного (зеленого) туризму є однією з пріоритетних напрямків державної політики в галузі туризму.

В статті 1 Закону України «Про особисте селянське господарство» надано визначення поняття особистого селянського господарства з метою діяльності «у тому числі й у сфері сільського зеленого туризму». В законі зазначено, що таке господарство не потребує створення окремої юридичної особи. Цей закон також регулює питання щодо обліку таких особистих селянських господарств, земельних ділянок та іншого майна, що використовуються для зеленого туризму, прав та обов'язків членів особистого селянського господарства, зайнятості, державної підтримки та інші.

В статті 10 згаданого закону стосовно державної підтримки вказано, що державна підтримка особистих селянських господарств здійснюється відповідно до загальнодержавних і регіональних програм за рахунок державного і місцевих бюджетів, кошти на які відповідно передбачаються Державним бюджетом України та місцевими бюджетами на підтримку особистих селянських господарств.

Також підтримка може бути у вигляді:

- організації у сільській місцевості кредитних спілок, сільсько-господарських кооперативів, у тому числі для надання послуг із заготівлі, зберігання, переробки та збуту сільськогосподарської продукції, спільного використання технічних і транспортних засобів та соціально-побутового обслуговування, забезпечення кормами і молодняком худоби та птиці;
- організації діяльності з надання інженерно-технічних, ветеринарних, агрономічних, зоотехнічних та інших послуг, а також послуг із забезпечення сортовим насінням, садівним матеріалом, племінною та продуктивною худобою, гібридами та кросами птиці, сільськогосподарською технікою та обладнанням;
- виділенні земельних ділянок єдиним масивом;
- отриманні кредитів для будівництва житла, господарських будівель і споруд, придбання сільськогосподарської техніки та обладнання;
- організації у сільській місцевості фахової підготовки та перепідготовки членів особистого селянського господарства.

Згідно п.7 Порядку надання послуг з тимчасового розміщення (проживання)», затвердженого Постановою КМУ фізичні особи, які займаються сільським туризмом та не зареєстровані як підприємці мають подавати достовірно та своєчасно декларацію за встановленою формою про дохід, отриманий від надання таких послуг, вести книгу реєстрації, в

якій зазначається прізвище, ім'я та по батькові мешканця, рік народження, місце проживання (перебування) та документ, який посвідчує особу, дата прибуття та вибуття, вартість наданих послуг. Ліцензування діяльності законодавством не передбачено.

Кабінет Міністрів України розпорядженням від 16 березня 2017 р. №168-р ухвалив Стратегію розвитку туризму та курортів на період до 2026 року [5], згідно якої кожен регіон щороку розробляє план заходів, направлених на популяризацію, розвиток та підвищення економічної ефективності різних видів туризму, в тому числі сільського.

Рішенням № 84-р від 03.02.2021 р. КМУ затвердив План заходів щодо підтримки сфери культури, охорони культурної спадщини, розвитку креативних індустрій та туризму [6], яким задіяно Мінрегіон, МОН, обласні держадміністрації, органи місцевого самоврядування для проведення заходів, в тому числі і щодо сільського туризму.

Статтею 403 проекту Угоди про Асоціацію між Україною та Європейським Союзом передбачається Укладення договорів про двостороннє співробітництво з питань розвитку сільського зеленого туризму між областями України та відповідними адміністративно-територіальними одиницями держав – членів ЄС, організація та проведення тренінгів для сільського населення, відповідних конференцій, засідань за круглим столом, семінарів із залученням експертів ЄС, організація навчальних поїздок до держав – членів ЄС [7].

В 1996 році створена Всеукраїнська громадська неприбуткова організація «Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні», сайт якої створений завдяки підтримці американського народу, наданій через проект Агентства США з міжнародного розвитку (USAID) «Програма підтримки аграрного і сільського розвитку», а також експертній підтримці проекту ПРООН «Зміцнення бізнес-об'єднань малих і середніх підприємств», який реалізується за фінансової підтримки Державного секретаріату Швейцарії з економічних питань (SECO). Місією організації є об'єднання господарів садиб та туристів на найпотужніших комунікаційних та маркетингових платформах, створення туристам привабливої та якісної альтернативи при виборі відпочинку у вигляді сільського зеленого туризму і допомога господарям садиб в досягненні сталого розвитку.

Зважаючи, що жодний з перелічених внутрішніх законодавчо-нормативних актів не має прямого направлення на сільську та зелену сферу туризму, варто було б доопрацювати окремий закон, який конкретизував поняття сільського туризму, сільського зеленого туризму, визначав відмінності від агротуризму та екотуризму, оскільки всі ці терміни зустрічаються в різних документах та сприймаються як синоніми, фокусував основні завдання, прив'язку до винаймання туристом житла тощо.

Проведення активних заходів у цій сфері, формування спільної політики, спонукають зміцнення позицій сільського туризму в частині розвитку селянських господарств, які займаються зеленим туризмом, місцевої інфраструктури; підвищення зайнятості населення, залучення молоді на селі та зменшення кількості виїжджаючих за кордон в пошуках

роботи, збереження етнокультурної самобутності українців, охорони природних туристичних ресурсів, підвищенні екологічної свідомості, створює можливості для змістовного відпочинку незаможних людей. В світовому масштабі цей вид туризму допоможе налагодити співпрацю між державами-членами ЄС, популяризує Україну, а також дозволить отримати додатковий економічний ефект.

Список використаних джерел

1. Офіційний сайт *Вікіпедія*. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Україна>
2. Про туризм : Закон України від 18.11.2003 р. № 1282-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80>
3. Про особисте селянське господарство : Закон України від 15.05.2003 р. № 742. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/742-15#Text>
4. Порядок надання послуг з тимчасового розміщення (проживання), затверджений постановою Кабінету Міністрів України від 15.03.2006 р. № 297. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/297-2006-%D0%BF#Text>
5. Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року, затверджена рішенням КМУ від 16 березня 2017 р. № 168-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/168-2017-%D1%80#n5>
6. План заходів щодо підтримки сфери культури, охорони культурної спадщини, розвитку креативних індустрій та туризму, затверджений рішенням КМУ № 84-р від 03.02.2021 р. URL: <https://minagro.gov.ua/ua/napryamki/rozvitok-silskih-teritorij/silskij-turizmhttps://zakon.rada.gov.ua/laws/show/84-2021-%D1%80#Text>
7. Офіційний сайт. URL: <https://minagro.gov.ua/ua/napryamki/rozvitok-silskih-teritorij/silskij-turizm>

ЗБАЛАНСОВАНИЙ РОЗВИТОК СІЛЬСЬКИХ ТА МІСЬКИХ РЕГІОНІВ ЄС В РАМКАХ ПОЛІТИКИ ЗГУРТУВАННЯ

Лизун Марія
mlysun@ukr.net

Ліщинський Ігор
lischynigor@ukr.net

Західноукраїнський національний університет
(м. Тернопіль, Україна)

Анотація. Публікація присвячена дослідженню проблематики імплементації політики згуртування в Європейському союзі задля досягнення гармонійного співіснування міст і сіл. Зокрема розглянуто нормативно-інституційні витоки політики територіальної когезії в ЄС. Виокремлена роль урбанізаційних процесів в контексті політики когезії. Особливий акцент робиться на особливостях інтегрованих стратегій сталого розвитку.

Abstract. The study is devoted to the implementation of cohesion policy in the European Union in order to achieve harmonious coexistence of cities and villages. In particular, the normative and institutional origins of the policy of territorial cohesion in the EU are considered. The role of urbanization processes in the context of cohesion policy is highlighted. Particular emphasis is placed on the features of integrated sustainable development strategies.

Протягом останніх двох десятиліть політика когезії ЄС є ключовою європейською політикою та важливим фінансовим інструментом допомоги більш відсталим регіонам ЄС. Витоки політики когезії можна спостерігати із 1986 р. (ратифікація Єдиного європейського акту), коли питання співпраці та економічного і соціального гуртування держав ЄС стали лейтмотивом нормотворчого процесу. Але слід відмітити, що на цих ранніх етапах територіальний вимір хоч і проявлявся у низці елементів (як, наприклад, детермінація специфічних умов для відсталих регіонів), проте основний акцент відводився питанням економічної і соціальної когезії. Як автономна комплексна ціль територіальна когезія розглядається із 2009 р. після ратифікації Лісабонської угоди, у якій в якості стратегічного орієнтиру зазначалось досягнення загальної гармонізації та збалансованого розвитку території ЄС шляхом скорочення нерівності між окремими регіонами та залучення найбільш відсталих із них за соціально-економічними параметрами. Двома основоположними принципами територіальної когезії з того часу стало досягнення поліцентричного та збалансованого розвитку європейських регіонів.

За рік до Лісабонської угоди (2008 р.) Європейська комісія опублікувала «Зелену книгу територіальної когезії – Перетворення територіального різноманіття на перевагу». Однак обидва документи не наводять чіткого визначення політичного концепту територіальної когезії. У «Зеленій книзі», проте, зазначаються основні політичні орієнтири для збалансованого і гармонійного розвитку:

- 1) концентрація: подолання відмінностей у щільності;
- 2) поєднані території: подолання географічної віддаленості;
- 3) співпраця: подолання розбіжностей.

«Міським питанням» присвячено чимало уваги в засадничих документах із територіальної когезії, однак він неявно простежується при розгляді політичних заходів таких як: усунення неблагополуччя дуже великих агломерацій, організація процесу просторового розростання міст, подолання занепаду міст і соціальної ексклюзії, уникнення надмірної концентрації зростання, надання доступу до інтегрованих транспортних систем і створення міських інститутів.

Аспект розвитку міст, а також питання регенераційної політики, поступово виходять на передній план у політичних програмах із територіальної когезії. Зазначені питання урбанізації насамперед пов'язані із аспектами більш збалансованого та гармонійного поширення міських поселень на заданій території. Відмітимо сильну конотацію даного аспекту із параметром «поліцентричності», що «... стимулює регіони і міста, які співпрацюють із сусідніми територіями, розвивати спільні сильні сторони та виявляти потенційні ускладнення задля привнесення додаткової вартості, яка не може бути досягнута окремими регіонами і містами в ізоляції».

Загалом роль міст у просуванні процесів територіальної когезії є досить значною і різноплановою в тому числі по сільських територіях, таких як ЄС. Крупні міста є традиційними хабами інновацій і осередками глобальних викликів. Наприклад, міста володіють потенціалом для розширення використання відновлювальної та чистої енергетики, зростання енергозаощадження і скорочення емісії CO₂, оскільки урбанізовані території дозволяють використовувати більш енергоефективні форми житла і транспорту. Міста є тими функціональними зонами, у яких концентрується населення та економічна діяльність і навколо яких організуються потоки товарів і людей. Вони є вузлами міських мереж різного масштабу – як глобальних, так і регіональних – і в обох випадках полюси є драйверами територіального розвитку і когезії. У цілому можна виокремити принаймні вісім проявів ролі міст для імплементації територіальної когезії із явними взаємозв'язками між собою (табл. 1).

Порівнюючи із іншими регіонами світу (насамперед США і Південно-Східною Азією), Європа характеризується менш концентрованою і більш поліцентричною міською структурою (рис. 1), а також густою мережею малих та середніх міст. Проте території із значно вищою від середньої концентрацією економічної діяльності таки присутні в ЄС (так звані «банани», «пояси» і «пентаграми») і типово характеризуються вищими рівнями соціально-економічного розвитку.

А отже, політика міського розвитку повинна стимулювати територіальну конкурентоздатність сільських територій за межами цих зон, оскільки, як зазначено в Територіальному порядку денному ЄС «... поліцентричний і збалансований територіальний розвиток ЄС є ключовим елементом досягнення територіальної когезії».

До певної міри інтенсифікація подальшої поліцентричності в Європі характеризується значним потенціалом до розквіту регіональної диверсифікації і ендегенного розвитку (а також і територіальної співпраці) як засобів оптимізації розміщення інвестицій і зменшення регіональних диспропорцій, підтримки збалансованих і поліцентричних урбанізаційних структур, сприяння моделям компактних міст і розумному відновленню агломерацій, включаючи запровадження принципів сталого менеджменту природних і культурних ресурсів. Ця стратегічна ціль досягається на рівні всього ЄС через насамперед через інтенсифікацію стимулів розвитку для міст другого рівня («*second-tier cities*») у системі ранжування міст і посилення мереж між містами усіх територіальних рівнів паралельно із підвищенням взаємозалежності міських і сільських зон.

Таблиця 1

Міський розвиток в стратегіях територіальної когезії

Компонент	Основна ціль	Важливість для територіальної когезії
1. Поліцентричний і збалансований міський розвиток	Сприяння більш збалансованому поширенню населення на території	– Зростання здатності використовувати територіальний потенціал регіонів; – Зменшення негативного впливу надмірної концентрації населення (забруднення, злочинність, надмірний трафік, стрес тощо).
2. Функціональні міські зони	Сприяння територіальній комплементарності	– Зростання територіальної ефективності
3. Інтегрований міський розвиток	Сприяння територіальній ефективності і сталості розвитку	– Підвищення сталості навколишнього середовища – Зростання територіальної ефективності; – Покращення процесів територіального врядування;
4. Соціально згуртований міський розвиток	Сприяння соціально-економічній когезії	– Зменшення рівня бідності; – Скорочення соціальних дисбалансів
5. Міське сполучення	Сприяння територіальній доступності	– Зростання міської мобільності; – Підвищення сталості навколишнього середовища
6. Міська морфологія – компактне місто проти міського розширення	Сприяння міській компактності чи міському розширенню	– Зростання територіальної ефективності; – Зростання територіального сполучення; – Зростання територіальної сталості
7. Міська життєстійкість	Сприяння міській здатності до подолання труднощів	– Зростання територіальної життєздатності; – Зростання територіальної сталості
8. Міське планування	Сприяння прогнозованості майбутніх сценаріїв	– Зростання територіальної модернізації; – Зростання територіальної організації

Потенціал більш ефективного проживання в аспекті використання ресурсів обговорюється вже тривалий час в середовищі дослідників та практиків. Однак реальні політичні програми, які б інтегрували секторальні заходи у цьому напрямі до недавнього часу впроваджуються дуже повільно на національному і пан'європейському рівнях. Як стверджували П. Ніджкамп і Курттіт «... міста все більше функціонують у системі пов'язаних мереж, що виконують роль стратегічних альянсів розвитку нашого світу. Із цієї перспективи міські агломерації не обов'язково повинні розглядатись як джерело проблем, а швидше як платформа інтегрованих географічних дій для креативних рішень і нових можливостей». Тому не дивно, що в останні роки серед національних суб'єктів економічної політики зростає усвідомлення важливості природних полюсів для досягнення сталого розвитку.

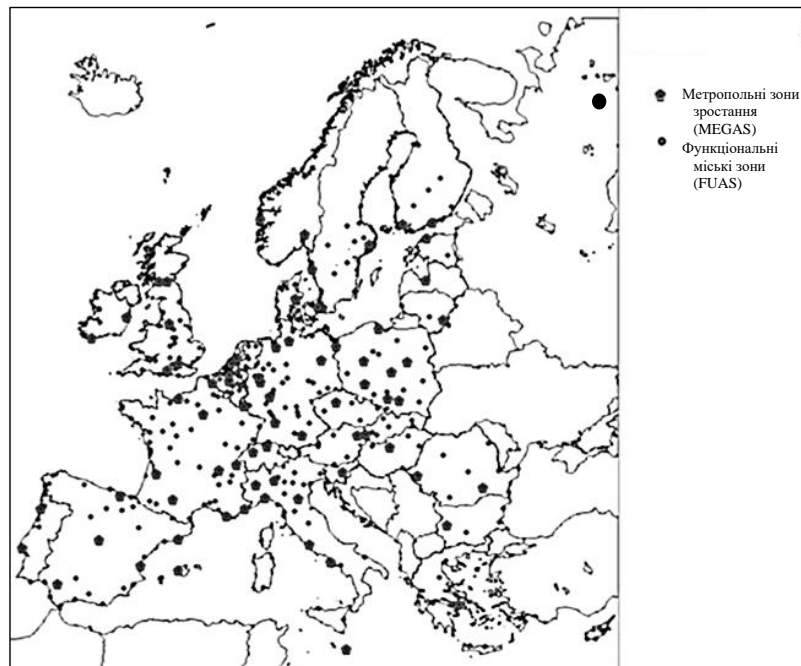


Рис. 1. Міська система ЄС

Джерело: сформовано автором за ESPON

Варто відмітити, що імплементація політики територіальної когезії, як інструменту поширення ролі природних полюсів, резонує із практичним втіленням концепції «функціональних міських зон» (англ. «*Functional Urban Areas*»). Самі функціональні міські зони можуть розглядатись як «... своєрідний басейн ринку робочої сили чи приміська структура мобільності, що

включає урбанізаційну систему сусідніх міст і сіл, які економічно і соціально залежать від міського центру». Сьогодні такі функціональні міські зони часто переростають національні кордони, що породжує необхідність втілення транскордонного адміністрування. Як бачимо, емпірична детермінація меж існуючих функціональних міських зон відрізняється залежно від методології проведення дослідження, однак їх спільним критерієм є асоціація із крупними міськими агломераціями, які стали природними полюсами.

Окрім вже згаданих заходів слід вказати також на важливість т. зв. Інтегрованих стратегій сталого розвитку міст (англ. «*Integrated Sustainable Urban Development Strategies*») в процесі імплементації політики територіальної когезії в ЄС. З одного боку, такі стратегії підвищують потенціал досягнення сталості навколишнього середовища; а з іншого боку, за даними обґрунтування програм Інтегрованих територіальних інвестицій ЄС, такі стратегії сприяють оздоровленню процесів територіального врядування, оскільки дозволяють локальним органам влади, в т.ч. в сільській місцевості ініціювати ширші партнерства з іншими локальними суб'єктами економіки і політики. У даному контексті можна навести приклад Польщі, де програма Інтегрованих територіальних інвестицій зарезервована виключно для регіональних адміністративних центрів та їх функціональних зон.

Загалом Інтегровані стратегії сталого розвитку були впроваджені на пан'європейському рівні в рамках Політики когезії на 2014–2020 рр. як складова загальної трансформації політичної ідеології і практики на користь застосування місцевого підходу (англ. «*place-based approach*»).

Підсумовуючи, можна зробити висновок, що імплементація багатоманітних територіальних інструментів може сприяти генерації доданої вартості різними способами. Існують підтвердження застосування інноваційної політики на різних рівнях адміністрування (включаючи міський і сільський), що проявляється у трьох основних формах: делегації політичних завдань на локальний рівень, створення нових структур врядування і посилення територіальної співпраці. Разом із тим ефективність інструментів територіальної когезії значною мірою лімітується потенціалом внутрішніх людських і креативних ресурсів, які часто є доволі обмеженими (особливо це стосується локацій, які відносно нещодавно почали впроваджувати програми територіальної когезії).

Список використаних джерел

1. ESPON. Polycentric territorial structures and territorial cooperation. 2016. URL: <https://www.espon.eu/topics-policy/publications/policy-briefs/polycentric-territorial-structures-and-territorial>
2. Лизун М. В. Глобальні виклики регіональної валютної інтеграції. Тернопіль : Економічна думка, 2017. 426 с.
3. Ліщинський І. Territorial Cohesion Policy in the Context of EU Regional Security. *Journal of European Economy*. 2019. Том 18. № 4. С. 439–453.
4. Ліщинський І. Роль міст у політиці територіального згуртування в ЄС. *Вісник економічної науки України*. 2020. № 1(38). С. 46–51
5. Лизун М. В. Тенденції розвитку регіональної економічної інтеграції: методологічний аспект. *Journal of European Economy*. 2020. Том 19. № 1 (72). С. 85–101.

THE STRUCTURE OF THE EUROPEAN PERIPHERY

Lyzun Mariia

mlysun@ukr.net

Lishchynskyy Ihor

lishchynigor@ukr.net

West Ukrainian National University
(Ternopil, Ukraine)

Abstract. *The paper investigates the structure of peripheral regions in Europe. There is no consensus among researchers and practitioners concerning the long-term trends of spatial disproportions among European regions. Though there is obvious evidence of inter-national convergence in the EU, inter-regional convergence is still a challenge. Thus, territorial cohesion and balanced regional development become the main tasks of the EU Territorial Agenda. The conclusion is made that there is a strong tendency toward the emergence of new growth poles to the east of "Blue Banana", the traditional European economic spine.*

Анотація. *У роботі досліджується структура периферійних регіонів Європи. Серед дослідників і практиків немає консенсусу щодо довгострокових тенденцій просторових диспропорцій між європейськими регіонами. Хоча є очевидні докази міжнародної конвергенції в ЄС, міжрегіональна конвергенція все ще залишається проблемою. Таким чином, територіальна єдність і збалансований регіональний розвиток стають основними завданнями Територіального порядку денного ЄС. Зроблено висновок, що існує сильна тенденція до появи нових полюсів зростання на схід від «Блакитного банана», традиційного європейського економічного хребта.*

There is much empirical evidence that densely populated areas are locations with higher levels of productivity, innovation and entrepreneurship, creativity, human capital development and major centers of learning and research. However, the above observations cannot be interpreted as an automatic indication that economic growth is restricted to urban areas only. It also does not mean that productivity gains are an indispensable feature of large cities that continue to grow. The situation is more complex and depends on large capital flows and activities of non-central regions, including those that were not particularly urbanized initially.

In this context, several tendencies marked by OECD should be noted. While acknowledging the uneven spread of economic growth and prosperity, OECD highlights two important features:

- the share of national and international economic growth for which large hubs of knowledge (so-called "city-regions") are responsible varies from 20 to 30 % depending on the extent of spatial disaggregation. However, such a share is quite stable both from the perspective of the states and in the temporal dimension. Therefore, the share of other regions in economic growth is dominant and ranges between 70–80 %;

- currently, the most dynamically growing regions in most countries are not large urban hubs or even city regions, but other types of regions, some of which were traditionally recognized as lagging peripheries (OECD, 2018).

However, it should be emphasized that the mentioned OECD observation is only valid for the last decade. As early as the 1990s, urban regions were characterized by higher rates of economic growth than rural and intermediate regions. For the first time, the change in the pattern of regional growth in favour of non-central and peripheral regions was observed by (Broersma & Van Dijk, 2007). Today, many regions with lower absolute productivity are characterized by relatively higher levels of productivity growth and output. Thus, in 15 of the 30 OECD Member States, GDP per capita growth rates in 10 % of the poorest regions were higher than in 10 % of the richest regions during 2011–2016. The long-term effect of such a transformation remains a debatable issue, especially in developing countries.

Therefore, the modern period of globalization is characterized by a comprehensive picture of economic geography, and the roles of successful and peripheral regions have evolved in different directions. The global city networks remain relevant as the centres of knowledge concentration, which is especially relevant for the service sector that is dependent on the exploitation of trust relations. Nevertheless, despite the persistence of inter-regional intra-state divergences (with a tendency towards inter-state convergence, at least among developed countries), agrarian, intermediate and non-central urban regions have become drivers of economic growth in recent years. However, in less developed countries, the role of central metropolises for growth remains crucial, as evidenced by the rapid increase in the international importance of cities such as Shanghai, Mumbai, Johannesburg, Jakarta, São Paulo etc.

Europe is an example of a mega-region, that consists of the mix of advanced and depressive territories (the latter could be distinguished into "inner periphery" and "border periphery" with their own specific features).

The areas of the inner periphery are characterized by the following possible expressions (or their combinations):

- enclaves with low economic potential, a manifestation of which is a considerable geographical distance from the centers of economic activity and which requires, first of all, the development of transport infrastructure and logistics system;
- areas with low access to public services that are more likely to require the latest ICT solutions, while restructuring of the administrative structure in order to stimulate the economies of scale may worsen the situation;
- areas experiencing a lack of relational proximity, in which attention should be paid to the development of interaction between local actors.

The key to analyse the inner periphery is the ability of the territory to "reconcile" with its environment, which is determined not so much by "geography" but rather by relational non-spatial factors and processes. High-connected territories create better opportunities for development, better access to public services and a more dynamic workforce capable of retaining skilled labour. These benefits, in turn, generate opportunities for new connections and the initiation of new spiral turns of well-being.

The Fig. 1 reveals a map of the European inner periphery according to ESPON, highlighting the main peripheral factors:

1. Areas for which the main factor is the poor economic and demographic situation (46 % of the entire inner periphery).
2. Areas with insufficient access to services and/or regional centres (45 %).
3. Areas for which both of the above factors (9 %) occur simultaneously.

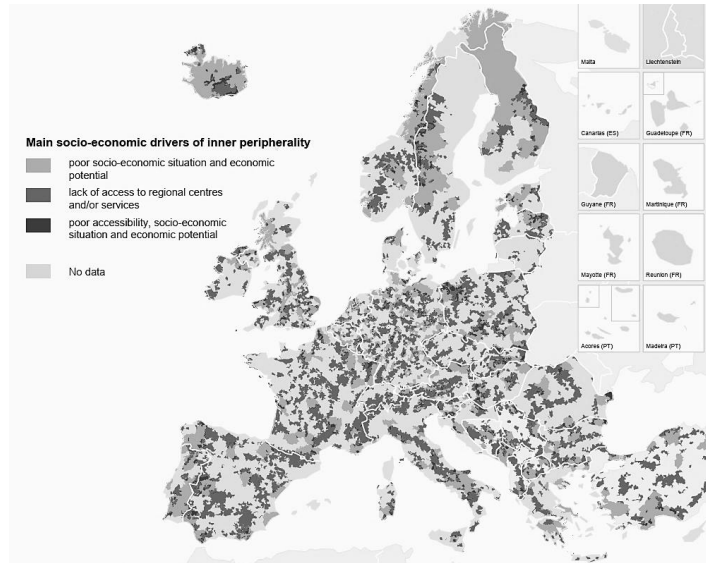


Fig. 1. Geographical distribution of inner periphery in Europe

Source: (ESPON, 2017)

The map illustrates that peripheral regions are often geographically an internal periphery. In addition, border regions both in the national and interregional context are tended to be intra-peripheral.

80 % of the inner periphery with low economic potential or poor access is located in non-urbanized regions, spreading relatively evenly across rural and intermediate territories. It can also be noted that about half of the area of the inner periphery, characterized by poor access, falls into the mountainous area.

Areas for which there is a lack of relational proximity are located in urbanized (32.2 %) and metropolitan (43 %) territories more often than in the other two types of inner periphery. Peripheral processes associated with poor socio-economic performance are also more likely to relate to the “enclaves” of these territories.

European countries differ significantly concerning the distribution of employment depending on the level of urbanization. The pan-European trend

is to reduce the relative weight of large cities in the overall employment structure (in 2017, the decrease in the relative weight of large cities in the EU countries averaged 4 percentage points compared to 2006). The states with the highest relative employment reductions in large cities are Malta (37 p.p.), Greece (29 p.p.), Belgium and Croatia (25 p.p.). Only 11 of the 31 states under consideration saw an increase in the relative employment rate in large cities (Sweden +14 pp, Finland +11 pp). Instead, the share of small cities, suburbs and villages in the employment structure is steadily increasing. The relative weight of small cities and suburbs: +7 pp for the EU and +4 pp for the euro area; villages: +3 pp for the EU and +4 pp for the euro area (the effects of monetary integration in the EU is considered in Lyzun et al. (2019).

The heterogeneity of the regions by economic criteria is also quite significant. Thus, in terms of regional GDP PPP the most advanced are the regions of France (Ile-de-France, Rhône-Alpes), Italy (Lombardy, Lazio, Piedmont), Spain (Catalonia, Madrid, Andalusia) and Germany (Upper Bavaria, Dusseldorf, Darmstadt, Stuttgart). Among the most depressed are some regions of Finland (Aland Islands), Spain (Ceuta, Melilla), Portugal (Azores), Greece (Northern Aegean, Ionian Islands, Western Macedonia, Epirus) and Italy (Valle d’Aosta). In the dynamics, most regions are characterized by a positive GDP growth over the last decade. Of the 7 regions with average annual GDP growth of more than 5 %, five were in Poland (Masovia, Greater Poland, Lower Silesia, Lesser Poland and Pomeranian Voivodeship) and one in Romania (Bucharest-Ilfov) and Ireland East of Ireland). Of the 16 regions with negative GDP growth, 13 were located in Greece and one in Spain (Asturias), Italy (Molise) and the Netherlands (Groningen).

A visualization of the average annual employment growth and per capita GDP for the European regions of the NUTS-2 level in Fig. 2 shows a tendency to form new poles to the east of the traditional economic spine of Europe (the so-called “Blue Banana” – the region covering London, the Benelux countries, Bavaria, and Lombardy).

By examining the correlation coefficients between the considered parameters of the European regions, a very strong linear correlation (the correlation coefficient equals 0.92) can be found between the average employment and the average GDP. It is also worth pointing out a fairly strong proportional relationship between population density and per capita GDP (the correlation coefficient equals 0.51).

Summarizing aspects of territorial disparities, it can be noted that in reality new layers of inequalities are imposed on previously inherited spatial structures”. This historical “legacy” of local and regional economic development is also reflected in globalization processes.

Imposing different effects can lead to increased inter-regional convergence and divergence, depending on which new industries are developing and which regions will choose firms to make new investments. In other words, the final results of changes in individual regions or countries depend on the sectoral and spatial structures and their history, the experience of neighbouring regions

and countries, and the actual scale of local technological change. The ultimate balance of the factors of spatial convergence and divergence is, after all, confirmed in the empirical models but is difficult to predict with a sufficient level of confidence in theoretical models.

Considering the progress of the European periphery during the latest decade we should admit first of all the leap of Visegrad Group countries (Poland, Czechia, Slovakia and Hungary), where regions established the new growth pattern – so called “Eastern European Boomerang” that could counterbalance the traditional “Blue Banana” of Old Europe.

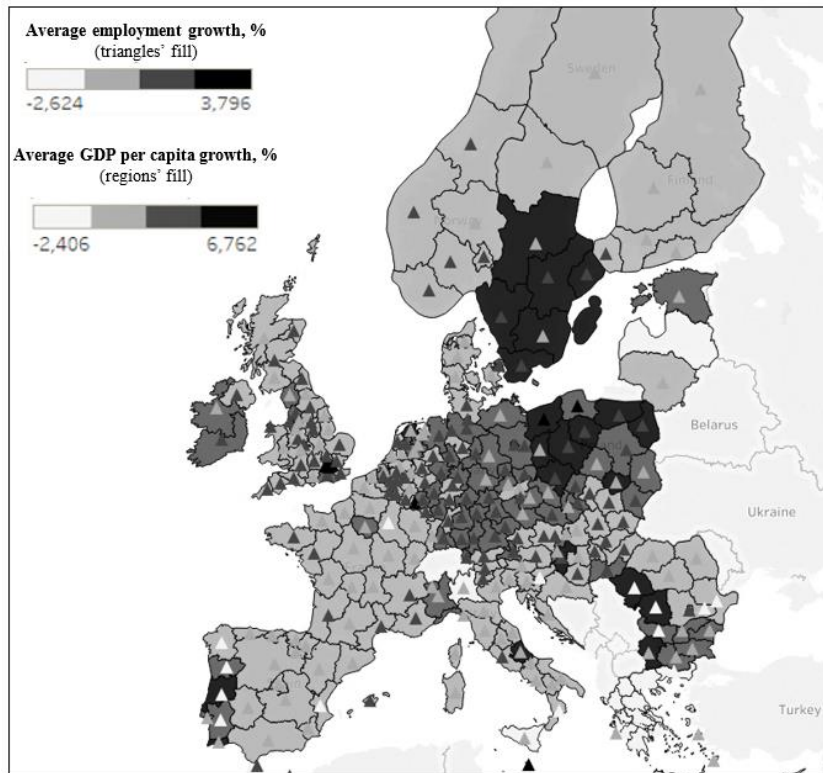


Fig. 2. Growth poles in terms of dynamics of employment and GDP per capita

Source: authors using Eurostat data and Tableau 2019.1 tools

However, the declining dynamics are observed in the European South (first of all in Greece), thus the peripheral tendencies in Europe are rather twofold.

References

1. ESPON (2017). Inner peripheries in Europe—Possible development strategies to overcome their marginalizing effects. URL: <https://www.espon.eu/inner-peripheries-brief>
2. Lishchynskyy, I. (2016). The spatial concentration of industry and local production systems in Ukraine. *Acta Universitatis Lodziensis. Folia Oeconomica*, 2(320), 51–63.
3. Lishchynskyy, I., Lyzun, M., Kuryliak, V., & Savelyev, Y. (2019). The dynamics of the European periphery. *Management theory and studies for rural business and infrastructure development= Vadybos mokslas ir studijos-kaimo versly ir ju infrastruktūros plėtrai: mokslo darbai, 2019, vol. 41, no. 4, p. 527–536.*
4. OECD (2018). *OECD Regions and Cities at a Glance 2018* [OECD Publishing]. URL: https://www.oecd-ilibrary.org/governance/oecd-regions-and-cities-at-a-glance-2018_reg_cit_glance-2018-en
5. Ліщинський І. О. Полюси та осі розвитку в контексті глокалізаційних процесів : монографія. Тернопіль : THEU, 2019. 364 с.

АКТИВІЗАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Малюга Людмила

Maliuga-LM@ukr.net

Уманський національний університет садівництва
(м. Умань, Україна)

Анотація. В статті досліджено процес активізації діяльності підприємств готельно-ресторанного господарства. Виявлено, що основним фактором його удосконалення є цілісна система управління, що складається із взаємопов'язаних підсистем; елементів об'єкта управління (фактори управління); ресурсів та стимулів; методів оцінки і прийняття управлінських рішень.

Abstract. The article examines the process of intensification of hospitality businesses. It was found that the main factor in its improvement is a holistic management system consisting of interconnected subsystems; elements of the control object (control factors); resources and incentives; methods of evaluation and management decisions.

За динамічного розвитку економіки України та її інтеграційних процесах до глобалізованого світового ринку одним із найважливіших завдань, що потребує розробки кардинальних стратегій забезпечення стійкого розвитку сфери обслуговування, є активізація діяльності підприємств готельно-ресторанного господарства. Цей процес передбачає пошук нових темпів виробничої активності; пошук, використання резервів та вдосконалення складових внутрішнього потенціалу підприємств з метою підвищення їхньої конкурентоспроможності.

Істотний внесок у розробку фундаментальних проблем активізації діяльності підприємств зробили вітчизняні та зарубіжні вчені. Важливе місце серед дослідників цієї наукової проблематики посідають І. Ансофф, Х. Віссема, О.С. Віханський, М.І. Кісіль, С.В. Мочерний, М. Портер, Р.А. Фатхутдінов та інші науковці.

За сучасних умов розвитку все більшого значення для вітчизняних підприємств набуває підтримка досягнутих результатів їхньої діяльності, вибір нових видів діяльності, освоєння нових галузей та активізація темпів економічного розвитку. За таких умов вагомим значенням набуває підтримка досягнутого рівня виробничо-економічних і соціальних результатів діяльності, удосконалення партнерських відносин, перегляд застарілих економічних зв'язків і методів управління та застосування тактики, спрямованої на прискорення темпів організаційного розвитку.

Процес активізації розглядається як складова організаційної функції менеджменту, що покликана створити умови для виконання планових передбачень, тобто забезпечення ресурсами, регулювання виробничого або іншого господарського процесу з погляду своєчасного та повного дотримання вимог їх здійснення в оптимальному режимі, використавши всі наявні можливості [2].

Враховуючи вищевикладене, можна відмітити, що активізація діяльності підприємства та підвищення конкурентоспроможності організації – це поняття взаємозалежні й такі, що доповнюють одне одного. Конкурентоспроможність підприємства забезпечує його виживання та розвиток. Це можливість протягом довгого часу відстоювати власні переваги та позиції в галузі через наявність ефективної стратегії, яка сприяє діяльності у довгостроковому періоді на ринку та отриманню при цьому прибутку, якого достатньо для науково-технічного удосконалення виробництва, підтримки рівня послуг на високому якісному рівні та стимулюванню робітників [1].

Активізація діяльності підприємств повинна виражатися у розвитку конкурентних переваг організації, тобто її сильних сторін. Таким чином, особливо важливо за сучасних умов, наскільки активно підприємство функціонує, враховуючи зміни ринку та адаптуючи свій потенціал до змін зовнішнього середовища через активізацію своєї основної, фінансової та інвестиційної діяльності. Суб'єкти господарювання повинні створити оптимальні умови для своєї діяльності, яка забезпечує результативне виконання основної діяльності підприємства.

Загалом процес активізації діяльності підприємств розглядається як основа прискореного розвитку підприємств, спонукання до активності через посилення діяльності, спрямованої на вдосконалення напрямів їхнього функціонування, підпорядкованого результативному вирішенню поставлених завдань. Основна мета цього процесу полягає в забезпеченні виконання встановлених перспективних і поточних завдань та пошуку можливостей посилення діяльності в нових галузях економіки.

На активізаційні процеси діяльності підприємств готельно-ресторанного господарства вагомо впливають такі економічні складові зовнішнього середовища: економіко-соціальне становище населення території; рівень конкуренції у галузі; темпи інфляції; ринок фінансових послуг, його кредитна інфраструктура та кредитні механізми; стан розвитку транспортного сполучення; політика постачальників матеріально-технічних ресурсів та послуг; інвестиційно-інноваційна політика держави; бюджетна політика держави; стимулювання позитивного туристичного іміджу України.

Шляхи вирішення даної проблеми, повинні містити два блоки: блок факторів та резервів активізації діяльності підприємств внутрішньо-організаційного характеру та блок заходів державного регулювання процесів активізації діяльності підприємств готельно-ресторанного господарства. При цьому стратегія активізаційної діяльності підприємств повинна включати блоки виробничої діяльності, маркетингу, блок фінансової, інвестиційно-інноваційної, управлінської, соціальної та екологічної діяльності, що охоплюють такі складові організаційної системи, як стратегії (конкурентні та маркетингові), персонал, структури, системи, технології, культурологічні та соціально-психологічні елементи.

Отже, з метою активізації діяльності підприємств в сучасних умовах господарювання удосконалення потребує система управління, яку слід

розглядати як цілісну систему, що складається із взаємопов'язаних підсистем, критеріїв управління й оцінки персоналу; елементів об'єкта управління, на які здійснюється вплив (фактори управління); ресурсів та стимулів, за допомогою яких відбувається вплив; методів оцінки і прийняття управлінських рішень з метою досягнення конкретної мети. При цьому оскільки ринкова економіка означає постійні динамічні зміни зовнішнього середовища, то впровадження у практику управління підприємствами стратегічного менеджменту є основним фактором успішного виживання в умовах конкуренції та, відповідно, фактором активізації їх діяльності.

Список використаних джерел

1. Важинський Ф. Управління в умовах стратегічних невизначеностей: основні методи і засоби. *Проблеми раціонального використання соціально-економічного потенціалу регіону: фінансова політика та інвестиції*. 2001. № 1. С. 33–38.
2. Гаврилова Т.В. Активізація діяльності підприємств в умовах ринкових перетворень : автореф. дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)» / Т.В. Гаврилова. К., 2008. 20 с.
3. Пуцентейло Л.Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємства : навч. пос. К. : Центр учбової літератури, 2007. 344 с.

ELABORATION OF AN OPTIMAL MODEL FOR THE DEVELOPMENT OF GASTRONOMIC TOURISM IN THE RIGHT-BANK POLISSIA OF UKRAINE

Nesterchuk Inna
nester_geoeek@ukr.net
Polissya National University
(Zhytomyr, Ukraine)

Abstract. *The article is devoted to finding ways and methods of designing an optimal model for the development of gastronomic tourism in the Right-bank Polissia of Ukraine. The authors reviewed and characterized the existing attributes that form the spatial patterns of tourism development. The directions of development of the study area by clustering are justified, and it is proved that the creation of regional tourism clusters as the most successful spatial model for the development of gastronomic tourism in the Right Bank Polissia of Ukraine will lead to increased competitive advantages of the participants. The characteristics, structure, composition and life cycle of tourism clusters of the object of study as a whole are described. The cluster model for the development of gastronomic tourism in the Right-bank Polissia of Ukraine was visualized by cartography, its managerial and functional structures were elaborated.*

Анотація. *Стаття присвячена пошуку шляхів та методів розробки оптимальної моделі розвитку гастрономічного туризму на Правобережному Поліссі України. Автори переглянули та охарактеризували існуючі атрибути, що формують просторові закономірності розвитку туризму. Напрямки розвитку досліджуваної території шляхом кластеризації обґрунтовані, і доведено, що створення регіональних туристичних кластерів як найуспішнішої просторової моделі розвитку гастрономічного туризму на Правобережному Поліссі України призведе до зростання конкурентних переваг учасників. Описано характеристику, структуру, склад та життєвий цикл туристичних кластерів об'єкта дослідження в цілому. Кластерна модель розвитку гастрономічного туризму в Правобережному Поліссі України була візуалізована картографічно, розроблено її управлінську та функціональну структуру.*

The global economy has a wealth of experience with different spatial models of development. The greatest successes are those adapted to the practical implementation of projects aimed at enhancing the competitiveness of individual companies and territories. In the course of the market transformation of the Ukrainian economy, processes of expanding the scale and increasing the role of service industries have developed.

Analysis of scientific sources based on the results of foreign and domestic studies of regional tourism development (Feser, Renski & Goldstein, 2008) revealed a large number of definitions and concepts characterizing the territorial organization of tourism, such as: "system", "district", "region", "complex", "cluster" and others. The main challenge here is to establish

complete value chains through established structures and to prevent the leakage of created value from the region.

Even though the composition of tourism resources of the Right-bank Polissia is very diverse and appropriately unevenly placed, we believe that it is worth separating gastronomic tourism clusters, where there is a concentration of tourism resources and gastronomic potential. It will allow us to create *an optimal model of gastronomic tourism*, which will spin on the practice of nomadism, simulacrum, escapism. The reset of gastronomic tours (Nesterchuk I. etc, 2021) is possible only if the tourism gastronomic potential of the Right-bank Polissia is justified, which is the basis for creating clusters for the development of gastronomic tourism in the Right-bank Polissia.

The complexity of structural identification is also determined by the presence of “unexpressed” clusters or clusters at the stage of formation or decay. In particular, in accordance with the approach of M. Enright (Enright, 2000) the following *cluster types* can be distinguished:

- *operational cluster* is a group of companies that function as a single system. The main characteristics of the operational cluster are a developed social infrastructure, rapid exchange of innovations, dynamic growth, a well-coordinated production process system, and high potential. Examples of working clusters: the electronics industry cluster in Silicon Valley (California, USA), the knitting industry cluster (North Carolina, USA), the flower cluster (Netherlands);

- *latent cluster* is an industrial agglomerate that has the potential to develop into an operational cluster. Certain shortcomings in national legislation prevent a latent cluster turn into an operational one, primarily due to the lack of laws aimed at supporting cluster entities and optimizing the investment and tax climate in the regions. Enterprises cannot build a single system in which they could interact with other elements of the cluster;

- a *potential cluster* is a group of companies that has certain characteristics of an operational cluster, but it lacks important components of the latter, such as stable business relations between cluster participants and the development of a competitive environment. Examples of potential clusters: the software cluster (Oregon, USA), the aerospace cluster (Arizona, USA). A regional cluster (Enright, 2000) is a geographical agglomeration of firms operating in related sectors of the economy.

When selecting such territories on the map model (Fig. 1), indicators of the gastronomic potential of physiographic districts calculated in the author’s work (Nesterchuk etc., 2021), extended by indicators of tourist flows to respective territories and the number of persons employed in gastronomic tourism (these indicators are listed from the units of administrative-territorial structure, for which they are recorded by the statistical service) were used. When calculating the gastronomic potential of a physiographic region (in points) for bringing the different types of indicators into a unified system, each structural component of the map-diagram was given a weighting coefficient.

And since tourism belongs to the non-primary sphere, it has every chance to become a driver of economic development. The existing attributes according

to which spatial forms of tourism are formed have been considered and characterized and it has been shown that the optimum modern spatial form of tourism development at the regional level is gastronomic tourism development clusters – *potential ones*. The prerequisites of the projected gastronomic clusters are mosaic landscapes, cultural and historical artifacts, the diverse composition of tourism resources of Right-bank Polissia, the concentration of tourism resources and gastronomic potential, that allowed us to substantiate the direction of the projected gastronomic clusters of the study area, on the example of Right-bank Polissia of Ukraine.

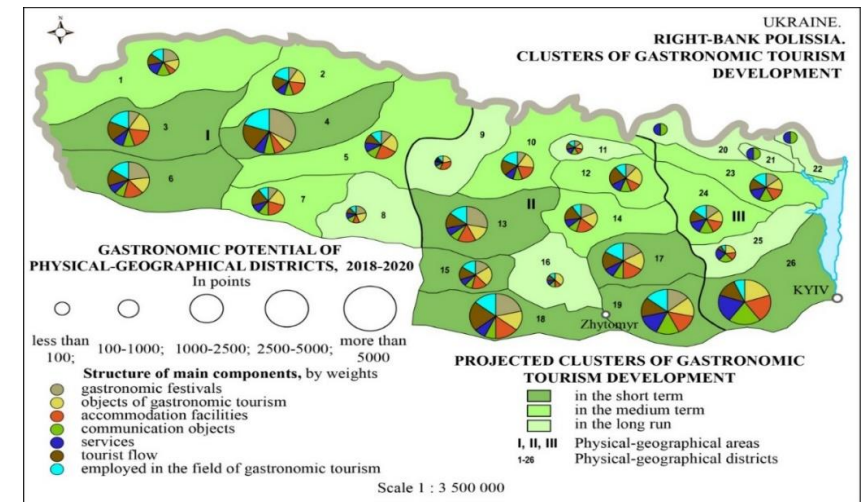


Fig. 1. Clusters of gastronomic tourism development in the Right-bank Polissia of Ukraine

Source: author’s development, original copy presented on a scale of 1:3 500 000

The characteristics, structure, composition and life cycle of tourism clusters of the object of study as a whole have been described. Three clusters of gastronomic tourism development in the Right-bank Polissia by physical and geographical areas (as mapping units) were designed as it was shown using the quantitative background method. The cluster model for the development of gastronomic tourism in the Right-bank Polissia of Ukraine was visualized by cartography, as well as its managerial and functional structures. The creation of the projected gastronomic clusters of the Right-bank Polissia of Ukraine will be based on a competitive author’s model of the structure of projected clusters of gastronomic tourism development of the Right-bank Polissia of Ukraine. The developed scheme of the functional structure of the projected gastronomic cluster of the Right-bank Polissia of Ukraine will make it possible to coordinate the work of its main complexes.

References

1. Feser E., Renski H., Goldstein H. (2008). Clusters and Economic Development Outcomes: An Analysis of the Link Between Clustering and Industry Growth. URL: <https://doi.org/10.1177/0891242408325419>
2. Enright, M. J. Survey on the Characterization of Regional Clusters: Initial Results. Working Paper, Institute of Economic Policy and Business Strategy: Competitiveness Program, University of Hong Kong, Sun Hung Kai, 2000. 21 p. URL: http://www.paca-online.org/cop/docs/Michael_Enright_Survey_on_the_characterization_of_regional_clusters.pdf
3. Nesterchuk I. etc (2021). Reloading of gastronomy tours in the conditions of using the Right-Bank Polissia general tourist potential / Nesterchuk I., Osipchuk A., Bondarenko E., Trusij O., Ivanenko V., Chyzhevska L. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, year XIV, 2021. Volume 34. No. 1. P. 170–176.

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ МІЖНАРОДНОГО ТА ЄВРОПЕЙСЬКОГО ДОСВІДУ ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ БІОЛОГІЧНОГО РІЗНОМАНІТТЯ ТА ЙОГО ВПЛИВ НА ДИВЕРСИФІКАЦІЮ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Омельянич Сергій

Lawhelp777@ukr.net

Запорізький національний університет
(м. Запоріжжя, Україна)

Анотація. В публікації висвітлені головні законодавчі акти, що регулюють правові питання збереження та відновлення біологічного різноманіття в світі, Європі та Україні. Зроблений висновок, що відновлення біорізноманіття має стати пріоритетною метою політики української держави та сприятиме розвитку сільського туризму.

Abstract. The study highlights the main legislation governing the legal issues of conservation and restoration of biological diversity in the world, Europe and Ukraine. It is concluded that the restoration of biodiversity should become a priority goal of the Ukrainian policy and promote rural tourism development.

Сільський туризм може розкрити великі економічні можливості для місцевого населення та його культури, для охорони природи з розрахунком на майбутні покоління. Проте слід зазначити, що, якщо туризм на природних та сільських територіях планується, розвивається й управляється неправильно, він веде до деградації природних ландшафтів, загрожує дикій природі і біологічній різноманітності, а також веде до забруднення морських і прибережних зон, погіршення якості водних ресурсів, вимушених переміщень місцевих співтовариств і розмивання культурних традицій [1, с. 73]. Як зазначено у рекомендації Європейського Союзу № 5: Підтримка туристичної діяльності, що сприяє збереженню біорізноманіття, – біорізноманіття є життєво важливим активом туристичної галузі. Туристи часто користуються перевагами природних ландшафтів, включаючи національні парки, прибережне середовище та гірські регіони – і все це містить значне біорізноманіття. Чисте довкілля – це очікування кожного туриста, і багато туристів не повернуться до забруднених або зіпсованих місць. Оскільки туризм є однією з вирішальних основ для місцевої економіки, важливо досягти балансу між вигодами, які можна отримати від розвитку туризму та захисту біорізноманіття [1, с. 72].

У міжнародному та вітчизняному законодавстві поняття біорізноманіття з'явилося порівняно недавно. Стаття 2 Конвенція про охорону біологічного різноманіття від 1992 року визначає біологічне різноманіття" як різноманітність живих організмів з усіх джерел, включаючи, серед іншого, наземні, морські та інші водні екосистеми і екологічні комплекси, частиною яких вони є; це поняття включає в себе різноманітність у рамках виду, між видами і різноманіття екосистем [2]. Ст. 1 закону України

«Про Загальнодержавну програму формування національної екологічної мережі України на 2000–2015 рр.» від 21.09.2000 р. закріплює біологічне (біотичне) різноманіття як сукупність усіх видів рослин, тварин і мікроорганізмів, їх угруповань та екосистем у межах території України, її територіальних та внутрішніх морських вод, виключної (морської) економічної зони та континентального шельфу [3].

Фундаментальними актами міжнародного законодавства щодо збереження та відновлення біологічного різноманіття є Конвенції про охорону біологічного різноманіття від 1992 року, Картахенський протокол про біологічну безпеку 2000 року, та Нагойський протокол регулювання доступу до генетичних ресурсів і спільного використання на справедливій і рівній основі вигід від їх застосування 2010 року.

Цілями Конвенції 1992 року є збереження біологічного різноманіття, стале використання його компонентів і спільне одержання на справедливій і рівній основі вигод, пов'язаних з використанням генетичних ресурсів і шляхом надання необхідного доступу до генетичних ресурсів і шляхом належної передачі відповідних технологій з урахуванням усіх прав на такі ресурси і технології, а також шляхом належного фінансування. У ст. 3 Конвенції зазначено, що держави мають суверенне право (відповідно до Статуту ООН та принципів міжнародного права) використовувати свої власні природні ресурси відповідно до своєї політики та законодавства в галузі навколишнього природного середовища і несуть відповідальність за забезпечення того, щоб діяльність у рамках їх юрисдикції не завдавала шкоди навколишньому середовищу інших країн або районів за межами дії національної юрисдикції [2].

Картахенський протокол про біологічну безпеку застосовується в умовах транскордонного переміщення, транзиту, обробки і використання всіх живих змінених організмів, які впливають на збереження та стале використання біорізноманіття, з урахуванням також ризиків для здоров'я людини [4].

Мета Нагойського протоколу полягає у забезпеченні спільного використання на справедливій і рівній основі вигод від застосування генетичних ресурсів, у т. ч. шляхом забезпечення належного доступу до генетичних ресурсів та належної передачі відповідних технологій, враховуючи всі права на ці ресурси і на технології шляхом належного фінансування, сприяючи таким чином збереженню біорізноманіття і сталому використанню його компонентів [5].

Одним із головних актів європейського законодавства у цій сфері є Всеєвропейська стратегія збереження біологічного та ландшафтного різноманіття 1995 року. Стратегія була запропонована Маастрихтською декларацією «Про збереження природної спадщини Європи» (1993 р.) і в її основу лягли Бернська конвенція (995_032), Європейська стратегія збереження природи (1990 р.), результати конференцій Міністрів охорони довкілля у містах Дорбриш та Люцерн (1991 і 1993 рр.), Конференції ООН з питань довкілля і розвитку (1992 р.), інші існуючі ініціативи та програми. Стратегія забезпечує базу для координації і об'єднання зусиль щодо зміцнення і нарощування існуючих ініціатив.

Стратегія передбачає впровадження 10 принципів в усі галузі, де використовуються природні ресурси. Такими принципами є: принцип обережного прийняття рішень, принцип уникнення загроз, принцип запобігання втратам, принцип переміщення небезпечних виробництв, принцип екологічної компенсації, принцип екологічної єдності, принцип відновлення та (від)творення природних ресурсів, принцип найкращої існуючої технології та найкращих екологічних методів, принцип «забруднювач платить», принцип участі громадськості та її доступу до інформації [6].

У травні 2020 року Європейська Комісія представила «Стратегію біорізноманіття ЄС до 2030 року: Повернення природи у наше життя». До Стратегії додається довгостроковий План дій щодо відновлення біорізноманіття. Слід зазначити, що на реалізацію Стратегії закладається потужне фінансування у розмірі 20 млрд євро на рік [7].

В Україні важливими актами національного законодавства щодо збереження та відтворення біорізноманіття є: закони України «Про охорону навколишнього природного середовища», «Про природно-заповідний фонд України», «Про екологічну мережу», «Про Загальнодержавну програму формування національної екологічної мережі України на 2000–2015 рр.», «Про тваринний світ», «Про рослинний світ», Земельний кодекс України, Лісовий кодекс України, Водний кодекс України, Концепція Загальнодержавної програми збереження біорізноманіття на 2005–2025 роки та міжнародні договори до яких долучилася Україна.

Збереження та відновлення біологічного різноманіття має стати пріоритетною метою політики української держави, необхідно проводити постійний моніторинг стану біорізноманіття, також слід розробити комплексний нормативно-правовий акт, наприклад, – закон України «Про збереження та відновлення біорізноманіття», в якому закласти головні принципи по збереженню та відновленню біорізноманіття в усі галузі людської діяльності, де використовуються природні ресурси.

Список використаних джерел

1. Безкорвайна Л. В., Бойка О. А., Омелянчик С. В. Сільський туризм, біорізноманіття та сталий розвиток: комплементарність та вплив на добробут сільського населення. *Економічний вісник Дніпровської політехніки*. 2021. № 1 (73). С. 68–75.
2. Конвенція про охорону біологічного різноманіття від 1992 року. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_030#Text
3. Закон України «Про Загальнодержавну програму формування національної екологічної мережі України на 2000–2015 рр.» від 21.09.2000 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1989-14#Text>
4. Картахенський протокол про біобезпеку від 12.09.2002. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_935#Text
5. Нагойський протокол регулювання доступу до генетичних ресурсів і спільного використання на справедливій і рівній основі вигід від їх застосування від 29.10.2010. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_k03#Text
6. Всеєвропейська стратегія збереження біологічного та ландшафтного різноманіття від 25.10.1995. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_711#Text
7. Стратегія біорізноманіття ЄС до 2030 року: Повернення природи у наше життя від 20.05.2020. URL: <https://uncg.org.ua/wp-content/uploads/2020/10/Stratehiia.pdf>

ЄВРОПЕЙСЬКІ ПРАКТИКИ ПІДТРИМКИ СФЕРИ ВНУТРІШНЬОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ COVID-19

Осаул Аліна

alinaosaul@ukr.net

Запорізький національний університет
(м. Запоріжжя, Україна)

Анотація. Пандемія COVID-19 продовжує поширюватися світом. Вона справляє вплив на економіки, загрожує добробуту націй та людському життю. Сільський туристичний бізнес, зайнятість та партнерства з місцевими органами влади та навчальними закладами надзвичайно чутливі до наслідків COVID-19. Національні уряди спрямовують значні зусилля на задоволення стратегічних завдань у галузі туризму. Вони створюють рамкові умови для розвитку сільського туризму, надають інституційну, фінансову та іншу допомогу.

Abstract. The COVID-19 pandemic continues to spread around the world. It affects economies, threatens the well-being of nations and human life. Rural tourism business, employment and partnerships with local authorities and educational institutions are extremely sensitive to the consequences of COVID-19. National governments are making significant efforts to meet strategic challenges in the field of tourism. They create framework conditions for the development of rural tourism, provide institutional, financial and other assistance.

Всесвітня туристична організація констатує, що світ зазнав значних втрат у туристичному бізнесі. Так, відбулося безпрецедентне падіння обсягів міжнародного туризму (прибуття міжнародних туристів скоротилося на 74 %), втрати експортних надходжень від міжнародного туризму становлять 1,3 трлн дол. США, а оціночні втрати світового ВВП (2 трильйони доларів США) [1, с. 9]. Це створило передумови пошуку нових ідей щодо способів задоволення попиту туристів, відновлення подорожей. Окрім того, були виявлені нові смаки, вподобання та загальні тенденції на світовому ринку туристичних послуг. Оскільки у період пандемії поведінка туристів змінилася, вона стала більш побутовою, орієнтованою на природу, сільською, творчою та сталою, а відновлення подорожей підтримується переважно молодими людьми, які є рушіями зрушень у модернізації національної економіки та прагнуть «сталості, автентичності та відчуття місцевого смаку» [1, с. 18], туристичний бізнес має стати більш гнучким та переглянути традиційні стратегії ведення підприємницької діяльності. Експерти Європейської Комісії роблять висновок, що туристи «демонструють переваги національних напрямків з активним відпочинком та контактом з природою» [2, с. 23]. Тепер туристи намагаються уникати переповнених місць та підтримувати санітарні норми. Регіони з нижчим рівнем COVID-19 стають привабливішими, оскільки туристи вважають їх більш безпечними місцями відпочинку. Слід зазначити, що невизначеність та економічна нестабільність також впливають на тривалість відпустки та витрати на відрадження.

Інститути національної, регіональної та місцевої політики, підприємства та громади повинні враховувати, що переваги туристів щодо безпеки та здорового середовища вимагають від них творчих та інноваційних підходів, використання більш різноманітних бізнес-стратегій. Вони також потребуватимуть нових бізнес-навичок та створюють нові можливості для появи робочих місць, підкреслюють важливість місцевого біорозмаїття та культури.

Генеральний секретар ООН визначає п'ять пріоритетних напрямків щодо відновлення туристичного бізнесу. Йдеться про пом'якшення соціально-економічних наслідків кризи, формування стійкості у всьому ланцюжку створення вартості в туризмі, максимізацію використання технологій у туристичному секторі, сприяння сталості та зеленому зростанню, а також сприяння розвитку партнерства, заради підтримки туристичною галуззю Цілей сталого розвитку [3].

Політики розуміють, що сільський зелений туризм сприяє економічному зростанню територій, створює робочі місця, підсилює соціальну взаємодію та є запорукою стійкого розвитку громад. Це важливий двигун розвитку інфраструктури, підтримки та захисту культурної, мистецької та природної спадщини, розвитку здоров'я людей та урізноманітнення їхнього дозвілля. Пандемія чітко продемонструвала, що туризм загалом та сільський туризм, зокрема, зазнають суттєвих змін. Розуміючи необхідність адаптації місцевої економіки до викликів, спричинених пандемією COVID-19, туристичний сектор постійно змінюється; не може залишатися стагнаційним.

Відмітною є практика уряду Ірландії як реакція на виклики поточної пандемії. У документі «Наше сільське майбутнє. Політика розвитку сільської місцевості 2021–2025» урядовці визначили умови й політичне середовище в Ірландії у час кризи, особливості зайнятості та побудови кар'єри у сільській місцевості, заходи щодо активізації сільських міст та села, включаючи перелік політичних ініціатив [4]. Експерти продемонстрували, що 31 місцеве підприємство продовжуватимуть надавати консультації, інформацію та, де це доречно, фінансову допомогу підприємцям для запуску бізнесу або для його розвитку. Серед ключових напрямків – інфраструктурна підтримка лідерів громад та волонтерів, збільшення можливостей для використання потенціалу спільноти, прокладання високошвидкісного широкосмугового інтернету, вивчення досвіду та підсилення соціальних взаємодій, підкреслення важливості зв'язку та доступу до місцевої інформації про події, бізнес можливості, фінансування, тощо.

Відповідні стратегії були прийняті в багатьох країнах-членах ЄС. Задля реалізації стратегій відновлення туристичної галузі в сільській місцевості Європейська Комісія накопичує та розподіляє ресурси для підтримки сільського бізнесу загалом та сільського туризму зокрема. ЄК надає їм пряму підтримку у формі позик або грантів «для покриття операційних витрат у розмірі до 200 000 євро за сприятливих умов, таких як дуже низькі процентні ставки або вигідні графіки платежів» [5].

Окрім того, було ініційовано нові заходи розвитку села, вищі авансові платежі та більш широка державна допомога для фермерів та підприємств харчової промисловості. В даний час Європейська комісія також використовує низку виняткових ринкових заходів.

На рівні громад в ЄС існує чимало прикладів солідарності, спрямованих на взаємну підтримку та реагування на практичні потреби. Це програма дій LAG в Швеції, «Pioneers» у сільській Німеччині та «Банк талантів» у сільській місцевості Бельгії. LAG під час кризи COVID-19 видозмінив діяльність на цифровий формат, розпочав збір та обмін інформацією про громадські можливості фінансування. «Pioneers» в сільській Німеччині розпочали свою ініціативу ще у 2015 році з метою накопичення досвіду людей, що рухаються з міських центрів до сільської Німеччини. Організація стала дуже важливою під час кризи COVID-19, оскільки все більше людей звертаються за консультуванням про переїзд до сільських районів та відкриття власної справи. «Банк талантів» у сільській Бельгії співставляє місцеві ініціативи з потребами громад, сприяє згуртованості членів громади.

Вважаємо, що для того, щоб отримати найбільш ефективні відповіді на пандемічні завдання, гравці ринку сільського зеленого туризму повинні широко співпрацювати один з одним, використовувати більш різноманітні стратегії подальшого розвитку, сприяти ідеям сильного керівництва, розглядати та впроваджувати координаційні механізми управління як на макро- так і на мікрорівні, використовувати ефективні комунікації з громадськістю та дотримуватися курсу на соціальне залучення.

Список використаних джерел

1. UNWTO: COVID-19 and tourism. 2020: A year in review – January 2021. URL: <https://www.unwto.org/covid-19-and-tourism-2020> (дата звернення: 30.08.2021).
2. Marques Santos, A., Madrid González, C., Haegeman, K. and Rainoldi, A. (2020) Behavioural changes in tourism in times of COVID-19. Employment scenarios and policy options. URL: <https://s3platform.jrc.ec.europa.eu/documents/20182/392265/Behavioural+changes+in+tourism+in+times+of+COVID-19/059ea958-6696-467a-8507-2e8617a4b86a> (дата звернення: 01.09.2021).
3. Tourism: Europe is one of the hardest hit regions by COVID-19. URL: <https://unric.org/en/tourism-europe-is-one-of-the-hardest-hit-regions-by-covid-19/> (дата звернення: 03.09.2021).
4. Department of Rural and Community Development: Our Rural Future. Rural Development Policy 2021–2025 – March 2021. URL: <https://www.gov.ie/en/publication/4c236-our-rural-future-vision-and-policy-context/> (дата звернення: 01.09.2021).
5. European Commission: European Commission Supporting the agriculture and food sectors amid Coronavirus. URL: https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/farming/coronavirus-response_en (дата звернення: 05.09.2021).

ФОРМУВАННЯ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В УМОВАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Павлова Галина

halynapavlova@ukr.net

Дніпровський державний аграрно-економічний університет

(м. Дніпро, Україна)

Безугла Людмила

bezuhla.l.s@nmu.one

Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»

(м. Дніпро, Україна)

Анотація. Позитивний вплив сільського зеленого туризму на вирішення соціально-економічних проблем села має комплексний, системний характер, оскільки сприяє розширенню зайнятості сільського населення, стимулює благоустрій сільських поселень. Розвиток сільського зеленого туризму вимагає значного обсягу інвестицій, особливо в розвиток сфери гостинності, на екологічні та реставраційні програми, що вказують на зв'язок туризму з іншими галузями економіки, його залежність від загального рівня економічного розвитку країни. Разом з тим, розвиток сільського зеленого туризму стимулює розвиток економіки, забезпечує мультиплікаційний ефект, особливо відчутний в сфері зайнятості.

Abstract. The positive impact of rural green tourism on solving socio-economic problems of a village is complex and systemic, as it contributes to the expansion of employment of the rural population and stimulates the improvement of rural settlements. The development of rural green tourism requires a significant amount of investment, especially in the development of hospitality, environmental and restoration programmes that indicate the connection of tourism with other sectors of the economy, its dependence on the overall level of economic development. At the same time, the development of rural green tourism stimulates economic development, provides a multiplier effect, especially noticeable in the field of employment.

Одним з головних аспектів розвитку туристичної сфери, яка спрямована на охорону і розвиток української природи, культурно-історичної спадщини, залучення людей до активної участі у вирішенні власних фінансових проблем, сприяння працевлаштуванню безробітних є розвиток сільського зеленого туризму.

В сучасних реаліях єдина універсальна концепція розвитку сільського туризму в країнах Європи та світу відсутня, та й навряд чи вона взагалі може бути створена, враховуючи історію, культуру, традиції, природні умови кожної з країн. Спільним у розвитку виступає лише те, що сільський туризм перетворився на ефективний і перспективний сектор туристичної індустрії, який приносить прибутки, відроджує мало розвинені сільські території та розширює спектр зайнятості сільських жителів.

«Слід зазначити, що розвиток туризму вимагає значного обсягу інвестицій, особливо в розвиток сфери гостинності, на екологічні та

реставраційні програми, що вказують на зв'язок туризму з іншими галузями економіки, його залежність від загального рівня економічного розвитку країни. Разом з тим, розвиток сільського зеленого туризму стимулює розвиток економіки, забезпечує мультиплікаційний ефект, особливо відчутний в сфері зайнятості» [1]. Самі ж селяни також зацікавлені у розвитку даного виду туристичної діяльності, ставлячи за першочергову мету отримання економічних прибутків від звичних для них сільськогосподарських робіт, вирішення існуючих соціальних проблем та підтримання якісного екологічного стану довкілля.

Основними факторами розвитку сільського зеленого туризму є:

- етнокультурні та соціально-демографічні зміни в суспільстві, забезпечення здорового способу життя, розуміння цінностей навколишнього середовища, натуральних продуктів у масовому виробництві, штучних та синтетичних матеріалів;
- необхідність відпочинку міських жителів у сільській місцевості;
- складна економічна ситуація в сільському господарстві;
- звільнення (завдяки технологічному прогресу в промисловості) працівників сільського господарства та необхідності створення робочих місць у сільській місцевості;
- бажання «самодостатніх» сільських сімей отримувати додатковий дохід від оренди житла та вільного продажу сільськогосподарських якісних натуральних продуктів;
- зростання популярності альтернативного туризму, що сприяє рекреаційній діяльності;
- екологічно чисте довкілля;
- необхідність охорони та відновлення сільських ландшафтів.

Таким чином, з одного боку, на селі буде забезпечено попит на відпочинок, а з іншого боку, пропозиція відповідатиме цьому попиту шляхом створення зеленого туризму на базі фермерських господарств та надання їм відповідних послуг.

Будь-які форми туризму, які демонструють сільське життя, мистецтво, культуру і спадщину в сільській місцевості, приносять користь місцевій громаді в економічному і соціальному плані, а також дозволяють взаємодіяти між туристами і місцевими жителями для збагачення туристичного досвіду.

Для опису туристичної діяльності в сільській місцевості використовуються різні терміни: агротуризм, фермерський туризм, сільський туризм, м'який туризм, альтернативний туризм і ряд інших, які мають різне значення в різних країнах.

У сільській місцевості можна знайти безліч можливостей для туризму і відпочинку. Основними види діяльності сільського туризму можуть бути:

- культурна діяльність (археологія, місця відновлення, вивчення сільської спадщини, музеї, курси ремесел, майстерні художнього самовираження);
- водні розваги (риболовля, плавання, річковий туризм, веслування на каное, каякінг, віндсерфінг, гонки на швидкісних катерах, вітрильний спорт);

- заходи, що пов'язані зі здоров'ям (фітнес-тренінг, штурмові курси, спа та оздоровчий відпочинок, його-тури);
- повітряна туристична діяльність (джампінг, прижки з парашутом, катанні на повітряних шарах);
- пасивний відпочинок (релаксаційний відпочинок в сільській місцевості, вивчення природи на відкритому повітрі, включаючи спостереження за птахами і фотографування, вивчення ландшафту);
- спортивні заходи (полювання, скелолозання, спортивне біг, теніс, гольф, гірські лижі);
- знакові події (фестивалі, обряди, ярмарки);
- діяльність, пов'язана з бізнесом та інші.

«Позитивний вплив сільського зеленого туризму на вирішення соціально-економічних проблем села має комплексний, системний характер, оскільки сприяє розширенню зайнятості сільського населення, стимулює благоустрій сільських поселень і т. д.» [4] (рис. 1).



Рис. 1. Напрями впливу сільського зеленого туризму на розвиток сільських територій

Джерело: [4]

Отримання соціально-економічного ефекту від розвитку сільського зеленого туризму в контексті сталого розвитку сільських територій в Дніпропетровському регіоні полягає в тому, що він:

- пропагує розміщення в тих агросадибах, які займаються розвитком зеленого туризму;
- спонукає до розвитку місцевого або регіонального інфраструктурного забезпечення;

– допомагає в реалізації надлишків агропродукції, тим самим збільшуючи доходи сільського населення;

– розширює господарську діяльність на місцевому ринку, підвищує зайнятість населення, затримує молодь у сільських місцевостях;

– забезпечує охорону туристичних ресурсів, зберігає етнокультурну самобутність українського народу;

– створює можливості для відпочинку незаможної верстви людей.

Сільський зелений туризм варто розглядати як ресурс сталого розвитку громади, раціональне використання якого сприятиме економічному зростанню й створенню значної доданої вартості.

Сільський зелений туризм є генератором доходів, мотивом для створення нових робочих місць, залучення інвестицій, а також чинником капіталізації місцевого бренду [2].

Сільським районам необхідний новий підхід в своїй політиці розвитку. В процесі перетворення сільських просторів туризм може зіграти важливу роль. Туризм вважається ефективним каталізатором розвитку сільських районів, важливим економічним фактором і можливістю для створення несільськогосподарських підприємств і робочих місць. Широко визнано, що туризм – це не тільки одна з форм людської діяльності, а й важливе соціально-економічне явище в сучасному світі. Його розвиток пов'язаний з широким впливом туризму на багато сфер народного господарства. Як значний економічний феномен він сприймається місцевими та регіональними органами влади як можливість для свого розвитку. Однак масштаб економічних вигод, пов'язаних з розвитком туризму, визначається комплексом факторів, а саме природними і культурними цінностями, привабливістю, гарною транспортною доступністю і рівнем розвитку туристичної інфраструктури.

В цілому, туристична діяльність сприяє збільшенню доходів, створенню робочих місць, модернізації інфраструктури, зайнятості жінок в сільських районах, підвищенню рівня життя жителів і підвищенню якості життя. Вона також сприяє зростанню місцевих ремесел і відповідає за прояв гордості за місцеву та національну культуру. Таким чином, не дивно, що національні і місцеві учасники по всьому світу просували політику і стратегії в галузі туризму, щоб оживити страждаючі сільські райони, в яких сільський туризм сприймається як «панацея» для багатьох проблем сільського господарства [3].

Проте, хоча більшість фахівців з планування туризму і місцевих постачальників вважають туризм рушійною силою місцевого сталого розвитку, дослідження ставлення жителів до туристів підкреслюють як негативні, так і позитивні ефекти.

Насправді, дуже важко досягти всіх цих позитивних ефектів туризму одночасно, тому що переваги туризму для сільської місцевості не завжди очевидні і часто переоцінюються. Просте наявність туристичної інфраструктури не обов'язково веде до розвитку сільського туризму і найчастіше лише певні аспекти стійкості або тільки певні сільські райони дійсно отримують вигоду від позитивного впливу туризму. Визначення

того, в яких аспектах або в яких областях вдасться отримати вигоду з впровадження туризму є досить складним завданням.

Відповідальні програми і плани з розвитку сільського зеленого туризму включають ті парадигми, які зводять до мінімуму негативні аспекти традиційного туризму для навколишнього середовища і підвищують культурну самобутність місцевого населення. Таким чином, крім оцінки екологічних, соціальних і культурних чинників, невід'ємною частиною сільського зеленого туризму є сприяння переробці відходів, енергоефективності, економії води та створення економічних можливостей для місцевих громад. З цих причин сільський зелений туризм часто привертає прихильників екологічної та соціальної відповідальності.

Список використаних джерел

1. Bezuhla L., Demchuk N. (2019). Development strategy of ecotourism enterprises as a factor of increasing their competitiveness. *Organizational-economic mechanism of management innovative development of economic entities. Collective monograph / edited by M. Bezpartochnyi, in 3 Vol. / Higher School of Social and Economic. Przewosk: WSSG. Vol. 2. P. 289–297*

2. Huang, Y., & Stewart, W. P. (1996). Rural tourism development: shifting basis of community solidarity. *Journal of Travel Research. 36(4), 26–31.*

3. Дарчук В. Г. Формування стратегічних основ розвитку сільського (зеленого) туризму в Україні : автореф. дис. ... канд. екон. наук : спец. 8.00.03. Донець. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського. Донецьк, 2014. 21 с.

4. Безугла Л.С. Сільський зелений туризм: тенденції розвитку національного туристичного бізнесу. *Сучасні підходи до соціально-економічного, інформаційного та науково-технічного розвитку суб'єктів національного господарства : колективна монографія / за ред. Л.М. Савчук, Л.М. Бандоріної. Дніпро : Пороги, 2020. С. 157–166.*

**НОВИЙ ТУРИСТИЧНИЙ МАРШРУТ
З ІНТЕГРАЦІЇ НАУКИ, ОСВІТИ, ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ
«ІСТОРІЯ УКРАЇНИ В ДОСЛІДЖЕННЯХ ВЧЕНОЇ ВІРИ ЖУК
(1928–2008)»**

Петренко Ірина

poonsku@ukr.net

ВНЗ Укоопспілки

«Полтавський університет економіки і торгівлі»

(м. Полтава, Україна),

Анотація. У статті вперше розкриваються можливості впровадження нового туристичного маршруту «Історія України в дослідженнях вченої Віри Жук (1928–2008)». Цей унікальний маршрут розкриває по-новому середньовічну історію Полтавщини і є органічним поєднанням науки, освіти та зеленого туризму (бізнесу).

Abstract. The article for the first time reveals the possibilities of introducing a new tourist route «History of Ukraine in the research of scientist Vira Zhuk (1928–2008)». This unique route reveals in a new way the medieval history of Poltava region and is an organic combination of science, education and green tourism (business).

У червні 2021 року завдяки ініціативі слухачів проєкту «Університет третього віку» при ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі», а саме – слухачів «Краєзнавчий студій Полтавщини» (викладач – д.і.н., проф. Ірина Петренко) з'явилася ідея створити новий унікальний туристичний маршрут. Слухачка Наталія Ковинським, яка є ініціатором створення проєкту-садиби зеленого туризму «Шляхами хана Кубрата» в с. Писарівка Полтавського району (поруч с. Мала Перещепина, де знаходиться поховання хана Кубрата) виступила ініціатором і натхненником нового туристичного напрямку. Д.і.н., професор Ірина Петренко розробила унікальний авторський маршрут «Історія Полтавщини в дослідженнях історика Віри Жук». Було проведено вже кілька екскурсій, які викликали захоплення і позитивні відгуки у екскурсантів. Це абсолютно новий маршрут, аналогів якого ще не було в Україні. Він ґрунтується на дослідженнях ученої Віри Жук, її відкриттях, і зовсім нових поглядах на давню і середньовічну історію України і, зокрема Полтавщини. Крім того, новий туристичний маршрут побудований на інтеграції науки, освіти і зеленого туризму.

Відома полтавська вчений-історик Віра Жук (1928–2008) мала свою власну точку зору про вік Полтави, її давню історію, перебування Полтавщини в складі Великої Скіфії, Сарматії, під владою готів, гунів, Аварського каганату, Великої і Чорній Булгарії, під ігом золотої Орди, про роль протоболгар, торків, угрів, половців та інших етносів [1].

Віра Жук, залучаючи матеріали археологічних розкопок і письмових джерел іноземного і вітчизняного походження, запропонувала визначити

вік Полтави. Вчений мала власний погляд на багато запитань давньої та середньовічної історії України та зокрема, Полтавщини. Її точка зору відрізнялася від офіційної точки зору вчених, що є абсолютно нормальним і закономірним. Відомо, що істина народжується на перетині різних думок, дискусій і достовірних аргументів. Віра Жук, з'єднавши артефакти і матеріали письмових документів, запропонувала альтернативну точку зору.

Завдяки дослідженням казанського історика-джерелознавця Фаргат Габдул-Хамітовича Нурутдінова, який зберіг і в 90-х роках ХХ ст. і ввів у науковий обіг частину давньоболгарських літописів, в історичній науці стався переворот. Віра Жук листувалася з Фаргат Нурутдінова і він поділився з нею матеріалами давніх літописів.

Дослідження Віри Жук останніх років були засновані на використанні частини російського перекладу стародавнього південнобулгарського (Карачаївсько-булгарського) зводу літописів «Наріман Тарихи» («Історія Нарімана») Даіши Караджа, початок якому було покладено в Північному Кавказі, а в 1391 року він потрапив у Волзьку Булгарію. На початку ХVІ століття літопис продовжив казанський літописець Наріман, ім'я якого і отримав звід, який дописувався в Поволжі до ХVІІІ століття. Оригінал цього унікального історичного джерела, який був написаний на мові тюрки, не зберігся. До наших днів дійшов російський переклад, який дивом уцілів і зберіг казанський вчений-історик, дослідник цих літописів Фаргат Нурутдінов.

У «Наріман таріхі» описується історія всієї Булгарської імперії і її «уламків» (територій, які були в її складі в різні історичні періоди), починаючи з початку нашої ери і до ХVІІІ століття. Давньобулгарські літописи пов'язують історію Полтави з численними племенами і етносами, які в різні історичні періоди жили поруч з булгарами, були в залежності від Великої і Волзької Булгарій, починаючи від фракійців, скіфів, сарматів та інших. У цих історичних джерелах міститься дуже багато цікавих даних про давню історію України та безпосередньо Полтавщину.

Саме важливі історичні факти з цих літописів і дали нам можливість покласти початок нового туристичного маршруту з інтеграції науки, освіти, зеленого туризму «Історія України в дослідженнях вченої Віри Жук (1928–2008)». Ці літописи визнані не всіма вченими, багато їх критикують і заперечують. Але від істини нікуди не дітися, тому багато сучасних істориків їх використовують. Ці джерела розкривають невідомі сторінки історії стародавніх булгар і багатьох народів у взаємозв'язку подій і фактів, досить логічно вписуються в загальну історичну картину Європи і Азії.

Маршрут починається з Полтави, де екскурсанти мають змогу побачити Державний архів Полтавської області (вулиця Пушкіна, 18/24), в якому протягом 22 років (1955–1978 рр.) працювала Віра Жук. До недавнього часу на приміщенні архіву була меморіальна дошка вченої, виготовлена на кошти сім'ї Віри Жук і благодійні внески, виконана полтавським художником-скульптором Сергієм Козловим. Однак кілька

років тому дошка була демонтована керівництвом архіву. Нині стоїть питання про повернення дошки (виготовленні нової).

Далі є можливість оглянути факультет історії та географії Полтавського національного педагогічного університету імені В.Г. Короленка, де Віра Жук працювала з 1978 по 1986 рік (до виходу на пенсію), а потім співпрацювала з факультетом до кінця свого життя.

З першої чверті VII ст. давньобулгарські літописи згадують сучасну Полтаву під назвою Балтавар як ставку Кубрата, хана, засновника Великої Булгарії. Напевно, Кубрата тут приваблювало дуже вигідне стратегічне положення і красива місцевість – гори, ліси, річки, адже тут здавна протікало і впадало неподалік в річку Ворсклу кілька її приток, відомих уже пізніше під сучасними назвами – Лтава, Полтавка (Тарапунька), Очеретянка. Туристи мають можливість візуально оглянути сучасну Полтаву як древній Балтавар.

Потім екскурсанти виїжджають за межі міста і перша зупинка смт Козельщина Кременчуцького району. Туристів там зустрічає місцевий краєзнавець, дослідник Іван Кравченко. Туристи оглядають відомий Різдва Богородиці Козельщинський жіночий монастир, який є діючим. Віра Жук присвятила йому одну зі своїх останніх книг «Перлина Козельщини» (співавтор Г. Сердюк) [2]. Захоплюючи розповідь Івана Кравченко про історію будівництва, руйнуванні і відновленні монастиря заворожує слухачів. У екскурсантів є можливість доторкнутися до списку Козельщинської чудотворної ікони Божої Матері.

На території Козельщини є залишки понад 60 курганів, пам'ятники епохи неоліту, бронзи, сарматського часу. Туристи мають можливість побачити їх по ходу руху автобуса.

Потім екскурсанти відвідують Шар-гору. Ще до початку XX століття в горах, що оточують річку Говтва з півдня і заходу зберігалися сліди древніх укріплень: на найбільшій з них – на Шар-горі, де були залишки валів, які вели з півночі і сходу на сусідню гору – залишки невеликого земляного укріплення пізнішого походження, ймовірно, пристосованого для дії артилерії вже за часів козацтва. Між ними знаходилася піднесена рівнина без рослинності під назвою Лиса Гора. Вважали, що верхні її шари були зняті в давнину для відсипання вала або для двох величезних курганів, розташованих на високих точках згаданих гір. На думку одних дослідників кургани були наглядовими пунктами, за твердженнями інших – братськими могилами загиблих в боях. У кількох місцях Шар-гори ще в XX столітті зберігалися сліди печер. На цій же горі збереглися і підземні ходи, які були складовою частиною говтвянських укріплень.

Саме на Шар-горі екскурсанти оглядають камінь, який, ймовірно, був на могилі хана Органи, дядька хана Кубрата – засновника Великої Булгарії. Відомо, що батько Кубрата – князь придунайського Булгарського князівства Албурі Аскал, який служив Візантійській імперії, загинув після нападу аварських булгар в районі сучасного міста Ясси. Його вдова залишилася з двома синами Кубратом і Шамбат. Ймовірно, що за вірну службу батька дітей взяли на виховання в Константинополь, у двір

візантійського імператора, де вони виховувалися до повноліття. Булгарський бейлик почав розпадатися, але частина його зумів зберегти дядько Кубрата, брат його матері Органи. У 619 році він прийняв християнство. Про це свідчить золотий перстень з написом «Патрицій Органи», знайдений згодом в похованні Кубрата.

Про поховання Органи давньобулгарські літописи свідчать частково. Але в них є згадка про те, що його могила знаходиться на відстані «дня шляху» від літньої резиденції хана Великої Булгарії Кубрата під назвою Балтавар, яка була на місці сучасної Полтави. Цілком зрозуміло, що відвідуючи могилу свого дядька, Кубрат їхав на коні. Кінний ж «день шляху» в перерахунок на наші виміри дорівнював 50–75 км.

Перед вченими постало питання: що на території приблизно 75 км від Полтави на південь може нагадувати про поховання Органи? Як відомо, тюркомовні давні булгари дбайливо ставилися до могил предків, свято їх берегли. Органи був скромною і мудрою людиною, яка не мала великих багатств. У 620 році він сам передав владу Кубрату, напевно, розуміючи, що високоосвічений молодий правитель зробить для країни більше, ніж може зробити він сам. Напевно, саме тоді Органу передав племіннику і свій золотий перстень з написом «Патрицій Органи», отриманий після хрещення.

Органа міг бути похованим без особливих коштовностей. А якщо і були вони в могилі, то могли бути розграбовані пізніше. Але на його місці повинен бути обов'язково якийсь знак. Адже туди їздив хан Кубрат на уклін до могили дядька. І цей знак мав зберегтися довго, як потім століттями стояли кам'яні баби на половецьких могилах. Але що нам нагадує про це?

Одним із стародавніх поселень сучасної Полтавщини було місто, яке згадується в давньоруських літописах під назвою Голтав і Голта, потім Голтва. Нині це назва зберегло село Говтва біля смт Козельщина Кременчуцького району. Давня Говтва (Голта) займала дуже вигідне стратегічне положення. Розташовувалася вона на правому березі річки Псел при впадінні в неї річки Говтва, на високому місці. Ймовірно, будувався місто як фортеця ще в стародавні часи за часів Чернігово-тмутараканського князя Мстислава Володимировича, який розширював і зміцнював межі свого князівства, переселив на лівобережжя багато майстрів-болгар і тюркомовних, і вже слов'янізованих. Потім Говтва була під владою печенігів, половців, до кінця XI століття древнє місто було центром хана Ітларя. Потім ці землі перейшли під владу його сина Бунека (в давньоруських літописах Боняк, Буняк).

У 2008 році історик Віра Жук опублікувала сенсаційну книгу «Новий погляд на історію Полтавщини й України», з неї випливає, що в древніх булгарських літописах Голтав згадується під назвою Барис – Інеш, а ще Кукаган («ку – «камінь» і «каган» і означає« камінь кагана») [2]. Для дослідників це була сенсація !!! Справа в тому, що в Говтві, на Шар-горі, довгий час лежав величезний гранітний камінь майже квадратних розмірів, а поверхню більш була овальної форми. Висота і ширина його

досягають приблизно метр, а довжина – більше. Як і коли сюди міг потрапити цей величезний камінь в Говтва, коли поклади граніту були в районі сучасного Кременчука?

Можливо, в давнину, лежав він на вершині Шар-гори, або поруч з нею, на могилі дядька хана Кубрата Органу.

Зазначені події і факти підтверджують теорію історика Віри Жук.

Екскурсанти мають унікальну можливість побачити камінь, доторкнутися до нього. На вершині Шар-гори камінь був встановлений місцевим краєзнавцем Іваном Кравченко, спочатку він лежав нижче біля річки. Його первісне розташування він може показати і це місце чекає ще розкопок професійних археологів!!!

На наступний день туристи відвідують смт Нові Санжари, де місцевий екскурсивод розповідає про історію цього давнього козацького поселення та показує місцеві пам'ятки старовини. Потім за кілька кілометрів від Нових Санжар розташована могила хана Кубрата, який створив в Приазов'ї власну державу Велика Булгарія (619/630–670 рр.). Межі держави розширилися до Середнього Подніпров'я, куди була перенесена літня резиденція правителя – Балтавар (сучасна Полтава).

У 1912 році поховання було виявлено випадково. Були знайдені залишки дубових брусів з обривками шовкової тканини, затканої золотими нитками, що могло вказувати на те, що в могилі була дерев'яна труна, крім цього були знайдені фрагменти кісток. Вміст Перещепинського поховання знаходиться в Ермітажі в Санкт-Петербурзі. Скарб включає в себе понад 800 предметів, зокрема 19 срібних і 16 золотих посудин. Загальна вага Перещепинського золота перевищує 25 кг, срібла – 50 кг. Це найбільший скарб Східної Європи.

Після смерті Кубрата його землі були розділені між його синами, які не змогли встояти перед натиском сильних ворогів – хазар. «В єднанні – сила» – головна заповідь мудрого Кубрата – залишається актуальною і тепер !!!

Пам'ятник хану Курбатов в селі Мала Перещепина був встановлений в 2001 році за ініціативою редактора одеської газети «Роден край» Дори Костової. У самому селі в місцевій школі знаходиться болгаро-український музей, який оглядають туристи. Екскурсанти в с. Мала Перещепина відвідують місцеву Покровську церкву.

Далі екскурсанти переїжджають в с. Писарівка, де оглядають місце, де була дерев'яна Миколаївська церква, спалена радянською владою в 1946 році. Нині на цьому місці встановлено пам'ятний знак. Далі переїжджаються в місцевий краєзнавчий музей з унікальною етнографічною експозицією.

Наприкінці маршруту туристам запропоновано відпочинок в садибі зеленого туризму «Шляхами хана Кубрата» Наталії Ковінської. Садиба розташована біля річки Тагамлик, навколо неї розташований сад і квітник. В садибі є музей хана Кубрата і українсько-болгарських зв'язків, а також прекрасна етнографічна експозиція.

Отже, новий туристичний маршрут «Історія України в дослідженнях вченої Віри Жук (1928–2008)» органічно поєднує науку, освіту, бізнес (зелена садиба). Частково маршрут уже був апробований і викликав зацікавленість істориків і пересічних громадян. Туристів варто залучати не лише з Полтавщини, але і з усієї України. Зазначений маршрут може слугувати прикладом для розробки подібних маршрутів в Україні і Полтавщині.

Список використаних джерел

1. Жук В.Н. Із сивої давнини. Нариси з історії України та Полтавщини. VII ст. до н.е. – XIV ст. н.е. Вид. 3-тє. Полтава : АСМІ, 2005. 384 с.
2. Жук В.Н., Сердюк Г.Д. Перлина Козельщини. Сторінки з історії Козельщинського Різдва Богородиці жіночого монастиря. Полтава : Поліграфічне підприємство «АСМІ», 2007. 238 с.
3. Жук В.Н., Нурутдінов Ф. Г.-Х. Новий погляд на історію Полтавщини й України (За давньобулгарськими літописами). Полтава : АСМІ, 2008. 156 с.

ЗАЙНЯТІСТЬ У ТУРИЗМІ: ДОСВІД ЄС ДЛЯ ПОЛІТИКИ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ УКРАЇНИ

Почерніна Наталія
nataliia.pochernina@tsatu.edu.ua
Таврійський державний агротехнологічний
університет імені Дмитра Моторного
(м. Мелітополь, Україна)

Анотація. Виявлено потенційні можливості використання вторинних ефектів зайнятості у сфері туризму для розвитку сільських територій на основі аналізу статистики праці у туризмі країн ЄС.

Abstract. The potential opportunities for the use of secondary employment effects in the tourism sector are revealed for the development of the rural areas based on the labor statistics analysis in tourism of the EU countries.

Питання розвитку сільських територій України не втрачає своєї актуальності, оскільки за даними Державної служби статистики на 1 січня 2021 року сільське населення становило 12 млн 628 тис. осіб, що становить більше 30 % від наявного населення. Кількість сільських населених пунктів (28 376) перевищує сумарну кількість міст та селищ міського типу (461 та 882 відповідно) більше, ніж у 20 разів [1]. Серед новоутворених об'єднаних територіальних громад в результаті адміністративної реформи 67,7 % складають сільські та селищні громади [2]. Тому комплексний розвиток сільських територій є важливим завданням реалізації Цілей сталого розвитку в Україні.

Метою даного дослідження є виявлення потенціалу зайнятості у сфері туризму для розв'язання проблем розвитку сільських територій. Аналіз спирається на статистичні дані Євростату по зайнятості в туристичній сфері у країнах Європейського Союзу.

Види економічної діяльності, пов'язані з туризмом, залучали більше 13 мільйонів осіб в Європейському Союзі у 2016 році, що складало 9 % від зайнятості у нефінансових секторах економіки та 21 % чисельності зайнятих у сфері послуг [3]. У 2019 році вклад сектору подорожей та туризму (T&T) у ВВП за даними Всесвітньої організації з подорожей та туризму в Європі становив 9,5 %, а в Україні – 6,3 %; вклад у зайнятість сектору T&T становив у Європі 10,1 % (38,5 млн осіб), а в Україні – 6,9 % (1,153 млн осіб) [4]. Оскільки Україна є європейською країною, то аналіз тенденцій у сфері зайнятості сектору подорожей та туризму країн ЄС для вітчизняного розвитку є об'єктивною умовою.

В межах визначеної мети дослідження увага до загальноєвропейських тенденцій зайнятості у сфері T&T дозволяє визначити «точки дотику» стратегій розвитку сфери туризму та стратегії розвитку сільських територій, що є важливим для державного регулювання на макро- та метарівнях. В узагальненому вигляді вторинні ефекти зайнятості у секторі туризму, які доцільно враховувати у програмах розвитку сільських територій, представлені у таблиці 1.

Вторинні ефекти зайнятості у сфері туризму для вирішення проблем розвитку сільських територій

Тенденція зайнятості ¹	Особливості сільської місцевості ²	Вторинний ефект
23 % зайнятих працюють на мікропідприємствах з чисельністю найманої праці до 10 осіб	високий статус співвітчизника	можливість через земляків-селян швидко підібрати вільну вакансію
59 % зайнятих – жінки	49 % сільського населення віком 16–59 років – жінки	умови праці, сприятливі для жінок
24 % охоплено неповною(тимчасовою) зайнятістю	сезонний характер зайнятості у сільському господарстві	можливість уникнути сезонного безробіття при «двосторонній» зайнятості
13 % зайнятих віком від 15 до 24 років	привчання до праці змалку	висока віддача цільової профорієнтації
до 20 % – особи з низьким рівнем кваліфікації	37 % сільського населення мають найпростіші професії	конвергенція інтересів щодо самоосвіти
рівень заробітної плати порівняно нижчий, ніж с інших секторах економіки	37 % сільського населення охоплено неформальною зайнятістю	економія на витратах на робочу силу як перевага для інвесторів
високий рівень ризику підприємництва	потенціал сталого розвитку навіть в умовах кризи	мінімізація втрат за умов консолідації зусиль
високі запити на креативність	легший доступ до природних ресурсів	можливість створення унікальних місцевих туристичних продуктів
тенденція до розвитку спеціалізованого туризму	природно-кліматичні особливості	можливість створення спеціалізованих зелених садиб
потреба розподілення фінансових ризиків для підприємця	можливість залучення коштів ОТГ	державно-приватне партнерство для створення робочих місць

Джерело: складено автором за даними ¹Євростату [3]; ²Державного комітету статистики України [5]

Досвід туристичного бізнесу країн Європейського Союзу дозволив продемонструвати потенціал сфери T&T для розвитку сільських територій. За умов виваженого програмно-цільового планування на рівні окремих регіонів та на рівні країни в цілому синхронізація планів реалізації програм розвитку сектору подорожей та туризму та розвитку сільських територій України в контексті індикаторів зайнятості дозволить

консолідувати ресурси, економити витрати, активізувати державно-приватне партнерство, розвивати творчий та креативний потенціал населення, залучати освітні та культурні ресурси. Вторинні ефекти зайнятості у туристичному секторі можуть надати динамічності процесам працевлаштування сільського населення. Це сприятиме реалізації Цілей сталого розвитку як на регіональному рівні, так і в межах цілої країни.

Список використаних джерел

1. Населення 1990–2020. Статистична інформація Державної служби статистики України URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення 29.08.2021).
2. Проект розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення концепції сільського розвитку до 2030 року». URL: <https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=a707d9ff-0c4b-4b8b-8d84-3f9a994ee729&title=ProektRozporiadzhenniaKabinetuMinistrivUkraini-proSkhvalenniaKontseptsiiSil'skogoRozvitkuDo2030-Roku-> (дата звернення 29.08.2021).
3. Tourism industries—employment. Eurostat. URL: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Tourism_industries_-_employment#Characteristics_of_jobs_in_tourism_industries (дата звернення 29.08.2021).
4. Country / Region Data. The World Travel & Tourism Council. URL: <https://wtcc.org/Research/Economic-Impact> (дата звернення 29.08.2021).
5. Робоча сила України 2020: статистичний збірник. Державна служба статистики України. 2021. 190 с. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_ul/2021/zb/07/zb_r_s_2020.pdf (дата звернення 29.08.2021).

ЕНОГАСТРОНОМІЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЯК ВЕКТОР РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ

Саркісян Ганна
anutasark@gmail.com

Шепелева Ольга
shepelevaolga1313@gmail.com

Одеська національна академія харчових технологій
(м. Одеса, Україна)

Анотація. В тезах представлено погляд авторів на привабливість сільських територій, можливість їх розвитку шляхом гастрономічних турів, підкреслено значимість харчових продуктів, страв, традицій споживання та приготування страв як гастрономічної спадщини, наведено успішні приклади розвинених країн, в сільських територіях виявлено локальні продукти, описано способи їх просування шляхом організації гастрономічних фестивалів, кулінарних маршрутів та стежок, гастрономічних музеїв. Авторами розроблено схему, в якій відображено вектори розвитку сільських територій.

Abstract. The abstract presents view of the authors on the attractiveness of rural areas, the possibility of their development through gastronomic tours, emphasize the importance of food, dishes, traditions of consumption and cooking as gastronomic heritage, give successful examples of developed countries, identify local products in rural areas, describe ways to promote them. by organizing gastronomic festivals, culinary routes and trails, gastronomic museums. The authors have developed a scheme that reflects the vectors of rural areas development.

Взаємозв'язок між продуктами харчування, локальними продуктами та традиційними стравами, гастрономічною спадщиною та туристичною індустрією відображається в численних дослідженнях провідних вчених. Окрім того, що харчування є неодмінною складовою людства у процесі життєдіяльності, на сьогоднішній день також вважається невід'ємною частиною суспільної та культурної спадщини.

Вчені дослідники Кавіччі та Чампі Станкова (2016), Тімоті (2015) визначають роль продуктів харчування, а також традиційних страв з них, у гастрономічній спадщині, враховуючи їх відображення в культурних звичаях та традиціях, їх взаємозв'язок з географією походження та місцевістю. Світові тенденції підкреслюють роль етнічних кухонь як найважливішої складової

культурної спадщини людства.

У наукових роботах Берно (2015) відображено роль туристичної індустрії як фактора розвитку сільських територій шляхом відновлення традицій, рецептур, методів та способів приготування кулінарних страв.

Вчений дослідник Рей (1998) наводить приклад місцевої кухні та гастрономії у своїй теорії економіки культури для представлення конструкцій сільської ідентичності. Теорія Рея особливо важлива в регіонах, які прагнуть реструктурувати та урізноманітнити. Дійсно,

сільський туризм та гастрономічний досвід можуть бути центральними у процесах реструктуризації села, де виробники використовують туризм та їжу для урізноманітнення своєї товарної бази (Фрісволл, Фордборд та Блекесоне, 2016) [1].

Вважається, що туризм та гастрономічна спадщина нероздільні. Сучасний вимогливий турист сприймає продукти харчування не тільки як засіб задоволення основних потреб, а й як мотивуючий елемент до подорожі, а іноді стає справжньою туристичною визначною пам'яткою і може відігравати центральну роль у його культурно-пізнавальному досвіді.

Гастрономічний туризм в своїй структурі має не тільки процеси споживання страв та ознайомлення з технологією їх приготування через призму збереження та відновлення культурних цінностей та традицій, а й залучення туристів до збору врожаю, участі у майстер-класах з приготування традиційних страв етнічних кухонь та інших атракційних заходах, кулінарних шоу.

Велику роль в розвитку сільських територій відіграє популяризація культури споживання їжі, шляхом організації гастрономічних фестивалів, розробка нових регіональних гастрономічних маршрутів та стежок, ідентифікація продуктів місцевості за географічним походженням.

Туристів часто приваблюють сільські місця через сприйняті традиції та автентичність типових місцевих продуктів та спосіб життя місцевого населення. Це все є для мандрівника чимось новим, що відрізняється від їхнього домашнього середовища і тому є надзвичайно привабливим.

Можна стверджувати, що туристичні потоки до сільських територій сприяють їх розвитку, покращенню інфраструктури, надають нові робочі місця, та каталізують діяльність малого та середнього бізнесу.

Гастрономічний туризм визначається потенційно стратегічним напрямком для багатьох організацій з управління призначеннями розвитку сільських територій та зміцнення іміджу та місцевої ідентичності дестинації.

Однак відсутність взаємодії територіальних громад, органів державного управління та інших секторів уповільнює розвиток гастрономічного туризму на сільських територіях та гальмує зростання туристичних потоків.

Міжнародні реалії розвитку гастрономічного туризму демонструють успішний досвід розвитку сільських територій.

Сільський туризм вважається ключовим рушієм місцевого розвитку у сільській місцевості Угорщини, де їжа та гастрономія у сфері сільського туризму та визначних місцях є центром уваги у всіх регіонах.

Так, регіон Шрег в Угорщині показує гастрономічний туризм як другорядний, доповнюючий елемент успішного розвитку на основі сільського туризму. Цей регіон є одним з основних, внутрішніх регіонів Угорщини, що дуже багатий природною та культурною спадщиною, підпорядкованих Національному парку Урсег, метою діяльності якого є залучення місцевих жителів та виробників щодо розвитку туризму, де

місцева кухня та гастрономія набувають все більшого значення. Місцеві туристичні підприємці, власники ресторанів та пансіонатів почали реалізовувати локальні страви та традиційні страви, налагодили стосунки з місцевими дрібними виробниками та відновили традиційні рецепти. Національний парк Шрег також ініціював поживлення традиційного виробництва продуктів харчування та гастрономії як частини екологічно та культурно сталого розвитку. Національний парк має місцевий бренд харчових продуктів, заснований на традиційних та екологічно чистих продуктах, яскравим прикладом є гарбузова олія, мед, гриби, мармелад, кренделі (кільцеподібні булочки) та фруктовий коньяк. До додаткових послуг у структурі гастрономічного туру належать: продаж сувенірної продукції, відвідування фестивалів, навчальні майстер-класи, насолода пейзажами сільських ландшафтів. Це сприяє підвищенню іміджу сільських територій.

Регіон Дерезьке-Летавертес, Угорщина демонструє, що гастрономічний туризм може відігравати центральну роль у місцевому розвитку села. Регіон славиться вирощуванням хрону, якому у 2006 р. було призначено статус продукту за географічним походженням. Виробництво хрону відбувається всередині мікрорегіону в місті Летавертес та його навколишніх селах з центром у Багамері, селі, де розташована головна компанія – виробник хрону. Хрін – найбільш характерний і унікальний сільськогосподарський продукт регіону. 88 % угорського хрину походить звідси, і це також один з найбільших районів вирощування хрону в Європі.

Туристична роль у розвитку сільських територій відображається створенням у 2002 р. місцевого громадського об'єднання – Асоціація туристичних маршрутів «Хрін» за участю восьми органів місцевого самоврядування, чотирьох фірм – виробників хрону та місцевого ресторану. Основними цілями Асоціації є відродження місцевої культурної спадщини та створення гастрономічного туризму з метою місцевого розвитку, що включає поживлення місцевої гастрономії, натхненної хроном, шляхом збирання старовинних рецептів та запрошення місцевих ресторанів для приготування страв на основі хрону. До додаткових атракцій належить щорічний День хрону та Фестиваль хрону, Музей місцевої спадщини, який презентує традиційні методи вирощування хрону.

В провінції Південної Італії Реджіо Калабрія налічується близько 100 найменувань специфічних локальних продуктів із незвичайною назвою, такі як «Ндура», «Мусулупу», «Нізбатто». Слід зазначити, що в меню локальних страв домінують продукти тваринного походження, такі як сири та м'ясо. Серед продуктів м'ясного походження розповсюджені продукти та страви з м'яса калабрійської свині, а серед молочних продуктів виробництво касіокавалло – ароматного сиру з незвичайним смаком. Основним обмеженням для подальшого розвитку була пропозиція, яка не досягала критичної маси, необхідної для ефективного обслуговування інших національних та міжнародних ринків. Тому розвиток гастрономічного

туризму на цих територіях позитивно вплинув на виробництво унікальних локальних продуктів, за рахунок росту попиту на них групами туристів, зацікавленими традиційними методами виробництва гастрономічних продуктів [2].

На прикладі регіону Реджіо Калабрія типові вироби стали невід'ємною частиною місцевої культури і сприяли економічному розвитку даної сільської території.

Удосконаленням продуктів харчування також переймаються у регіоні Ямтланда (Швеція) – сектора невеликого виробництва продуктів харчування, який став лідером у спробах Швеції відновити свою кулінарну спадщину. Ямтланд (Швеція), історично – це регіон, що характеризується лісовим господарством, сектором, який сьогодні все більше орієнтується на гастрономічний туризм та пов'язану з ним діяльність.

На західному узбережжі Шотландії у розвитку Малайга як туристичний напрямок рибальська промисловість набуває великого культурного значення.

З цієї причини суб'єкти туризму цінують символи, вистави та дискурси рибальської тематики, організовуючи місцевий фестиваль їжі Taste the Wild, під час якого зосереджуються на історичному позиціонуванні Малайга як найжвавішого порту оселдця Великобританії. Маркетингове просування фестивалю здійснювалось за рахунок зображення «свіжих», «диких» лангустів, гребінців, крабів та оселдців, а також працюючих, робітничих класів, чоловічих рибалок, що виступали у якості головної візитівки фестивалю.

Базуючись на міжнародному досвіді, який було досліджено, та попит українського ринку, розроблено векторну структуру напрямків розвитку сільських територій, використовуючи еногастрономічний потенціал, яку зображено на рис. 1.



Рис. 1. Вектори розвитку сільських територій

Джерело: авторська розробка

Україна є потужною аграрною країною, виробником продуктів харчування, тому існують гарні перспективи для просування їх шляхом гастрономічного туризму, який змінює ролі та відповідальність у сільських громадах, що мають просувати та підтримувати ініціативи населення розвивати сільські території.

Список використаних джерел

1. The role of gastronomic tourism in rural development. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/333872955.pdf>
2. Gastronomy and Creative Entrepreneurship in Rural Tourism. URL: <https://www.miun.se/siteassets/forskning/center-och-institut/etour/publikationer/gastrocert-booklet.pdf>

ОСОБЛИВОСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ В УМОВАХ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ

Сергієнко Тетяна

Sergienko7921@gmail.com

Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ
(м. Дніпро, Україна)

Анотація. Досліджено особливості сталого розвитку сільських територій в умовах децентралізації. Проаналізовано концепцію сталого розвитку В. Вернадського. Розглянуто поняття «сталій розвиток» та «сталій розвиток сільських територій». Доведено, що процес децентралізації влади – це складний процес, який пов'язаний із пошуком найкращої форми місцевого самоврядування.

Abstract. Peculiarities of sustainable development of rural territories in the conditions of decentralization are investigated. The concept of sustainable development of V. Vernadsky is analyzed. The concepts of «sustainable development» and «sustainable development of rural areas» are considered. It has been proven that the process of decentralization of power is a complex process that involves finding the best form of local self-government.

Актуальність обраної теми зумовлена тим, що протягом усього періоду державної незалежності України розвиток аграрного сектору та сільської місцевості залишається одним із основних пріоритетів економічної політики нашої країни.

Сьогодні розвиток аграрного сектору України гальмується низкою невирішених проблем, що викликає активну дискусію серед науковців, дослідників та практиків. Теоретичні основи сталого розвитку суспільства у своїх працях досліджували українські науковці, такі як: Б. Данилишин, С. Дорогунцов, В. Міщенко, Л. Шостак, В. Шевчук, З. Герасимчук, В. Прадун, Л. Мельник, М. Шапочка, А. Тихонов, Н. Гребенюк, О. Грянник, В. Феденко, В. Трегобчук та ін. Різні вчені зробили ґрунтовний науковий внесок у розробку методології управління для сталого розвитку різних соціально-економічних систем, а саме: О. Ареф'єва, Н. Алексеєнко, Т. Антошко, Г. Астапова, О. Амоша, І. Бланк, О. Василенко, А. Воронкова, Л. Головкова, В. Герасимчук, Д. Задихайло, І. Ігнат'єва, Н. Краснокутська, Б. Карпінський, Л. Лігоненко, О. Мних, І. Отенко, О. Тридід, Ю. Погорелов, В. Пономаренко, О. Расвнєва, Н. Касьянова, В. Кондратьєв, Р. Марушков, Т. Мостенська, О. Михайленко, О. Сущенко, О. Сохацька, А. Степанов, В. Євтушевський, З. Шершньова та багато інших, які зосереджувалися на економічних, соціальних, екологічних, корпоративних системах та їх формуванні та взаємодії у стратегічному розвитку. Незважаючи на велику науково-дослідну базу, присвячену теоретичним та концептуальним вимірам сталого розвитку, сьогодні не всі проблеми вирішуються, деякі питання залишаються дискусійними, особливо в контексті сталого розвитку сільських територій України.

Концепція сталого розвитку – це розвиток вчення В. Вернадського про ноосферу в першій половині ХХ ст. Концепція ноосфери спрямована на реалізацію ідеї розвитку гармонійних відносин людського життя на основі знань, релігії та філософії [5, с. 146].

Щодо політики світогляду ноосфери, то вона виникає на основі світоглядної культури і означає, що політика визначається сферою розуму, моралі та справедливості, спираючись на науково-раціональну та морально-справедливу основу, на ноосферні підходи до суспільства. Ноосфера – це новий емоційний стан біосфери, в якому розумна діяльність людини стає вирішальним чинником її розвитку. Для ноосфери характерна взаємодія людини і природи: зв'язок природних законів із законами мислення та соціально-економічними законами. Отже, ноосфера, на думку В. Вернадського, вимагає якісно іншого підходу до всіх процесів, що відбуваються у суспільстві: глобального управління планетарними процесами з єдиною раціональною волею [5, с. 147].

Щодо сталого розвитку сільських територій, то Д. Богданов зазначає, що це «процес якісних змін, спрямованих на стабільне соціально-економічне зростання сільських територій, підвищення ефективності сільської економіки, зайнятості та якості життя сільського населення шляхом комплекс економічних, соціальних та екологічних заходів, державного та місцевого рівня» [1, с. 61].

Таким чином, вивчаючи проблеми та перспективи сталого розвитку сільських територій в контексті децентралізації, перш за все слід зазначити, що розвиток села – це спосіб управління в сільській місцевості, який задовольняє соціальні, економічні та екологічні потреби сільських територій.

Одним з основних завдань децентралізації є подолання економічних диспропорцій, процесів дезінтеграції, асиметрій у розвитку села, які торкнулися багатьох із них, оскільки відносини між органами державної влади та сільськими громадами залишаються неврівноваженими та нерегульованими. Як наслідок, більшість громадських ініціатив щодо вдосконалення управління сільською місцевістю стикаються з серйозними викликами.

Перш за все, це стосується спроб підвищити конкурентоспроможність сільських територій шляхом поживлення кооперативного руху, реалізації проектів соціально-економічного розвитку сільської місцевості, заходів щодо стимулювання соціальних ініціатив, спрямованих на розвиток сільської інфраструктури тощо. Про це йдеться у Концепції реформи місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні: «збереження диспропорційності адміністративно-територіального устрою як основи існування нераціональної територіальної організації влади (відсутність цілісної території адміністративно-територіальної одиниці базового рівня, перебування територіальної громади села, селища, міста у складі іншої територіальної громади або на території іншої адміністративно-територіальної одиниці, територіальної громади району в місті) призводить до конфлікту компетенції як між органами місцевого

самоврядування, так і між органами місцевого самоврядування та місцевими органами виконавчої влади» [3].

Також, зазначмо, що у процесі децентралізації сільські громади мають право мати ресурси на своїй території, об'єднувати їх для реалізації спільних програм у рамках співпраці між сільськими територіями. Зміни в децентралізації сприяють зміцненню самоврядування територіальних громад для задоволення власних потреб та забезпечення сталого розвитку сільських територій [4, с. 75].

Таким чином, як зазначає О. Гутуров, у процесі децентралізації влади в Україні з'являються нові можливості для сталого розвитку села. Перспективи місцевого розвитку та благоустрою окремих територіальних громад є основним мотивом децентралізації у багатьох країнах [2, с. 823]. В умовах децентралізації влади органи місцевого самоврядування мають потенціал функціонувати ефективніше, ніж центральні уряди. Само-достатність та автономність бюджетних витрат на розподіл місцевих послуг дає можливість сільським громадам надавати якісні та доступні державні послуги відповідно до потреб та пріоритетів своїх громадян. Територіальні громади можуть регулювати процес надання послуг на основі короткострокового та довгострокового планування. Розширення прав і можливостей місцевої влади на різних рівнях має здійснюватися таким чином, щоб процес прийняття рішень був максимально наближений до громадян, а з іншого боку, щоб забезпечити наявність у влади достатніх організаційних, матеріальних та фінансових ресурсів для забезпечення необхідний обсяг та якість послуг населення відповідно до національних соціальних стандартів.

Список використаних джерел

1. Богданов Д.С. Завдання сталого розвитку сільських територій. Агросвіт. 2017. № 7. С. 60–62.
2. Гутуров О.І. Розвиток сільських територій в умовах децентралізації. Глобальні та національні проблеми економіки. 2014. Вип. 2. С. 820–823.
3. Про схвалення Концепції реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади в Україні: розпорядження Кабінету Міністрів України від 1 квітня 2014 року № 333-р. URL: <http://zakon.rada.gov.ua>.
4. Талавири М.П., Горай А.О. Розвиток сільських територій в умовах децентралізації / М.П. Талавири, А.О.Горай. *Економіка АПК*. 2018. № 11. С. 75.
5. Управління сталим розвитком промислового підприємства: теорія і практика : колективна монографія / за ред. д. філософ. н., проф. Воронкової В. Г., д. е. н., проф. Метеленко Н. Г.; МОН України, ІННІ ЗНУ. Запоріжжя : «Видавничий дім «Гельветика», 2021. 440 с.

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Сириця Софія

rainsonya0@gmail.com

Таврійський державний агротехнологічний університет
імені Дмитра Моторного
(м. Мелітополь, Україна)

Анотація. Проаналізовано особливості сучасного розвитку сфери рекреаційних послуг. Обґрунтовано необхідність удосконалення стратегії розвитку туристичної галузі та її складових. Сформульовано концептуальні засади розвитку зеленого туризму як важливої складової національної сфери надання рекреаційних послуг. Визначено базові принципи конкурентоспроможного функціонування зеленого туризму: сталий розвиток, активне застосування інформаційного капіталу, галузева та організаційно-правова диверсифікація.

Abstract. Peculiarities of the modern development of the sphere of recreational services are analyzed. The necessity of improving the strategy of development of the tourist industry and its components are substantiated. Conceptual bases of the development of green tourism as an important component of the national sphere of rendering of recreational services are formulated. The basic principles of competitive functioning of green tourism are determined: sustainable development, active use of information capital, sectorial and organizational and legal diversification.

За сучасних умов рекреаційна галузь отримує все більшого значення як складова національної економіки, засіб формування глобальних соціально-економічних відносин та фактор сприяння регіонального розвитку та процесу розбудови місцевих громад. Даний факт знаходить своє відображення та підтвердження у змістовній частині програмних документів, як приймаються національними державними інститутами.

Зокрема в рамках Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року, затвердженої Кабінетом Міністрів України, наголошується, що сфера туризму та курортів стає однією з основних галузей, яка впливає на загальний стан і тенденції світової економіки. Разом із цим констатується факт відставання національного туристичного бізнесу від європейських країн як за рівнем інфраструктурного забезпечення, так і за якістю послуг [4].

За теперішніх умов велика кількість осіб переорієнтовують задоволення рекреаційних потреб із зовнішнього на внутрішній ринок. Це, в свою чергу, призводить до намагання вітчизняних туристичних фірм скористатися монопольним становищем, зменшити розмір інвестиційних витрат та отримати надприбуток. Проте треба зазначити, що ізоляційний стан, в якому існують рекреаційні сфери більшості країн світу внаслідок пандемії, з часом буде припинено, що, в свою чергу, знову загострить

конкурентне протистояння між вітчизняними та закордонними суб'єктами туристичного бізнесу, причому, в переважній більшості випадків, на користь останніх.

В даному аспекті набувають особливої значущості питання забезпечення конкурентоспроможного функціонування національної туристичної галузі в цілому та її окремих складових. Треба відмітити важливу роль, яку нині відіграє сфера зеленого туризму в економічному та соціальному плані. Враховуючи ті сподівання, які покладаються на даний напрям туристичного бізнесу в рамках відповідних урядових програмних документів, нами було сформульовано основні напрями регіонального розвитку зеленого туризму

1. Дотримання принципів концепції сталого розвитку суспільства. Необхідність організації економічної діяльності в інтересах майбутніх поколінь стосовно сфери зеленого туризму передбачає врахування наступних її аспектів. Екологічний аспект обумовлює дбайливе ставлення до навколишнього середовища, забезпечення їхнього збереження під час надання рекреаційних послуг. Соціально-культурний аспект охоплює коло питань, пов'язаних із формуванням в межах території надання послуг сприятливого соціального клімату, стимулювання процесів національного та культурного відродження.

2. Реалізація принципів моделі постіндустріальної інформаційної економіки. Активне застосування інформаційних технологій, прискорення процесу обробки інформаційних масивів та підвищення значущості інформаційного капіталу в процесі господарської діяльності обумовлює необхідність відповідних змін щодо професійних компетенцій фахівців, зайнятих в сфері туристичних послуг. Реалії сьогодення висувають додаткові умови відносно створення туристичних інформаційних продуктів, їх презентації, брендуння, формування попиту серед цільової аудиторії тощо. Окремо слід вказати на процеси інституціоналізації економічних відносин, зростання ролі неформальних інтеграційних утворень в системі ринкового механізму та в процесі організації виробничо-господарської діяльності. Зелений туризм в провідних країнах світу набув статусу соціального інституту, є об'єктом реальної турботи з боку уряду, а його представники мають потужні позиції в державних установах.

3. Інтеграція зеленого туризму в систему регіональних соціально-економічних відносин. Той факт, що ресурсною основою даного галузевого напрямку в переважній більшості випадків є сімейно-трудова форми господарювання (зелені садиби) створює умови для позитивного впливу даної складової сфери рекреаційної діяльності на соціальний стан сільських громад. Також треба відмітити, що ефективно функціонування зелених садіб потребує їхнього постійного бізнесового контакту із іншими мешканцями даного населеного пункту з метою організації додаткових послуг (екологічне харчування, анімаційні проекти тощо). Разом із цим постає проблема усвідомлення необхідності переосмислення власної поведінки на ринку туристичних послуг. Туристичний бізнес відноситься

до сфери гостинності та потребує відповідних відносин між підприємцем та клієнтом.

Як бачимо, туристичний бізнес за сучасних умов відіграє важливу роль в системі господарських відносин на рівні національної економіки. В рамках даного галузевого напрямку набуває особливої значущості сфери зеленого туризму. Водночас забезпечення ефективного функціонування відповідної складової рекреаційних послуг потребує її адаптації до об'єктивних реалій сьогодення, що, в свою чергу, обумовлює необхідність оптимізації концептуальних засад розвитку зеленого туризму.

Список використаних джерел

1. Кальченко С.В., Демко В.С. Стратегічні напрями розвитку туристичної галузі в Запорізькій області. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного (економічні науки) 2020.* № 1 (39) С. 115–121.

2. Кальченко С.В., Єременко Д.В. Напрями розвитку кадрового забезпечення туристичного бізнесу як складова регіональної економічної безпеки. *Збірник наукових праць ТДАТУ (економічні науки).* 2020. № 1 (41). С. 78–83.

3. Кальченко С.В., Карпенко А.В., Попова Т.В., Карпенко Н.М. Інституційна синергія: навчальний посібник. Запоріжжя : ФОРМ Мокшанов В.В., 2020. 320 с.

4. Кальченко С.В. Рекреація та рекреаційні комплекси світу : монографія / С.В. Кальченко, Н.В. Трусова, В.С. Демко, Т.В. Попова, Г.Г. Тараненко. 2021. 264 с.

5. Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80#Text>

СТАТИСТИЧНИЙ АНАЛІЗ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Сьомченко Вікторія

vika-znu72@ukr.net

Запорізький національний університет
(м. Запоріжжя, Україна)

Анотація. Для розуміння ситуації про стан туристичного ринку і планування певних дій будь-яке підприємство повинно володіти необхідною інформацією. В тезах зазначено, що основою досліджень внутрішнього та зовнішнього туризму є статистичні дані. Проаналізовано основні напрямки статистичних досліджень туризму. Розкриті етапи статистичного дослідження туристичної діяльності.

Abstract. To understand the situation with the tourism market position and plan certain actions, any company must have the necessary information. The abstracts state that the basis of research on domestic and foreign tourism is statistical data. The main directions of statistical research of tourism are analyzed. Stages of statistical research of tourist activity are revealed.

Туризм є важливою сферою соціально-економічної діяльності і робить значний внесок у доходи державного бюджету багатьох країн. Зростання ролі туризму та загострення проблем, пов'язаних з його розвитком, змушують говорити про необхідність змін та пошук нових напрямів розвитку. Це стало причиною численних спроб адаптувати основні положення та принципи сталого розвитку в контексті функціонування туристичного сектору. Слід зазначити, що перша спроба визначити сталий туризм була зроблена ще у 1988 році Всесвітньою туристичною організацією. Сталий туризм розглядався як місце призначення, яке веде до управління всіма ресурсами таким чином, що економічні, соціальні та естетичні потреби можуть бути задоволені при збереженні культурної ідентичності, основних екологічних процесів, біорізноманіття та систем життєзабезпечення.

У сучасних умовах розвитку України в кожній галузі йде пошук нових шляхів і методів виробництва, проводиться аналіз сучасного стану, намічаються перспективи на майбутнє. Ці процеси також мають місце в індустрії туризму, метою якої є отримання прибутку за рахунок задоволення туристичних потреб населення, надання йому різних туристичних послуг у вигляді житла, харчування, транспорту, екскурсійних та інших послуг. Розвиток туризму в економіці країни особливо актуально, тому що саме за рахунок туризму можна поліпшити соціально-економічну ситуацію в цілому. Туристична індустрія підтримує майже 50 суміжних галузей та додаткових робочих місць. Один турист забезпечує робочими місцями 10 осіб. Створення одного робочого місця в туризмі в 20 разів дешевше, ніж у промисловості. У широкому розумінні індустрію туризму можна визначити як міжгалузевий комплекс, що включає підприємства

транспорту та туризму; підприємства, пов'язані з туризмом (капітальне та дорожнє будівництво, комунальні послуги та готелі, зв'язок тощо); широкий спектр послуг, якими користується турист. Туризм може стати сферою реалізації ринкових механізмів, джерелом поповнення місцевого бюджету.

Розвиток туристичної галузі є одним із найважливіших чинників, що сприяють формуванню нової соціально орієнтованої економіки. У зв'язку з цим в умовах становлення українського туристичного ринку особливе значення має наукове вивчення туристичного ринку та перспектив його розвитку.

Дослідженням розвитку ринку туристичних послуг України присвячено праці багатьох науковців, серед яких Л.Г. Агафонова, І.Ю. Афанасьєва, Р.І. Балашова, М.Б. Біржаков, С.П. Грабовенська, Л.П. Дядечко, В.Ф. Кифяк, О.О. Любіцева, Т.І. Ткаченко, Л.М. Устименко та інші.

Для розуміння ситуації про стан ринку і планування певних дій будь-яке підприємство повинно володіти необхідною інформацією. Її системне отримання і використання для розвитку туристичного ринку можливо за умови реалізації методик аналізу ринку, таких як: галузевий аналіз, територіальний аналіз, факторний аналіз, конкурентний аналіз, кластерний аналіз, та стратегічний аналіз. Аналіз ринку – це збір даних та їх опрацювання з метою з'ясування місця фірми чи продукту на ринку, оцінки перспективи розвитку і складання уявлення про вимоги споживача, що впливають в подальшому на функціонування ринку. Аналіз ринку базується на виявленні його розміру і сегментації, структури, існуючих тенденцій, часток і взаємин між структурами всередині ринку і за його межами.

В основу досліджень внутрішнього та зовнішнього туризму полягають статистичні дані. На сьогодні статистика туризму охоплює ряд питань, які досліджують з метою виявлення впливу туристичної діяльності на економіку країни, на платіжний баланс, а також для виявлення основних напрямків та тенденцій розвитку туризму для планування його матеріально-технічної бази, проведення маркетингових досліджень та просування продукту до потенційних споживачів. Тому питання статистичного обліку є досить актуальним у вивченні сфери туризму. Статистика туризму має давати кількісну оцінку всім явищам та процесам у відповідній сфері. Тому вона виконує наступні завдання: організація та проведення статистичного спостереження в туризмі; аналіз динаміки та структури туристських потоків; забезпеченості туризму матеріальними, фінансовими, трудовими ресурсами; розвитку туристської інфраструктури: засобів з розміщення туристів, харчування, транспортних засобів та ін.; фінансового стану підприємств туризму; доходів і витрат міжнародного туризму; внеску туризму в економіку країни.

Основними напрямками статистичних досліджень туризму є: іноземний (в'їзний) туризм; зарубіжний (виїзний) туризм; внутрішній туризм; туристична індустрія.

Статистичне дослідження туристичної діяльності здійснюється в три етапи. Першим етапом є збирання інформації, яке здійснюється методом

статистичного спостереження. На другому етапі проводять статистичне зведення матеріалів спостереження. На третьому етапі, результати зведення аналізують за допомогою різних методів статистики, таких як абсолютні і відносні величини, середні величини, ряди динаміки, індекси, вибіркове спостереження та інші.

Список використаних джерел

1. Брич В., Галиш Н. Сталій розвиток туристичної індустрії: екологічний та статистичний вимір. *Економічний аналіз*. 2020 рік. Том 30. № 4. С. 23–30.
2. Свірідова Н.Д. Концепція сталого розвитку туризму в сучасних умовах. *Культура народів Причорномор'я*. 2009. № 176. С. 166–168.
3. Завальницька Н.Б., Гнаткович О.Д. Управління сталим розвитком туризму. *Інфраструктура ринку*. Випуск 2. 2016. С. 58–63.
4. Методологія статистичного забезпечення розвитку регіону : монографія / за заг. ред. канд. економ. наук, професора А.З. Підгорного. Одеса : Атлант, 2012. 303 с.

ДИВЕРСИФІКАЦІЯ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ З ОБМЕЖЕНИМ ПРОСТОРОВИМ РОЗМІЩЕННЯМ ОБ'ЄКТІВ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ

Трусова Наталя,

Трусова Анастасія

trusova_natalya5@ukr.net

Таврійський державний агротехнологічний університет

імені Дмитра Моторного

(м. Мелітополь, Україна)

Анотація. У статті розглянуто процес диверсифікації сільських територій з обмеженим просторовим розміщенням об'єктів зеленого туризму. Доведено, що сфера зеленого туризму акумулює та впроваджує різноманітні форми організації туристичної галузі, має соціальний, екологічний та економічний вплив на розвиток сільських територій регіону шляхом раціонального використання наявних природних ресурсів та людського потенціалу. Проаналізовано просторову інфраструктуру зеленого туризму в сільській місцевості та визначено рівні фінансування програм розвитку села в країнах ЄС.

Abstract. The article deals with the process of diversification of rural territories with the limited spatial placement of green tourism objects. It is proved that the field of green tourism is accumulated and implements various forms of organization of the tourism industry, has a social, environmental, and economic impact on the development of rural territories of the region through the rational use of available natural resources and human potential. The spatial infrastructure of green tourism in rural areas is analyzed and the funding levels for rural development programmes in the EU countries are determined.

Розширення видів економічної діяльності та посилення функцій місцевого самоврядування на процес ефективної диверсифікації підприємницької діяльності в сфері зеленого туризму залишається надзвичайно важким, оскільки трансформація регіональної туристичної системи, яка спонукає до акумулювання фінансових ресурсів на мезорівні з максимальним використанням природно-ресурсного потенціалу, вимагає підвищення рівня рентабельності послуг, подолання залежності малих господарств від впливу негативних явищ інституційного середовища. Використання наявного потенціалу (зокрема, капіталу у вигляді власних будинків) у сфері зеленого туризму має спонукати жителів сільських територій до отримання економічних вигод, а потреба в інноваційних продуктах – створення якісно нового людського капіталу, підвищення конкурентоспроможності малих форм господарювання з обмеженим просторовим розміщенням об'єктів туристичної діяльності на селі з метою забезпечення демографічної стабільності та розв'язання соціально-економічних проблем мезорівня [5]. Тобто, усунення інституційних перешкод, може вивільнити виробничу функцію цього капіталу і поширити стимули до підприємницької діяльності в сфері зеленого туризму.

Для віднесення територій до сільських застосовують різні демографічні та економічні показники, насамперед щільність населення (один із ключових факторів диференціації територій на сільські) та чинний територіально-адміністративний поділ, а також наявність сільськогосподарських земель та земель лісового фонду, ведення сільського господарства як основного виду економічної діяльності, рівень зайнятості та доходів місцевого населення [2]. Так, у Євросоюзі близько 45 % території належить до сільськогосподарських земель, 35 % – до лісових угідь із суттєвим переважанням цих показників для сільських територій та істотними відмінностями між країнами. При цьому, частка зайнятих у сільській економіці країн Євросоюзу коливається залежно від регіону (від 2 % до 30 %). Водночас сільські території є не лише місцем праці, а й місцем проживання тих, хто працює в сусідніх містах, рівень зайнятості та доходів в яких значно нижчий порівняно з містом, а віддаленість територій від міст та інших населених пунктів суттєво впливає на розвиток територій [1].

Забезпечення інфраструктурного розвитку сільських територій, враховуючи якісні і кількісні критерії туристичних послуг в регіоні дозволяє визначити рівень ресурсоемності сфери зеленого туризму, з контексті культурних традицій навколишнього природного середовища, створити стимули підприємницької діяльності та нові робочі місця [3]. Просторова інфраструктура розміщення об'єктів зеленого туризму в сільських територіях країн Євросоюзу, у 2020 р. на сільських територіях країн Євросоюзу налічується більш як 13 млн ліжко-місць, обсяг наданих послуг з тимчасового розміщення туристів на відпочинок і відвідування зелених садів – 923 млн ночівель (рис. 1).

Близько 90 % послуг сфери зеленого туризму, що виробляють в ЄС, надають у країнах-членах Співтовариства (ЄС-15), і лише 8–10 % – у країнах, що набули членства (ЄС-12). Показники інфраструктури зеленого туризму сільських територій (чисельність ночівель, проведених туристами у місцях тимчасового розташування на відпочинок і відвідування, та ліжко-місць для туристів у розрахунку на чисельність населення країни), у країнах підгрупи ЄС-15 порівняно з країнами ЄС-12 потужніші в середньому у 2,2–2,5 разів. При цьому, співвідношення ВВП на душу населення між цими підгрупами сягає 3:1, що свідчить, що вищий рівень розвинутої інфраструктури даного сегмента туристичного ринку. У загальному обсязі ночівель туристів та ліжко-місць найвищі показники розвитку сфери зеленого туризму, по відношенню за середніх в ЄС-27, демонструє Швеція, Чехія, Франція, Фінляндія, Словаччина, Люксембург, Австрія, Греція, Данія та Словенія (частка в останніх чотирьох перевищує рівень ЄС-12 більш як на 50 %). Попри сприятливе законодавство у країнах ЄС-12 щодо розвитку зеленого туризму сільських територій, лідерами у цій сфері залишаються країни-члени Співтовариства, які відрізняються вищим рівнем добробуту.

Протягом 2013–2020 рр. Європейський аграрний фонд сільського розвитку (ЄАФСР) виділив 96 млрд. євро на реалізацію відповідних заходів (рис. 2).



Рис. 1. Диверсифікація інфраструктури рекреаційних об'єктів зеленого туризму сільських територій в країнах-членах Євросоюзу, 2018 р.

Джерело: розроблено авторами за даними [4]

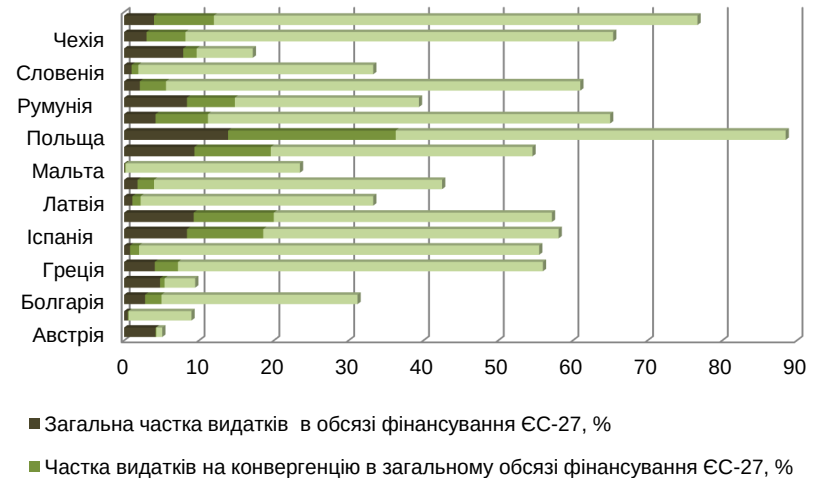


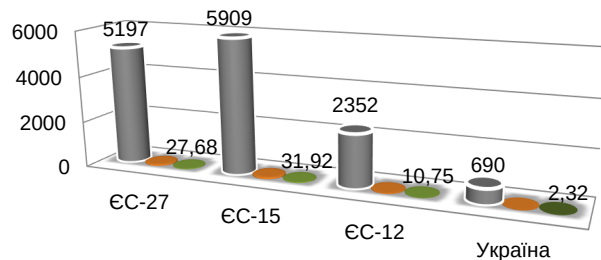
Рис. 2. Фінансування програм сільського розвитку країн-членів Євросоюзу за рахунок коштів ЄАФСР, 2013–2020 рр.

Джерело: розроблено авторами за даними [4]

Майже третину (32 %) цих коштів було використано на конвергенцію (збільшене фінансування окремих країн з метою підвищення їх показників до середнього в Євросоюзі рівня). Країни-члени ЄС-27 отримали 61 % загального обсягу фінансування, ЄС-12 – 39 %, серед яких найбільше – Польща (14 %), Італія та Німеччина (9 %). При цьому, обсяг технічної допомоги країнам Євросоюзу є різним: Естонія, Латвія, Литва, Мальта, Угорщина, отримали максимальне фінансування – по 3,9 % загального обсягу коштів ЕАФСР; інші – менше ніж 1 % (Франція – 0,8 %, Великобританія – 0,6 %, Нідерланди та Чехія – по 0,5 %, Ірландія – 0,1 %), Люксембург не отримав коштів взагалі [2].

В Україні, враховуючи середню місткість однієї зеленої садиби (13,5 місця), загальна кількість ліжко-місць для туристів в 2020 р. становила 3,1 тис., ночівель у місцях тимчасового проживання – 29,6 млн (у зеленому туризмі сільських територій – 93 тис. од.).

Порівнюючи показники інфраструктури зеленого туризму (чисельність ночівель туристів та ліжко-місць у розрахунку на 1 тис. населення), а також питомий ВВП на душу населення, можна зробити висновок, що у країнах ЄС-12 ці показники перевищують українські у 3–4 разів (рис. 3).



- Чисельність ночівель туристів в зелених садибах сільських територій у розрахунку на 1 тис. населення
- Кількість ліжко-місць для туристів в зелених садибах сільських територій у розрахунку на 1 тис. населення
- Обсяг ВВП на душу населення, тис. євро

Рис 3. Інфраструктура зеленого туризму сільських територій країн-членів Євросоюзу та України, 2020 р.

Джерело: розроблено авторами за даними [4]

Таким чином, диверсифікація сільських територій обумовлює необхідність узгодження позицій щодо розробки стандартів надання послуг у сфері зеленого туризму, розвитку сільської економіки, створення конкурентоспроможного туристичних продуктів в сільській місцевості, на умовах чіткої диференціації їх видів та адаптації до вимог і очікувань споживачів.

Забезпечення ефективного та комплексного (економічного, соціального та екологічного) використання наявного природо-ресурсного та людського потенціалу дозволить розв'язати проблему рекреаційного природокористування й охорони навколишнього природного середовища, удосконалити територіальне розміщення об'єктів зеленого туризму, поліпшення їх матеріально-побутового забезпечення шляхом застосування кластерних моделей та державно-приватного партнерства. Для відновлення інтенсивності туристичної міграції населення на сільських територіях, привабливих для туристів, необхідним є створення міжгалузевої координації та міжрегіональної кооперації, які б забезпечували раціональне використання рекреаційних ресурсів і підвищення ефективності витрат регіональних і місцевих бюджетів на природоохоронні цілі. При цьому, використання фінансово-економічних важелів дозволить одночасно дотримуватись принципів сталого розвитку сільських територій та гарантувати обсяг залучення інвестицій в сферу зеленого туризму, а пряма економічна допомога суб'єктам господарювання дозволить запровадити пільгової ставки оподаткування, надати субсидії та кредити на пільгових умовах, отримати гранти міжнародних організацій та недержавних цільових фондів для фінансового оздоровлення підприємницької діяльності в сільській місцевості.

Список використаних джерел

1. Ільїна, М. Теоретичні проблеми дослідження сільських територій як цілісних соціально-логічних, екологічних та економічних систем. *Економіка природокористування та охорона навколишнього середовища*. 2014. 4(28). С. 112–115.
2. Сільська Європа. Визначення, проблеми та політика – панель європейських громадян. Бруссел, 2007. 378 с.
3. Терешенко В., Морозюк Н., Замора О. Формування системи забезпечення сталого розвитку сільських територій. Нежин : Видавництво «Лисенко Н.». 2013. 247 с.
4. Інформаційна панель туризму ЮНВТО-статистика щодо ключових показників ефективності в'їзного та виїзного туризму на глобальному, регіональному та національному рівнях. Інформаційна дошка ЮНВТО з туризму. URL: <https://www.unwto.org/unwto-tourism-dashboard>
5. Тернер, Л., Вітт, С. Фактори, що впливають на попит на міжнародний туризм: Аналіз попиту на туризм за допомогою моделювання структурних рівнянь, переглянуто. *Економіка туризму*. 2001. № 7(1). С. 21–38.

АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОЇ ТОВАРНОЇ СТРАТЕГІЇ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ

Терентьєва Наталія
terenteva_nataliya@ukr.net
Запорізький національний університет
(м. Запоріжжя, Україна)

Анотація. Проаналізовано та наведено особливості розвитку туристичної галузі в Україні на прикладі багатoproфільного туристичного оператора Join UP!, тур-оператора Anex Tour, компанії-нішера PEGAS Touristik. Зосереджено увагу на інноваційній діяльності в туристичній галузі. В на сьогоднішній день Україна має умови для розвитку високоякісної сфери туризму, тому дослідження та розробки ефективної маркетингової стратегії для туристичних підприємств доцільно проводитись з урахуванням досвіду діяльності лідерів ринку, які вже працюють в Україні.

Abstract. The peculiarities of the tourism industry development in Ukraine are analyzed and presented with the example of the tour operators Join UP!, Anex Tour, PEGAS Touristik and others. The focus is on innovative marketing communications in the tourism industry. Today Ukraine has the conditions for the development of high-quality tourism, so research and development of an effective marketing strategy for tourism enterprises should be carried out taking into account the experience of market leaders who already work in Ukraine.

У сучасних умовах зростаючого рівня глобалізації туристична галузь є однією з найбільш перспективних та пріоритетних сфер для подальшого економічного розвитку. Міжнародний досвід вказує на високий рівень прибутковості та ефективності туристичної діяльності, так як вона тісно взаємопов'язана з іншими галузями і, таким чином, стимулює виробництво, забезпечує велику кількість робочих місць [1]. Це сприяє покращенню економічної ситуації та поширенню політичних, наукових та культурних зв'язків. Саме тому зростання туристичної галузі є має велике значення для країн, що розвиваються.

Україна має ідеальну географічну позицію для розвитку туристичної галузі – в центрі Європи, і велику кількість культурних, архітектурних та природних пам'яток, котрі могли б стати призначенням для іноземних туристів. Тим не менш, країна значно відстає від інших за популярністю в якості напрямку для подорожей, що може бути спричинено недостатнім рівнем розвитку туристичної інфраструктури, проведенням антитерористичної операції на сході країни та загостренням епідемії Covid-19 [2, с. 13–14]. Наприклад, через епідемію у 2020 році туристичний потік у світі скоротився на 74% [3], що значно перевершує показники у, порівнянні з проблемами туристичного бізнесу під час попередніх світових криз. Аналогічно ця причина вплинула на кількість іноземних туристів в Україні, яка зменшилась майже в 2 рази. Крім того, протягом останніх років в країні відсутня послідовна державна політика та контроль

в сфері туризму, що призводить до низької економічної ефективності. Саме тому, актуальною темою для дослідження є аналіз та розробка маркетингової товарної політики для туристичних підприємств в Україні. Маркетингова стратегія надасть компаніям можливість підвищити їхню конкурентоспроможність, прибутковість, швидкість та стабільність, подальшого розвитку, і стане визначним фактором впливу для створення та просування якісного туристичного продукту.

Основним завданням маркетингової політики є виявлення існуючих та формування нових потреб споживачів, їх максимальне задоволення та правильне позиціонування компанії на ринку. На першому етапі розробки маркетингової стратегії необхідно проаналізувати внутрішні характеристики підприємства та напрями діяльності, визначити його основну місію. Важливо брати до уваги комплексність туристичних продуктів, котрі поєднують в собі дві або більше послуг, пов'язаних з розміщенням, перевезеннями, розвагами тощо. Ця особливість туристичного бізнесу значно впливає на маркетингову політику та комунікації.

На наступному етапі розробки ефективної маркетингової стратегії для туристичного підприємства необхідно провести дослідження можливостей та загроз зовнішнього середовища, що включає макросередовище та безпосереднє оточення компанії [4, с. 5].

Для туристичного ринку властиві наявність великої кількості туристичних підприємств, які забезпечують високий рівень конкуренції, неструктурований попит, що формується під впливом рівня якості життя населення, необхідність зв'язків із закордонними партнерами для виходу на ринок та значний вплив владних структур, що створюють передумови для розвитку туристичного бізнесу в країні в цілому [5, с. 234].

На сьогоднішній день під впливом зовнішніх факторів структура туристичного ринку помітно змінюється. Окрім значного зменшення попиту, котре сталося по причині пандемії Covid-19 та довгого часу подальшого відновлення бізнесу, туристичні компанії, що займають стабільні позиції на ринку піддаються впливу інших ризиків. Наприклад, поява нових гравців на ринку – таких, як сервіси для бронювання житла та перельотів складає значну конкуренцію традиційним туристичним компаніям. Крім того, світові конгломерати Google, Apple та Amazon, котрі мають доступ до великої кількості диверсифікованих ресурсів, можуть використовувати їх для більш ефективної боротьби на ринку, створюючи власні онлайн сервіси для подорожей. Діджиталізація сучасного світу в свою чергу, може зробити ділові подорожі непотрібними, так як переговори з партнерами тепер можна провести онлайн по відео-конференції [6].

Наступний крок визначення маркетингової стратегії включає в себе визначення короткострокових та дострокових цілей, що зазвичай поділяються включають в себе збільшення об'єму продажів, рівня доходу та прибутковості. На цьому етапі також важливо визначити період часу для досягнення цієї мети [4, с. 5].

Завершальним етапом є розробка стратегії та методів оцінки її ефективності. Вибір стратегії туристичної компанії базується на розмірі

частки ринку, яку займає підприємство. Таким чином, компанія може обрати для себе стратегію лідера, челенджера, послідовника або нішера [7].

Підприємство має відповідати стратегії лідера, якщо володіє найбільшою часткою ринку, порівняно з конкурентами, що у числовому еквіваленті складає 40% або більше. Цей тип компанії має тверду позицію, і відповідно, значний великий вплив на розвиток галузі, адже лідери задають напрямок інноваційного розвитку, рекламних комунікацій та визначають рівень цін. Основні дії в рамках цієї стратегії направлені на пошук можливостей для розширення місткості ринку, щоб утримати свою позицію та збільшити частку. Це може бути реалізовано шляхом розширення цільової аудиторії за рахунок нового сегменту, створення нової пропозиції або задоволення нових потреб. Крім того, туристична компанія, що є лідером на ринку може збільшити обсяг споживання послуг за допомогою активної комунікаційної стратегії, спрямованої на поєднання різних інструментів маркетингових комунікацій для посиленого впливу на споживачів [8].

Прикладом компанії, що використовує стратегію лідера для підтримання своїх позицій та подальшого просування на туристичному ринку є багатoproфільний туристичний оператор Join UP!, що пропонує споживачам більше ніж 40 напрямків для подорожей, та має філії у 5 містах України, а також представництво в Молдові та Азербайджані [9]. В 2019 році туроператор відправив у подорожі більше 1 мільйону туристів, що є найкращим показником порівняно з іншими українськими туристичними компаніями [10]. Як лідер ринку Join UP! першим запровадив чартерний рейс Київ-Ріміні- Київ, що є єдиним в Україні, відкрив Шрі-Ланку, як туристичний напрямок для українців, а також постійно вдосконалює свої туристичні послуги для різних сегментів споживачів. Стратегія маркетингових комунікацій компанії включає в себе співпрацю з телевізійними шоу, а також регулярні публікації в онлайн та друкованих виданнях про діяльність компанії в цілому та про відкриття нових напрямків, організацію заходів, промо-турів та інше. Сайт Join UP! також є важливим інструментом комунікацій зі споживачами, адже він не лише містить інформацію про акції та спеціальні пропозиції, а є основним фактором прийняття рішення про покупку, адже містить всю необхідну інформацію про продукт. Присутність компанії в усіх соціальних мережах – YouTube, Facebook, Instagram та регулярне створення контенту є важливим елементом онлайн маркетингу, що допомагає привабити нових споживачів та підвищити лояльність існуючих. Кожна рекламна кампанія оператора має на меті комплексне просування певного туристичного напрямку та пропонує особливі умови відпочинку або значно нижчу ціну. Рекламні тури для туристичних агенцій та нові країни призначення можна розглянути, як елемент B2B маркетингу. Таким чином, маркетингова стратегія компанії Join UP! містить всі основні елементи стратегії лідера ринку [9].

Челенджер характеризується швидким розвитком та зростанням, володінням значною часткою ринку, та знаходиться на другій позиції після

лідерів ставлячи собі за мету збільшення впливу на ринку та здобуття лідерських позицій. Саме тому компанії-челенджери зазвичай слідує стратегіям наступу, що поділяються на фронтальну, флангову та обхідну. У першому випадку компанія повністю наслідує лідера ринку, використовуючи ті самі інструменти маркетингової комунікації, товарну та цінову політику. Друга стратегія – флангового наступу характеризується атакою на слабкі позиції конкурента, котрі можуть бути певним сегментом споживачів, географічним регіоном, видом послуг або рівнем цін. Обхідна стратегія має на меті послабити позиції ринкового лідера за допомогою «партизанського маркетингу». Вибір стратегій наступу для туристичних компаній-челенджерів залежить від їх конкурентних переваг [8].

До челенджеру можна віднести тур-оператора Apex-tour, що має значну частку ринку та досить високі обсяги продажів [7]. У 2019 році компанія продала більше 800 тисяч турів, що є другим найкращим показником [10]. Така невелика різниця з лідером ринку пояснюється значними ресурсами Apex-tour, та наявністю власних авіакомпаній. Це дає тур-оператору можливість реалізувати стратегію наступу, щоб повернути собі лідерські позиції. Маркетингові заходи Apex-tour повторюють стратегію Join UP! і також включають в себе акційні пропозиції, промо-тури та рекламні публікації у виданнях. Тому, можна зробити висновок, що компанія обрала маркетингову стратегію фронтального наступу [7].

Компанії що обирають стратегії послідовників мають достатню частку ринку для успішного функціонування, тому їх мета – зберегти існуючі ринкові позиції не намагаючись стати лідером ринку. Щоб утримати своїх споживачів такі компанії зазвичай повторюють стратегію найбільш успішних підприємств галузі в повному обсязі (стратегія копіювання), або їх окремі елементи (стратегія адаптації). Іноді компанії-послідовники використовують стратегію лідера ринку як приклад та основу для функціонування на іншому ринку [8]. На туристичному ринку України більшість компаній – TEZ Tour, Coral Travel, TUI Ukraine, TPG обрали стратегію послідовників, адже їх доля ринку недостатньо велика для іншої стратегії [7]. Обсяг продажів компаній в 2019 році варіюється від 450 до 300 тисяч турів [10]. Крім того, компанії не є інноваційними, використовуючи елементи маркетингової стратегії лідера ринку для розробки власної.

Компанії, основна цільова аудиторія яких складає невеликий сегмент, котрий залишили без уваги великі корпорації, називаються нішерами. Вони мають невелику частку ринку, але умови діяльності таких туристичних компаній зазвичай характеризуються значним потенціалом зростання, прибутковістю та низьким рівнем конкуренції. В залежності від темпів розвитку певного сегменту ринку, що є цільовим для підприємства-нішера, стратегія може бути направлена на підтримання поточної позиції, здобуття лідерства в цій ніші, на інтеграцію з іншими компаніями або на диверсифікацію для подальшого зростання та захоплення більшої частки ринку [8]. Прикладом компанії-нішера на українському ринку туристичних

послуг виступає PEGAS Touristik, що фокусується на доволі вузькому сегменті та пропонує організацію корпоративних заходів та туристичних турів для спортивних команд або інших компаній [7].

Таким чином, за результатами аналізу маркетингової стратегії найбільших туристичних операторів в Україні, відповідно їхній частці ринку та маркетинговим комунікаціям, ми бачимо, що сфера туризму є дуже важливою для подальшого економічного розвитку країни, адже вона має великий потенціал для збільшення прибутковості та рівня зайнятості населення. В умовах сьогодення Україна має умови для розвитку високоякісної сфери туризму, тому дослідження та розробку ефективної маркетингової стратегії для туристичних підприємств доцільно проводити з урахуванням досвіду діяльності лідерів ринку, які вже працюють в Україні.

Список використаних джерел

1. World travel and tourism council: Latest research from WTTC shows a 50 % increase in jobs at risk in Travel & Tourism. URL: <https://wtcc.org/News-Article/Latest-research-from-WTTC-shows-a-50-percentage-increase-in-jobs-at-risk-in-Travel-and-Tourism>
2. Беспала О. А. Сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку туристичного ринку в Україні. *Економіка: реалії часу*. № 6(34), 2017. С. 9–17.
3. Tadviser: Туризм (світовий ринок). URL: <https://www.tadviser.ru/>
4. Крамарчук С.П., Лубкей Н.П. Методичні аспекти формування маркетингової стратегії туристичних підприємств. URL: <http://dSPACE.wunu.edu.ua/bitstream/316497/14310/1/Стаття%202016.pdf>
5. Бондаренко С.А., Воробей В.Г., Нізяєва В. Р. Сутність маркетингової стратегії туристичного підприємства. *Scientific collection «Interconf»*. № 1(37). С. 233–236.
6. The Bell: Booking Holdings, Tripadvisor и Trip.com Group: стоит ли инвестировать в рухнувшие бумаги travel-сервисов. URL: <https://thebell.io/booking-com-tripadvisor-expedia-stoit-li-investirovat-v-ruhnuvshie-bumagi-travel-servisov>
7. Погуда Н.В. Маркетингові стратегії туристичних підприємств України. URL: <http://dSPACE.khntusg.com.ua/bitstream/123456789/13890/1/77.pdf>
8. Гаркавенко С. С. Маркетинг : підручник. Київ : Лібра, 2002. 705 с.
9. JoinUP! URL: <https://joinup.ua/uk/#>
10. Turprofi.com.ua: Топ-30 самых крупных туроператоров Украины. Топ-30 самых крупных туроператоров Украины: URL: <http://turprofi.com.ua/rejtingi/3088-top-30-samykh-krupnykh-turoperatorov-ukrainy>

THE FRENCH EXPERIENCE AND PECULIARITIES OF RURAL TOURISM DEVELOPMENT

Uliashyn Ihor

i.a.ulyashin@gmail.com
Zaporizhzhia national university
(Zaporizhzhia, Ukraine)

Abstract. *This work examines the reasons of origin, the example of rural tourism development in one of the leading European countries – France.*

Анотація. *У тезах розглядаються причини появи, приклад застосування та розвитку сільського туризму в одній із провідних європейських країн у цьому напрямку – Франції.*

Nowadays, rural tourism offers a new kind of activity in the modern tourist market – economic in form, ecological in essence, and social in its direction.

France, which for many years has been the most popular tourist destination in the world, of course, has a huge potential for rural tourism, which it actively puts into practice, because the countryside in France occupies about 80 % of the total area of the country, which means that approximately 29 % of overnight stays of French and foreign tourists are in rural areas [1].

Tourist strategy of France is built not only around major cities, but is based primarily on the fact to make each French department original and interesting for everyone, because in France there are thousands of interesting corners, where you can relax from the bustle and learn closer the mentality and mindset of local people. France was one of the first European countries, in which rural tourism began to develop in the mid-20th century. And, although at first this type of tourism was treated with skepticism, now it covers almost all French departments [2].

Since the 50's-70's of the last century in European countries has been a significant increase in the development of rural tourism. Among the main economic reasons that led to this process, there is also the fact that tired of the noisy bustle of the city, people who sought solitude and peace, which was not to be found in popular resorts, began to go on vacation to their native villages. As for France, the birth of rural tourism contributed to the crisis in the industry, that is, a decline in industries such as coal mining, metallurgy, textiles and traditional local production of tiles and furniture. After the closure of some factories, local authorities were urgently looking for a way out of this situation. Accordingly, there were no finances left at all for recreation at the resorts, and people involuntarily went to rest in the rural hinterland.

Thus, in 1967, the French government adopted a plan for the development of the countryside and tourism in the Aquitaine region. According to the plan, the coastal area was divided into 16 sectors, 9 of which were developed for tourism, beaches, recreational areas on earth and. In each area it was envisaged to preserve and save the landscape and wildlife [3].

And so, so spontaneously emerged social movement for recreation in nature, formed in view of economic and social realities, was supported by the government (There is a special association "Rural Tourism in France", promoting the development of this promising direction of leisure. Also, the National Confederation of Rural Households and Rural Development Associations and Animation (FNFR)) was created, regional authorities and banks have created rural tourism in France [4].

But rural tourism in France has its characteristics – if we turn to agritourism, in France it is strongly drawn to the horticultural and viticultural enterprises, as well as people began to pay special attention to fishing villages and activities related to the collection of berries in the forests.

It is obvious that France is prominent in the level of development of gastronomic and wine tourism. Gastronomic tourism involves trips to explore the cuisine of a particular region (the most common tourist regions to visit are Franche-Comté, Bourgogne, Brittany, Provence, Bordeaux and La Vallée de la Loire). Interestingly, in France, accommodation in guesthouses and farmhouses is much less popular than, for example, in Germany or Italy. Therefore, the main means of accommodation are small apartment cottages. By the way, these cottages look quite authentic, but they are very comfortable. The French prefer to cook their own food, using organic and farm products. If a tourist is vacationing in a remote rural area, the guest rooms from locals are the only type of accommodation. Interesting for our mentality is that the dinner for guests is held with the owner's family. There is also a requirement not to offer guests a choice of dishes on the menu. Guests are unobtrusively invited to share the moment of discovering the local cuisine with the host residents and to create an atmosphere of equality and full immersion in the culture and traditions [1].

In addition, a distinctive feature of agritourism farms in France is their narrow specialization. For example, some owners offer tourists accommodation, others offer food or recreational and sports services, as well as other products from their own farm. In this collaboration, mutual trust and support is an important component.

References

1. Professeur Boulin Jean-Luc : innovations in terms of activities in rural tourism. URL: <https://www.monatourisme.fr/wp-content/uploads/2018/03/NOTE-METHODOLOGIQUE-VEILLE-Enregistr%C3%A9-automatiquement.pdf>
2. Rural tourism: promoting the regions. URL: <https://www.rsenews.com/public/tourisme/tourisme-rural.php?rub=3>
3. Luzhanskaya T. Yu., Makhlinets S. S., Teblyashkina L. I. Rural tourism: history, present and prospects: Textbook. / Edited by Doctor of Science, Professor Voloshin I.M. – Kyiv: Kondor, 2008. 385 p. URL: <https://tourism-book.com/pbooks/book-35/ru/chapter-1673/>
4. Together, let's invent the ruralities of tomorrow. URL: https://www.foyersruraux.org/categories_thematiques/ruralite/

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ

Хоміюк Наталія

Khomiuk.Nataliia@vnu.edu.ua

Волинський національний університет імені Лесі Українки

(м. Луцьк, Україна)

Анотація. В ході дослідження розкрито сутність понять «сталий розвиток сільських територій» та «диверсифікація сталого розвитку сільських територій». Запропоновано теоретико-методологічні засади диверсифікації сталого розвитку сільських територій. Сформовано концептуальні засади диверсифікації сталого розвитку сільських територій.

Abstract. The study revealed the essence of the concepts of "sustainable rural development" and "diversification of sustainable rural development". Theoretical and methodological principles of diversification of sustainable rural development are proposed. Conceptual principles of diversification of sustainable rural development are formed.

Узагальнення досліджень вітчизняних і зарубіжних учених дало підстави визначити розвиток сільських територій як динамічний процес, який приводить до структурних змін соціальних, економічних, фінансових, природничо-екологічних, інституціональних об'єктів і явищ, які відбуваються в багатокomпонентній просторовій системі, що сформована на сільських територіях.

На основі аналізу наукової літератури щодо теоретичних підходів до трактування терміну «диверсифікація» вважаємо, що диверсифікація – це урізноманітнення об'єкта дослідження та надання йому багатогалузевого, комбінованого характеру, що реалізується за допомогою розширення сфер діяльності підприємства, організації, галузі, території [1, с. 74; 2].

Тому під диверсифікацією сталого розвитку сільських територій запропоновано розуміти процес урізноманітнення сільськогосподарського виробництва, несільськогосподарської діяльності, створення нових юридичних осіб різних організаційно-правових форм господарювання, розширення джерел фінансування програм і проектів сільського розвитку в умовах децентралізації з метою підвищення якості життя сільського населення; забезпечення конкурентоспроможності сільських територій; досягнення екологічної безпеки.

В умовах децентралізації розширюються можливості диверсифікації сталого розвитку сільських територій, а тому краще забезпечуються потреби місцевого населення органами місцевого самоврядування на локальному рівні. Процес децентралізації сприяє самостійності органів місцевого самоврядування щодо вирішення фінансових питань у сфері розвитку сільських територій [3, с. 11].

Запропоновано методологічні основи дослідження диверсифікації сталого розвитку сільських територій в умовах децентралізації, які

передбачають застосування системного, структурного, просторового, інституційного, біхевіористичного й синергетичного підходів задля формування наукової концепції та розробки організаційно-економічного механізму диверсифікації сталого розвитку сільських територій в умовах децентралізації задля посилення їхніх конкурентних переваг шляхом ефективного використання наявних і потенційних можливостей із виокремленням соціальних, економічних, екологічних цільових орієнтирів сталого розвитку сільських територій [4] (рис. 1).



Рис. 1. Методологічні основи дослідження диверсифікації сталого розвитку сільських територій

Парадигму сталого розвитку сільських територій покладено в основу розробки концепції диверсифікації розвитку цих територій, побудованої на засадах комплексності, міждисциплінарності та синергетики, цільовим орієнтиром якої є ефективне використання наявних і потенційних можливостей розвитку сільських територій для підвищення якості життя сільського населення; посилення конкурентних переваг цих територій та досягнення екологічної безпеки в умовах децентралізації [3, с. 12].

Вважаємо, що синергетична дія соціально-, економіко-, еколого-орієнтованої диверсифікації сприятиме підвищенню рівня зайнятості, подоланню бідності, розвитку соціальної інфраструктури на селі; забезпеченню продовольчої та економічної безпеки, залученню інвестицій, поширенню органічного виробництва, зменшенню деструктивного впливу на довкілля, що відповідає цілям сталого розвитку.

Список використаних джерел

1. Хомюк Н. Диверсифікація розвитку сільських територій в умовах децентралізації : монографія. Луцьк : Вежа-Друк, 2019. 320 с.
2. Хомюк Н.Л. Теоретичні підходи до трактування поняття «диверсифікація розвитку сільських територій». *Вісник Одеського національного університету. Серія: Економіка*. 2018. Т. 23. Вип. 7 (72). С. 134–138. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vonu_econ_2018_23_7_29 (дата звернення: 07.09.2021).
3. Хомюк Н. Л. Організаційно-економічні засади диверсифікації розвитку сільських територій в умовах децентралізації : автореф. дис. ... докт. екон. наук : 08.00.05 / ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долішнього НАН України». Львів, 2020. 40 с.
4. Хомюк Н. Л. Методологічний базис дослідження диверсифікації розвитку сільських територій в умовах децентралізації. *Причорноморські економічні студії*. 2020. Вип. 50. Ч. 2. С. 80–84. URL: <https://doi.org/10.32843/bses.50-45> (дата звернення: 05.09.2021).

ДИВЕРСИФІКАЦІЯ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ УКРАЇНИ ЯК ОСНОВА СТАЛОГО РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА

Череп Алла

cherep.av.znu@gmail.com

Запорізький національний університет

(Запоріжжя, Україна)

Анотація. Розкрито основні причини диверсифікації в Європі. Надано рекомендації задля забезпечення пріоритету розвитку сільського зеленого туризму в Україні та його наближення до стандартів Європейського Союзу.

Abstract. The main reasons for diversification in Europe are revealed. Recommendations are given to ensure the priority of rural green tourism development in Ukraine and its approximation to the standards of the European Union.

У багатьох європейських країнах сільський зелений туризм (СЗТ) вважається одним із провідних напрямків розвитку національної туристичної галузі, що знайшло своє відображення в національних концепціях розвитку туризму.

Хоча сільський відпочинок в Україні має давню історію, його майбутнє ще остаточно не визначене. На сьогодні невідомо, чи стане цей вид відпочинку повноправним учасником національного туристичного ринку. Цілком можливо, що за відсутності ефективної державної політики у цій сфері сільська рекреація залишатиметься в напівзаконному статусі, без чіткої організаційної структури, без інформаційно-маркетингової діяльності на належному рівні, просто як тип застосування в інших сферах туризму.

Серед основних причин, що призвели до великої популярності та розширення СЗТ в Європі, є такі: зменшення частки аграрного сектору в національній економіці (сьогодні цей показник в ЄС становить 5 %, тоді як в Україні частка сільськогосподарського виробництва у ВВП зростає і становить 10,7 %); підвищення рівня урбанізації населення; погіршення екологічної ситуації; погіршення якості їжі.

Метою формування стратегії розвитку СЗТ в Україні є створення конкурентоспроможного туристичного продукту, здатного забезпечити соціально-економічний розвиток території, задовольняючи потреби населення у відпочинку, враховуючи принципи сталого розвитку.

Дослідження, проведені в цій галузі переконують, що сільський зелений туризм може стати одним із напрямків диверсифікації економічного розвитку сільських районів, стримування демографічного спаду та вирішення проблем зайнятості в регіоні.

Сільський туризм є перспективним видом туристичної галузі в сучасних економічних та демографічних умовах, він справді може допомогти вижити малим населеним пунктам в Україні, адже малі села – це те, що приваблює відвідувачів своєю специфікою.

Для того, щоб забезпечити пріоритет розвитку СЗТ в Україні та його наближення до стандартів ЄС, видається доцільним:

- завершити реформування системи національної статистики, здійснити її технічне переозброєння, зокрема для забезпечення створення електронних систем моніторингу регіональних та національних програм розвитку СЗТ;

- створити інфраструктуру державної фінансової та кредитної підтримки для розвитку сільського зеленого туризму;

- організувати дослідження щодо потреб ринку послуг СЗТ для спеціалістів та регулювати чисельність їх набору у вищих навчальних закладах на підставі державного замовлення у цільових районах регіону.

Кожен із зазначених вище напрямків забезпечення пріоритетності розвитку СЗТ в Україні повинен посилити регулятивну функцію держави. Він повинен базуватися на результатах попередніх досліджень розвитку.

Виконання запропонованих рекомендацій сприятиме взаємовигідній співпраці між суб'єктами ринку СЗТ в регіоні та місцевою владою, збереженню довкілля, а також сталому розвитку сільських територій.

Отже, на сучасному етапі сільський зелений туризм залишається високopersпективною галуззю туристичного сектору, має важливе значення для української економіки, залучає не лише внутрішніх туристів, а й з багатьох країн, сприяє налагодженню зовнішньоекономічних зв'язків з різними країнами.

ДИВЕРСИФІКАЦІЯ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ: ДОСВІД БОЛГАРІЇ

Череп Олександр

Запорізький національний університет
(Запоріжжя, Україна)

Анотація. Розкрито особливості диверсифікації сільського туризму в Болгарії. Запропоновано напрями впровадження болгарського досвіду в Україні.

Abstract. Features of rural tourism diversification in Bulgaria are revealed. The directions of the introduction of the Bulgarian experience in Ukraine have been proposed.

Своєрідна мода на відпочинок в сільській місцевості, яка розповсюдилася в Європі останніми роками, прийшла і до Болгарії, хоча цей вид туризму для болгар є новим. Але, порівняно із Західною Європою, населення Болгарії тісніше пов'язане з природою і сільським господарством. Найціннішим туристичним ресурсом болгарських сіл є прекрасна природа, дефіцит спілкування з якою відчуває більшість міських мешканців. Туристів приваблює ландшафтна, кліматологічна, бальнеологічна, історико-культурна різноманітність, а також економічна доступність такого виду туризму. Міським жителям пропонується відпочити від обридлих звичних готелів номерів і типових санаторних кімнат. У Болгарії є давні традиції, а можливість займатися агротуризмом у сільському будинку – цілорічна. Сьогодні 70% населених пунктів Болгарії – це сільські поселення, в яких проживає 60% населення [1].

Аналіз закордонного досвіду показує високу важливість диверсифікації та інтеграції різних видів туризму із сільським та зеленим туризмом для успіху його розвитку. Розширення туризму в сільській місцевості спричиняє багато змін у різних районах, зокрема, це стосується змін у землекористуванні, функціонуванні об'єктів інфраструктури, структурі зайнятості, становищі регіону в мережі населених пунктів.

Функції зеленого туризму складаються з таких пунктів:

- стимулює розвиток селянських господарств, які займаються зеленим туризмом;
- сприяє розвитку та покращення місцевої інфраструктури;
- сприяє збуту надлишків сільськогосподарської продукції, збільшуючи додаткові прибутки селян і відрахування у місцеві бюджети;
- активізує місцевий ринок праці, підвищує зайнятість, затримує молодь на селі, знижуючи потребу в закордонному заробітчанстві;
- сприяє насамперед охороні туристичних ресурсів, насамперед збереженню етнокультурної самобутності українців;
- створює можливості для змістовного відпочинку незаможних людей;
- сприяє підвищенню культурного рівня мешканців села та підвищенню екологічної свідомості.

Саме реалізація функцій зеленого туризму направлена на підвищення добробуту саме мешканців сільської місцевості, не дивлячись на суттєві процеси урбанізації, які пов'язані із змінами потоків капіталу з міста в сільську місцевість, мають різні напрямки, що тісно взаємопов'язані та взаємозалежні. Це: економічні, просторові, демографічні, культурні. Туристична урбанізація часто охоплює привабливі природні зони і по-різному відбувається в певних зонах. Це залежить головним чином від інтенсивності туристичних потоків.

Болгарія відіграє провідну роль серед європейських країн у розвитку СЗТ, оскільки має надзвичайно велику культурно-історичну спадщину, що забезпечує перспективу розвитку релігійного, культурно-пізнавального туризму. Болгарія як країна, де туризм об'єднує сучасну інфраструктуру з унікальними історичними культурними чинниками успішно розвиває також – молодіжний, сімейний, спортивний, пригодницький, індивідуальний туризм. Саме таке поєднання туризму в Болгарії дозволило їй перетворитися на високорентабельну галузь на рівні міжнародної спеціалізації.

Список використаних джерел

1. Волошинський О. Сільський туризм – можливості для працевлаштування і реабілітації для людей з інвалідністю. 2019. Товариство Зелений Хрест. URL: <http://www.gcs.org.ua>

КУЛЬТУРА ГОСТИННОСТІ В АГРОСАДИБАХ

Чумак Яна

асумак815@gmail.com

Уманський національний університет садівництва
(м. Умань, Україна)

Анотація. Сучасних жителів мегалопісу все частіше приваблює зелений туризм з його природнім ландшафтом, культурою і традиціями українського села, креативним підходом господарів агросадиб до прийому туристів. Стаття присвячена засадам функціонування та розвитку культури гостинності сільського зеленого туризму в Україні.

Abstract. Green tourism, natural landscape, culture and traditions of a Ukrainian village, creative approach of local rural communities` hosts to the reception of tourists attract nowadays the inhabitants of the megalopolis. The article is devoted to the fundamentals of functioning and development of a culture of hospitality of rural green tourism in Ukraine.

Сучасний стан розвитку ринку туристичних послуг супроводжується активізацією підприємницької діяльності, посиленням конкуренції на вітчизняному та зарубіжному ринках, зміною потреб та вподобань туристів. В умовах обмежень міжнародних пересувань та видів туризму через пандемію коронавірусу у найближчій перспективі значні шанси у конкурентній боротьбі отримують підприємства сільського зеленого туризму. Споживачі надають перевагу відпочинку в невеликих садибах в екологічно чистій місцевості, самоізолюватись на природі. Крім того, Національною туристичною агенцією України 2020 рік було оголошено роком сільського туризму.

Сільський туризм – це вид господарської діяльності, для якої характерне надання послуг з проживання, харчування, різного роду відпочинку (катання на квадроциклах, рибалка, походи в гори), можливість участі у процесах вирощування рослин, збору урожаю, ознайомлення із народними традиціями та обрядами, природними особливостями краю (термальні води, виноградники), культурними пам'ятками тощо. Отже, це проведення дозвілля у сільському середовищі, для якого притаманні етнокультурний колорит місцевості, певна забудова, сільський побут тощо [1].

Базисом та передумовою сільського туризму є агрооселя, на основі якої формується сукупність послуг, які надаються клієнту: туристично приваблива локація, гастрономічні та історико-культурні особливості, традиції й звичаї краю тощо. Усі умови для розвитку сільського туризму має українське село, для якого характерний самотній побут, чудові та різноманітні ландшафти, велика історико-архітектурна спадщина [1].

В сучасних умовах зростання виробництва різноманітних товарів та послуг, тільки споживання без особливих вражень стає нецікавим людині, вона потребує комфортного, якісного забезпечення життєдіяльності.

Зараз виникає потреба у гостинності, яка стає основним напрямом задоволення соціально-економічних потреб людини не тільки у процесі споживання певних товарів та наданні послуг, але й привітності, доброзичливості, що мають супроводжувати всі сфери життя.

Гостинність – одне з головних та фундаментальних понять цивілізації. Гостинність – це якість спілкування та враження, які одержують люди від спілкування між собою з різноманітних приводів: робота, відпочинок, дозвілля, вирішення житлово-комунальних питань, проїзд в транспорті тощо. Це безпосередній контакт людей в різних сферах життя між собою, отже гостинність повинна проявлятися в усіх сферах життєдіяльності суспільства.

До походження терміну «гостинність» є два підходи. Згідно з першим, термін походить від латинського слова *hospitium* у такому значенні: 1) давня греко-римська морально-правова концепція гостинності як дане Богом право гостю і даний Богом обов'язок господаря; 2) гостьовий будинок, в якому приймали подорожуючих. Прихильники другого підходу вважають, що термін походить від старофранцузького слова «*hospice*» (хоспіс – будинок для приймання подорожуючих, тобто помешкання, місце, в якому подорожуючі могли отримати прихисток та їжу) [2, с. 12].

Гостинність – набула широкого розвитку ще в стародавній Елладі. В античних державах-полісах право та обов'язок піклуватися про іноземців одержували лише знатні громадяни – проксени. З часом гостинність перетворилася на справжню індустрію, в якій задіяні мільйони працівників, що забезпечують готельний та ресторанний бізнес, побут, відпочинок та розваги туристів, задовольняють їх різнопланові потреби та інтереси.

Гостинність у сфері сільського туризму – це турбота, виявлена по відношенню до гостя, здатність передбачити та вловити всі потреби клієнтів. Це саме той елемент, що робить спогади відвідувачів приємнішими, а враження про садибу – довгими. Гостинність полягає в тому, щоб визначити особливі побажання гостей і зробити так, щоб обслуговування та запропоновані їм послуги задовільнили очікувані ними потреби.

Українське село здатне запропонувати туристові надзвичайно розмаїтий сільський туристичний продукт: – самотній побут, – величезну історико-архітектурну народну спадщину, – екологічно чисті продукти харчування, – мальовничі ландшафти, – створення можливостей для повноцінного змістовного відпочинку незаможної верстви людей [3].

Господар агросадиби запрошує до своєї оселі: людину з міста подивитись на сільськогосподарське виробництво (як робиться особливий сир, масло, ковбаса тощо, як вирощуються яєчні, корови, коні); людину творчої, розумової праці подивитись на майстерність ремісника (як робиться дерев'яний посуд, як плететься ліжник); іноземців подивитись на особливості національних традицій, культури.

Найсуттєвіша відмінність гостинності від інших сфер бізнесу полягає в наступному:

– основна мета гостинності – задоволення запитів гостей (guest satisfaction), створення ефемерного (невидимого) продукту;

– клієнт не може спочатку зробити пробну закупку, щоб зрозуміти, що він отримує під час перебування в агрооселі, або спробувати інші туристичні продукти інших хазяїв, ніж вирішить відпочити у вашій агрооселі;

– продуктом агротуризму гості можуть тільки користуватися, але ніяк не володіти.

Гостинність означає не тільки надання просторої та добре умебльованої кімнати і наявність у ній зручного ліжка та відповідних зручностей у будинку. Гостинність означає не тільки забезпечення спокійної обстановки та різноманітного меню. Гостинність передбачає також і:

– віднайдення спільної мови з гостями; прояв своїх найкращих навиків у спілкуванні;

– передбачення потреб гостей і вчасне їх задоволення;

– демонстрація свого позитивного ставлення до гостей;

– прояв уваги та турботи про їхнє здоров'я та зручне перебування під час відпочинку.

Гостинність при наданні відповідного сервісу клієнту повинна проявлятися у тому, що власник агросадиби надає йому лише те, що він вимагає і про що просить.

Поширеними методами прийому гостей вважаються майстер класи: випікання домашнього хліба та птахів щастя, приготування інших старовинних страв у печі, вареників; виготовлення ляльок з ниток; витинанки; флористика; виготовлення декоративних гобеленів; оздоблення скляної посуду; вишивка сувенірів та інше [4].

Крім того, особливу увагу слід звернути на освітню підготовку організаторів сільського туризму в районах та власників агросадиб. Основою такої підготовки і перепідготовки практиків сільського туризму повинні стати цільові курси і тренінги. Ці короткотермінові навчальні заходи можливо здійснювати в Інститутах післядипломної освіти аграрних ЗВО з широким використанням можливостей дистанційної освіти, а також у рамках навчальних програм Центрів зайнятості та Дорадчих сільськогосподарських служб. Особливу ефективність мають тренінги у рамках національних і міжнародних проектів з розвитку сільських територій, що проводяться громадськими бізнес-організаціями.

Отже сільський зелений туризм – це симбіоз двох зацікавлених сторін: селян, які в почали освоювати не традиційну для села справу та відпочиваючих, що згодились на використання цих послуг для задоволення власних потреб у відпочинку та оздоровленні. А загалом це дало винятково важливий результат – створення нових робочих місць, яке дуже позитивно відображається у економічному розвитку регіону та має позитивний вплив в загальнодержавному масштабі.

Список використаних джерел

1. Сільський туризм. URL: <https://agro.me.gov.ua/ua/napryamki/rozvitok-silskih-teritorij/silskij-turizm>

2. Уокер Дж. Р. Введение в гостеприимство : учебник / пер. с англ. Н.Н. Михайлова. М. : ЮНИТИ, 1999. 464 с.

3. Сільський туризм – як інструмент ефективного розвитку сільської території. URL: <https://agro.me.gov.ua/ua/napryamki/rozvitok-silskih-teritorij/silskijturizm>

4. Лібанова Е.М. Людський розвиток регіонів України. Київ : СПД Савчина, 2002. 123 с.

ОСОБЛИВОСТІ ДЕТИНІЗАЦІЇ КРЕАТИВНИХ ПОСЛУГ ЯК ДРАЙВЕРА РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ

Щеглюк Світлана
shchehliuk.sv@gmail.com
ДУ «Інститут регіональних досліджень
імені М. І. Долішнього НАН України»
(м. Львів, Україна)

Анотація. Оцінено рівень тінізації креативних послуг за методом збитковості підприємств. Обґрунтовано потребу у детинізації розвитку креативних послуг України для зміцнення їх впливу на економіку. Запропоновано шляхи детинізації у частині покращення статистичного обліку, розширення переліку видів економічної діяльності, що належать до креативних індустрій в Україні, удосконалення умов фіскалізації для самозайнятих осіб.

Abstract. The level of shadowing of creative services by the method of unprofitable enterprises is estimated. The need to de-shadow the development of creative services of Ukraine to strengthen their impact on the economy is substantiated. Ways of de-shadowing in terms of improving statistical accounting, expanding the list of economic activities related to creative industries in Ukraine, improving fiscalization conditions for self-employed persons are proposed.

Актуальність оцінювання рівня тіньової економіки регіонів України у сфері креативних послуг (далі – СКП) зумовлено в першу чергу значними структурними та економічно-соціальними змінами, що відбулися протягом останніх восьми років (військовим конфліктом на сході України, девальвацією національної валюти, втратою частини українських територій, переформатуванням векторів ринків збуту продукції креативних індустрій, трудовою міграцією «мізків», депопуляцією, підписанням Угоди про асоціацію з ЄС і взяттям низки зобов'язань у сфері культури (2017 р.), децентралізацією культурного сектору, диджиталізацією, підключенням до глобальних ланцюгів доданої вартості та світовою пандемією COVID-19), а також необхідністю перегляду методик оцінки масштабів тіньової діяльності, оскільки існуючі звіти з оцінювання рівня тінізації не повною мірою враховують діяльнісно-видові особливості економіки, а сам сектор креативних індустрій через свою недавню інституціоналізованість в Україні не було комплексно емпірично проаналізовано на предмет тінізації. Оцінювання рівня тінізації СКП здійснювалось за авторським дослідницьким підходом відповідно до наявної статистичної бази розрахунку економічних показників на рівні КВЕД-2010 для видів економічної діяльності сектору креативних послуг, секцій J, M, P, R, об'єднаних спільною рисою креативності та високою інтелектуальною складовою у створенні та наданні таких послуг.

Для цілей дослідження використано агреговані показники за чотирма секціями за КВЕД (такий підхід апробований вітчизняною практикою [1]). За нашими розрахунками рівень тінізації сфери КП України за методом

збитковості підприємств [2] у 2019 р. встановив 22 % ВДВ країни, що на 15 в.п. менше, ніж у 2013 р. У регіональному вимірі найвищий рівень тінізації у 2013 р. спостерігався у Донецькій області (41 %), м. Києві (39 %), Київській (33 %) та Дніпропетровській областях (28 %). Всі решта областей мали показник тінізації нижчий за загальноукраїнський (рис. 1).

Найнижчий рівень тіньової економіки був у 2013 р. в Івано-Франківській області (12 %). У 2018 р. серед регіонів з вищим за загальноукраїнський показник у 21 % був лише у м.Київ (27 %). Це підтверджує значну концентрацію субсектору та споживачів послуг у столиці, а також містоцентричний характер просторової організації креативної економіки. У 2019 р. головним трендом було збільшення кількості збиткових підприємств сфери та зростання рівня тінізації. Найнижчий рівень тінізації у 2019 р. було зафіксовано в Житомирській (12 %) та Хмельницькій областях (13 %). Причому таке зниження відбулося внаслідок скорочення кількості підприємств сфери. А найвищий рівень (34 %) спостерігався в Луганській обл., що значно перевищувало середньоукраїнський показник – 22 %. Зростання рівня тінізації сфери КП у 2019 р. порівняно з 2018 р. зафіксовано практично в половині областей України, окрім Київської, Одеської, Запорізької, Волинської, Вінницької, Рівненської, Харківської, Хмельницької, Львівської, Сумської, Полтавської, Житомирської та Херсонської.

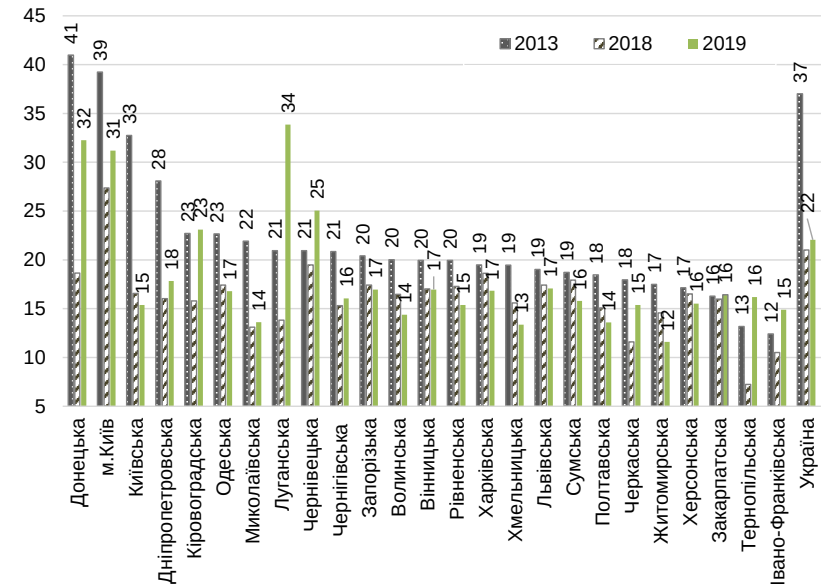


Рис. 1. Динаміка рівня тінізації сектору креативних комерційних послуг за регіонами України, %

Джерело: складено автором за даними [3]

У останніх зниження рівня тінізації пояснюється як скороченням кількості підприємств сфери, так і розподілом цих підприємств за складовими (секціями КВЕД), які по-різному реагують на законодавчі ініціативи та впровадження заходів щодо легітимізації підприємницької діяльності. Вищі показники тінізації спостерігалися у регіонах з високим рівнем соціально-економічного розвитку та більшою концентрацією підприємств аналізованих видів економічної діяльності.

Вплив карантинних обмежень у 2020 р. на економічну активність підприємств відобразився у скороченні результатів діяльності підприємств сфери КП через їх часткове чи повне закриття, перехід на неповну та дистанційну зайнятість, перепрофілювання, цифровізацію, що призвело до звуження як офіційного так і нелегального доходу, сприяло формуванню нових каналів тінізації за блокування традиційних, що ще не відображено у офіційних звітах з оцінки тіньової економіки. За обраним методичним підходом визначення рівня тінізації СКП за збитковістю підприємств було вперше отримано результати, які можна приймати як допустимі та релевантні за даних умов забезпечення статистичними даними та похибкою самого методу, який не враховує значну кількість підприємств, які зареєстровані як ФОП (2-3 групи спрощеного оподаткування), самозайнятих осіб¹. Результатом обмежень карантинних заходів щодо діяльності окремих видів креативних послуг відобразилося у зростанні кількості збиткових підприємств у 2020 р. (рис. 2).

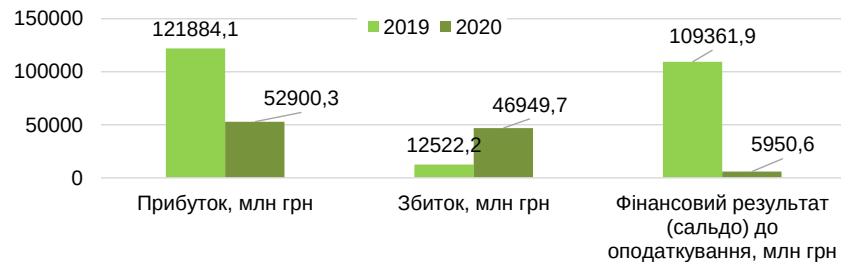


Рис. 2. Динаміка фінансових результатів до оподаткування підприємств сфери КП України у 2019–2020 рр.

Джерело: складено за даними [3]

¹ Відповідно до п.п. 14.1.226 п. 14.1 ст. 14 Податкового кодексу України самозайнята особа – платник податку, який є фізичною особою – підприємцем або провадить незалежну професійну діяльність за умови, що така особа не є працівником в межах такої підприємницької чи незалежної професійної діяльності. Незалежна професійна діяльність – участь фізичної особи у науковій, літературній, артистичній, художній, освітній або викладацькій діяльності, діяльність лікарів, приватних нотаріусів, приватних виконавців, адвокатів, арбітражних керуючих (розпорядників майна, керуючих санацією, ліквідаторів), аудиторів, бухгалтерів, оцінників, інженерів чи архітекторів, особи, зайнятої релігійною (місіонерською) діяльністю, іншою подібною діяльністю за умови, що така особа не є працівником або фізичною особою – підприємцем та використовує найману працю не більш як чотирих фізичних осіб.

Причому частка прибуткових підприємств сфери КП скоротилася на 4 в.п. – з 69 % до 65 %. Можемо припустити, що розрахунок рівня тінізації за 2020 р. за методом збитковості підприємств покаже його зростання з огляду на збільшення обсягів збитків та зниження фінансового результату підприємств. Водночас методика розрахунку рівня тінізації за методом збитковості підприємств потребує суттєвого доопрацювання в частині врахування результатів діяльності фізичних осіб-підприємців (ФОП), частка яких у національній економіці коливалася за період 2019–2020 рр. у діапазоні 84–80 %, а у сфері креативних послуг (що становить 21 % усіх суб'єктів господарювання економіки України) частка ФОП становила 87 %.

Тому варто надалі удосконалювати методику оцінювання рівня тінізації сфери економіки за методом збитковості підприємств у частині охоплення в аналізі результатів діяльності всіх суб'єктів господарювання сфери.

Як зазначають у Міністерстві розвитку економіки України, політика детінізації має базуватися передусім на засадах заохочення до ведення легального бізнесу, усунення першопричин, що зумовлюють перехід економічних агентів у тінь, створення державою стабільних сприятливих умов для збільшення суб'єктами господарювання економічної активності в легальній економіці, поліпшенню інвестиційного та підприємницького клімату в країні, а також попередження застосування економічними агентами недобросовісних дій, які мають злочинний та/або анти-соціальний характер [4].

Тому в умовах неповноти офіційної інформації варто поєднувати розрахунки тінізації сфери КП за регіонами з детальнішим аналізом розвитку бізнес-середовища та результатами діяльності самої сфери з даними соціологічних опитувань і звітів про діяльність окремих видів КП для отримання результатів комплексного оцінювання тіньової діяльності.

Водночас проблеми розвитку СКП пов'язані із кризовою ситуацією в економіці, з відносно недавньою інституціоналізацією сектору креативних індустрій України, його початковою стадією формування та недостатньою інвестиційною привабливістю, високою ризиковістю інвестицій, відсутністю венчурних фондів, несформованою стартап-екосистемою, недосконалою системою судочинства, низьким рівнем захисту прав інтелектуальної власності, недостатньою забезпеченістю статистичними даними. Та навіть попри неповноту статистичних даних спостерігається поступове зростання ролі та значення сектору креативних послуг серед сфери послуг та економіки регіонів загалом.

Резервом активізації нарощення потенціалу сфери КП є детінізація діяльності на внутрішньому національному та регіональному ринках креативних послуг: створення умов для легального працевлаштування, оптимізації оподаткування доходів підприємців, застосування ефективних бізнес-моделей, збереження робочих місць та компетенцій фахівців для подолання наслідків впливу пандемії COVID-19 на сферу.

Позитивно оцінюємо низку заходів для розвитку сфери КП: податкове стимулювання на період коронакризи (7 % ПДВ для окремих секторів КП),

інші заходи підтримки підприємців, які зазнали збитків від карантинних обмежень на локальному та національному рівнях. Особливо слід відмітити:

– прийняття законів та підзаконних актів з підтримки креативних індустрій в умовах впливу пандемії COVID 19 за період червень-грудень 2020 р. [5], які дозволили реформувати ринок роялті в Україні, забезпечити авторам та правовласникам отримання справедливої винагороди роялті через ринкові механізми, виконання однієї з вимог для виключення зі «Списку 301» (перелік «країн-піратів»), відповідно до якого США встановлює експортні санкції; мінімізувати податкові платежі тощо. Тимчасове зниження ставки ПДВ до 7 % для креативних індустрій дозволило зберегти підприємствам окремих секторів креативних послуг більший обсяг оборотного капіталу для його реінвестиції;

– включення сектору креативних індустрій до документів стратегічного планування з метою просування культурних цінностей та історичної спадщини, стимулювання креативних індустрій та зайнятості в них, підтримки інвестування у інфраструктуру для розвитку людського капіталу, формування позитивних екстерналій для регіональної та місцевої економіки; диверсифікація економіки міст шляхом відкриття центрів креативної економіки та центрів культурних послуг (хабів), центрів креативної економіки), що відповідають сучасним принципам впровадження стратегії смарт-спеціалізації. Активізація ендогенного потенціалу та конкурентних переваг є головним чинником інновацій у сфері креативних послуг.

Для покращення якості бізнес-середовища та сприяння «лагідній легалізації» рекомендуємо ухвалити Закон України про відтермінування запровадження обов'язкових РРО (реєстраторів розрахункових операцій) для підприємців «Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких інших законодавчих актів України щодо спрощення ведення господарської діяльності, підвищення її прозорості та створення умов для розвитку малого бізнесу». Адже окремі сектори креативних послуг ще не відновилися після збитків від коронакризи, а тому потребують відтермінування таких рішень або стимулювання підприємців до впровадження РРО лише для окремих секторів креативних індустрій.

Список використаних джерел

1. Харламова Г., Гуменна О. Креативність врятує: уроки для України. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка*. 2018. № 1(196). С. 76–84. (С. 80). Сайт Вісника КНУ. URL: <http://oaji.net/articles/2017/3733-1527621634.pdf>. (Дата звернення: 01.09.2021).
2. Про затвердження Методичних рекомендацій розрахунку рівня тіньової економіки: наказ Міністерства економіки України № 123 від 18.02.2009 р. *Законодавство України*: сайт. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0123665-09#Text>
3. Державна служба статистики України. URL: ukrstat.gov.ua

4. Загальні тенденції тіньової економіки в Україні у 2019 році. *Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України*: сайт. URL: <https://www.me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&id=e384c5a7-6533-4ab6-b56f-50e5243eb15a&tag=TendentsiiTinovoiEkonomiki>

5. Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо державної підтримки культури, туризму та креативних індустрій : Закон України від 04.11.2020 № 962-IX. URL: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/T200962.html

6. Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких інших законодавчих актів України щодо спрощення ведення господарської діяльності, підвищення її прозорості та створення умов для розвитку малого бізнесу : проект Закону України №5866-1 від 10.09.2021. *Законодавство України*: сайт. URL: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=72746

ТУРИЗМ НА СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЯХ ЗАКАРПАТТЯ: ДОСВІД, ПРОБЛЕМИ, ПЕРСПЕКТИВИ

Щука Галина

halina.shchuka@gmail.com

Закарпатський угорський інститут імені Ференца Ракоці II
(Україна, м. Берегове)

Анотація. В тезах подається узагальнена інформація, зібрана під час подорожей по регіону, спілкування з власниками та гостями агросадіб, представниками туристичних фірм та місцевих органів влади. Встановлено, що сільський туризм Закарпаття суттєво відрізняється по ряду позицій від загальноприйнятих тверджень та уявлень про цей вид туризму.

Abstract. The abstracts provide generalized information collected during trips to the region, communication with owners and guests of farmsteads, representatives of travel agencies and local authorities. It is established that rural tourism in Transcarpathia differs significantly in several positions from the generally accepted statements and ideas about this type of tourism.

Дане дослідження носить емпіричний характер. Більшою мірою – це узагальнені результати власних спостережень, бесід та інтерв'ю з власниками та гостями садіб Закарпаття, працівниками туристичних фірм регіону, представниками органів місцевої влади, які є дотичними до цієї проблематики. Доказова база з ряду об'єктивних та суб'єктивних причин відсутня, отже всі висловлені позиції мають дискусійний характер.

Сільський туризм – поняття відоме, поширене, можна сказати, загальнозвживане, і при цьому таке, що не має єдиного трактування в науковій літературі та по-різному проявляється в практичній діяльності. Відзначимо, що це цілком характерна ситуація для стадії становлення будь-якого явища.

В даному дослідженні ми дотримуємося трактування сільського туризму, яке подається на офіційному сайті Міністерства аграрної політики та продовольства України [1] і розглядаємо його як різновид господарської діяльності; проведення вільного часу в сільському середовищі; специфічну форму відпочинку в приватних господарствах сільської місцевості.

При цьому ми розмежовуємо такі поняття як «сільський туризм» та «туризм на сільських територіях», оскільки на сільських територіях так само можливий розвиток пізнавального, гастрономічного, релігійного, екологічного, подієвого, етнографічного, оздоровчого, спортивного, активного та інших видів туризму; хоча ряд дослідників класифікують їх як окремі підвиди сільського туризму: пізнавальний, гастрономічний і т. д.

Акцент на сільських територіях ще зроблено по тій причині, що трапляються непоодинокі випадки, коли під назвою «агросадоба» (основна категорія сільського туризму) працює мініготель у місті.

Передумови розвитку сільського туризму в регіоні. З нашої точки зору, це ні в якій мірі не результат державної політики зі сприяння розвитку села. Поштовхом до розвитку сільського туризму в Закарпатті стало відкриття прикордонних територій наприкінці 80-х рр. ХХ ст. На хвилі ностальгії в регіоні з'явилася значна кількість відвідувачів з Угорщини, Румунії, тоді ще Чехословаччини та інших країн, громадяни яких мали історичну, релігійну, етнічну спільність з мешканцями регіону. Треба відзначити, що і до цього часу ця цільова аудиторія (далі – ЦА) присутня на ринку сільського туризму регіону, створюючи значний за обсягом сегмент.

Споживачі сільського туристичного продукту. Цільову аудиторію даного виду туризму описують як різновікових мешканців сусідніх міст, які люблять відпочинок на природі та сільський побут. В Закарпатті це виглядає дещо інакше. По-перше, в регіоні відсутні великі промислові міста. Центри ОТГ і навіть Ужгород – це в переважній більшості приватний сектор. По-друге, дуже стійкі родинні стосунки. Мешканці міст підтримують тісні зв'язки з чисельною родиною на селі. По-третє, сусідні області (Львівська та Івано-Франківська) мають подібні соціально-географічні характеристики і не можуть розглядатися як постійні донори з точки зору туризму. На даний час сільський туризм Закарпаття не має своєї цільової ніші (не говорячи про сегмент) ні на національному ринку туризму, ні на регіональному.

Потреби споживачів даних туристичних послуг. Відносно цього існує тверде переконання, що турист їде в село, щоб бути ближче до природи, спати на сіновалі, рибалити, збирати гриби, співати пісні, плести кошики і смакувати місцевою кулінарією. Але як показує практика, різні споживачі мають різні потреби: одні на рівні «шашлики – баня», інші: «вино – бограч – чан», треті: «замки – церкви» тощо. Одні погоджуються на мінімум, зі зручностями в кінці городу; другі бажать мати всі умови для комфортного проживання, треті агросадобу уявляють стилізованим сільським будинком початку минулого століття. Так, кожен може отримати бажане – в туризмі на сільських територіях Закарпаття існує спеціалізація. На якого саме споживача орієнтуватися, власник садоби обирає інтуїтивно, як тут говорять «на свій хлопський розум».

Спеціалізація визначає і сезонність в діяльності агросадоби, хоча в більшості літератури подається, що в сільському туризмі поняття «сезонність» нівелюється.

Вигляд агросадоби. Сільська садоба в її закарпатському варіанті – це не мінікультурний, історичний, етнографічний, екологічний центр, як про це пишуть у підручниках. Це звичайний будинок або частина будинку, де є баня / штучний басейн / чан, зелень з грядки, парне молоко (своє чи в сусідів), річка, ліс, гори. Все відразу або по кількості позицій з цього переліку. Звичайно, конкурентне середовище спонукає до дії, тому цей перелік постійно доповнюється новими пропозиціями.

Є окремі (!) садоби, в яких пропонують екскурсії, вечорниці, майстер-класи з традиційних ремесел, збір урожаю, дегустації і навіть заняття з

йogi. Проте у більшості садиб власник є лише гостинним господарем і може не говорити літературною українською мовою.

Власник садиби. Чомусь вважається, що на селі туриста чекає гостинна сім'я з інтелігентів пенсійного віку, які не можуть працювати на землі по причині слабого здоров'я. Те, що це люди інтелігентні – повністю погоджуємося, але здебільшого ця інтелігентність внутрішня. Щодо іншого: в регіоні немає значної кількості молодих пенсіонерів, це скоріше виняток; утримання садиби і робота з туристами вимагає гарного здоров'я.

Власник агросадиби – це фермер. Поширена думка, що туристична діяльність на селі реалізується фермерами паралельно до своєї основної роботи. Це не так. Фермерське господарство вимагає великого ресурсу часу та задіяних людей. Здебільшого сільські садиби – це альтернативні засоби розміщення, а не агротуристичні підприємства зі специфічним набором послуг; це не сільськогосподарська підприємницька діяльність. Можливо, одна з причин розвитку сільського туризму в Закарпатті – це відсутність чорноземів.

Цінова політика. Сільський туризм, з огляду на цінову політику агросадіб, позиціонується як демократичний. Проте економічно доступним він є переважно для середнього класу. В цьому Закарпаття не відрізняється від інших мікро- та макрорегіонів.

Безпека в сільському туризмі. За замовчуванням туристи вважають, що агросадиби пройшли перевірку санепідемстанції, пожежної безпеки, а всі домашні тварини мають санітарні книжки. Власники садіб не завжди розуміють навіщо це, а ті, хто й розуміє, не поспішають це робити.

Стосунки власників агросадіб із зовнішнім світом. Досить складно їх характеризувати як сприятливі. Якщо деталізувати:

- з власниками інших садіб: здебільшого нездорова конкуренція і бажання запровадити в себе успішний досвід сусіда, в результаті – однотипна пропозиція. Зараз у всіх – бограч, чани, сир і вино;
- з мешканцями села: підтримка від сусідів – це скоріше виняток, ніж правило, сусіда вважає, що власник агросадиби гребе гроші лопатою, але сам туристів приймати не поспішає;
- з місцевою владою: підтримка лише на словах;
- з органами державної влади: підтримка лише на словах, постійні обіцянки та періодичні пропозиції освітніх програм;
- з туристичними фірмами – скоріше як виняток: більшість агросадіб отримують своїх споживачів завдяки сарафанному радіо та Booking.

І ще кілька ремарок стосовно грантів, навчання власників агросадіб та діяльності їхніх об'єднань.

У більшості випадків власникам агросадіб дійсно не вистачає знань в області підприємництва, інформаційних технологій, туризму і т. д. В цьому переліку на першому місці стоять компетентності в області підприємницької діяльності. І потреба є в практичних знаннях. На превеликий жаль, знову ж таки, як показують результати опитування, до

навчання власників залучаються люди, які далекі не лише від діяльності в якості власника агросадиби, а взагалі село знають лише завдяки проведенню тренінгів, але вміють вірно оформити заявку на грант чи тендер.

Закарпатські села наразі отримують значну кількість грантів. Але ефективність від впровадження цих ідей мінімальна по причині незацікавленості і незадіяності місцевих мешканців.

Спостерігаються певні проблеми з утворенням різноманітних спільнот власників агросадіб. У більшості випадків вони нежиттєздатні: керівник працює на волонтерських засадах і надолужує це, дбаючи насамперед про свої інтереси. В результаті керівника змінюють до тих пір, поки спільнота не розпадеться.

До цього ще додається зневажливе ставлення до села загалом та мешканців села, зокрема. З одного боку, ми говоримо про те, що село – це джерело культури, з іншого – визнаємо низький рівень культури та освіти в наших селах. Ми цінуємо власний час, але вважаємо, що власник садиби повинен безкоштовно робити нам екскурсії, водити на рибалку чи по гриби.

Отже, все вищесказане дозволяє зробити висновок, що теорія сільського туризму значно відрізняється від практики; що сільський туризм у кожному регіоні має свої особливості розвитку; що специфіка Закарпаття визначається значною мірою його географічним і прикордонним положенням, яке забезпечило мультикультурний розвиток краю, але й зробило його малозаселеним за рахунок доступного працевлаштування за кордоном.

І на останок – знайомство з цікавим досвідом об'єднання власників агросадіб у с. Геча Берегівського р-ну. Всього у селі близько 25 сертифікованих за європейськими стандартами агросадіб, які тісно співпрацюють з туроператорською фірмою «Відвідай» (м. Львів) і проводять двічі на рік два міжнародні фестивалі: леквару та гентешів. Що потрібно, щоб бути успішним: народитися угорцем; обрати голову об'єднання, він же власник агросадиби, головою ОТГ і головою Угорської туристичної ради, і навчитися писати заявки на гранти. Звичайно, це жарт, але в кожному жарті...

Список використаних джерел

1. Сільський туризм. *Міністерство аграрної політики та продовольства України. Офіційний сайт.* URL: <https://minagro.gov.ua/ua/napryamki/rozvitok-silskih-teritorij/silskij-turizm>

Інформаційна довідка про авторів

Агарков Артем Андрійович, магістрант кафедри міжнародних економічних відносин Національного університету «Запорізька політехніка»

Антонюк Катерина Іванівна, доктор економічних наук, професор кафедри міжнародних економічних відносин Національного університету «Запорізька політехніка», професор

Асатрян Єлизавета Миколаївна, аспірантка кафедри цивільного права Запорізького національного університету

Бабій Вікторія Григорівна, кандидат наук з фізичного виховання та спорту, доцент кафедри фізичної культури і спорту Запорізького національного університету, доцент

Безкоровайна Лариса Вікторівна, доктор педагогічних наук, професор кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Запорізького національного університету, професор

Безугла Людмила Сергіївна, професор кафедри маркетингу Національного технічного університету «Дніпровська політехніка»

Бехтер Лілія Анатоліївна, к.е.н., доцент кафедри управління персоналом і маркетингу Запорізького національного університету, доцент

Бичков Микита Андрійович, студент Уманського національного університету садівництва

Божук Тетяна Іванівна, завідувач кафедри географії України і туризму Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка, доктор географічних наук, професор

Бойка Олена Анатоліївна, кандидат біологічних наук, доцент кафедри генетики та рослинних ресурсів Запорізького національного університету

Бондар Олександр Григорович, перший проректор Запорізького національного університету, доктор юридичних наук, професор

Бурдей Аліна Олексіївна, студентка 2 курсу спеціальності 242 «Туризм» Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного

Бурназа Софія Анатоліївна, студентка 2 курсу спеціальності 242 «Туризм» Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного

Бучко Жанна Іванівна, доктор географічних наук, завідувач кафедри соціальної географії та рекреаційного природокористування Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича, доцент

Венгерська Наталя Сергіївна, кандидат економічних наук, доцент кафедри міжнародної економіки, природних ресурсів та економіки міжнародного туризму Запорізького національного університету, координатор проекту JMM DIRUT

Воронкова Валентина Григорівна, завідувач кафедри менеджменту організацій та управління проектами Інженерного навчально-наукового інституту Запорізького національного університету, доктор філософських наук, професор

Грибова Діана Вікторівна, доктор економічних наук, професор Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного

Грицай Олена Євгенівна, здобувач спеціальності туризм Запорізького національного університету

Захарченко Олена Григорівна, кандидат економічних наук, ст. викл Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного

Драчук Юрій Захарович, професор кафедри менеджменту Луганського національного університету імені Тараса Шевченка, доктор економічних наук, професор

Дугієнко Наталя Олександрівна, кандидат економічних наук, доцент кафедри міжнародної економіки, природних ресурсів та економіки міжнародного туризму Запорізького національного університету, доцент

Дугієнко Олександр Едуардович, студент освітньої програми «Міжнародна економіка» Запорізького національного університету

Жуляєва Аліна Олегівна, магістрант кафедри міжнародних економічних відносин Національного університету «Запорізька політехніка»

Засова Сергій Миколайович, кандидат економічних наук, начальник регіонального відділення АБ «Південний» в м. Запоріжжя

Зубехіна Тетяна Василівна, завідувач кафедри економіки та туризму Академії рекреаційних технологій і права

Ільдінієва Вікторія Сергіївна, студентка 2 курсу спеціальності 242 «Туризм» Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного

Ільченко Діана Артемівна, магістр ОП «Міжнародна економіка» Запорізького національного університету

Кальченко Сергій Володимирович, доктор економічних наук, професор кафедри бізнес-консалтингу та міжнародного туризму Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного, професор

Каніболоцька Ольга Анатоліївна, кандидат педагогічних наук, доцент, завідувач кафедри викладання другої іноземної мови Запорізького національного університету

Кондратенко Анатолій Ігорович, магістр ОП «Міжнародна економіка» Запорізького національного університету

Король Олена Володимирівна, викладач Запорізького вищого професійного училища «Моторобудівник»

Краснодєд Тетяна Леонідівна, доцент кафедри бізнес-консалтингу та міжнародного туризму Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного

Кривцун Євген Володимирович, магістрант Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного

Курченко Микита Михайлович, студент 1 курсу освітньої програми «Міжнародна економіка, Запорізького національного університету

Кушнір Вадим Валерійович, магістр ОП «Міжнародна економіка» Запорізького національного університету

Кушнір Світлана Олександрівна, професор банківської справи та страхування Запорізького національного університету, доктор економічних наук, доцент

Літвінова-Головань Ольга Павлівна, кандидат педагогічних наук, старший викладач кафедри фізичної культури і спорту Запорізького національного університету

Ліщинський Ігор Орестович, доктор економічних наук, професор кафедри міжнародної економіки Західноукраїнського національного університету

Лизун Марія Володимирівна, доктор економічних наук, професор кафедри міжнародної економіки Західноукраїнського національного університету

Малюга Людмила Миколаївна, доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Уманський національний університет садівництва

Наздравецька Вікторія Романівна, магістр спеціальності туризм Запорізького національного університету

Нестерчук Інна Костянтинівна, кандидат географічних наук, доцент, завідувач кафедри туризму Поліського національного університету

Олійниченко Ян Сергійович, магістрант кафедри міжнародних економічних відносин Національного університету «Запорізька політехніка»

Омельянич Сергій Володимирович, кандидат юридичних наук, доцент кафедри конституційного та трудового права Запорізького національного університету

Осаул Аліна Олександрівна, начальник відділу міжнародних зв'язків, старший викладач кафедри міжнародної економіки, природних ресурсів та економіки міжнародного туризму Запорізького національного університету

Павлова Галина Євгеніївна, професор кафедри обліку, оподаткування та управління фінансово-економічною безпекою Дніпровського державного аграрно-економічного університету

Піптюк Павло Федорович, кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри теорії та методики фізичної культури і спорту Запорізького національного університету

Петренко Ірина Миколаївна, завідувач кафедри педагогіки та суспільних наук Полтавського університету економіки і торгівлі, доктор історичних наук, професор

Почерніна Наталія Вікторівна, кандидат, економічних наук, доцент, доцент кафедри бізнес-консалтингу та міжнародного туризму Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного

Саркісян Ганна Овсепівна, доктор економічних наук, доцент, професор кафедри туристичного бізнесу та рекреації Одеської національної академії харчових технологій

Сітнікова Ганна Миколаївна, студентка 2 курсу освітньо-професійної програми «Міжнародна економіка» Запорізького національного університету.

Сергієнко Тетяна Іванівна, кандидат педагогічних наук, доцент кафедри міжнародних відносин та туризму Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ, доцент

Сириця Софія Олександрівна, студентка 2 курсу спеціальності 242 «Туризм» Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного

Снітко Єлизавета Олександрівна, кандидат технічних наук, доцент Луганський національний університет імені Тараса Шевченка

Сьомченко Вікторія Вікторівна, заступник декана з виховної роботи економічного факультету Запорізького національного університету, кандидат економічних наук, доцент

Терентьєва Наталія Валеріївна, доцент кафедри управління персоналом і маркетингу Запорізького національного університету, доцент

Трусова Наталя Вікторівна, д.е.н., професор, професор кафедри бізнес-консалтингу та міжнародного туризму Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного

Трусова Анастасія Олександрівна, здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю «Туризм» Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного

Ульяшин Ігор Андрійович, студент 2 курсу освітньо-професійної програми «Міжнародна економіка» Запорізького національного університету

Хомюк Наталія Леонідівна, доктор економічних наук, науковий співробітник Волинського національного університету імені Лесі Українки

Череп Алла Василівна, декан економічного факультету, доктор економічних наук, професор банківської справи та страхування Запорізького національного університету

Череп Олександр Григорович, доктор економічних наук, професор кафедри маркетингу та управління персоналу Запорізького національного університету

Чумак Яна Юріївна, студентка Уманського національного університету садівництва

Шепелева Ольга Валеріївна, аспірантка кафедри туристичного бізнесу та рекреації Одеської національної академії харчових технологій

Щеглюк Світлана Дмитрівна, старший науковий співробітник ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М.І. Долишнього НАН України»

Щука Галина Петрівна, професор кафедри географії та туризму Закарпатського угорського інституту імені Ференца Ракоці II, доктор педагогічних наук, професор

Наукове видання

**ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ
ВПРОВАДЖЕННЯ ЄВРОПЕЙСЬКОГО ДОСВІДУ
ДИВЕРСИФІКАЦІЇ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ
НА ЗАСАДАХ КРЕАТИВНОСТІ ТА ЗБАЛАНСОВАНOSTI**

Збірник матеріалів I Міжнародної науково-практичної конференції

За загальною редакцією
доктора економічних наук, професора А. В. Череп,
кандидата економічних наук Н. С. Венгерської

*15–16 вересня 2021 року,
м. Запоріжжя*

Редактор	Л. В. Безкоровайна
Технічний редактор	А. В. Линенко
Коректор	А. О. Осаул
Дизайн обкладинки	А. С. Юдашкіна



Г Е Л Ь В Е Т И К А
В И Д А В Н И Ч И Й Д І М

WWW.HELVETICA.UA

Підписано до друку 15.12.2021 р. Формат 84×108/16.
Папір офсетний. Гарнітура Arimo. Цифровий друк.
Ум. друк. арк. 11,63. Наклад 200. Замовлення № 1221-338.
Віддруковано з готового оригінал-макета.

Видавництво і друкарня – Видавничий дім «Гельветика»
69002, Україна, м. Запоріжжя,
вул. Олександрівська, 84, оф. 414
Тел.: +38 (048) 709 38 69,
+38 (095) 934 48 28, +38 (097) 723 06 08
E-mail: mailbox@helvetica.ua
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи
ДК № 6424 від 04.10.2018 р.