



МІНІСТЕРСТВО
ОСВІТИ І НАУКИ
УКРАЇНИ



BRITISH
COUNCIL

National Office
Erasmus+UA



British Embassy
Kyiv

Проблеми та перспективи впровадження європейського досвіду диверсифікації сільського туризму в Україні на засадах креативності та збалансованості



II Міжнародна
науково-практична конференція



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



2022 13-14
ЖОВТНЯ

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 ЗБАЛАНСОВАНOSTI**

*Збірник матеріалів
II Міжнародної науково-практичної конференції
13–14 жовтня 2022 року*



Видавничий дім
«Гельветика»
2022

УДК 338.48-44(1-22)(477):005.591.61(4)(062.552)
П78

*Рекомендовано до друку вченою радою
Запорізького національного університету
(протокол № 5 від 22 грудня 2022 року)*

Видання здійснено в рамках проєкту 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 думки 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.

П78 Проблеми та перспективи впровадження європейського досвіду диверсифікації сільського туризму в Україні на засадах креативності та збалансованості : збірник матеріалів II Міжнародної науково-практичної конференції (Запоріжжя, 13–14 жовтня 2022 року) / за ред. А. В. Череп, Н. С. Венгерської. – Запоріжжя : Видавничий дім «Гельветика», 2022. – 220 с.

ISBN 978-617-554-176-0

Конференція присвячена проблемам та перспективам впровадження європейського досвіду диверсифікації сільського туризму в Україні на засадах креативності та збалансованості.

Мета конференції полягала в 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 338.48-44(1-22)(477):005.591.61(4)(062.552)

ISBN 978-617-554-176-0

© Автори матеріалів, 2022
© Запорізький національний університет, 2022

ОРГАНІЗАТОРИ ТА ПАРТНЕРИ КОНФЕРЕНЦІЇ
«Проблеми та перспективи впровадження європейського досвіду
диверсифікації сільського туризму в Україні на засадах креативності
та збалансованості» в рамках проєкту 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 (м. Київ)
Запорізький національний університет (м. Запоріжжя)
Запорізька обласна державна адміністрація (м. Запоріжжя)
Національний Еразмус+ Офіс в Україні (м. Київ)
Національна академія наук вищої освіти України (м. Київ)
Академія економічних наук України (м. Київ)
Національна туристична організація України (м. Київ)
Запорізька обласна туристична асоціація (м. Запоріжжя)
Агенція сталого розвитку «АСТАР» (м. Хмельницький)
Міжнародний агротуристичний кластер «Дністер 1362» (м. Хмельницький)
Громадська організація «Дивосвіт» (м. Запоріжжя)
Східноєвропейський університет імені Рауфа Аблязова (м. Черкаси)
Університет Григорія Сковороди в Переяславі (м. Переяслав)
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (м. Дніпро)
Луганський національний університет імені Тараса Шевченка
(м. Старобільськ)
Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра
Моторного (м. Мелітополь)
Мелітопольський державний педагогічний університет імені Богдана
Хмельницького (м. Мелітополь)
Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира
Гнатюка (м. Тернопіль)
Університет Григорія Сковороди в Переяславі (м. Переяслав)
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 ім. Абая (Казахстан)
Каспійський університет (Казахстан)
Навчальний комплекс Сан Март Шавань (Франція)
Університет Туран (Казахстан)
Ургенеський державний університет (Узбекистан)

Проект Еразмус+ Жан Моне «Європейські практики соціального підприємництва: сталість, інклюзія та креативність» (Запорізький національний університет)

Проект Еразмус+ Жан Моне «Європейські практики в управлінні землями сільськогосподарського призначення» (Запорізький національний університет)

Проект ERASMUS-JMO-2021-HEI-TCH-RSCH «Європейська гуманістична візія в управлінні людськими ресурсами» (Запорізький національний університет)

Проект Еразмус+ Жан Моне 101085727 «Цифровізація економіки в умовах пандемії COVID-19 як стратегічна платформа розвитку економіки держави» (Запорізький національний університет)

Проект Зимова школа «Креативно про цілі сталого розвитку» за фінансової підтримки Британської Ради в межах програми «Активні громадяни» Посольства Великої Британії в Україні (м. Київ / м. Запоріжжя)

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);

Біктеубасєва 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, Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка (за згодою);

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

Бондаренко В. В., директор Творчого об'єднання «СЛАВУТА», продюсер проєкту «Відлуння руйнації» та експерт ГС «Доріг вина та смаку Київщини» (за згодою);

Бучко Ж. І., доктор географічних наук, доцент 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;

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);

Новосадюк І. Л., директор Міжнародного агротуристичного кластеру «Дністер 1362» (за згодою);

Носенко І. І., голова громадської організації «Дивосвіт» (за згодою);

Омельяничук С. В., кандидат юридичних наук, в.о. кафедри конституційного та трудового права;

Осаул А. О., провідний фахівець відділу міжнародних зв'язків Запорізького національного університету;

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

Переверзєва А. В., доктор економічних наук, професор, професор кафедри міжнародної економіки, природних ресурсів та економіки міжнародного туризму Запорізького національного університету, координатор проєкту Erasmus+ EUROSECRET;

Сопіна А. Є., голова наукового товариства студентів, аспірантів і молодих вчених економічного факультету;

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

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

ЗМІСТ

Nataliia Koroma <i>Taras Shevchenko National University of Kyiv</i> RURAL TOURISM OF UKRAINE IN THE CONDITIONS OF WAR.....	13
Kvederas Andrius <i>Lithuanian Sports University</i> MANAGEMENT OF THE CONSEQUENCES OF THE COVID-19 PANDEMIC: THE CASE OF THE ORGANIZATION OF LEISURE ...	17
Maliuha Liudmyla <i>Uman National University of Horticulture</i> STATISTICS AND ACCOUNTING OF ENTERPRISES IN THE SERVICE FIELD	24
Sučkova Anastasija, Baguckytė Ugnė <i>Lithuanian Sports University</i> SAFE TOURISM: TRENDS IN THE GEOGRAPHY OF TRAVEL.....	28
Svagdiene Biruta, Kalesnikovas Paulius <i>Lithuanian Sports University</i> ORGANIZATION OF LEISURE SERVICE: ASSESSING THE NEEDS OF THE ORGANIZATION'S EMPLOYEES	33
Андрюкайтене Регіна <i>Мар'ямпольський університет прикладних наук Литовський університет спорту</i> Нікітенко Віталіна, Воронкова Валентина <i>Інженерний навчально-науковий інститут імені Ю. М. Потебні ЗНУ</i> ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ СТРАТЕГІЇ ЕКОЛОГІЧНОГО І СОЦІАЛЬНОГО ВПЛИВУ НА СТАЛИЙ РОЗВИТОК СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ	36
Арсененко Ірина, Донець Ірина, Донченко Лариса, Непша Олександр <i>Мелітопольський державний педагогічний університет імені Богдана Хмельницького</i> ФУНКЦІОНАЛЬНІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ	43
Бабко Наталя <i>Державний біотехнологічний університет</i> МАРКЕТИНГ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ	47

Белобородова Марія <i>Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»</i>	
ПІДХОДИ ДО РЕГУЛЮВАННЯ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ: ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ТА ВІТЧИЗНЯНИЙ ДОСВІД.....	50
Білогур Станіслав <i>Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»</i>	
КОНЦЕПТУАЛЬНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АКТИВІЗАЦІЇ РОЗВИТКУ КЛАСТЕРНОГО ФОРМАТУ СПІВРОБІТНИЦТВА У ТУРИСТИЧНІЙ СФЕРІ БІЗНЕСУ РЕГІОНУ	55
Божук Тетяна Іванівна <i>Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка</i>	
Рудакевич Іван Романович <i>Підгороднянська сільська рада</i>	
ДИВЕРСИФІКОВАНИЙ ПОТЕНЦІАЛ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ (НА ПРИКЛАДІ ПІДГОРОДНЯНСЬКОЇ ГРОМАДИ ТЕРНОПІЛЬСЬКОЇ ОБЛАСТІ)	59
Боровських Олеся, Дугієнко Наталя <i>Запорізький національний університет</i>	
СІЛЬСЬКИЙ ТУРИЗМ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ ЕТНОКУЛЬТУРИ УКРАЇНЦІВ	63
Бугіль Світлана <i>Львівський національний університет природокористування</i>	
МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД ІМПЛЕМЕНТУВАННЯ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В СТРУКТУРУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ.....	67
Бурашнікова Олена <i>Інженерний навчально-науковий інститут імені Ю. М. Потебні ЗНУ</i>	
СТРАТЕГІЯ ЦИФРОВИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ УПРАВЛІННЯ СИСТЕМИ ПОДАТКОВОЇ СЛУЖБИ (НА ПРИКЛАДІ ЗАПОРІЗЬКОГО РЕГІОНУ).....	73
Бучко Жанна <i>Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича</i>	
СІЛЬСЬКИЙ ТУРИЗМ У КАРПАТСЬКОМУ РЕГІОНІ УКРАЇНИ: КРОКИ ДОСЯГНЕННЯ ЦІЛЕЙ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	82

Венгерська Наталя, Безкоровайна Лариса, Бойка Олена, Череп Олександр <i>Запорізький національний університет</i>	
СИНЕРГІЯ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТА ЕКОТУРИЗУ В ІТАЛІЇ ТА ПОРТУГАЛІЇ.....	88
Воронкова Валентина <i>Інженерний навчально-науковий інститут імені Ю. М. Потебні ЗНУ</i>	
Череп Алла, Череп Олександр <i>Запорізький національний університет</i>	
Андрюкайтене Регіна <i>Марьямпольський університет прикладних наук Литовський університет спорту</i>	
МОДЕЛЬ ЦИФРОВОГО ТУРИЗМУ ЯК ЧИННИК КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТА СТАЛОГО РОЗВИТКУ ОРГАНІЗАЦІЙ ПІСЛЯ ПАНДЕМІЇ COVID-19	95
Воронкова Валентина <i>Інженерний навчально-науковий інститут імені Ю. М. Потебні ЗНУ</i>	
Череп Алла, Череп Олександр <i>Запорізький національний університет</i>	
КОНЦЕПЦІЯ ТРАНСФОРМАЦІЇ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ В КРАЇНАХ ЄС НА ШЛЯХУ СТАЛОГО ТА КРЕАТИВНОГО РОЗВИТКУ	105
Гамова Оксана, Переверзева Анна, Міхайлов Денис <i>Запорізький національний університет</i>	
ВПЛИВ РЕГІОНАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ ЄС НА РОЗВИТОК НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ.....	112
Дугієнко Наталя, Дугієнко Олександр <i>Запорізький національний університет</i>	
СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ НАСЛІДКИ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ МОДЕЛІ ЗЕМЛЕКОРИСТУВАННЯ ДЛЯ ЗБАЛАНСОВАНОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ.....	116
Зарубіна Антоніна, Семенюк Лариса <i>Центральноукраїнський державний університет імені В. Винниченка</i>	
ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ В КІРОВОГРАДСЬКІЙ ОБЛАСТІ	120

Захарова Наталя <i>Мелітопольський державний педагогічний університет імені Богдана Хмельницького</i>	
АГРАРНИЙ БІЗНЕС ТА ЙОГО ВПЛИВ НА РОЗВИТОК СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ.....	123
Карчевський Євген, Максишко Наталія <i>Запорізький національний університет</i>	
МОДЕЛЮВАННЯ ЕКОНОМІЧНИХ ПРОБЛЕМ ЛОГІСТИКИ ЕЛЕКТРОМОБІЛЕЙ НА БАЗІ МЕТАЕВРИСТИК	129
Касян Сергій <i>Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»</i>	
Буняк Василь, Моряк Тетяна <i>Львівський національний університет імені Івана Франка</i>	
МАРКЕТИНГОВЕ СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ ПРОСУВАННЯ І ЦІНОУТВОРЕННЯ ПІД ЧАС МІЖНАРОДНОГО ПОЗИЦІОНУВАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ	132
Кивлюк Ольга <i>Київський інститут інтелектуальної власності та права Національного університету «Одеська юридична академія»</i>	
Воронкова Валентина, Нікітенко Віталіна <i>Інженерний навчально-науковий інститут імені Ю. М. Потебні ЗНУ</i>	
ФІЛОСОФСЬКА РЕФЛЕКСІЯ НОРМАТИВНО-ПРАВОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ ЄС НА ЗАСАДАХ ЗБАЛАНСОВАНOSTІ ТА РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ	137
Климчук Альона <i>Державний університет «Житомирська політехніка»</i>	
РОЗВИТОК СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ: КЛЮЧОВІ ОСОБЛИВОСТІ ТА ПРОВІДНІ ПРАКТИКИ ЄС	144
Козицька Галина <i>Національний університет «Запорізька політехніка»</i>	
РОЗВИТОК ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ В ПРОЦЕСІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ	147
Кущик Анатолій, Косогорова Євгенія <i>Запорізький національний університет</i>	
БАНКІВСЬКИЙ АГРОЛІЗИНГ У ЧАСИ ВІЙНИ: ЗАГРОЗИ ТА МОЖЛИВОСТІ В УКРАЇНІ	151

Левицька Інна <i>Національний університет біоресурсів і природокористування України</i>	
СІЛЬСЬКИЙ ТУРИЗМ МАЙБУТНЬОГО: ПЕРСПЕКТИВИ ДЛЯ УКРАЇНИ	154
Локутова Олена <i>Національний університет біоресурсів та природокористування України</i>	
МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД ТУРИСТИЧНОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ	157
Макшина Юлія <i>Придніпровська державна академія фізичної культури і спорту</i>	
ГУМАНІСТИЧНА ПАРАДИГМА ТУРИЗМУ ЯК ОСНОВА САМОРЕАЛІЗАЦІЇ ОСОБИСТОСТІ	161
Мар'єнко В. Ю. <i>Інженерний навчально-науковий інститут імені Ю. М. Потебні ЗНУ</i>	
ФОРМУВАННЯ КОНЦЕПЦІЇ ВІДПОВІДАЛЬНОГО, СТАЛОГО ТА ЯКІСНОГО РОЗВИТКУ ЕКОТУРИЗМУ	169
Мельник Ірина, Примак Тетяна <i>Національний університет харчових технологій</i>	
РОЛЬ ЕНОГАСТРОНОМІЇ У ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ПОСЛУГ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ	176
Олексенко Роман <i>Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного</i>	
Гарбар Галина <i>Відокремлений підрозділ «Миколаївська філія Київського національного університету культури і мистецтв»</i>	
КОНЦЕПЦІЯ СТАЛОГО КРЕАТИВНОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ В КРАЇНАХ ЄС	180
Переверзева Анна <i>Запорізький національний університет</i>	
СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ІННОВАЦІЙНА БІЗНЕС-МОДЕЛЬ В УМОВАХ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ.....	187
Прушківська Емілія, Антонюк Катерина, Куц Олександр <i>Національний університет «Запорізька політехніка»</i>	
ВПЛИВ ЗБРОЙНИХ КОНФЛІКТІВ НА РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ	191

Романюк Ірина	
<i>Державний біотехнологічний університет</i>	
ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	195
Сергієнко Тетяна	
<i>Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ</i>	
ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТІЙКОГО ТА КРЕАТИВНОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ	200
Слюсарь Микита	
<i>Інженерний навчально-науковий інститут імені Ю. М. Потебні ЗНУ</i>	
МОЖЛИВОСТІ ТА ВИКЛИКИ МЕРЕЖЕВИХ (ЦИФРОВИХ) ПЛАТФОРМ	204
Федій Олександр	
<i>Полтавський національний педагогічний університет імені В. Г. Короленка</i>	
ОСЕРЕДКИ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ НА ПОЛТАВЩИНІ.....	207
Шепелева Ольга, Саркісян Ганна	
<i>Одеський національний технологічний університет</i>	
ВПЛИВ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ НА РЕГІОНАЛЬНІ ТУРИСТИЧНІ РИНКИ.....	211
Інформаційна довідка про авторів	215

RURAL TOURISM OF UKRAINE IN THE CONDITIONS OF WAR

Nataliia Koroma,

nataliia_koroma@knu.ua

Taras Shevchenko National University of Kyiv

(Kyiv, Ukraine)

Abstract. *Rural green tourism is of particular importance for the development of domestic tourism in the country. Based on the results of the Ukrainian-Estonian project between Taras Shevchenko National University of Kyiv and Tallinn University and conducted in-depth interviews, it is possible to draw the first conclusions regarding the change in the context of the further development of rural. The war made adjustments to the work of the clusters. The biggest internal problems regarding the development of tourist destinations are the lack of information, poorly developed infrastructure and low interest of local authorities to participate in the development of tourism in their region. Representatives of rural tourism point out that in the post-war period, the biggest support for the development of rural tourism can be targeted European projects.*

Анотація. *Сільський зелений туризм має особливе значення для розвитку внутрішнього туризму в країні. За результатами українсько-естонського проекту між Київським національним університетом імені Тараса Шевченка та Талліннським університетом та проведених глибинних інтерв'ю можна зробити перші висновки щодо зміни контексту подальшого розвитку села. Війна внесла свої корективи в роботу кластерів. Найбільшими внутрішніми проблемами щодо розвитку туристичних напрямків є брак інформації, погано розвинена інфраструктура та низька зацікавленість місцевої влади брати участь у розвитку туризму у своєму регіоні. Представники сільського туризму зазначають, що у післявоєнний період найбільшу підтримку для розвитку сільського туризму можна отримати, реалізуючи європейські проекти.*

Sustainable development is defined as a basic condition for qualitative changes in the state. It is a global vision of development that would meet the needs of the present generation without compromising the ability of future generations to meet their own needs. The concept of sustainable development is considered the result of a growing awareness of the global connections between growing environmental, socio-economic and military-political problems. Therefore, today the states and Ukraine in particular, need to rethink their economic and geopolitical models and forms of management, not to be guided only by consumption and growth, but to create conditions and support small and medium-sized enterprises.

As part of the 1st stage of the joint Ukrainian-Estonian project between Taras Shevchenko National University of Kyiv and Tallinn University entitled “Improvement of small businesses and development of the university education system through research and promotion of tourism clusters in rural areas in Ukraine”, in fact, the goal is realized regarding promoting communication and exchange of experience between entrepreneurs and local self-government bodies from different regions of Ukraine and integrating the practical experience into university educational programs. The joint expedition, which took place in the period from May 11 to 17, 2022 along the route of Lviv, Ivano-Frankivsk, Khmelnytskyi and Volyn regions, involved interviewing small business entities that are involved in the organization of rural tourism in the territory, or are participants of the rural tourism cluster in order to study the aspects of their activities in the conditions of already martial law, the conditions for the formation of cluster cooperation between participants, the role of tourism in regional development, as well as the advantages of cluster cooperation for the development of a tourist destination in the process of resumption of work.

Based on the results of the work and conducted in-depth interviews, it is possible to draw the first conclusions regarding the change in the context of the further development of rural areas and directions of entrepreneurial activity there. Thus, the Skoliv Territorial Community became the first who, in the period from February 24, when Russia launched a large-scale invasion of Ukraine, helped internally displaced persons with accommodation, food, as well as providing psychological support. The Kamin-Kashirskyy community of the Volyn region was the discovery of our expedition, because it is not often that you come across a situation when the local government not only verbally supports those who decide to develop tourism in the territory, but also initiates many projects and activities, helps in every possible way to everyone who turns to her for help, and by concrete actions shows that the development of tourism is one of the most priority areas for her.

All respondents with whom we managed to communicate – from the head of the Kamin-Kashirskyy community, Viktor Pas, to the teachers of the Mostyshche gymnasium, who take care of the school’s ethnographic museum, are united by unusual perseverance, caused by love for their native land and their work. And this is manifested both in the organization of aid to refugees or the collection of humanitarian aid, and in plans for the development of tourism in the community.

The war made adjustments to the work of the clusters. Since the beginning of the full-scale war, cluster members have comprehensively

helped the Armed Forces, as well as internally displaced persons. Thus, the rural tourism cluster “Boykivski gazdy” is one of those who actively supported refugees in the difficult first minutes of their stay in the community, providing places to live in their estates, as well as moral support for people. The Skoliv city council created a collection point for humanitarian aid and, together with the cluster, cooperated with charitable foundations to meet people’s needs as much as possible and provide comfortable conditions for staying in the community. Currently, most clusters have made adjustments to their work and continue to help people who come to their communities from hot spots.

Today, the biggest internal problems regarding the development of tourist destinations are the lack of information, poorly developed infrastructure and low interest of local authorities to participate in the development of tourism in their region. There is a clear understanding by the respondents that a huge role in the development of rural tourism is played by the close interaction of the government, business and community. And within the framework of the clusters, the participants continue to cooperate in the areas of organizing one-day tours, excursions, joint lunches, as well as accommodation of tourists in green estates.

A good example of fruitful cooperation between the cluster and the authorities is the Kamin-Kashirskyy community of the Volyn region, where the local authorities actively promote the development of rural green tourism. On February 4, 2022, the deputies unanimously adopted the Program for the Development of Rural Tourism, which in particular provided for marketing activities, the safety of tourists, as well as the purchase of various equipment for rafting on rivers. The representatives of the local authorities noted that they do not plan to stop and will organize the activities provided for by the program, namely, conducting a variety of training for all those who wish to engage in rural green tourism, as well as, as far as possible, engage in marketing activities.

Rural tourism is a promising area of small business in the field of tourism. Leaders and cluster participants believe that the best way to encourage the local population to engage in rural tourism is to show by their own example that it is not only a promising, but also a profitable type of tourism. To raise the level of interest of the local population, it is necessary to hold courses and trainings, at which people will be told about the advantages of rural tourism, the prospects for the development of their region, and examples of successful clusters will be shown. Many people do not see their region as attractive for tourists and do not know how to attract tourists to their

region. Such training should push people to the desire to develop their region and directly participate in it themselves.

Rural green tourism is of particular importance for the development of domestic tourism in the country. After all, it contributes to the accelerated development of rural areas, increases the level of welfare of the rural population, diversifies agricultural production and provides solutions to a number of other tasks. Representatives of rural tourism point out that in the post-war period, the biggest support for the development of rural tourism can be targeted projects, for example, for the development of a cluster or narrowly focused programs and grants from the European Union.

MANAGEMENT OF THE CONSEQUENCES OF THE COVID-19 PANDEMIC: THE CASE OF THE ORGANIZATION OF LEISURE

Kvederas Andrius,
andrius.kvederas@stud.lsu.lt
Lithuanian Sports University
(Kaunas, Lithuania)

Abstract. *The study identifies many different strategies for how leisure organizations and sports clubs manage the consequences of the COVID-19 pandemic. It was analysed how the companies providing these services had to adjust their business models, change established processes of service provision, work organization, and personnel management. This is related to innovativeness, implementation of digital communication technologies, business digitization.*

Анотація. *Дослідження визначає багато різних стратегій того, як організації дозвілля та спортивні клуби впорються з наслідками пандемії COVID-19. Було проаналізовано, як компаніям, що надають ці послуги, довелося коригувати свої бізнес-моделі, змінювати усталені процеси надання послуг, організацію роботи та управління персоналом. Це пов'язано з інноваційністю, впровадженням цифрових комунікаційних технологій, цифровізацією бізнесу.*

The COVID-19 pandemic that hit the world in the beginning of 2020 undoubtedly affected people's lives and the activities of many organizations in various countries around the world. In the context of the pandemic, organizations faced specific challenges, such as social contact restrictions, high environmental safety requirements, etc. Due to social distancing requirements, many organizations had to switch to remote work to a large extent [4]. In Lithuania some leisure organizations, such as sports clubs, at the height of the COVID-19 pandemic, depending on the legal regulation, could only conduct individual trainings, or only trainings in small groups or individually outside, and work with clients online. All this caused great tensions in the market of private sports clubs, led to the bankruptcy of some of them [10]. So it is clear that leisure organizations such as sports clubs faced serious consequences of the COVID-19 pandemic, which were and still are relevant to manage.

The problems related to changes in the internal environment of organizations and work organization in the context of the COVID-19 pandemic were analyzed by Heide & Simonsson (2021), Brynjolfsson, Horton & Ozimek (2020), Eckleb &, Löffler (2021). The results of the researches by these authors revealed what proportion of employees

in various business organizations switched to remote work, taking measures to maintain business continuity and efficient work. The peculiarities of the management of the consequences of the COVID-19 pandemic in leisure and tourism organizations in various fields were studied by Tsai (2021), Higgins-Desbiolles (2021), Gössling, Scott & Hall (2021). These changes specifically in sports clubs were partially investigated by Staley et al. (2021), Tseng et al. (2021), Bond, Widdop, Cockayne & Parnell (2021). However, there is a lack of research on the challenges of managing the consequences of the COVID-19 pandemic, and what measures Lithuanian leisure organizations have taken to manage the consequences of the COVID-19 pandemic.

Scientific researches revealed that the outbreak of COVID-19 was an unpredictable situation that shook the foundations of sports. Social distancing measures and the closure of sports facilities have posed particularly significant challenges for mass sports clubs, which thrive on joint activities and social contact between members [14]. In the field of sports, the COVID-19 pandemic posed an existential threat to both professional [13] and mass sports clubs [16].

The sports sector has been particularly affected by the COVID-19 crisis in a way that no factors have ever done before, as in many countries around the world all physical activities carried out in groups of people, in public places, group sports have been suddenly and indefinitely restricted, often relegating physical training at home. Therefore, sports organizations had to reinvent themselves in order to offer quality services to their consumers [6]. Sports clubs were closed; and sports events were cancelled. In adapting to these changes, sports clubs had to focus their efforts to maintain the quality of service they offer to their users as well as athletes. Therefore, it was necessary to implement risky, innovative and proactive [15].

As previous studies reveal, the pandemic has created unprecedented challenges for mass sports clubs in the following three respects [14]:

- As long sport clubs are mainly funded by membership fees, the cancellation of training posed the existential threat. Therefore, it is not surprising that clubs perceived the risk of losing members as the biggest threat posed by the pandemic [9].

- Sports clubs are highly dependent on volunteering, and club representatives identified the challenge of retaining volunteers as the second biggest risk posed by the pandemic [5].

- Participation in sport club's activities also includes personal contact and conversations before, during and after joint training. In other words, attending training and participating in club activities are

at least partially motivated by social motives, and the results of Fallatah's [7] study show that the frequency of these activities has significantly decreased during the pandemic.

As scientific studies suggest, the challenges related to pandemics determined management changes in leisure organizations, including sport clubs.

Foss [8] observed that under the influence of the COVID-19 pandemic, companies changed the nature of planning processes. Even after the pandemic, it is likely that leisure service companies will have to: work remotely; delegate more; form smaller teams; make more use of employees who have a loose relationship with the organization, such as freelancers. This encouraged more formalization, more planning and more intensive use of individual awards. Some of these changes increase efficiency while others decrease efficiency.

Regarding the scientific literature that mentions leisure organizations, and more precisely, the measures applied in sports clubs to combat the consequences of the Covid-19 pandemic, Reddy et al. [12] suggest that important corporate factors in managing the consequences of a pandemic include:

- employee protection and information accuracy;
- promoting financial resources;
- income and employment support;
- strengthening of resilience;
- building positive social relationships.

It is important to manage the **financial and economic consequences** of the pandemic. According to Ratten [11], small businesses have taken the following measures to manage the consequences of the pandemic:

- diversification of products and services,
- redistribution of bank loans,
- reducing operations,
- using savings to finance your activities,
- search for help.

Manifestation of entrepreneurship. The uncertainty caused by the outbreak of COVID-19 in modern society can affect the business model and entrepreneurial behavior of organizations. In a very short time, the sports sector has changed drastically, as have the actions of the organizations operating in this sector. Entrepreneurship consists of the dimensions of innovation, initiative and risk, and these aspects can be developed to a greater or lesser extent by sports organizations [3]. Proactivity is an opportunity-seeking, forward-looking perspective characterized by introducing new

products and services ahead of the competition and acting in anticipation of future demand. A proactive sports organization conducts a thorough analysis of the external and internal environment in order to develop strategic measures against the competition [2].

Risk taking. Risk taking is understood as the level of risk that corporate management is willing to take, exposing primarily their own resources, with the expectation of receiving benefits as a return. There is a certain level of organizational risk tolerance that indicates the organization's ability to manage knowledge, which allows for the identification of new opportunities and encourages risky and entrepreneurial behaviors and attitudes [17]. Due to the need for fast and proactive innovative measures, sports organizations are likely to engage in faster and riskier behavior than they would in a normal situation. Such risky behavior may harm organizations in times of recession or uncertainty, but may lead to benefits that conservative and passive behavior would not achieve [2].

Innovativeness. Innovation and entrepreneurship are the engines of recovery and prosperity. They can be implemented in the current crisis situation caused by COVID-19. Therefore, sports organizations must be proactive and innovative, because if they do not want to respond or respond inappropriately, it can have negative consequences for their performance in the short and medium term [7]. The management of emotions and behavior arising from a crisis must be quickly controlled and directed in a positive and entrepreneurial direction. Innovation is necessary not only for competitiveness, but also in periods of economic crisis. However, innovation should not be understood only as the introduction of new products, services or processes, but also as the exploration and use of the resources available to the organization in order to obtain maximum benefits. This is important because during a crisis, risk perception may increase due to uncertain economic impacts, and it may be easier to identify and exploit opportunities and existing resources than to invest in new organizational resources [9].

The implementation of digital communication technologies and business digitization was an important group of measures in managing the consequences of the pandemic. According to Schallhorn et al. [14], sports clubs have been using digital communication tools in their activities for a long time, have websites, maintain relations with customers and the public through social networks, use digital media to attract public attention and establish a relationship with their stakeholders. Nevertheless, research results show that digitization was not a high priority for sports clubs before

COVID-19. However, it is the transition to the digital communication space that has created opportunities for sports clubs to overcome some of the challenges faced by sports organizations during the pandemic, including communication with their members and volunteers, and the ability to conduct remote training. In this way, virtual customer communication platforms have become an alternative for sports clubs to work with their customers. Armbrecht et al. [1] study results show that digital platforms, such as Facebook or YouTube, have become an excellent opportunity for individuals who must adhere to isolation to exercise according to training conducted by trainers. Thus, constant social connections effectively replaced “live” interactions and protected against the negative consequences of social isolation during the pandemic [9].

Difficulties in personnel management changes. According to Thukral [18], employee retention and motivation is an integral part of a recovery strategy. Studies have shown that it takes at least 3–4 months for a new employee to reach the same level of productivity as an existing employee. Also, involving team members in creating the plan will keep them engaged, motivated and feeling ownership of their roles and responsibilities. The challenge is that implementing resilient practices in business is expensive and often creates a demand for limited resources, which is compounded by the size of the company and the crisis they face.

In conclusion, the scientific literature identifies many different strategies for how leisure organizations and sports clubs manage the consequences of the COVID-19 pandemic. Faced with activity restrictions and other difficulties, the companies providing these services had to adjust their business models, change established processes of service provision, work organization, and personnel management. Proactive entrepreneurial thinking is very important when offering new services, such as distance training, to your clients. This is related to innovativeness, implementation of digital communication technologies, business digitization.

References

1. Armbrecht, J., Lundberg, E., Pettersson, R., and Zillinger, M. (2021). Swedish Sports Clubs and Events during the COVID-19 Pandemic: Impacts and Responses. In V. Ziakas, V. Antchak, & D. Getz (Eds.), *Crisis Management and Recovery of events* (pp. 193–212). Goodfellow Publishers
2. Bartik, A. W., Cullen, Z. B., Glaeser, E. L., Luca, M. and Stanton, C. T. (2020). What Jobs are Being Done at Home During the Covid-19 Crisis? Evidence from Firm-Level Surveys. NBER Working Paper No. 27422. Cambridge, MA: National Bureau of Economic Research

3. Bowes, A., Lomax, L., and Piasecki, J. (2020). The impact of the COVID-19 lockdown on elite sportswomen. *Managing Sport and Leisure*, 16, 145–157.
4. Brynjolfsson, E., Horton, J., Ozimek, A., Rock, D., Sharma, D., Ye, H. Y. T. (2020). COVID-19 and Remote Work: An Early Look at US Data. MIT. Prieiga internete: <https://github.com/johnjosephhorton/remotework/>.
5. Evans, A. M., Blackwell, J., Dolan, P., Fahlén, J., Hoekman, R., Lenneis, V. And Wilcock, L. (2020). Sport in the face of the COVID-19 pandemic: towards an agenda for research in the sociology of sport. *European Journal for Sport and Society*, 17 (2), 85–95.
6. Escamilla-Fajardo, P., Núñez-Pomar, J. M., Calabuig-Moreno, F. And Gómez-Tafalla, A. M. (2020). Effects of the COVID-19 Pandemic on Sports Entrepreneurship. *Sustainability*, 12, 8493.
7. Fallatah, B. A. (2021). An overview of the impact of the COVID-19 pandemic on sports industry: Causes, implications, and options. Winter Conferences of Sports Science. *Costa Blanca Sports Science Events*, 22–23 March 2021. Alicante, Spain
8. Foss, N. J. (2021). The Impact of the COVID-19 Pandemic on Firms' Organizational Designs. *Journal of Management Studies* (John Wiley & Sons, Inc.), 58 (1), 268–272.
9. Keshkar, S., Dickson, G., Ahonen, A., Swart, K., Addesa, F., and Epstein, A. (2021). The Effects of Coronavirus Pandemic on the Sports Industry: An Update. *Ann Appl Sport Sci*, 9 (1): 964–982.
10. Migonytė, S. (2021). Pandemija keičia įpročius: ar tarsime „sudie“ sporto salėms. Verslo žinios. Prieiga internete: <https://www.vz.lt/paslaugos/2021/01/21/pandemija-keicia-iprocius-ar-tarsime-sudie-sporto-salems>
11. Ratten, V. (2020). Coronavirus (COVID-19) and entrepreneurship: Changing life and work landscape. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 32 (5), 503–516.
12. Reddy, M. M., Srividya, A., Kavya, V., Bharath, R., Srikar, M., and Kumar, D. V. (2022). Impact of COVID-19 Pandemic on MSMEs: A Study of Karimnagar District of Telangana State. *Small Enterprises Development, Management & Extension Journal (SEDME)*, 49 (1), 82–106.
13. Savić, A., and Dobrijević, G. (2022). The Impact of the COVID-19 Pandemic on Work Organization. *European Journal of Applied Economics*, 19 (1), 1–15.
14. Schallhorn, Ch., Nolleke, D., Sinner, P., Seeger, Ch., Nieland, J. U., Horky, Th., and Mehler, K. (2022). Mediatization in Times of Pandemic: How German Grassroots Sports Clubs Employed Digital Media to Overcome Communication Challenges During COVID-19. *Communication & Sport*, 10 (5), 891–912.
15. Staley, K., Seal, E., Donaldson, A., Randle, E., Forsdike, K., Burnett, D., Thorn, L., and Nicholson, M. (2021). Staying safe while staying together: the COVID-19 paradox for participants returning to community-based sport in Victoria, Australia. *Australian and New Zealand Journal of Public Health*, 45 (6), 608–615.

16. Stambulova, N. B., Schinke, R. J., Lavallee, D., and Wylleman, P. (2020). The COVID-19 pandemic and Olympic/Paralympic athletes' developmental challenges and possibilities in times of a global crisis-transition. *Int. J. Sport Exerc. Psychol.*, 47, 652–660.
17. Swart, K., and Turco, D. (2020). International sport tourism. In E. W. Macintosh, G. A. Bravo, & M. Li (eds.). *International sport management*: 333–349. (2nd ed). Human Kinetics: Champaign, IL. 2020.
18. Thukral, V (2021). COVID-19: Small and medium enterprises challenges and responses with creativity, innovation, and entrepreneurship. *Strategic Change*, 30, 153–158.

STATISTICS AND ACCOUNTING OF ENTERPRISES IN THE SERVICE FIELD

Maliuha Liudmyla,

maliuga-LM@ukr.net

Uman National University of Horticulture
(Uman, Ukraine)

Abstract. *The article examines the process of standardization of office management at enterprises in the service sector for the formalization and accounting of statistical data. It is emphasized that this is one of the necessary components of the competitiveness of any enterprise operating in market conditions. The complexity of the construction of the accounting process is outlined and the need to design a standardized system of record keeping is justified, taking into account the rationality of management accounting and the effectiveness of the internal control system to meet the information needs of the owners for the purpose of effective and successful management.*

Анотація. *У статті досліджено процес стандартизації діловодства на підприємствах сфери послуг для формалізації та обліку статистичних даних. Наголошується, що це одна з необхідних складових конкурентоспроможності будь-якого підприємства, що працює в ринкових умовах. Окреслено складність побудови облікового процесу та обґрунтовано необхідність проектування стандартизованої системи діловодства з урахуванням раціональності управлінського обліку та ефективності системи внутрішнього контролю для задоволення інформаційних потреб власників для мета ефективного та успішного менеджменту.*

Global trends in the tourism industry show that the hotel and restaurant business has a high income and rapid growth. The basic prerequisite for the effective functioning of the hotel and restaurant industry is sufficient volume, rational use and effective management of all types of resources. At the same time, the current level of development of market relations in Ukraine requires an effective management system, which would be characterized by rapid response, flexibility, use of quality, thorough and operational information. Such a system is management accounting with a formal, standardized schedule of documents.

To build the accounting process of hotel and restaurant facilities, the initial problem is the standardization of the composition and functions of documents in management accounting.

The document is a basic concept of hierarchical structure that provides the formation and collection of information in a multilevel management

process, by collecting, processing and summarizing indicators that characterize the business operations to ensure effective operation.

The content of the information required by users is determined by the tasks set by the management system as a direct user of information in making management decisions. Obtaining specific results from the use of accounting information will ensure the subordination of documents to the solution of specific tasks of business management (growth of income by type of activity or type of product, cost reduction, optimization of receivables, etc.).

But, on the other hand, in order for the documents to provide the information needs of other stages of the management process, the formation of the list of indicators should begin with the standardization of registers of analytical and synthetic accounting and reporting forms. This will ensure the consistency and relationship of the indicators of the documents and will provide information of the required level of detail and generalization, ie to meet the needs of management.

The purpose of management accounting is to provide users for decision-making complete, truthful and unbiased information about the financial condition and results of the enterprise. In accordance with Part 1 of Art. 9 of the Law of Ukraine "On Accounting and Financial Reporting in Ukraine" [4], the basis for such accounting are the primary documents. That is, they are the only source of input information into the accounting system and directly affect the quality of analytical and synthetic accounting of hotel and restaurant facilities.

According to paragraph 11 of Art. 1 of the Law of Ukraine "On Accounting and Financial Reporting in Ukraine", the primary document – a document that contains information about the business transaction.

A similar definition of primary documents is also contained in the Regulations on documentary support of records in accounting, approved by the order of the Ministry of Finance dated 24.05.1995 № 88 [5].

The content of the primary document, its information capacity, quality, representativeness and reliability of the submitted information are the defining content characteristics that depend on the correct formulation of the main business transactions.

Management information is formed gradually, by successively going through the stages of the accounting process, the content and sequence of which are determined by the logic of the process of creating, processing and generalizing information and regulated by regulations [4].

The sequence of information in the accounting process can be represented in three stages. At the stage of primary accounting

is the perception of business transactions and their recording in the primary documents. Current accounting systematizes and groups the indicators of documents in the registers of analytical and synthetic accounting. Final accounting summarizes the indicators for the reporting period and transmits information to users.

Therefore, at each stage of the accounting process, information differs in levels of detail, content, structure and purpose, so its formation requires specific forms of media, which differ in content, structure and structure. Clear and unambiguous selection and separation of each group of information carriers will allow to establish interrelations between their indicators, to provide their continuity and logical sequence in the course of formation of the final information.

In order to make informed management decisions, it is necessary to properly organize the process of management accounting, to solve such tasks that will ensure control over the conclusion and implementation of contracts; documentation of operations on receipt, use and disposal of resources; determination of the financial result from the sale; prevention of negative results of economic activity of the enterprise.

According to each action the necessary list of documents of the standard form or actually developed is established. Properly formed system of documenting operations creates a database of information management and information system of the enterprise.

For timely and effective primary accounting in the hotel and restaurant industry, it is necessary to ensure a clear procedure for organizing the preparation and processing of primary documents, which is called the document flow schedule. Its purpose is to accelerate the movement of media. The better organized and faster the document management process, the more efficient it will be for consumers of information, who will be able to receive it in time, effectively influence the situation and exercise control over financial and economic activities.

Document flow at each enterprise is individual and is determined solely by the scope of its activities and features of its work. The document flow is approved by the order of the head of the enterprise.

There are two types of graphs of document flow: static and dynamic, used for certain purposes.

The dynamic schedule of document circulation reflects the scheme of document exchange imposed on the organizational structure of the enterprise. Drawing up such schedules requires a detailed study of the movement of documents from the executor to the executor and the constant recording of this movement.

Static graphs of document flow, depending on the specifics of the enterprise show the order of movement of each type of document, from its creation or receipt, registration, approval, transfer, storage and ending with the transfer to the archive or destruction.

In the static schedule of document circulation it is expedient to allocate the following stages of movement of each document: creation of the document (operation which is registered by the document, responsible executors, signatures of officials and number of copies); receipt of the document from a third-party organization (deadlines, responsible executors); approval of the document (the person approving the document); document registration (deadlines, responsible persons); transfer of the document to the third-party organization (terms, responsible persons); current storage of the document in the organization (location, terms, responsible persons); saving the document in the archives of the organization (deadlines, responsible persons); transfer of the document to the archive (deadlines, responsible persons); destruction of the document.

In general, the problem of organizing management accounting at each enterprise of hotel and restaurant industry is to introduce such a set of rules, the implementation of which would ensure the maximum effect of its conduct and help increase the efficiency of economic activity.

References

1. Lehenchuk, S. F., Volska, K. O., & Vakun, O. V. (2016). *Dokumentuvannia v bukhhalterskomu obliku: protsesnyi pidkhid: monohrafiia* [Documentation in accounting: a process approach]. Ivano-Frankivsk : Vydavets Kushnir H. M. [in Ukrainian].
2. Dudaryeva, K. O. (2015). Obgruntuvannia kliuchovykh poniat protsesu dokumentuvannia. [Justification of the key concepts of the documenting process]. *Problemy teorii ta metodolohii bukhhalterskoho obliku, kontroliu i analizu*, 2 (17), 91–99 [in Ukrainian].
3. Marenych, T. G. (2017). Dokumentalne zabezpechennia zapysiv u bukhhalterskomu obliku: analiz novatsii ta napriamy polipshennia. [Documentary maintenance of records in accounting: the analysis of innovations and directions of improvement]. *Aktualni problemy innovatsiinoi ekonomiky*, 1, 76–79 [in Ukrainian].
4. Pro bukhhalterskyi oblik i finansovu zvitnist v Ukraini: Zakon vid 16 lypnia 1999 p. № 966-XIV [The Law of Ukraine “On Accounting and Financial Reporting in Ukraine” No. 996-XIV of 16.07.1999]. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/996-14> (Accessed 30 August 2021).
5. Nakaz Ministerstva finansiv Ukrainy No 88 “Pro zatverdzhennia Polozhennia pro dokumentalne zabezpechennia zapysiv u bukhhalterskomu obliku” vid 24.05.1995 r. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/z0168-95> (Accessed 30 August 2021).

SAFE TOURISM: TRENDS IN THE GEOGRAPHY OF TRAVEL

Sučkova Anastasija,

Anastasija15@gmail.com

Baguckytė Ugnė,

ugne.baguckyte@gmail.com

Lithuanian Sports University

(Kaunas, Lithuania)

Abstract. *The problems of safe tourism in the works of scientific scholars are analyzed from various angles by assessing the factors determining safety, information tourists about risks and the responsibility of tour operators to ensure the safety of the client et other problems. Constant monitoring of the level of security and informing travellers is a commitment of tour operators and other actors in the tourism industry.*

Анотація. *Проблеми безпечного туризму в працях науковців аналізуються з різних сторін шляхом оцінки факторів, що визначають безпеку, інформування туристів про ризики та відповідальність туроператорів за забезпечення безпеки клієнта та інші проблеми. Постійний моніторинг рівня безпеки та інформування мандрівників є обов'язком туроператорів та інших суб'єктів туристичної галузі.*

The problems of safe tourism is analyze by Reisinger & Mavondo (2005), Henderson (2007), Rittichainuwat (2013), Beecroft and Pangbourne (2015), Gudlaugsson and Magnússon (2012) and other scientists. In the tourism context, safety and security are the most important travel considerations. Since tourists travel to relax and to relieve stress or to conduct business, safety at tourist destinations is essential. To help ensure this, tourists rely on their government's travel warnings, the media, and word of mouth when making travel decisions. Safety is of concern both among tourists and travel intermediaries, such as meeting planners and tour operators (Holcomb & Pizam, 2006). Since tour operators are liable for their clients' safety (Cavlek, 2002), they carefully select safe accommodation for their clients. In addition, corporations do not send their employees to risky places, and they do not trade off safety with discounts due to liability for their employees' safety (cit. 7). It is important to evaluate each trip or individually planned trip by tourism companies according to the level of risk when assessing safety and safety for health.

Personal travel security considerations tacitly influence passenger decision-making and are intrinsically linked with notions of confidence and assurance, but supporting personal security is not at present a major element in the design of information provision [1]. The travel

security risk rating evaluates the threat posed to travellers and international assignees by political violence (including terrorism, insurgency, politically motivated unrest and war), social unrest (including sectarian, communal and ethnic violence) as well as violent and petty crime. Other factors, such as the robustness of the transport infrastructure, the state of industrial relations, the effectiveness of the security and emergency services and the country's susceptibility to natural disasters are also considered where they are of sufficient magnitude to impact the overall risk environment for travellers [6]. Safe level are discussed in Table 1.

Table 1

Safe level [6]	
Safe level	Criteria for determining the level
Insignificant travel security risk	Rates of violent crime are very low. There is no significant political violence or civil unrest and little sectarian, communal, racial or targeted violence against foreigners. Security and emergency services are effective and infrastructure is sound. Transport services are of a high standard with good safety records and only occasional travel disruption. Industrial action affecting essential services is rare.
Low travel security risk	Violent crime rates are low and racial, sectarian or political violence or civil unrest is uncommon. If terrorism is a threat, groups have limited operational capabilities, and acts of terrorism are rare. Security and emergency services are effective and infrastructure is sound. Industrial action and transport disruption are infrequent.
Medium travel security risk	Periodic political unrest, violent protests, insurgency and/or sporadic acts of terrorism occur. Travellers and international assignees may face risk from communal, sectarian or racial violence and violent crime. Capacity of security and emergency services and infrastructure varies. Industrial action can disrupt travel.
High travel security risk	Protests are frequently violent and may target or disrupt foreigners; they may be exacerbated by governance issues, including security or law and order capacity. Violent crime and terrorism pose significant direct or incidental risks to travellers and international assignees. Communal, sectarian or racial violence is common and foreigners may be directly targeted. Certain parts of the country are inaccessible or - limits to the traveler.
Extreme travel security risk	Government control and law and order may be minimal or non-existent across large areas. Serious threat of violent attacks by armed groups targeting travellers and international assignees. Government and transport services are barely functional. Large parts of the country are inaccessible to foreigners.

Terrorism is a great deterrent to tourism. This affects both tourists in the country or area, as well as local residents and workers. On the one hand, the prospective tourist is likely to avoid traveling to a high-risk country due to safety concerns, and thus lose the opportunity to visit it, while, on the other hand, the tourism of the country would decline [8]. Although most tourists feel safe about overt safety measures, a stringent increase in safety measures could frighten them because such measures could create a false perception that something untoward has previously happened at the destination [7]. Recently, travel awareness due to the dangers of contracting Covid-19 still remains relevant. According to Korsakiene and Dromantiene (2020), the impact of the COVID-19 pandemic on travellers (the prevalence of the virus is statistically significantly related to travel planning has become a challenge that has forced tour operators to separate operational priorities, look for methods that would allow saving both customers and employees, investing in innovations and paying for travel reservations with customers that have not taken place in 2020 with customers. Companies are forced to modify their prospects for further activities by adapting to the ever-changing quarantine conditions dictated by the pandemic, and they must be ready to meet the expectations of their travelers in order to ensure their safety. On the other hand, travellers' expectations for tour operators remain high: more than half of those surveyed plan to travel, but there is a tendency for some travelers to plan their trips on their own, and safety due to COVID-19 remains important for travelers.

Based on the results of a structured study by Gudlaugsson and Magnússon (2012), it was found that tourists consider Iceland to be a safe place to visit, an opportunity for adventure, a friendly and hospitable and picturesque place and a country of natural beauty. According to the results, Iceland, the Faroe Islands and Greenland seem to have a different image in tourists' minds [2] This direction of travel still remains safe in 2022.

The data presented on the map (figure 1) shows that minimal risk prevails on the continents of North America, Australia, as well as the countries of the European Union, Mongolia. The average level of risk prevails in Asia, Russia, in the division in south America and some African countries.

The state of emergency according to the level of risk prevails in Ukraine, Afghanistan, Syria, Libya, Yemen, Somalia and other African countries. The information on the risk map can help travellers navigate their travel choices, however, it has to be noted, that the geopolitical situation is tense and changes can take place,

so the choice of travel requires an analysis of change, especially at the political level.

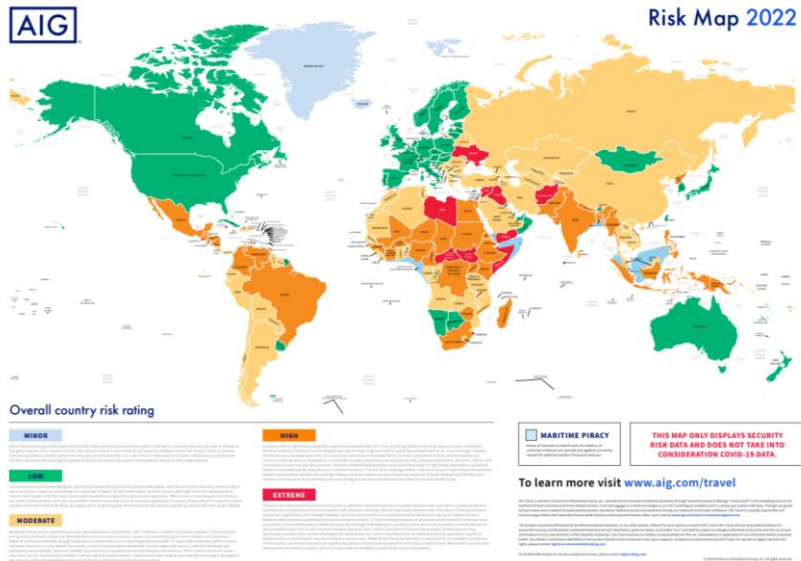


Fig. 1. Travel Risk map 2022

In the process of providing tourist services, tour operators have a special task, so the formation of safe directions is one of the priorities to give a quality service and responsibly organize travel routes to safe tourist destinations.

References

1. Beecroft, M. and Pangbourne, K. (2015), Personal security in travel by public transport: the role of traveller information and associated technologies. *IET Intell. Transp. Syst.*, 9: 167–174. DOI: <https://doi.org/10.1049/iet-its.2013.0166>
2. Gudlaugsson, T. and Magnússon, G. (2012), "North Atlantic island destinations in tourists' minds". *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, Vol. 6. No. 2, 114–123. DOI: <https://doi.org/10.1108/17506181211233045>
3. Henderson, J. M. (2007). Regarding Scenes. *Current Directions in Psychological Science*, 16 (4), 219–222. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1467-8721.2007.00507.x>

4. Korsakienė, R. Ir Dromantienė L. (2020). Lietuvos keliautojų poreikių tyrimas Covid-19 pandemijos kontekste. The behavior of lithuanian travelers in the context of covid-19. *Jurisprudencija Jurisprudence*, 27 (1), 221–2.

5. Pizam, A. and Fleischer, A. (2002). Severity versus Frequency of Acts of Terrorism: Which Has a Larger Impact on Tourism Demand?», *J. Travel Res.*, 40 (3), 337–339.

6. Risc Maps (2022). URL: <https://www.travelguard.com/content/dam/travelguard/us/documents/corporate-travel/2022-aig-travel-security-risk-map.pdf>

7. Rittichainuwat, B. N. (2013). Tourists' Perceived Risks Toward Overt Safety Measures. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 37 (2), 199–216. DOI: <https://doi.org/10.1177/1096348011425494>

8. Spiliotopoulos, D., Vassilakis, C., & Margaris, D. (2020, December). On recommending safe travel periods to high attack risk destinations. In 2020 IEEE/ACM International Conference on Advances in Social Networks Analysis and Mining (ASONAM), pp. 854–861.

ORGANIZATION OF LEISURE SERVICE: ASSESSING THE NEEDS OF THE ORGANIZATION'S EMPLOYEES

Svagzdiene Biruta,

biruta.svagzdiene@lsu.lt,

Kalesnikovas Paulius,

paulius.kalenikovas@stud.lsu.lt

Lithuanian Sports University

(Kaunas, Lithuania)

Abstract. *Theses examine the concept of organization of leisure services and purposeful organization of leisure time for employees in theoretical and practical aspects. It is understood as a kind of employment therapy that enables people to choose, prepare and pursue the task that is shaped by the organization's mission. According to the researchers, such a focus is identified through the disclosure of the benefits provided by the organization of a person's work and leisure time.*

Анотація. *У тезах розглядається концепція організації дозвіллевого обслуговування та цілеспрямованої організації дозвілля працівників у теоретичному та практичному аспектах. Це розуміється як своєрідна терапія працевлаштування, яка дозволяє людям вибрати, підготуватися та виконувати завдання, яке сформовано місією організації. На думку дослідників, така спрямованість визначається через розкриття переваг, які надає організація праці та відпочинку людини.*

Accelerating pace of life, increasing competition in the labor market place high demands on the personality. To be successful in today's society, you need to be able to change and adapt very quickly – learn and work, communicate and cooperate, and this is becoming more and more difficult as the economy becomes less industrial as the service sphere expands. 21st century a person spends most of his time performing his duties at work, fulfilling obligations to the family, thus limiting the opportunities to freely organize free time – time free from necessary activities, dedicated to meeting personal needs, expanding knowledge, education and spiritual development.

J. Paškauskas [1] claims that since the 19th century at the end of the 20th century, leisure became a topic of public debate due to its importance to the modernizing society. The article discusses two main opposing positions on the issue of free time. Arguments of workers' rights defenders, who present free time as a condition for better work, can be attributed to the first. Such an approach is perceived as one of the means of connecting workers with the rest of the modernizing

society. On the other hand, most of the 19th century help – 20th century Ave. the leisure practices chosen by the employees raised a lot of passions, especially among the representatives of another prominent layer – the employers. Researching the analyzed aspects of scientific interests in the matter of leisure is broader and more specific. Correct organization of free time is inseparable from order, efficient organization of public and private life, training and education. In this case, free time is perceived as a means of reforming a part of society and national consolidation.

As A. Mažeikienė states [2], analyzing T. Mackevičius' (2010) scientific research, it became clear that the quality of life includes not only the satisfaction of material needs (food, housing, clothes), but also an orderly environment, quality food. Access to adequate medical services, access to social security in case of unforeseen events, desired education and employment contribute to the quality of life. The author also distinguishes that a higher quality of life indicator depends on the provision of more diverse cultural and recreational opportunities. Works [2] note that the quality of life is a sociological category that expresses the satisfaction of material and cultural needs. Needs that are inseparable from the quality of life: clothing, food, living space, health care, ways of spending free time, education, communication, creativity, ways to overcome stress, etc.

More and more adults have sedentary jobs, and children spend more and more time sitting in front of computers, television screens or surfing on their phones. In this way, an imbalance of consumed energy develops, which leads to various health disorders and overweight [3].

Leisure organization services provided in order to avoid social problems (for preventive purposes), reducing social isolation, and activating the community are understood as ocio-cultural services.

There is competition in the market, so companies must encourage their employees so that they can carry out the company's activities professionally and feel safe. Employee motivation is necessary so that we do not lose qualified employees who could go to a competitor. Motivation is an important factor influencing human performance. Today's difficult economic situation poses challenges for organizations seeking to retain staff through various motivational means [4].

In order to harmonize all spheres of personal life and improve, taking into account not only the interests of one's own, but also the interests of one's family and employers, it is necessary to properly choose a time planning strategy that would create conditions for harmonizing the areas of work and leisure – advantages for the

organization and the employee. After revealing the forms of work organization that create more favorable opportunities, it is necessary to strive for high-quality provision of leisure services. In order to determine the current situation, evaluate and predict possible changes, it is necessary to carry out thorough research, i.e. i.e. document analysis and survey. The revealed results of the study found that labor productivity and the growth of the gross domestic product are related to shorter working hours and the application of flexible forms of work organization, which create a favorable situation for combining work and leisure time. Also, research has established that the quality of free time depends on free time planning, the assessment of the importance of free time, and funds allocated outside of work.

In summary, it can be said that occupational therapy is one of the problem-solving processes. The solution to the problem may be to reduce the influencing factors of employees and employers or to support the existing functioning. Such a process of solving the problem of organizing free time through employment therapy is holistic, i.e. administration is provided in a comprehensive manner. Emotional, cognitive, social, physical, sensory and perceptual areas are an indivisible whole, therefore, a number of different instruments for solving the problem are applied in the therapy of quality leisure organization. The most important need of every individual is meaningful activity. In employment therapy, the aim is to improve the daily functioning of employees.

References

1. Paškauskas, J. (2020). Laisvalaikio problema XIX a. pabaigoje – XX a. pradžioje: Lietuvos darbininkų iššūkis likusiems miestiečiams. *Lietuvos istorijos metraštis*, 61–84.
2. Mažeikienė, A. (2020). Socialinės paslaugos siekiant išlaikyti senų ir pagyvenusių asmenų gyvenimo kokybę globos namuose (Doctoral dissertation, Klaipėdos universitetas).
3. Skarbaliūtė, G. (2020). Aktyvaus laisvalaikio organizavimo galimybės Tauragės mieste. <https://dspace.kaunokolegija.lt/handle/123456789/4004>
4. Šalkauskienė, L., & Šakūnaitė, B. (2022). The assessment of employee motivational measures at LTD company "Lietmeta". *Applied Scientific Research*, 1 (1), 114–122.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ СТРАТЕГІЇ ЕКОЛОГІЧНОГО І СОЦІАЛЬНОГО ВПЛИВУ НА СТАЛИЙ РОЗВИТОК СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ

Андрюкайтене Регіна,

regina.andriukaitiene@gmail.com

Марьямпольський університет прикладних наук

(м. Марьямполье, Литва),

Литовський університет спорту

(м. Каунас, Литва)

Нікітенко Віталіна,

vitalina2006@ukr.net

Воронкова Валентина,

valentinavoronkova236@gmail.com

Інженерний навчально-науковий інститут імені Ю. М. Потебні ЗНУ

(м. Запоріжжя, Україна)

Анотація. В статті розкрито теоретико-методологічні засади стратегії екологічного і соціального впливу на сталий розвиток сільського туризму, в основі якого Agile-методологія. Розкрито туризм, сектор якого найбільше постраждав від пандемії COVID-19, потенціал якого найбільше спроможний досягти сталого економічного зростання. В основі стратегій екологічного та соціального впливу – розвиток сільського туризму, орієнтованого на попит; розвиток туристичної дестинації; цифрова підтримка туристичної дестинації.

Abstract. The article reveals the theoretical and methodological principles of the strategy of environmental and social influence on the sustainable development of rural tourism, which is based on the Agile methodology. Tourism has been revealed as the sector most affected by the COVID-19 pandemic and the one with the greatest potential to achieve sustainable economic growth. At the heart of strategies for environmental and social impact is the development of demand-oriented rural tourism; development of a tourist destination; digital support of the tourist destination.

Сільський пакт стратегій екологічного і соціального впливу на сталий розвиток сільського туризму є однією з головних ініціатив для досягнення цілей довгострокового бачення сільських територій ЄС, ухваленого Європейською комісією в червні 2021 року. Сільський пакт є основою для співпраці між органами влади та зацікавленими сторонами, що займаються сільськими територіями розвитку на європейському, національному, регіональному та місцевому рівнях. Його цілі полягають у тому, щоб посилити голоси сільських жителів і підняти їх на політичний

порядок денний, структурувати та уможливити співпрацю та взаємне навчання, а також заохочувати та контролювати добровільні зобов'язання щодо дій [1].

Комітет регіонів був однією з перших інституцій, яка закликала до сільського пакту, який об'єднує всіх зацікавлених сторін у сільській місцевості для прискорення відновлення та подвійних перетворень у сільській місцевості Європи. Комітет сприяє роботі Rural Pact, відстежуючи вплив нових законодавчих пропозицій на сільські громади, сприяє координації на основі Спільної сільськогосподарської політики, політики згуртованості, Фонду відновлення та стійкості та інших інвестицій політики ЄС, спрямованих на сільські виклики на платформі Rural Pact. Стратегія екологічного і соціального впливу на сталий розвиток сільського туризму розвивається так, щоб всі разом працювали над тим, щоб жоден регіон не залишився осторонь.

Сьогодні сформовано європейський сільський порядок денний з метою інтеграції сільської місцевості та відродження сільських громад. Підтримка даної стратегії на рівні представників органів державної влади, організацій громадянського суспільства, бізнесу та дослідницьких, інноваційних і академічних організацій, які приєдналися до спільноти Rural Pact. У результаті цього Пакту сформовано довгострокове бачення сільських територій і Rural Pact. Для реалізації цієї програми використано цілісний горизонтальний політичний підхід, щоб усі ресурси, усі фонди ЄС, тісна співпраця на всіх рівнях сприяла упровадженню цієї програми. В основі стратегії екологічного і соціального впливу на сталий розвиток сільського туризму методологія Agile-менеджменту, гнучкі рішення, які забезпечать стале підключення для кожного міста та села, включаючи невеликі міста в сільській місцевості.

Перехід від класичної інфраструктури та рішень до повністю екологічних та нульових викидів вуглекислого газу має відбуватися поетапно, особливо в сільській місцевості. Європейська комісія сприяє створенню та роботі Rural Pact і допомагає відстежувати прогрес у виконанні зобов'язань, взятих під його егідою. Комісія вживає заходів, таких як запуск веб-сайту, щоб мати єдину точку входу для всіх видів сприймання сільської місцевості, включаючи платформу її відродження, запуск сільської обсерваторії ЄС, щоб забезпечити більше детальні дані про економічні та демографічні тенденції в сільських районах ЄС для формування політики розвитку сільської місцевості. Понад 60 мільярдів євро будуть доступними для розвитку сільської місцевості в рамках Спільної сільськогосподарської політики на період 2023–2027 років. Згідно з новою програмою CAP,

принаймні 35% цих коштів буде спрямовано на заходи з підтримки місцевого розвитку, клімату, біорізноманіття, навколишнього середовища та добробуту населення [2].

Політика згуртованості, яку культивує ЄС, продовжує інвестувати в сільську місцевість через угоди про партнерство та операційні програми нового програмного забезпечення. Це відбувається через нову наскрізну політичну ціль, присвячену сталому територіальному та місцевому розвитку, орієнтованому на місцевість: «Європа ближче до громадян». Комісія з природних ресурсів (NAT) охоплює такі напрямки розвитку політики екологічного і соціального впливу на сталий розвиток сільського туризму:

1. Сільський розвиток.
2. Охорона здоров'я.
3. Аграрна політика та продовольство.
4. Лісове господарство.
5. Цивільний захист.
6. Туризм.
7. Захист прав споживачів.
8. Морська політика – блакитна економіка та рибальство.

Туризм був одним із секторів, які найбільше постраждали від пандемії COVID-19: готелі, ресторани, авіакомпанії та туристичні агентства були змушені майже повністю припинити свою діяльність протягом тривалого періоду, зараз туристична активність повільно відновлюється до рівня до 2020 року. Однак пандемія COVID-19 прискорила перехід до більш стійких моделей туризму. У той час як туристична активність у багатьох регіонах Європи навесні 2022 року повернулася до допандемічного рівня, Європейський парламент закликав Європейську комісію представити нову стратегію щодо сталого туризму в Європі та створити Агентство ЄС з туризму. Зелений і цифровий перехід у туристичному секторі мав підтримуватися через Національні плани відновлення та шляхом створення окремої статті бюджету. У той же час міста та регіони по всій Європі реагують на зростаючий попит на більш екологічні способи подорожей: наприклад, регіон Венето в Італії нещодавно відкрив кілька нових пішохідних і велосипедних маршрутів по всій території. Стійкість має бути правилом, а не винятком, ЄС повинен розробити стратегію, яка враховує екологічний і соціальний вплив на туризм, який треба відродити та зробити його стабільним [3].

Туризм є сектором з потенціалом для сталого економічного зростання як для країн розвинутих, так і для країн, що розвиваються. Сектор туризму дуже складний і тісно пов'язаний

з багатьма різними ланцюжками поставок, значною мірою залежить від існуючої інфраструктури та людських ресурсів. Крім того, туризм знаходиться під впливом зовнішньополітичної, трудової та екологічної політики. Розбудова сильного та сталого сектору туризму має велике значення. Це тим більше актуально у світі, який формується економічними кризами, пандеміями та зміною клімату. Пропагуючи сталий туризм, ми допомагаємо зменшити економічну та екологічну нерівність і водночас відповідально розвивати туристичний напрямок, враховувати соціальний і екологічний вплив і поважати ресурси місця призначення. Краща якість життя для населення, більш привабливі туристичні напрямки для туристів – це головне для збалансованому розвитку, для чого слід створити кращі місця для проживання та відвідування людей. Позитивний вплив туризму на людей, навколишнє середовище та економіку має бути максимально збільшеним, а негативний – зведеним до мінімуму.

Найпоширеніші види діяльності екологічного і соціального впливу на сталий розвиток сільського туризму: 1) розробка та управління напрямками сталого туризму; 2) розвиток потенціалу та розвиток навичок у сфері туризму та гостинності; 3) збалансований підхід до сталого розвитку туризму; 4) підхід до розвитку туризму, орієнтований на попит, системний та інклюзивний. Стратегії екологічного і соціального впливу на сталий розвиток сільського туризму забезпечують тривалі економічні вигоди, враховуючи соціальні та екологічні наслідки. Ми поважаємо людські, фінансові, природні та нематеріальні ресурси кожного сільського регіону. За цих умов повинен відбутися розвиток сталого туризму на всіх рівнях: 1) розвиток сільського туризму, стратегічно орієнтованого на попит, що гарантує швидкий успіх та тривалий ефект; 2) розвиток туристичної дестинації відповідно до принципів стійкості; 3) технічна підтримка туристичної дестинації, розробки туристичних пропозицій та їх маркетингу, а також їх організаційного розвитку. Реалізація стратегій екологічного і соціального впливу на сталий розвиток сільського туризму та консалтингова діяльність у сфері туризму спрямована на збільшення кількості відвідувачів, тривалості їх перебування та витрат, які вони здійснюють [4].

Пандемія COVID-19 призвела до глобальної зупинки туризму, тому слід розвивати туризм, який сприяє більшій стійкості галузі. Сталий розвиток туризму – це не лише реалізація екологічного проекту чи створення зеленого бізнес-плану, це, швидше, стійкість у туризмі, яка означає зв'язок розвитку туризму з підходами до перепланування даного сектора. Це зробить регіональні економіки

та туристичні напрямки більш сталими. У рамках розробки стратегій екологічного і соціального впливу на сталий розвиток сільського туризму з'являються тенденції, які можна зрозуміти як важливу основу для більшої стійкості в туризмі: 1) диверсифікація отримання доходу всередині та поза туристичним ланцюжком вартості; 2) ринкова орієнтація в поєднанні зі зміцненням або відродженням місцевих культур і екосистем; 3) заохочення сталої подорожі також у внутрішньому та регіональному туризмі [5].

Збільшуючи пропозицію навчання, створюються нові навчальні курси, які формують навички, які користуються попитом у приватному секторі. Роблячи це, ми сприяємо довгостроковим перспективам, які є вирішальними для більш конкурентоспроможного та сталого сектора та для місцевого ринку праці. Національні стратегії туризму була пов'язані зі сталим розвитком, а також цілі ООН стосуються багатьох інших сфер політики. Європейські туристи своїми витратами вносять вагомий внесок в економіку країн. Мова йде про різноманітний потенціал туризму (створення робочих місць, освіта, здоров'я, міжнародне взаєморозуміння тощо), які мають негативні наслідки та ризики, які підкріплюються стратегіями їх мінімізації.

Непропорційна частка глобальних викидів парникових газів (залежно від методу розрахунку та меж системи – з урахуванням ланцюгів вище за течією, парникових газів тощо – від 4,5 до 12,7 % , особливо туристами. У Німеччині та Європі це все більше має бути перенесено на транспортні засоби в екологічній мережі. Для авіаперельотів, ЄС та міжнародного рівня ефективні інструменти для абсолютного скорочення викидів (включаючи викиди не CO₂) бути реалізованим Існують численні взаємодії між туризмом і біорізноманіттям, який може бути як позитивним, так і негативним. Природа та ландшафт стикаються з величезним тягарем через розширення інфраструктури та неконтрольованих потоків відвідувачів (зокрема через використання соціальних медіа) [5].

Останніми роками в деяких туристичних напрямках з'явилися значні ознаки перевантаження (надмірний туризм), що, окрім екологічних наслідків, іноді також призводить до зниження сприйняття туризму місцевим населенням за межі зростання. Наскільки стабільним є туризм, багато в чому залежить від поведінки самих мандрівників. Міжнародне розуміння через туризм – як у національній туристичній стратегії – мета, яка не відбувається автоматично. Проводити інформаційно-просвітницьку роботу, бажано в школах, щоб вона була сталою, щоб подорожі стають природною частиною сталого способу життя. Ділові поїздки, конференції,

ярмарки тощо є важливою частиною туризму і мають бути такими бути більш стійкими – в ідеалі, якщо можливо, через онлайн-зустрічі. Сьогодні всі країни ЄС формують ключові завдання для комплексного просування відродження сільської місцевості до 2030 року, прискорюючи інтеграцію цифрових технологій і сільського господарства. Сьогодні будівництво цифрових сіл є потужною рушійною силою для відродження села, судячи із застосування комп'ютерних технологій. На ноутбучі можна контролювати температуру, вологість і вентиляцію в овочевих теплицях. Цифрові файли сортування сміття надсилаються кожній родині, і таким чином фермери, які сортують відходи, отримують винагороду. Державні послуги відображаються на онлайн-платформах, щоб заощадити час, необхідний для онлайн-формальностей.

Будівництво цифрових сіл є важливою частиною стратегії відродження сільської місцевості та побудови цифрового міста. План дій з розвитку цифрового села (2022–2025) (далі – План дій), нещодавно оприлюднений урядом країнами ЄС закликав до дій у таких сферах, як: модернізація цифрової інфраструктури, інноваційний розвиток розумного сільського господарства, розвиток нових секторів і бізнес-моделей, а також зміцнення потенціалу цифрового управління. Зараз електронна комерція, мобільні соціальні мережі та цифрові розваги дуже швидко популяризуються в сільській місцевості країн ЄС, але цифрова інфраструктура залишається слабкою ланкою в сільській місцевості. Люди все ще прагнуть глибоко інтегрувати цифрові технології у розвиток сільського господарства, управління сільською місцевістю та життя фермерів. План дій визначив напрямки, цілі за етапами та підходи, які необхідно застосувати для побудови цифрових сіл [1].

Зі стрімким розвитком і широким застосуванням цифрових технологій віддалені райони стають доступнішими, а закриті галузі більше не доступні. У 2023 році онлайн-торгівля в сільській місцевості розширилася, було досягнуто значного прогресу у відродженні сільських територій за допомогою електронної комерції. Нові інфраструктури електронної комерції постійно вдосконалюються. У порівнянні з традиційними факторами, такими як сільськогосподарська земля, праця, капітал і технології, дані є новим типом факторів виробництва. Побудова цифрових сіл означає не лише залучення капіталу, технологій, талантів і матеріалів до сільських територій за допомогою потоку даних, а й запровадження нового способу розвитку та управління для відродження сільської місцевості, щоб сприяти цифровому переходу традиційного сільськогосподарського виробництва, експлуатації

та торгівлі. Оскільки сільські території країн ЄС мають різні природні умови, активи та характеристики, а також перебувають на різному рівні розвитку, можна знайти шляхи відродження сільської місцевості з урахуванням місцевих особливостей для побудови цифрових сіл [2].

Будівництво цифрових сіл відкриває величезний простір під назвою «блакитний океан» для відродження сільської місцевості та високоякісного сільськогосподарського розвитку, починаючи від запровадження нових способів сільськогосподарського виробництва, таких як «розумні» ферми, «розумні» пасовища та розумне рибальство, до сприяння інклюзивності, розвитку цифрових фінансів та електронної комерції, нових бізнес-моделей і секторів, таких як розумний сільський туризм, креативне сільське господарство та персоналізоване сільське господарство. З іншого боку, розумні зелені села, цифрове управління селом, Інтернет-культура та ІТ-послуги на користь жителів села є важливими напрямками побудови цифрових сіл. Сприяння відродженню села за допомогою цифрових технологій допомагає забезпечити рівний доступ до ресурсів і можливостей між міськими та сільськими районами, що має величезне значення для сприяння скоординованому розвитку між міськими та сільськими районами та між регіонами.

Список використаних джерел

1. Венгерська Н. С., Воронкова В. Г., Череп А. В., Череп О. Г., Безкоровайна Л. В. Вплив креативних інноваційних технологій на сталий розвиток туристичної галузі в Європі після пандемії COVID-19. *Humanity Studies*. 2021. № 9 (86). С. 168–179.
2. Венгерська Н. С., Воронкова В. Г., Безкоровайна 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.
3. Воронкова В. Г., Венгерська Н. С., Безкоровайна Л. В. Інновації у туристичному секторі як чинник конкурентоспроможності та виходу з кризи пандемії COVID-19. Сучасні тенденції розвитку індустрії туризму та гостинності: глобальні виклики»: матеріали Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, м. Харків / Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова, 2022. С. 113–115.
4. Череп А. В., Воронкова В. Г., Череп О. Г., Венгерська Н. С., Безкоровайна Л. В. Вплив креативних інноваційних технологій на сталий розвиток туристичної галузі в Європі після пандемії COVID-19. *Humanities studies : Collection of Scientific Papers. Zaporizhzhia : Zaporizhzhia National University*, 2021. № 8 (85). С. 134–146.
5. Vision à long terme pour les zones rurales: vers des zones rurales de l'UE plus fortes, connectées, résilientes et prospères. URL: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/fr/ip_21_3162 (07.жовтня 2022 року).

ФУНКЦІОНАЛЬНІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ

Арсененко Ірина,

06081948ia@gmail.com

Донець Ірина,

irenaaleks1970@gmail.com

Донченко Лариса,

doncenkolarisa53@gmail.com

Непша Олександр,

06081948ia@gmail.com

Мелітопольський державний педагогічний університет
імені Богдана Хмельницького
(м. Запоріжжя, Україна)

Анотація. У статті представлено дослідження поняття сільського туризму як виду туризму та підприємницької діяльності; визначено його функціональні аспекти (соціальні, відпочинкові, економічні, екологічні, культурологічні) та специфіку організації.

Abstract. The article presents a study of the concept of rural tourism as a type of tourism and business activity; its functional aspects (social, recreational, economic, ecological, cultural) and the specifics of the organization are determined.

Наприкінці ХХ ст. початку ХХІ ст. сільський туризм (СТ) стає одним з найдинамічніших секторів індустрії гостинності, що пов'язано зі змінами мотивів здійснення туристичної діяльності. На зміну концепції трьох "S" ("Sun-Sea-Sand") – сонце, море, пісок – приходять концепція трьох "L" ("Landscape-Lore-Leisure") – пейзажі, традиції, дозвілля. Тому, у туристів популярності набувають подорожі до сільської місцевості для знайомства з традиційним селянським способом життя, природними і сільськими пейзажами, фермерськими господарствами, виробництвом і споживанням екологічно чистих продуктів тощо.

Відповідно, такі мотиваційні аспекти сприяють розвитку сільських поселень у територіальних громадах, подальшої розбудови їх інфраструктурних об'єктів та інших туристичних атракцій; активізують функціонування існуючих і створення нових рекреаційних форм малого підприємництва в сільській місцевості.

Вивченню СТ як виду туристичної діяльності присвячені роботи як українських, так і зарубіжних вчених: Ю. В. Зінько, І. Г. Костирко, М. М. Костиця, Т. Ю. Лужанська, С. С. Махлинець, І. В. Петлін,

М. Й. Рутинський, О. М. Сердюкова, Л. І. Тебляшкіна, Р. Батлер, Б. Бромвелл, Ф. Дайкман, К. Кейсі та ін. Найпоширенішим визначенням є: «Сільський туризм – це туризм, який здійснюється в сільській місцевості» [2].

На наш погляд під СТ слід розуміти: по перше – вид туризму, подорож з метою відвідування туристами сільської місцевості, здійснення відпочинку і оздоровлення в екологічно чистих регіонах, пізнання історичної, природної та культурної спадщини регіону, участь у господарській діяльності; по друге – різновид виду господарської діяльності на селі з можливістю використання власного господарства сільських жителів, наданням туристичних послуг відвідувачам і виробництвом відповідного туристичного продукту (проживання, харчування, організація дозвілля) в садибах [3].

Туристичний продукт СТ – сукупність надання послуг нічліжного, гастрономічного, оздоровчого, екскурсійного й відпочинково-розважального обслуговування, які пропонує власник садиби сільського зеленого туризму.

Також передумовами для розвитку СТ є: зростаючий рівень урбанізації і потреба населення у зміні умов або способу життя; невисока вартість відпочинку в порівнянні з курортами та рекреаційними місцевостями; можливість відпочинку на природі, проживання в екологічно чистих регіонах та харчування екологічно чистими продуктами; знайомство з історією, самобутньою культурою, традиціями, звичаями, побутом, народними промислами мешканців сільської місцевості, а також участь у святах і розвагах, сільськогосподарських роботах [1].

Відмінні за принципами організації форм СТ історично розвиваються в різних країнах і регіонах світу. В одних СТ доповнює основні види рекреаційної діяльності, в других – виступає в якості одного з видів екологічного туризму, в третіх – є видом етнографічного туризму, в четвертих – є формою підприємницької діяльності. У певних країнах СТ може бути обмежений сезонним характером діяльності і виступає в якості допоміжного виду сімейного бізнесу [2].

Сільські поселення можуть бути різними за розміром, близько 10–20 % землі зайняті забудовами. Як правило, в них проживає менше 10000 жителів і дуже низька щільність населення, близько 150 осіб на 1 км².

СТ є багатоаспектною і багатоцільовою формою вирішення великої кількості проблем розвитку села і задоволення потреб заінтересованих у відпочинку й оздоровленні. Складна структурна побудова СТ зумовлює організацію його функціонування на основі виконання певної кількості винятково важливих функцій.

Соціальна (суспільна) функція, яка певною мірою розв'язує проблеми зайнятості сільського населення, сприяє створенню нових робочих місць. Завдяки СТ розширюються суспільні контакти. Оскільки на відпочинок приїжджають люди різного віку, рівня освіти, з неоднаковими уподобаннями і потребами – це спонукає господарів до культурного родинного відношення до відвідувачів, що проявляється у формах і характері спілкування, в обміні думками про прочитані книги або будь які події, пізнанні звичок і побуту регіонів, звідки прибули відпочиваючі. Запрошення іноземних туристів спонукає до підвищення господарями загального рівня знань, поліпшення сервісу, прагнення оволодіти навичками іноземної мови.

Відпочинкова (лікувально-оздоровча) функція, для якої характерні зміна природного середовища або оточення з метою фізичного і психічного відновлення стану організму. У залежності від певних вподобань, а також, віку, рівня освіти, інтересів, кожен з відпочивальників по-різному планує свій відпочинок. З кожним роком дедалі більше зростає чисельність відвідувачів, особливо тих, які прагнуть змінити повсякденний стиль життя, поєднати оздоровлення, екологічне чисте повітря з домашньою родинною атмосферою.

Економічна (підприємницька) функція, сприяє підвищенню доходів сільських мешканців. Так, завдяки СТ відвідувачі шукають відпочинок за доступними цінами, а сільські жителі можуть реалізовувати сільськогосподарську продукцію власного виробництва, розвивати при цьому власний бізнес. Попит на екологічно чисті продукти харчування та сільськогосподарську продукцію створює сприятливі умови для розширення виробництва, щоб задовольнити постійно зростаючі потреби ринку. На місцях можна спостерігати певний прогрес у розширенні виробництва продукції овочівництва, різних видів овочів та ягід при зменшенні використання мінеральних добрив і хімічних засобів захисту рослин.

Завдяки розвитку СТ дедалі більшої актуальності набувають поширення такі види ремесла як кераміка, лозоплетіння, ткацтво, гончарство, вишивання та ін. Частішими стають випадки, коли приїжджі готові платити за участь у майстер-класах або навчання ремеслу, а не купувати вже готові вироби. Доходи, які одержують селяни за навчання ремеслу, іноді є більшими, ніж від продажу вже готової продукції.

Розвиток СТ змушує та зобов'язує сільські громади сприяти розвитку місцевої інфраструктури – будівництву доріг, водогонів, очисних споруд і розв'язання проблем утилізації сміття.

Екологічна (природоохоронна) функція спрямована на охорону навколишнього середовища з метою зменшення забруднення

довкілля від туристичної діяльності садиб. Вплив туристичної діяльності на навколишнє середовище може бути прямим, опосередкованим, позитивним і негативним.

В Україні ще у 2004 році Спілкою сприяння розвитку сільського зеленого туризму була розроблена і запроваджена програма екологічної сертифікації для СТ «Зелена садиба». Вона передбачала надання знаку «Зелена садиба» та відповідного сертифікату тим садибам, які відповідають переліку критеріїв, які розроблено у відповідності досвіду європейських систем екологічної сертифікації в СТ [4].

Добре розвинута культурологічна (пізнавально-краєзнавча) функція сприяє збільшенню бажаючих ознайомитись у процесі відпочинку з культурною й етнографічною спадщиною регіону, визначає інтерес до організації та участі в національних обрядах, дає можливість особисто брати участь у народних святах, фестивалях, інших етнографічних заходах.

Пізнавально-краєзнавча функція забезпечує відвідування визначних місць, пов'язаних із певними подіями або життям і творчістю видатних людей. Значну увагу привертають пам'ятки, кургани, жертвні камені, ідоли та інші об'єкти. У нашій країні відродження і збереження національних пам'яток минулого є важливим, оскільки вони викликають інтерес не тільки приїжджих з України, а й іноземців. Саме це дає можливість показати всю різнобарвність, духовність і своєрідність українського села.

Таким чином, СТ є одним із найбільш ефективних засобів задоволення туристичних потреб населення. Туристична сфера є важливою складовою регіонального розвитку, дозволяє досягнути підвищення добробуту місцевого населення, його оздоровлення, сприяє розвитку туристичного бізнесу як загалом в країні, так і в сільській місцевості.

Список використаних джерел

1. Арсененко І. А., Донченко Л. М., Донець І. А., Левада О. М., Зав'ялова Т. В. (2019) Regionalni Tendentsii Rozvytku Silskoho Zelenoho Turyzmu v Ukraini. *World Science*, 2 (42), 9–12.
2. Рутинський М. І. Сільський зелений туризм : навч. посіб. / М. І. Рутинський, Ю. В. Зінько. Київ : Знання, 2007. 271 с.
3. Сажнева Н. М. Рекреаційна географія та туризм (словник-довідник сучасних термінологічних понять) : навч. посіб. / Н. М. Сажнева, І. А. Арсененко. Мелітополь : Люкс, 2007. 254 с.
4. Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні. URL: <http://www.greentour.com.ua>

МАРКЕТИНГ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ

Бабко Наталя,

natalia.babko@ukr.net

Державний біотехнологічний університет

(м. Харків, Україна)

Анотація. У статті розглянуто особливості сучасного механізму управління економікою сільських територій з урахуванням маркетингового підходу. Розкрито поняття регіонального маркетингу. Виділено основні рівні територіального маркетингу та етапи розробки маркетингової стратегії розвитку сільських територій.

Abstract. The article examines the peculiarities of the modern mechanism of managing the economy of rural areas, taking into account the marketing approach. The concept of regional marketing is revealed. The main levels of territorial marketing and the stages of developing a marketing strategy for the development of rural areas are highlighted.

Сучасні тенденції соціально-економічного розвитку України тісно пов'язані з функціонуванням і розвитком її територій, у тому числі, й сільських. Регіональний підхід до розвитку країни є на сьогодні одним із найбільш актуальних, оскільки він враховує цілісність країни та характерні особливості окремо взятих регіонів. Особливої значущості набуває маркетинговий підхід до вивчення та планування розвитку сільських територій. Цей підхід дозволяє проаналізувати сільські території з точки зору представлення їх як товару (продукту для продажу).

Розглянемо докладніше поняття регіонального маркетингу, який є сполучною ланкою між маркетингом країни та маркетингом сільських територій. У рамках цього підходу ключового значення набуває аналіз кожного окремого регіону України як єдиного інтегрованого господарського комплексу з властивими лише йому рисами, конкурентними перевагами та недоліками, потенціалом, проблемами та перспективами, у результаті якого можна визначити найважливіші чинники його сталого розвитку. Розробка програм регіонального маркетингу наразі є актуальним завданням економічного розвитку регіонів України [1; 3].

Кожен окремо взятий регіон має свої специфічні риси, такі як: ресурсна база, спеціалізація, якість життя і т. д. Побудова грамотної концепції територіального маркетингу дозволяє ефективно реалізовувати соціально-економічний розвиток країни.

Маркетинг сільських територій набуває все більшого значення, так як сьогодення характеризується постійно зростаючою конкуренцією таких територій. Методи та інструменти маркетингу можуть бути з успіхом застосовані при комерціалізації потенціалу сільських територій з метою забезпечення їх конкурентоспроможності.

Регіональний маркетинг створює базу для економічної діяльності підприємств, дозволяє реалізувати ефективні ринкові механізми на макро- та мікроекономічному рівнях, дає відповідь на більшість питань, що стосуються виділення першочергових цілей та завдань розвитку певного регіону. Існують різні рівні територіального маркетингу (рис. 1).



Рис. 1. Рівні територіального маркетингу [4]

Використання маркетингового підходу дає можливість розглянути сільські території увсьому різноманітті її відносин із бізнесом, інвесторами, населенням та державними структурами; дозволяє провести комплексну оцінку територій за найважливішими соціально-економічними та екологічними параметрами.

Сучасний етап соціально-економічних перетворень в Україні характеризується істотними змінами умов господарської діяльності у сільській місцевості. Маркетинг сільської території сьогодні розглядається як інструмент, що органічно включений до системи територіального планування та управління. Він є складним, багатоплановим і динамічним процесом, що охоплює цілий комплекс заходів [2; 4]:

- формування місії сільської території, бачення її майбутнього;
- створення механізмів своєчасного виявлення проблем (з урахуванням моніторингу соціально-економічного розвитку сільського району);
- визначення основних параметрів конкурентоспроможності в найважливіших сферах суспільного життя та ринках;
- реалізація організаційного розподілу завдань та функцій стратегічного і оперативного управління в адміністрації району на рівні відділів та департаментів;
- динамічний розвиток організаційної культури системи управління районом, відкритість менеджменту до консалтингової маркетингової діяльності професіоналів.

Процес розробки маркетингової стратегії розвитку сільських територій, на нашу думку, повинен складатися з трьох основних етапів:

1. Аналіз поточного стану сільської території.
2. Опис бажаного стану сільської території.
3. Розробка маркетингової стратегії розвитку сільської території.

Таким чином, розвиток сільських територій є комплексним завданням, яке можливо ефективно вирішити, спираючись на концепцію територіального маркетингу.

Список використаних джерел

1. Бабко Н. М. Агротуристичний кластер як складова програми сталого розвитку сільських територій. *Публічне управління та адміністрування у процесах економічних реформ* : збірник тез доповідей V Всеукраїнської науково-практичної конференції з дистанційною участю, 24 березня 2021 р. Херсон : ДВНЗ «ХДАУ», 2021. 271 с.
2. Бабко Н. М. Особливості бренд-стратегії міста. *Економічний розвиток держави, регіонів і підприємств: проблеми та перспективи* : матеріали IV Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції молодих учених, 28–29 квітня 2021 р. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2021.
3. Бабко Н. М. Особливості екологічного маркетингу. *Освітні і культурно-мистецькі практики в контексті інтеграції України у міжнародний науково-інноваційний простір* : збірник тез доповідей III Міжнародної науково-практичної конференції студентів та молодих вчених (м. Запоріжжя, 12–13 травня 2022 р.) / за заг. ред. В. В. Нечипоренко. Запоріжжя : Вид-во Хортицької національної академії, 2022. 604 с. С. 551–552.
4. Тимчур Г. М., Бабко Н. М. Актуальні питання маркетингу сільських територій. *Сучасний маркетинг: стратегічне управління та інноваційний розвиток* : матеріали II Міжнар. наук.-практ. конф. до 90-річ. заснув. ХНТУСГ / Харків. нац. техн. ун-т сіл. госп-ва ім. П. Василенка. Харків : ХНТУСГ, 2020. 333 с. С. 286–288.

ПІДХОДИ ДО РЕГУЛЮВАННЯ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ: ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ТА ВІТЧИЗНЯНИЙ ДОСВІД

Белобородова Марія,

bieloborodova.m.v@nmu.one

Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»

(м. Дніпро, Україна)

Анотація. Розглянуто підходи до державного та нормативно-правового регулювання сільського туризму на прикладі провідних європейських країн та України. Визначені характерні особливості сільського туризму як окремої галузі туристичної діяльності. Доведено, що сільський туризм є важливим інструментом досягнення Цілей сталого розвитку, і його розвиток потребує спрощення бюрократичних процедур та гармонізації європейського та вітчизняного законодавства.

Abstract. Approaches to the state and legal regulation of rural tourism using the example of leading European countries and Ukraine are explored. The characteristic features of rural tourism as a separate field of tourist activity are determined. It has been proven that rural tourism is an important tool for achieving the Sustainable Development Goals, and its development requires simplification of bureaucratic procedures and harmonization of European and domestic legislation.

Дотепер все ще не існує усталеного визначення поняття екологічного, сільського та зеленого туризму. Ряд науковців протиставляють поняття масового та сталого туризму і, відповідно, погоджуємося з тим, що поширення зеленого туризму є вираженням сталого розвитку економіки та суспільства загалом. Однак екологічні форми туризму також зазнали і критики з боку наукового співтовариства, адже вони мають суттєві негативні наслідки, пов'язані з комерціалізацією раніше непорушених природних ресурсів, а також подальшим залученням їх в обіг. У країнах із менш розвинутою економікою такі ресурси дуже часто неконтрольовано експлуатуються, що призводить до їхньої деградації та навіть повного зникнення [1].

Серед загроз, які несуть в собі екологічні форми туризму, можуть бути названі недосконала політика наднаціональних організацій, що регулюють діяльність, у тому числі у сфері екотуризму, надмірне навантаження на природні території, невідповідність прописаних у теорії принципів екотуризму реальності.

Незважаючи на це, екотуризм традиційно прийнято розуміти і позиціонувати як важливий компонент сталого розвитку територій. Так, в роботі [2, с. 242] використовувати більш загальне

концептуальне визначення, згідно з яким екотуризм – це стійкий і природно-орієнтований туризм і рекреація. Екотуризм відрізняють п'ять компонентів (характеристик): природне середовище, екологічна стійкість, освіта, дохід і переваги для місцевого населення.

Щодо безпосередньо сільського туризму, у європейському просторі немає єдиного визначення цього терміну через те, що політичний, економічний, соціальний, культурно-історичний контексти сильно різняться. Проте є загальне поняття того, що «сільський туризм» – це туризм на сільській території (рис. 1), із врахуванням також деяких параметрів, що власне визначають цю «сільську територію» в певній країні.



Рис. 1. Загальні ознаки сільського туризму

Подекуди це визначається кількісному вираженні (наприклад, залежно від чисельності населення муніципалітету), або якісному (особливості конкретного простору). Наприклад, у деяких країнах, таких як Люксембург, більшість територій є сільськими. У Великій Британії сільська місцевість пов'язана з ландшафтом та кількістю жителів; в Італії визначення сільської території пов'язане із заняттям населення сільським господарством.

Загальна оцінка ефективності сільського туризму в Європі та в Україні позитивна: визнається, що туризм на сільських територіях має відносно високий позитивний економічний, соціальний та екологічний ефекти (табл. 1), проте детальна окрема статистика з сільського туризму не завжди представлена.

Загалом у країнах Європи існує два підходи до політики у сфері сільського туризму:

1) специфічні укази та положення саме для «сільського туризму» є (іноді – лише для фермерського чи агротуризму, які представляють приблизно 20% галузі сільського туризму) окремо від загального законодавства у сфері туризму. Наприклад, такий підхід поширений Півдні Європи, наприклад, в Іспанії (17 різних документів), Італії (для агротуризму), Греції;

2) у більшості країн ЄС немає специфічної правової бази щодо сільського туризму.

«Сільський» туризм – це термін, який використовується, скоріше, з метою реклами та просування, але з юридичного боку підприємці у сфері сільського туризму працюють так само, як і решта підприємств у туристичному секторі. Такий підхід використовує Великобританія, Скандинавія, Німеччина, Австрія тощо. Можлива підтримка може здійснюватися через різні відділи та міністерства залежно від особливостей кожної окремо взятої країни і може включати просування туристичних об'єктів сектора, іноді з невеликими фінансовими ресурсами для підтримки проєктів на сільських територіях. Найчастіше кошти будуть виділятися по лінії міністерств, відповідальних за розвиток сільських територій. Як правило, в ЄС це міністерства сільського господарства, які відповідають за Фонди розвитку сільських територій. Крім цього, можуть бути залучені міністерства, які займаються питаннями праці та професійної освіти, культури (спадщини), навколишнього середовища (природні, національні парки тощо), економічного розвитку в цілому.

Таблиця 1

**Можливості сільського туризму щодо реалізації
Цілей сталого розвитку**

Цілі сталого розвитку	Напрямки реалізації Цілей в контексті сільського туризму
1	2
Ціль 3: міцне здоров'я та благополуччя	Сільський туризм забезпечує доступ широких мас населення до природних рекреаційних ресурсів, допомагає у відновленні фізичного та морального стану трудящих, дає можливість туристам отримати унікальний досвід
Ціль 4: якісна освіта	Запровадження в стандартах освітніх програм різних рівнів вищих освіти вимог до формування відповідного рівня соціальної та екологічної відповідальності, громадянської свідомості спричиняє переорієнтацію споживацьких вимог на цінностей сталого розвитку і відповідальні форми відпочинку. Свідоме ставлення до своєї території та її культурних цінностей доречно для будь-якої спеціальності
Ціль 8: гідна праця та економічне зростання	Базові робочі місця в туризмі часто не потребують спеціальної освіти і створюють можливості для мешканців місцевої громади

Закінчення таблиці 1

1	2
Ціль 9: промисловість, інновації та інфра- структура	Сільський туризм забезпечує перехід від класичної економіки до економіки замкнутого циклу (наприклад, використання відновлювальних джерел енергії в фермерських господарствах), що забезпечує розвиток відповідної інфраструктури та збалансоване природо-користування [3, с. 3]
Ціль 10: скорочення нерівності	Для України нерівність проявляється насамперед у рівні життя та можливостях обласних центрів порівняно з малими містами та селами. Там, де бракує ресурсів та є інертність, контраст тільки посилюється. Тому сьогодні підвищення економічного стану регіону – насамперед завдання місцевої громади, влади та бізнесу
Ціль 11: сталий розвиток міст і спільнот	Ефект мультиплікації в сільському туризмі досягається завдяки диверсифікації послуг фермерських господарств, створюються додаткові робочі місця, відбувається промоція території та з'являються можливості й для представників інших галузей
Ціль 12: відповідальне споживання та виробництво	Дозволяє знизити екологічне навантаження на найбільш популярні туристичні території інших країн, диверсифікувати сектор, розширити географію та посприяти розвитку територій, у тому числі знижуючи залежність від міжнародних ринків

Щодо правового регулювання сільського туризму в Україні, то воно найтісніше пов'язане з аграрним та земельним правом, оскільки діяльність у сфері сільського туризму пов'язана із сільськогосподарським виробництвом, майновою основою якого є земля. Останніми роками з метою створення правової бази для становлення і розвитку сільського та сільського зеленого туризму в Україні, а також задля гармонізації її із європейською практикою, з'явився ряд законопроектів у цій сфері, зокрема проєкт Закону України «Про сільський зелений туризм», проєкт Закону України «Про аграрний туризм та агротуристичну діяльність» [4; 5]. Однак, в цій сфері в Україні існує ряд проблем. Зокрема, справляння туристичного збору за рішенням сільської, селищної, міської ради може здійснюватися відповідними юридичними особами або фізичними особами – підприємцями. Тому, віднесення до учасників відносин, пов'язаних із здійсненням туристичної діяльності, фізичних осіб (сільських господарів та членів їх родин), які не є суб'єктами підприємницької діяльності, надання права таким учасникам самостійно укладати з туристами договори

на туристичне обслуговування унеможливить належне справляння туристичного збору до відповідних місцевих бюджетів.

Також, продовжуючи розглядати регулювання сільського туризму в Європі, варто зазначити Єдину сільськогосподарську політику ЄС (Common Agricultural Policy – CAP), ухвалену в 1962 році і фінансовану за рахунок коштів ЄС, в основі якої лежить партнерство між сільським господарством та суспільством, а також між Європою та її фермерами.

Інша організація – Європейський фонд сільського господарства та розвитку сільських територій (EAFRD) – основну увагу приділяє сільськогосподарському сектору, проектам, які пропонують інноваційні агроекологічні та кліматичні методи. Проект здійснює фінансування за принципом співфінансування: держави-члени повинні вкласти щонайменше 30 відсотків своїх коштів.

У сільському туризмі важливою є комплексність та невіддільність цієї галузі від транспорту, довілля, освіти, культуру, сільського господарства, сучасних цифрових технологій тощо. Отже, сільський туризм або регулюється на законодавчому рівні як окрема галузь, або вписаний у загальне туристичне регулювання країни, однак в обох випадках він є частиною політики диверсифікації сільського господарства, розвитку місцевих співтовариств, тобто розглядається більш комплексно та широко, ніж частина галузі туризму та скоріше є інструментом розвитку та підтримки сільських територій (повсюдно) та фермерства (у деяких країнах особливо). У будь-якому випадку всі країни Європи визнають сільський туризм важливим інструментом та активно підтримують його розвиток через спрощення бюрократичних процедур, податкові пільги та з використанням фінансових інструментів.

Список використаних джерел

1. Richardson, R. The Role of Tourism in Sustainable Development. Oxford Research Encyclopedia of Environmental Science. URL: <https://oxfordre.com/environmentalscience/view/10.1093/acrefore/978019389414.001.0001/acrefore-9780199389414-e-387>

2. Зима О.Г., Голуб М.О. Категорійно-понятійні особливості екологічного, зеленого, сільського туризму. *БІЗНЕС ІНФОРМ*. 2015. № 1. С. 241–245.

3. Horoshkova L., Khlobystov Ie., Filipishyna L., Shvydenko M., Bessonova S. Economic and mathematical modeling of ecological expenditure for sustainable development of united territorial communities. Monitoring of Geological Processes and Ecological Condition of the Environment: proceed. Of XIV Int. Scient. Conf., Nov. 2020. Vol. 2020. P. 1–5. DOI: <https://doi.org/10.3997/2214-4609.202056091>

4. Про аграрний туризм та агротуристичну діяльність : Проект Закону України. URL: <http://ruraltourism.com.ua/?a=viewmaterial&id=9>

5. Про сільський зелений туризм : Проект Закону України. URL: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=71321

КОНЦЕПТУАЛЬНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АКТИВІЗАЦІЇ РОЗВИТКУ КЛАСТЕРНОГО ФОРМАТУ СПІВРОБІТНИЦТВА У ТУРИСТИЧНІЙ СФЕРІ БІЗНЕСУ РЕГІОНУ

Білогур Станіслав,

bilovlada@gmail.com

Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»

(м. Дніпро, Україна)

Анотація. Розглянуто концептуальні підходи до інноваційного розвитку регіону на основі його смарт-спеціалізації. Представлено концептуальне забезпечення активізації розвитку кластерного формату співробітництва у туристичній сфері бізнесу регіону. Показано формування інформаційного простору з високим ступенем інтенсивності та свободи інформаційного обміну, висококонкурентного ринку туристичних послуг та інституційного забезпечення процесів формування та функціонування туристичних кластерів.

Abstract. Conceptual approaches to the innovative development of the region based on its smart specialization are considered. Conceptual support for the activation of the development of the cluster format of cooperation in the tourism business of the region is presented. The formation of an information space with a high degree of intensity and freedom of information exchange, a highly competitive market of tourist services and institutional support for the processes of formation and functioning of tourist clusters is shown.

Програмою соціально-економічного та культурного розвитку Дніпропетровської області на 2022 рік закладаються концептуальні підходи до інноваційного розвитку регіону на основі його смарт-спеціалізації. В її рамках передбачена активізація та фінансова підтримка комунікаційних заходів закладів вищої освіти та науки, популяризація наукової діяльності, активне залучення молоді до проведення наукових досліджень, сприяння встановленню науково-виробничих зв'язків у регіоні. Тому данне дослідження має розглядатись через призму концептуального забезпечення всього процесу кластерізації [5].

Формування і перспективний розвиток кластерних об'єднань підприємств туристичної сфери є складним, комплексним і багато-аспектним процесом, у ході якого вирішується велика кількість завдань, кожне з яких спрямоване на реалізацію окремого елемента системи цілей у рамках кластерного проекту. Комплексність таких завдань у комбінації з їх масштабністю дозволяє говорити про необхідність концептуального забезпечення процесу їх виконання.

Таким чином, доцільним виглядає присутність комплексу передумов, які стимулюватимуть процес виникнення як ідей проєктів у туристичній сфері, так і відповідних кластерних об'єднань. До такого комплексу передумов, на нашу думку, належать:

- висока бізнес-привабливість регіону;
- достатній потенціал розвитку об'єктів туристичної сфери;
- наявність інфраструктурного забезпечення туристичної сфери;
- наявність стійкого туристичного потоку у регіон;
- достатньо високий рівень конкуренції у туристичній сфері;
- високий рівень інноваційної активності у регіоні;
- достатня ступінь інтенсивності та свободи інформаційного обміну.

Очевидно, що формування наведеного комплексу умов забезпечить проходження певного проміжного етапу на шляху до активізації кластерного формату функціонування туристичної сфери регіону. Тобто, дані умови характеризують її, так би мовити, «докластерний» період існування, який діалектично так чи інакше повинен бути ефективно пройдений, а будь-яка спроба «перестрибнути» його приречена [1].

Тому, на нашу думку, однією з основних причин гальмування кластерних ініціатив у туристичній сфері, які були ініційовані у ряді регіонів України у минулі роки, стала саме невисока кількість традиційних туристичних атракторів та недостатня насиченість ринку «класичними» туристичними продуктами. З іншого боку, навіть попит на цю стислу номенклатуру і обмежений асортиментний ряд туристичних продуктів не був задоволений, не кажучи вже про те, що власне його внутрішня складова не характеризується високою платоспроможністю, а зовнішня ще не набула значної та стійкої величини. Жоден із суб'єктів ринку туристичних послуг за таких умов не буде задаватись питанням, як розширити їх номенклатуру та наповнити асортимент своєї пропозиції, щоб запропонувати споживачам те, чого вони ще не бачили або не відвідали, тобто, інноваційний туристичний продукт.

Також, можна стверджувати, що виконання вищеперелічених умов є у значній мірі наслідком зростання рівня загального економічного розвитку та підвищення рівня конкуренції в економічній сфері в цілому, що забезпечить відповідні умови ефективного розвитку і туристичної сфери. Таким чином, обов'язковою вимогою, підґрунтям для започаткування кластероутворюючих процесів з можливістю подальшого створення інноваційних туристичних продуктів виступає формування конкурентного ринку

туристичних послуг, насиченого традиційними туристичними продуктами. В таких умовах учасники цього ринку будуть розглядати перспективу переведення своєї діяльності у кластерний формат як оптимальну можливість перейти на якісно новий рівень свого функціонування, підвищити свою конкурентоздатність, зайняти новий сегмент ринку, якісно і кількісно розширивши пропозицію своїх послуг за рахунок принципово нового підходу до їх створення [4].

Очевидно, що процес створення цих умов у певному регіоні є досить тривалим і не може бути вирваним із контексту загального економічного розвитку країни і, зокрема, її туристичної сфери. Також зазначимо, що, практика ініціювання органами влади кластероутворюючих процесів як форми втілення «модних» організаційно-економічних тенденцій без формування висококонкурентного та насиченого туристичними продуктами ринку у переважній більшості випадків веде до протилежного результату. Те саме стосується і процесів створення відповідного інституційного забезпечення без належного залучення широкого кола зацікавлених суб'єктів знову ж таки в умовах ненасиченого туристичними продуктами ринку [2].

На нашу думку, без ініціативи «знизу» переважна більшість інституціональних об'єктів та конструкцій, створених за ініціативи «згори» не будуть функціонувати належним чином, що приведе до негативних наслідків, а саме, спотворення та дискредитації самої кластерної ідеї. У цьому питанні ініціатива «знизу» є обов'язковою і такою, яка виходить від широкого кола учасників висококонкурентного та насиченого ринку туристичних послуг, тобто, повинна сформуватись у результаті його діалектичного розвитку.

У такому випадку до процедур формування інституційного забезпечення процесів кластероутворення буде залучене широке коло учасників ринку, завдяки чому вони матимуть можливість здійснювати безпосередній вплив на ці процеси, а, також, у них буде виникати розуміння їх доцільності, логіки та послідовності [3].

У свою чергу інституційне забезпечення процесів формування та функціонування кластерів у туристичній сфері передбачає: 1) розробку відповідного нормативно-правового забезпечення; 2) планування стратегічного розвитку туристичної сфери регіону на основі інноваційних інвестиційних проектів та програм; 3) побудову системи відносин в рамках приватно-муніципального партнерства; 4) формування комплексу взаємозв'язків між елементами інституційного забезпечення процесів формування та функціонування кластерів. Зазначимо, що формування інформаційного

простору з високим ступенем інтенсивності та свободи інформаційного обміну, висококонкурентного ринку туристичних послуг та інституційного забезпечення процесів формування та функціонування туристичних кластерів є діалектично взаємопов'язаними процесами, які відбуваються синхронно, підживлюючи та стимулюючи один одного.

Список використаних джерел

1. Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. 1071 с.; Яворський Ю. М. Туристичний кластер як форма розвитку сфери. *Український туризм*. 2015. № 2. С. 56–57.
2. Зовнішньоекономічна діяльність туристичних підприємств України: Дис. Екон. Наук: 08.05.01 / Ін-т світ. економіки і міжнародних відносин НАН України. Київ, 2006. С. 87.
3. Татарінова, І. П. Економічні механізми створення і ефективного розвитку галузевих кластерів / І. П. Татарінова, В. В. Шевцова, А. Н. Луньов. *Економічні і гуманітарні дослідження регіонів*. 2012. № 2. С. 204–210.
4. Rybalchenko Nina, Bilohur Stanislav, Oleksenko Roman, Voronkova Valentyna & Verkhovod Iryna Clusterization tendencies of Ukraine's tourism sphere and way out of the COVID-19 pandemic crisis. *Revista de la universidad del zulia*. 3^a época. Año 12 N° 34, 2021 P. 60–75. DOI: <http://dx.doi.org/10.46925//rdluz.34.0560>
5. Cherep A. V., Cherep O. H., Krylov D. V., Voronkova V. H. Methodological approach to the redistribution of investment projects within a company According to formal criteria. *Financial and credit activity-problems of theory and practice*. Vol. 28. Is. 1. 2019. P. 256–263.

ДИВЕРСИФІКОВАНИЙ ПОТЕНЦІАЛ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ (НА ПРИКЛАДІ ПІДГОРОДНЯНСЬКОЇ ГРОМАДИ ТЕРНОПІЛЬСЬКОЇ ОБЛАСТІ)

Божук Тетяна Іванівна,

tbozhuk@gmail.com

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

Рудакевич Іван Романович,

ivaco@ukr.net

начальник відділу загальної та організаційної роботи
Підгороднянська сільська рада
(Підгородне, Тернопільська область, Україна)

Анотація. У матеріалах акцентовано увагу на потребі використання рекреаційно-туристичних ресурсів довкола урбанізованих центрів. Розглянуто можливості надання послуг сільського зеленого туризму на прикладі Підгороднянської територіальної громади Тернопільської області. Охарактеризовано потенційні природні та історико-культурні об'єкти, можливості розвитку місцевої туристичної інфраструктури, перспективні напрямки розвитку туризму.

Abstract. The materials emphasize the need to use recreational and tourist resources around urbanized centers. The possibilities of providing rural green tourism services were considered using the example of Pidhorodne territorial Community of Ternopil Oblast. Potential natural and historical and cultural objects, opportunities for development of local tourist infrastructure, promising directions of tourism development are characterized in the publication.

Метою даної публікації є аналіз можливих рекреаційно-туристичних послуг у сільських місцевостях поблизу великого міста.

Підгороднянська об'єднана територіальна громада Тернопільського району Тернопільської області (далі Підгороднянська ОТГ) була створена у 2020 року шляхом об'єднання шести сільських рад (Великий Ходачків, Довжанка, Домаморич, Драганівка, Забойки, Почапінці) із центром у селі Підгородне.

Територія Підгороднянської ОТГ розміщена в межах Тернопільського плато Подільської височини. Поверхня горбисто-рівнинна, розчленована річковими долинами і балками. Найбільші річки на території громади – Довжанка і Руда (Брідок). На річках і їх притоках утворено вісім ставків.

Підгороднянська ОТГ розташована у центральній частині Тернопільської області на відстані 4 км від обласного і районного центру – міста Тернопіль. Через територію громади проходять міжнародні автомобільні шляхи М 09 і М 12 (частина європейського шляху Е 50) і залізниця Тернопіль – Ходорів. Відстань від центру ОТГ (с. Підгородне) до найближчої залізничної станції Тернопіль становить 6 км. Відстань до найближчого міжнародного аеропорту Тернопіль – 12 км.

Загальна площа Підгороднянської ОТГ станом на 1 січня 2021 року становила 123,47 км². У структурі площ найбільшу частку займають сільськогосподарські угіддя – 84 %, забудовані території – 4 %.

Загальна кількість населення Підгороднянської ОТГ станом на 1 січня 2021 року становила 7418 особи. У віковій структурі населення переважають люди працездатного віку.

Частка економічно активного населення (віком 16–60 років) становить 54,3 %, пенсійного віку 29,6 %. Через негативні показники природного приросту простежується тенденція поступового старіння населення.

На території Підгороднянської ОТГ зареєстровано 20 фермерських господарств, 12 сільськогосподарських (аграрних) підприємств, 18 садово-городніх (дачних) і обслуговуючих кооперативів. Головною їх спеціалізацією є вирощування продукції рослинництва (зернові, бобові, технічні, олійні культури). Два сільськогосподарські підприємства спеціалізуються на тваринництві. Розвивається садівництво, ягідництво і овочівництво, переважно у садово-городніх кооперативах і присадибних ділянках.

3 об'єктів туристичної інфраструктури на території громади провадять діяльність 4 готелі та 8 об'єктів ресторанного господарства. У с. Підгородне діє навчально-спортивна біатлонна база Тернопільського ОФСТ «Колос», яка є перспективним об'єктом для розвитку спортивного і лижного туризму. Перспективними для розвитку рекреації та туризму є об'єкти природно-заповідного фонду, розташовані на території громади.

На території Підгороднянської ОТГ є потенціал місцевих пам'яток, особливо природних. Важливим місцевим природним рекреаційним ресурсом є також лісові масиви, які займають більше 10 % загальної площі. Місцеві ліси часто використовуються мешканцями навколишніх сіл і м. Тернополя для прогулянок, збирання грибів і ягід, лікарських рослин. На території громади також налічується 8 ставків. Фактично у кожному селі є штучна водойма. Однак з рекреаційною метою поки що лише використо-

вується три штучних водойми у селах Довжанка, Почапинці та Великий Ходачків. Місцеві ставки мають значний потенціал для використання з рекреаційною метою, а також для розвитку рибальства [1].

У межах Підгороднянської ОТГ також розташовані 5 об'єктів природно-заповідного фонду, переважно ботанічні заказники і пам'ятки природи. Довжанський та Іванівський ботанічні заказники, пам'ятки природи «Тернопільська діброва» і «Вікові дерева модрина» знаходяться у лісових масивах на території громади. Цікавим природничим і туристичним об'єктом є Галицький ботанічний сад лікарських рослин, створений з ініціативи Тернопільського медичного університету. На його землях у природному середовищі зростають кілька десятків видів різних лікувальних рослин, як трав, так і чагарників і дерев [2].

На території Підгороднянської ОТГ можна виокремити декілька цікавих історико-архітектурних об'єктів місцевого значення, які можуть стати потенційними «туристичними магнітами» в громаді. Наприклад, у с. Довжанка розташована діюча церква св. Івана Богослова, яка побудована ще у 1795 р. Збереглися діючі церкви з ХІХ ст. у селах Великий Ходачків, Драганівка, Забойки. У селі Великий Ходачків розташований костел Утішительки Діви Марії, який на даний час перебуває у напівзруйнованому стані. В останні роки ця пам'ятка притягує щораз більше відвідувачів завдяки публікації міні-фільму про неї в мережі Інтернет. На території громади є також діючий римо-католицький костел св. Марії Сніжної (з 1858 р.) у с. Драганівка.

Завдяки старанням благодійників з Польщі у селах Великий Ходачків і Забойки були відновлені старі римо-католицькі (переважно польські) кладовища, які є фактично діючими об'єктами сентиментального (ностальгійного) туризму. У селах Почапинці та Великий Ходачків також розташовані військові поховання часів Другої світової війни. У всіх селах громади споруджені символічні могили борцям з незалежність України. На південній околиці с. Довжанка розміщена козацька могила ХVІІ ст., яка була відновлена декілька років тому стараннями місцевих меценатів. Проблемним питанням є облаштування під'їзної дороги з твердим покриттям до цього цікавого об'єкту [3].

У с. Великий Ходачків є діючий кімната-музей і могила українського письменника Тимофія Бордуляка, який у цьому селі тривалий час був священиком.

Список використаних джерел

1. Природні умови та ресурси Тернопільщини / наук. ред.: М. Я. Сивий, Л. П. Царик, Тернопіль : Терно-граф, 2011. 512 с.
2. *Природно-заповідний фонд Тернопільської області* в розрізі територіальних громад. URL: <https://pzf.land.kiev.ua/pzf-obl-19.html>
3. Рудакевич І. Р. Стан і перспективи використання туристичного потенціалу Підгороднянської територіальної громади Тернопільської області. *Вісник Тернопільського відділу Українського географічного товариства*. Тернопіль : СМП «Тайп». № 5 (випуск 5). 2021. С. 74–77.

СІЛЬСЬКИЙ ТУРИЗМ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ ЕТНОКУЛЬТУРИ УКРАЇНЦІВ

Боровських Олеся,
1olemsia1@gmail.com

Дугієнко Наталя,
Запорізький національний університет
(м. Запоріжжя, Україна)

***Анотація.** Розглянуто можливість використання етнокультурної спадщини у сільському туризмі для популяризації української культури та доцільність впровадження креативної ідеї. Проаналізована туристична привабливість і основні аспекти туризму до України серед іноземних туристів.*

***Abstract.** Considered the possibility of using ethnocultural heritage in rural tourism to popularize Ukrainian culture and the feasibility of implementing creative ideas. The tourist attractiveness and main aspects of tourism to Ukraine among foreign tourists are analyzed.*

На сьогоднішній день туризм є однією з провідних галузей економіки, що, окрім матеріальної вигоди для країни, приймає гостей, сприяє розвитку партнерських відносин на зовнішньополітичній арені. Диверсифікація галузі туризму дозволяє ефективно використовувати всі наявні в країні ресурси, які є свого роду фундаментом для розвитку сільського туризму.

На 74-ій сесії Генеральної Асамблеї ООН 2021 рік було оголошено Міжнародним роком креативної економіки у цілях сталого розвитку [1]. Україна мала і має великі шанси просунути й закріпитися на ринку шляхом провадження креативних ідей в індустрії туризму. Зокрема, досліджуючи ресурсний потенціал та туристичну атрактивність держави, сільський туризм, що є тенденцією відпочинку та дозвілля серед туристів розвинених країн Європи, може стати провідним напрямком індустрії туризму в Україні.

Актуальність поданої теми також зумовлена хвилею підвищення національної свідомості українців та самоідентифікації нації після неправомірних втручань у суверенітет нашої держави з боку країни-агресора. Популярність етнокультури України зросла й за кордоном, і тому тепер, коли ми маємо певну цікавість зі сторони іноземних туристів, ми можемо просувати ідею через галузь туризму за використання інноваційних для регіону методів.

За словами голови Державного агентства розвитку туризму України Мар'яни Олесків в інтерв'ю агентству «Інтерфакс-Україна»

після закінчення активної фази війни потік в'їзних туристів має збільшитися, але, за статистикою інших країн, котрі у своїй історії мали подібні ситуації, туристів будуть цікавити події, пам'ятки, місця, що прямо пов'язані з нещодавніми подіями [2]. Проте, навіть за таких умов розвиток сільського туризму можливий при вдалій рекламі та впровадженні креативних ідей. Для нашого дослідження обраний вид туризму є інструментом для популяризації української культури серед як внутрішніх, так і в'їзних туристів.

Нааявність природних туристичних ресурсів і раніше сприятливо впливала на туристичну діяльність, але конкурентоспроможність з країнами Західної Європи вважалась неможливою через низьку якість транспортної інфраструктури, нерівне співвідношення ціна-якість, недостатнє фінансування розвитку сфери туристичної діяльності, застарілість матеріало-технічної бази та певну негативно забарвлену стереотипність регіону.

Наразі завданням є стерти стигматизовані уявлення про Україну серед іноземних партнерів та туристів, сформувати й укріпити імідж держави, як туристично атрактивної. Сільський туризм, саме у ігровій, динамічній формах може передати тонкощі побуту й життя наших предків, певні регіональні особливості етнокультури тощо. Використання даного формату зможе провадитися завдяки просвітленню туристів у ремеслах, характерних регіону та дозвіллю з ігровими елементами.

Моделювання побуту за допомогою рольових ігор живої дії. 64амец ей елемент анімації дозволяє туристові наочно вивчити історію, традиції, звичаї та відчути місцевий колорит у його автентичному прояві. Імітаційні ігри підвищують зацікавленість у процесі вивчення соціальних процесів. Перспективним районом для цього є осередок істинно-українського, тобто, західна частина України.

За статистичними даними, поданими у звіті за результатами опитування «Проведення кількісних досліджень в'їзного туризму на пунктах пропуску через державний кордон» (2021 р.), можна підкреслити, що іноземні туристи свідомо обирають Україну для подорожі [3]. Найбільше задоволення у двох аспектах: українська природа (63 %) та національна кухня (62 %), що є невід'ємним і надзвичайно перспективним у сільському туризмі. Мандрівник має можливість насолодитися культурними особливостями та, проживаючи у корінних жителів обраного регіону, отримати досвід, просвітлення й стати одним з елементів ланцюга популяризації етнічної культури українців. Ігровий елемент у даному випадку з гастротуристичної привабливості являє собою вирощування

продуктів, їх збір, приготування страв у традиційних костюмах та на традиційний манер без використання новітніх технологій.

Відвідання агросадиб у контексті популяризування народної культури у маси має супроводжуватися проведенням фестивалів, ярмарок, обрядів. Практики фестивалів та ігрового дозвілля наразі популярні у м. Чернівці, Чернівецька обл. (Етнографічний фестиваль «Маланка-Фест»), м. Тернопіль, Тернопільська обл. (Гастрономічний фестиваль «Галицька дефіляда»), с. Пересопниця, Рівненська обл. (Історичний фестиваль «Русь пересопницька»), смт Міжгір'я, Закарпатська обл. (Етнографічний фестиваль «Проводи отар на полонину») але не поєднані із сільським туризмом [4].

Однією з проблем провадження даної стратегії є недостатня кількість кваліфікованих спеціалістів та утрачені технології, ремесла. Більшість носіїв автентичних вмій або втратили свої навички, або не готові контактувати й приймати туристів. Задля того, щоб представити туристам продукт повинна пройти довга робота з підготовки робочих кадрів. Забезпечення грамотності у питаннях історичної достовірності доведеться узгоджувати зі спеціалістами фаху культурології та історії, але попри перешкоди та вдале втілення запланованого популяризація національної культури України серед мандрівників у сільському зеленому туризмі буде рентабельною.

Перспективи і можливості відновлення у туристичній індустрії будуть підтримуватися світовим товариством, зокрема таку позицію мають експерти Організації туристичного співробітництва і розвитку. Вони зобов'язалися допомагати з усуненням перешкод подальшої інтеграції у світовий ринок туристичних послуг, що є одним з гарних поштовхів на майбутнє для України [5].

Наразі туристичний потік до України зменшився через вторгнення 24 лютого, проте стратегії туристичного розвитку й фінансування галузі не припиняються. Цікавість світового товариства до української культури збільшується з кожним днем, люди у захваті від нашої стійкості та мужності, і бажають відвідати Україну одразу після завершення бойових дій. Розвиток зеленого туризму є ключовою складовою для вивчення нашої культури, бо в цьому проявляється його самобутність та істинна привабливість. Креативні шляхи реалізації ідеї популяризації етнокультури сприятимуть підвищенню рівня освіченості про Україну як внутрішніх, так і в'їзних туристів.

Список використаних джерел

1. Генеральна Асамблея ООН. URL: <https://www.un.org/en/ga/second/74/documentation.shtml>

2. Як туристична галузь країни працює під час війни та як зміниться після її завершення. *Сайт Державного агентства розвитку туризму*. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/yak-turistichna-galuz-krayini-pracyuie-pid-chas-viyuni-ta-yak-zminitsya-pislya-yiyi-zavershennya>

3. Звіт за результатами опитування «Проведення дослідження внутрішнього та виїзного туризму українців». *Сайт Державного агентства розвитку туризму: статистика*. URL: <https://www.tourism.gov.ua/statistic>

4. 30 українських фестивалів, про які не знає 98 % українців. URL: http://proukraine.net.ua/?page_id=586

5. Організація туристичного співробітництва і розвитку (OECD). URL: <https://www.oecd.org/country/ukraine/>

МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД ІМПЛЕМЕНТУВАННЯ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В СТРУКТУРУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Бугіль Світлана,

S_bugil@ukr.net

Львівський національний університет природокористування
(м. Львів, Україна)

Анотація. Досліджено міжнародний досвід розвитку сільського зеленого туризму. Зроблено висновок, що кожна країна має свої особливості та методи його організації. Для України рекомендовано: класифікувати сільський зелений туризм на підвиди; сформувати нове бачення розвитку сільського зеленого туризму на основі маркетингових методів та підтримки в контексті гармонізації економічної й соціальної стратегій розвитку регіонів.

Abstract. The international experience of the development of rural green tourism was studied. It was concluded that each country has its own peculiarities and methods of its organization. For Ukraine, it is recommended to: classify rural green tourism into subspecies; to form a new vision for the development of rural green tourism based on marketing methods and support in the context of harmonization of economic and social strategies for the development of regions.

Туризм сьогодні широко охопив всі регіони України та є вагомою частиною її економіки. Проте у структурі українського туризму близько 43 % припадає на курортно-оздоровчий туризм і лише 9 % – на сільський, мисливський та інші професійні види туризму, тоді як, наприклад, у Франції частка сільського туризму в туристичному потоці сягає 33 %.

Невирішеним на сьогодні є питанням впливу зеленого туризму на розвиток регіонального туристичного ринку в межах територіальних громад України. Потребують подальшого розвитку напрямки державної підтримки підприємств сільського зеленого туризму, у тому числі в умовах дії кризових явищ.

Саме тому, важливого теоретичного й практичного значення набувають дослідження щодо міжнародного досвіду ведення сільського зеленого туризму та можливостей застосування його в сучасних умовах України.

Позитивний досвід імплементування сільського зеленого туризму у структуру національної економіки є в багатьох країнах світу. З-поміж європейських країн зелений туризм найбільш поширений в Угорщині, Чехії, Великобританії, Іспанії, Італії, Німеччині, Франції. Європейські країни під егідою Ради Європи об'єдналися

в Європейську федерація сільського туризму “EuroGites” (Європейська федерація сільського туризму...). Основні цілі “EuroGites”: сприяння розвитку сільського зеленого туризму та цільове інвестування проєктів розвитку сільського туризму.

Слід відмітити, що більшість країн визначають сільський туризм головним напрямом охорони та відтворення національних сільських ландшафтів, саме тому цей вид туризму заохочується на національному рівні та розглядається як складова Програми комплексного соціально-економічного розвитку села.

Особливості розвитку сільського зеленого туризму в європейських країнах відображено в табл. 1.

Таблиця 1

**Особливості розвитку сільського зеленого туризму
в європейських країнах**

Країна / Характерні особливості
<p>Австрія</p> <p>Австрійський туризм об'єднує малі та середні сімейні ферми, які відповідають певним вимогам (наявність душі, балкону, достатньої житлової площі, загального приміщення для спілкування). Зелений туризм в австрійській сільській місцевості характеризується відпочинком на фермі, випасом худоби, збиранням трави, чистим повітрям та органічними продуктами харчування. Найкращі ферми входять до мережі гостинних господарств і відзначені спеціальною емблемою “Urlaub am Bauernhof” (Ласкаво просимо на ферму).</p>
<p>Німеччина</p> <p>Сільський зелений туризм у Німеччині активно розвивається з 1991 року, коли було створено асоціацію «Відпочинок на фермі» для активного просування сільського зеленого туризму, особливо в Баварії. Особливістю розвитку сільського зеленого туризму в Німеччині є функціонування п'яти категорій закладів розміщення, які надають туристичні послуги, а саме:</p> <ul style="list-style-type: none"> • модель А – кімнати для винаймання (Vermieten von Zimmern), де власник селянського господарства виконує обов'язки орендаря; • модель В – гостьові кімнати (Gästerzimmer mit Einrichtungen für Gäste), де власник селянського господарства може надавати послуги з харчування; • модель С – «відпустка у селянському господарстві» (Urlaub auf dem Bauernhof) з оплатою; • харчування (ця модель відповідає поняттю «агротуризм»); • модель D – «гість у селянському господарстві» (Gäste auf dem Bauernhof), коли господар пропонує лише спеціальні послуги і, співпрацюючи з іншими суб'єктами ринку, створює туристичний продукт; • модель E – «послуги для гостей у селянському господарстві» (Dienstleistungen für Gäste auf dem Bauernhof).

Країна / Характерні особливості
<p align="center">Франція</p> <p>У 1955 році першою організацією у Франції, яка запропонувала туристичні послуги в сільській місцевості, була «Національна організація будинків відпочинку і зеленого туризму» (Federation Nationale des Gites de France). Організація координує розвиток сільського туризму в країні та надає господарствам відповідні знаки якості.</p> <p>В країні є спеціальні категорії агроосель, які пропонують відпочинок для інвалідів, дитячий відпочинок в сільській місцевості під час шкільних канікул, відпочинок господарям разом з їх домашніми улюбленцями. Підтримку розвитку курортних сіл у Франції забезпечує інвестиційна програма "Gites de France programme chalets-loisirs".</p> <p>Важливою умовою агротуризму у Франції є обов'язкове навчання всіх сільських жителів, які бажають пропонувати туристичні послуги. У Франції власниками сільських садиб у більшості випадків є міські жителі або туристичні компанії.</p>
<p align="center">Іспанія</p> <p>В Іспанії зовнішній потік агротуристів зрівнявся з внутрішнім, завдяки дотриманню вимог якості обслуговування, що контролюється асоціаціями господарів агросадиб, та налагодженості мережі інформаційної підтримки сільського туризму. Класифікація сільських садиб виділяє три групи: сільський готель (HR – hotel rural); замок, історичний маєток (CA – Castillo); сільський будинок (CR – casa rural). Також існує категоризація сільських готелів за системою "INNS OF SPAIN", згідно якої їм присвоюється від 1 до 4 тюльпанів.</p> <p>В Іспанії функціонує біля 5 тисяч сільських готелів, 750 мають категорію (1–4 тюльпани). Окремі з них знаходяться в старовинних замках чи монастирях.</p>
<p align="center">Італія</p> <p>З самого початку агротуризм в Італії розглядався сільським населенням як основна форма підприємницької зайнятості. Тому в цій країні агротуристичний бізнес тісно пов'язаний з курортами.</p> <p>У 90-ті роки ХХ сторіччя завдяки пільговому режиму оподаткування для сільськогосподарського підприємництва в Італії з'явилися престижні котеджі і пансіони не нижче 3-х зіркового рівня. Важливим чинником розвитку сільського зеленого туризму є виникнення спеціальних готелів у сільській місцевості біля монастирів.</p> <p>Хоча в Італії вартість послуг сільського зеленого туризму майже вдвічі вища ніж в Іспанії чи Франції, щороку ними користуються до 2 мільйонів людей (78% з яких – італійці). Річний дохід сільського зеленого туризму становить 350 мільйонів доларів США.</p>
<p align="center">Греція</p> <p>У Греції, сільським туризмом займається до третини сільських громад, причиною такої масштабної участі в розвитку сільського зеленого туризму є криза в аграрному секторі країни.</p>

Країна / Характерні особливості
<p align="center">Польща</p> <p>Розвиток сільського зеленого туризму в Польщі почав розвиватися у 1990-х роках. Селяни, які надають послуги у сфері сільського зеленого туризму, вважаються власниками та за законом звільнені від сплати податку на доходи фізичних осіб. На відміну від підприємців, власники не зобов'язані реєструвати свою діяльність в місцевих органах влади. Відповідальність сторін щодо здійснення діяльності у сфері сільського туризму спеціальними нормативними актами не регулюється.</p> <p>Категоризація садиб зеленого туризму здійснюється Польською федерацією сільського туризму «Гостинні господарства» на добровільних засадах і забезпечує додаткову рекламну підтримку з боку федерації сільського туризму. Максимальна категорія агросадиб – III, що відповідає трьом сонечкам.</p>
<p align="center">Угорщина</p> <p>Угорське законодавство не містить конкретного визначення сільського зеленого туризму. В Угорщині традиційними є терміни: «сільська хутірська гостинність», «сільський туризм» тощо. Особисті доходи від користування власним будинком, розташованим у сільській місцевості, згідно угорського законодавства не оподатковуються. В Угорщині спеціальні пільги пропонують селянським фермерським господарствам, які надають послуги сільського зеленого туризму в менш розвинених регіонах.</p>
<p align="center">Швеція</p> <p>Відмінність регулювання розвитку сільського зеленого туризму в Швеції характеризується досконалістю професійного самоврядування населення. Господарі заміських садиб приймають заміських відпочиваючих у відповідності до державної програми «Сільська гостинність».</p>
<p align="center">Словаччина</p> <p>У Словаччині для розвитку сільського зеленого туризму функціонує Європейсько-словацька спілка агротуризму та туризму (EZAT), яка представляє інтереси підприємців у сферах туризму, охорони та розвитку історико-культурної спадщини, охорони навколишнього середовища.</p> <p>Члени організації надають консультаційну допомогу підприємцям, організують навчання та семінари, беруть участь у виставках, ярмарках та інших рекламних заходах, співпрацюють з міжнародними асоціаціями у сфері сільського туризму, ведуть базу даних сільського розміщення, забезпечують ефективне та конкурентоспроможне проживання. Держава підтримує сільський туризм як альтернативу розвитку сільських територій з метою збереження багатofункціональності словацьких сіл та створення фінансових та організаційних умов для дотримання принципів сталого розвитку.</p>
<p align="center">Румунія</p> <p>У Румунії інтереси власників туристичних селянських господарств представляє Національна асоціація сільського, екологічного і культурного туризму ЛМТЯЕС, яка була створена в 1994 році і має 30 відділень. Її виконавча структура складається з ради директорів, виконавчого комітету та відділів (маркетинг, бронювання, спеціальні програми).</p>

Країна / Характерні особливості
<p align="center">Румунія (продовження)</p> <p>Серед операторів сільського туризму 90 % – місцеві, 10 % – з великих міст. Відповідно до географічного розподілу діяльності, 80 % житла розташовано в горах, з них 85 % в сільській місцевості, 5 % у малих містах і 10 % у передмістях.</p>
<p align="center">Великобританія</p> <p>У Великобританії існує Національна організація сільського туризму та агротуризму, яка забезпечує акредитацію осель.</p> <p>В країні існує багато рекламних та інформаційних довідників про об'єкти сільського зеленого туризму. Кожен містить характеристику спектра послуг та яскраві рекламні слогани, які розкривають різноманітність сільського туризму. До них належать: «Відчуйте себе господарем країни», «Осягніть велич світанків», «Відчуйте незабутній смак щойно приготованого у сільській оселі сніданку», «Вдихайте на повні груди чисте повітря своєї країни», «Відкрийте для себе красу, різноманіття і світ Британської сільської місцевості», «Підніміться на гору для пікніка, повудьте форель, насолоджуйтеся традиційним чаєм з домашніми вершками чи погодуйте улюблене ягнятко».</p> <p>Британська асоціація фермерів заохочує популярність сільського зеленого туризму з метою просування більш різноманітного спектру послуг у їхніх будинках. Так, у південно-західній Англії реставрують старі ферми, які користуються успіхом у туристів, де підвищений рівень комфортності поєднується з частково збереженим старим меблюванням.</p>

Джерело: побудовано автором на основі [3–5].

Як показав аналіз зарубіжного досвіду функціонування сільського зеленого туризму, робота з населенням виступає найважливішим аспектом його розвитку. Власники господарств повинні переконатися в перспективах розвитку туристичної діяльності на селі.

Кожна країна вибирала свої методи організації сільського зеленого туризму і в процесі розвитку цього бізнесу єдиного підходу не існує. Кожна країна відрізняється своїми кліматичними та етнокультурними умовами.

Таким чином, можна зробити висновок на основі вище проаналізованих досліджень, що основними напрямками розвитку сільського зеленого туризму в Україні є: чіткий розподіл сільського зеленого у на підвиди і ці поняття мають бути закріплені законом; формування нового бачення сільського зеленого туризму має базуватися на маркетингових методах визначення його сильних і слабких сторін, загроз та потенційних можливостей розвитку; розробка організаційного-економічного механізму стимулювання та підтримки суб'єктів сільського зеленого туризму в контексті

гармонізації та інтеграції економічної й соціальної стратегій розвитку регіонів країни.

Список використаних джерел:

1. ГО «Спілка сільського зеленого туризму України». URL: <https://www.greentour.com.ua/>
2. Європейська федерація сільського туризму. *RURALTOUR*. URL: <https://www.ruraltour.eu/>
3. Івашина Л. П. Порівняльний аналіз зарубіжного та українського досвіду публічного регулювання розвитком сільського зеленого туризму. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2021. URL: http://www.dy.nauka.com.ua/pdf/2_2021/36.pdf
4. Король М. М., Кадар А. І. Аналіз європейського досвіду організації зеленого туризму. *Ефективна економіка*. URL: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/10_2021/4.pdf
5. Rural Development and Rural Tourism: The Impact of Infrastructure Investments. URL: <https://www.intechopen.com/chapters/75227>

СТРАТЕГІЯ ЦИФРОВИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ УПРАВЛІННЯ СИСТЕМИ ПОДАТКОВОЇ СЛУЖБИ (НА ПРИКЛАДІ ЗАПОРІЗЬКОГО РЕГІОНУ)

Бурашнікова Олена,

burasnikoval@gmail.com

Інженерний навчально-науковий інститут імені Ю. М. Потебні ЗНУ

(м. Запоріжжя, Україна)

Анотація. У статті досліджено цифрову трансформацію податкового адміністрування, яка є важливою частиною стратегії доходів. Сьогодні податкові органи цифровізують послуги, активізують використання бази даних, щоб зменшити ухилення від сплати податків, вирішити проблему дотримання податкового законодавства.

Abstract. The article examines the digital transformation of tax administration, which is an important part of the revenue strategy. Today, tax authorities are digitizing services, intensifying the use of databases to reduce tax evasion and solve the problem of compliance with tax legislation.

Актуальність теми цифрової трансформації управління системи податкової служби має велике практичне значення для сучасних умов, так як є важливою частиною середньострокової стратегії доходів, забезпечуючи механізм значного покращення відповідності органів влади, яка вважається одним із активів фінансування державного та місцевого бюджетів. По-перше, актуальність дослідження пов'язана з тим, що вирішення даної проблеми вимагає високого рівня відданості з боку політиків, комунікаційної стратегії всіх суб'єктів господарювання, яка фокусується на управлінні зацікавленими сторонами, повністю сформульованого плану впровадження дорожньої карти на рівні місцевих органів влади. По-друге, особливого значення набуває аналіз розвитку цифрових технологій у податковій службі, в основі яких закони цифровізації – Big Data, пов'язаний з експоненціальним розвитком інформації; впровадження програмного забезпечення та розвиток смарт-технологій (інтелектуальних, розумних), використання майнінг даних (пошук інформації) та data science (робота з великими об'ємами неструктурованої інформації), детермінованих ІКТ – інформаційно-комп'ютерними і комунікаційними технологіями. Все це свідчить про те, що роль податкового адміністрування різко змінилася за останнє десятиліття, темпи змін різко прискорилися в останні роки завдяки розробці та впровадженню нових технологій, а також застосування технологій до функцій і процесів

податкового адміністрування. По-третє, від мобілізації стимулюючих виплат та інших фіскальних стимулів для вразливих верств населення до посилення мобілізації внутрішніх ресурсів для стабілізації фінансів та інвестування у розвиток, податкові органи змушені прискорити цифровізацію та упроваджувати інноваційні технологічні рішення у діяльність податкових служб. Це може допомогти розв'язати безпрецедентні можливості та виклики, отримати більшу частину належного доходу за рахунок підвищення зборів, розширення сфери діяльності та відповідальності. По-четверте, керівники податкових служб повинні визначитися з формуванням концепції цифровізації та упровадити її у свої служби.

Мета дослідження – проаналізувати теоретичні виміри стратегії цифрових трансформацій управління системи податкової служби та розробити державну програму вдосконалення стратегії цифрових трансформацій управління системи податкової служби, вивчивши при цьому міжнародний досвід та найкращі напрацювання у цій сфері. *Об'єкт дослідження* – соціально-економічні закономірності стратегії цифрових трансформацій управління системи податкової служби в умовах цифровізації. *Предмет дослідження* – вплив цифровізації на розвиток стратегії цифрових трансформацій управління системи податкової служби. Виконанню завдань дослідження сприяє системна, синергетична, нелінійна методологія складності, що є умовою формування стратегії цифрових трансформацій управління системи податкової служби в умовах цифровізації. Велику роль відіграє Agile-методологія, як теоретична основа цифрових компонентів (методологія гнучкості та адаптивності), в основі якої використання цифрових технологій – робототехніки, штучного інтелекту, 3D-виробництва, нано- і біотехнологій. Методологічна основа дослідження визначається комплексом загальнонаукових методів, філософських і спеціальних методів, серед яких слід виділити структурно-функціональний, синергетичний, системний, моделювання і прогнозування, логіко-історичний, порівняльний, що допомагають проникнути у сутність досліджуваної теми. Методологія допомагає показати, що завдяки цифровим технологіям формується архітектоніка цифрових трансформацій управління системою податкової служби в умовах цифровізації. Виділимо авторів, які дають практичні рекомендації, як здійснити означені трансформації у податковій сфері – Ч. Бланко, А. Себрейро, Д. Дхімітрі, В'єт Ань Нгуєну, П. Понраджу, М. Васіке, Остін Гулсбі. Серед зарубіжних вчених ми виділяємо також роботи з цифровізації та трансформації суспільства – Шарма Ручіро, Макстон Грема, Рандерс Мейсон Полака,

Ха-Юн Чанга. Серед українських роботи таких авторів, як: Д. Веремчук, І. Гербіченко, Н. Гончарук, Р. Ільєнко, Д. Насипайко, О. Ряба, В. Столяров, О. Фрадинський, Л. Якимчук.

У цих роботах представлено такі напрями податкової політики, як: сутність податкової політики та її роль у державному регулюванні економіки; реформування податкової системи України у контексті міжнародної інтеграції; принципи оподаткування в національних податкових системах країн з транзитивними економіками; вибір оптимальних принципів оподаткування та зменшення податкового навантаження як передумова створення ефективної податкової системи. Проте, майже не приділено уваги впливу цифровізації на розвиток стратегії цифрових трансформацій управління системи податкової служби. Ми намагаємося показати вплив цифровізації на податкову систему України, зокрема впровадження штучного інтелекту, «розумного виробництва», smart-технологій (розумних технологій), які мають велике значення для податкової політики місцевих адміністрацій.

Останні інновації, засновані на концепціях та інструментах цифрових технологій, дедалі більше революціонізують практики, процедури, засоби контролю, робочі процеси в усіх організаціях і типах професій податкової цифровізації. Цифрова трансформація податкового адміністрування є важливою частиною порядку денного країни, яка відіграє ключову роль у досягненні цілей збору доходів. Керівники регіонів повинні сприяти підвищенню ефективності, швидкості та прозорості податкової сфери, щоб отримувати більше доходів завдяки покращеній відповідності політики, для чого повинна бути здійснена цифрова трансформація податкового адміністрування. Стратегія, планування та реалізація цифрової податкової трансформації повинні бути пов'язані з ширшим податковим планом, для чого слід використовувати всі інструменти, доступні для реформи: інструменти діагностики, податкове адміністрування з точки зору ефективності та продуктивності, реагування на потреби платників. У сучасних умовах цифровізації адміністрування податків – це, по суті, бізнес управління інформацією. Ці елементи сильно підтримуються за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ), які представляють необхідність реформування податкової служби. Технологічні зміни впливають на організаційну структуру, бізнес-процеси та кадрову політику [1].

Крім простого впровадження нових інструментів і технологій, справжня цифровізація податкового адміністрування передбачає комплексну правову та інституційну трансформацію. Масовізація інноваційних технологій привела до того, що цифрова

трансформація представляє інтеграцію цифрових технологій у всі бізнес-сфери організації, що призводить до фундаментальних змін у її діяльності та способах створення цінності. Інтернет речей (IoT), великі дані, 5G, революція 4.0, блокчейн і багато інших незнайомих термінів виникли на шляху нової парадигми. Податкові органи постійно шукають підвищення ефективності, технології полегшують обробку великих баз даних і дозволяють вивчати поведінку платників податків. Цифровізація значно підтримала процеси аудиту, реєстрації, збору, відбору та податкових спорів. Однак потреба в цифровізації стала ще більш очевидною після Covid-19, який серйозно вплинув на робочі процеси. Це також вказує на важливість дилем, які принесла цифрова трансформація, так як цифровізація є інноваційною, відіграє роль коментаторського чинника, який включається у періоди нестабільності та сприяє відновленню порушеного балансу між економічними, технологічними і культурно-духовними чинниками, які можуть привести до цифрового прориву системи.

Керівники податкових органів повинні замислитися про вплив цифровізації не лише на робочі процеси, але й на власну ідентичність, бізнес-моделі, стратегії, цінності та працівників служб, які повинні володіти сучасними цифровими компетентностями. Податкові органи мають вивчити такі питання, як безпека даних, конфіденційність інформації громадян та етичні цінності при використанні технологій. Нові цифрові технології, які характеризують Четверту промислову революцію, такі як Інтернет речей, хмарні обчислення, штучний інтелект, машинне навчання, автоматизація, доповнена реальність, хмарні сервіси даних та інші інновації, продовжує революціонізувати цифрова трансформація. Сьогодні податкові органи цифровізують послуги, активізують використання бази даних, упроваджують системи штучного інтелекту, націлені на те, щоб покращити робочі процеси, виміряти ризики, зменшити ухилення від сплати податків, вирішити проблему дотримання податкового законодавства. Податкова політика має включати новітні технології в робочі процеси податкових служб, людський вимір податкових адміністрацій завжди має залишатися найважливішим. Мобілізація внутрішніх ресурсів стала основним пріоритетом програми сталого розвитку для податкових і митних органів. Інформаційні системи повинні відігравати вирішальну роль у мобілізації доходів, що може створити вкрай необхідний фіскальний простір для маневру та дозволити збільшити витрати на всі речі, які стимулюють потенційне зростання в середньостроковій перспективі.

Нові технології також можуть підвищити ефективність внутрішніх операцій податкових і митних органів, зменшити витрати, оскільки вони покращують здатність збирати доходи завдяки розумнішому використанню інформації. Особливий інтерес представляє машинне навчання, яке можна використовувати для вирішення складних проблем, які виникають через нездатність податкових органів ефективно обробляти величезні обсяги даних. Щоб досягти значущих і ефективних цілей, необхідно визначити комплексну стратегію, яка охоплює регуляторні, інституційні та операційні аспекти, запровадити проривні технології та керувати ними у процесі побудови податкових і митних органів майбутнього. Цей процес включає всі необхідні коригування традиційних операційних моделей для досягнення довгострокової та сталої ефективності, пропонування нових і вдосконалених послуг платникам податків і розвитку нових можливостей у ключових сферах, таких як цифрове виставлення рахунків-фактур, податкові платежі, цифрова фіскалізація, розширена аналітика даних, ланцюжки вартості та факторинг. Такі цифрові напрями упровадження дозволяють податковим і митним адміністраціям обробляти величезні обсяги інформації, а також підвищити надійність, точність і своєчасність обробки інформації, що в цілому зменшує витрати на адміністрування [2].

Мобілізація внутрішніх ресурсів стала основним пріоритетом програми сталого розвитку для податкових і митних адміністрацій. Інформаційні системи повинні відігравати вирішальну роль у мобілізації доходів, а успішні зусилля щодо мобілізації доходів можуть створити вкрай необхідний фіскальний простір для маневру та дозволити збільшити витрати на всі речі, які сприяють потенційному зростанню у середньостроковій перспективі, включаючи інфраструктуру, охорону здоров'я та освіти. Інформаційні системи платників податків повинні сприяти зменшенню зловживань і корупції у податкових адміністраціях, оскільки платникам податків, які взаємодіють з організацією в електронному вигляді, не потрібно зустрічатися віч-на-віч із податковими службовцями під час стандартних операцій. Там, де платники податків взаємодіють із податковими службовцями, ефективні інформаційні системи забезпечують природний стримуючий чинник для зловживань, оскільки результати дискреційних дій зазвичай реєструються в контрольних журналах. Зі зменшенням зловживань і корупції податкові органи можуть очікувати подальшого збільшення доходів для організації. Додатковою перевагою

є потенційний внесок у екологічну стійкість, зокрема зменшення викидів вуглекислого газу.

Виходячи з досвіду, ключовими чинниками успіху цифрової трансформації є: 1) встановлення трансформаційної стратегії та бачення; 2) досягнення ідеальної організаційної структури; 3) забезпечення того, щоб цифрова трансформація відбувалася на основі стратегії, дорожньої карти трансформації та чіткого плану дій; 4) сильна команда для підтримки процесу; 5) визнання важливості людського фактора; 6) покращення бізнес-процесів; 7) усунення фрагментації, структури та якості систем і даних; 8) сприяння сприйняттю та довірі користувачів через інклюзивну програму управління змінами. Організаційна структура для централізації, стандартизації та оптимізації ІТ-ініціатив є важливим аспектом у розбудові інституційної ІТ-спроможності та ефективного використання ресурсів податкових адміністрацій [3]. З цією метою необхідно розробити інструменти оцінки людських ресурсів, які допоможуть зрозуміти та оцінити прогалини в кадровому та інституційному потенціалі податкової адміністрації. Крім того, криза COVID-19 глибоко вплинула на цифровізацію як стратегічний інструмент. Відповідні вдосконалення включають створення та підтримку можливостей віддаленої роботи, впровадження технологічної готовності та коригування, крім того, якість даних має вирішальне значення для оптимізації доступності та цінності даних, необхідних для досягнення цілей адміністрації.

У сфері оподаткування послуги та сервіси, які були лише в проєктах, сьогодні вже є реальністю. Здійснюються заходи для задоволення потреб платників у зручності, простоті та комфортності всіх процедур з оподаткування. Адже цифровізація, зокрема, допомагає нівелювати людський фактор у механізмах адміністрування податків. На цьому шляху органи Державної податкової служби України тісно співпрацюють з Міністерством фінансів України та Міністерством цифрової трансформації. Так, завдяки ефективній співпраці Державної податкової служби України та Мінцифри платники вже мають змогу користуватися на Порталі «Дія» такими цифровими послугами як є Малятко, ID14, цифровий податковий номер, шеринг документів, довідка про доходи. Також на Порталі «Дія» стали доступними сервіси податкової для фізичних осіб. Платники в розділі «Мої податки» на Порталі «Дія» можуть отримати інформацію про свої податкові дані, стан розрахунків з бюджетом, дані про банківські рахунки, а також мають можливість сплати податків та подання декларацій для ФОП-спроценців. Важливим та сучасним проєктом, в реалізації

якого Державна податкова служба України бере активну участь у запровадженні «Дія.City», про запуск якого було оголошено під час третього Diiia Summit у Києві. «Дія.City» – це унікальний правовий та податковий простір для ІТ-компаній. Він поширюється на всю територію України та створює для технологічного бізнесу особливі умови, що враховують специфіку внутрішнього ринку та конкуренцію з іншими країнами. Складові «Дія.City» – це сприятлива податкова система; гнучкі форми співпраці з ІТ-спеціалістами – гіг-контракти, що поєднують переваги фрілансу та соціальні гарантії; гарантії захисту інтелектуальної власності; елементи англійського права, що спрощують доступ до інвестицій; гарантії захисту особи та власності від неправомірного втручання силовиків.

Крім того, Кабінетом Міністрів України 17 листопада 2021 року прийнято розпорядження №1467-р, яким схвалена Стратегія здійснення цифрового розвитку, цифрових трансформацій і цифровізації системи управління державними фінансами на період до 2025 року та затверджено план заходів щодо її реалізації. У рамках виконання зазначеного плану вдалося завершити підготовчі заходи з розроблення ІТ-проектів (розроблено технічні завдання, прийнято відповідні нормативно-правові акти), що дасть змогу запустити нові сервіси, зокрема митний реєстр об'єктів права інтелектуальної власності, здійснити інтеграцію до інформаційної системи портового співтовариства та автоматизованої системи управління ризиками. Також впроваджено Реєстр заяв про повернення суми бюджетного відшкодування податку на додану вартість, доопрацьовано інформаційно-телекомунікаційну систему «Податковий блок», запроваджено пілотний проект застосування новітніх моделей програмних та/або програмно-технічних комплексів для реєстрації розрахункових операцій, забезпечено доступ до сервісів системи електронного адміністрування податку на додану вартість та сервісів системи електронного адміністрування реалізації пального та спирту етилового. Крім того, впроваджені механізми зупинення реєстрації податкової накладної / розрахунку коригування в Єдиному реєстрі податкових накладних та автоматизованого моніторингу відповідності податкових накладних / розрахунків коригування критеріям оцінки ступеня ризиків. Розпочато процес впровадження інформаційної системи управління плануванням та виконанням місцевих бюджетів «LOGICA», що є інструментом планування і виконання бюджетів, здійснення контролю за дотриманням бюджетного законодавства на кожній стадії бюджетного процесу щодо місцевих бюджетів. Слід вивчати концепції податкової політики

у країнах ЄС. Суму податку, яку сплачує кожен громадянин, визначає національний уряд разом із тим, як витрачаються зібрані податки. ЄС наглядає за національними податковими правилами: 1) щодо ділової та споживчої політики ЄС, щоб забезпечити вільний рух товарів, послуг і капіталу в ЄС (на єдиному ринку); 2) податки не дискримінують споживачів, працівників або підприємства з інших країн ЄС. Єдиний ринок дозволяє вільно торгувати товарами та послугами через кордони в межах ЄС. Щоб полегшити це для бізнесу та уникнути викривлення конкуренції між ними, країни ЄС погодилися узгодити свої правила оподаткування товарів і послуг. Деякі сфери отримують вигоду від спеціальних угод, таких як податок на додану вартість (ПДВ) або податки на енергоносії та електроенергію, тютюн і алкоголь. ЄС також співпрацює з країнами ЄС щодо координації економічної політики та податків на прибуток. Мета полягає в тому, щоб зробити їх справедливими, ефективними та сприяти розвитку податкової політики. Це важливо для забезпечення ясності щодо податків, які сплачують люди, які переїжджають до іншої країни ЄС, або підприємства, які інвестують за кордон. Ця координація також допомагає запобігти ухиленню від сплати податків: 1) податок на доходи фізичних осіб по країнах ЄС; 2) податок на компанію в країнах ЄС; 3) транскордонні податкові питання. Процес трансформації місцевого самоврядування після 1989 року не був однаковим у всіх країнах ЦСЄ. Всі країни ратифікували Європейську хартію місцевого самоврядування, тому закони, що регулюють самоврядування в більшості з цих країн базувалися на рекомендаціях Європейської Ради. Основні відмінності у розвитку місцевого самоврядування стосуються прийняття нових законів про місцеве самоврядування, встановлення нової територіальної організації системи місцевого самоврядування та запровадження та організації нової системи місцевих фінансів. Проте виявилось, що нові моделі територіального устрою призвели до появи великої кількості малих муніципалітетів із сумнівною життєздатністю. У деяких країнах існує проміжний рівень, представлений провінціями чи регіонами. Розвиток місцевого самоврядування в країнах ЦСЄ тісно пов'язаний із розподілом фіскальних повноважень і повноважень між різними рівнями управління та з процесом фіскальної децентралізації, тобто з передачею відповідальності за планування, управління, управління та розподіл ресурсів від центрального уряду до нижчого рівня місцевого самоврядування. Однак аналіз базових показників фіскальної децентралізації не показує істотного покращення ступеня фіскальної децентралізації

у більшості країн. Крім того, у більшості з них нижчі рівні місцевого самоврядування сильно залежать від бюджетних трансфертів з центрального уряду, тоді як їхні власні джерела доходів (насамперед власні податкові та неподаткові надходження) недостатні для фінансування всіх функцій місцевого самоврядування – уряд. Іншими словами, ці країни постійно стикаються з необхідністю посилення фіскальної децентралізації, що створює нові виклики, насамперед щодо оптимальної передачі не лише завдань і зобов'язань, а й фінансових ресурсів на місцевий рівень управління. Це створило б основу для реальної фіскальної автономії органів місцевого самоврядування. Саме з цієї причини подальші реформи місцевих фінансів були майже щоденною темою численних дискусій у країнах ЦСЄ.

Сьогодні ми цифровізуємо послуги, беремо участь у цифровому уряді, активізуємо використання баз даних, здійснюємо розробку систем штучного інтелекту, використовуємо роботів, тобто ми націлені на відкриття того, як новітні технології можуть покращити робочі процеси, виміряти ризики, зменшити ухилення від сплати податків і вирішити проблему дотримання податкового законодавства. Наша податкова політика має включати новітні технології в наші робочі процеси, а людський вимір наших податкових адміністрацій завжди має залишатися найважливішим. Цифровізація сприяє підтримці процеси аудиту, реєстрації, збору, відбору та податкових спорів. У минулому процес трансформації був зосереджений на фіскальних відносинах між різними рівнями управління, сьогодні реформи зосереджені на пошуку шляхів збільшення частки незалежних джерел доходів одиниць бюджетів всіх рівнів.

Список використаних джерел

1. Voronkova Valentyna, Kaganov, Yuriy, & Metelenko, Natalia. Conceptual basis of “the digital economy forsight model”: european experience (Концептуальні засади моделі «форсайт цифрової економіки»: європейський досвід). *Humanities studies* : Collection of Scientific Papers / ed. V. Voronkova. Zaporizhzhia : Publishing house “Helvetica№», 2022. № 10 (87). С. 9–19.
2. Нікітенко В. О., Васильчук Г. М., Мержинський Є. К. Мережева економіка як чинник підвищення ефективності цифровізації у контексті розвитку цифрового суспільства від 1G до 5G. *Humanities studies* : Collection of Scientific Papers / ed. V. Voronkova. Zaporizhzhia : Publishing house “Helvetica”, 2022. 10 (87). С. 112–121.
3. Воронкова В. Г., Каганов Ю. О., Метеленко Н. Г. Формування цінностей цифрового суспільства і цифрової людини в умовах INDUSTRY 4. 0 та глобалізації. *Humanities studies* : збірник наукових праць / гол. ред. В. Г. Воронкова. Запоріжжя : Видавничий дім «Гельветика», 2022. Вип. 11 (88). С. 16–25.

СІЛЬСЬКИЙ ТУРИЗМ У КАРПАТСЬКОМУ РЕГІОНІ УКРАЇНИ: КРОКИ ДОСЯГНЕННЯ ЦІЛЕЙ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Бучко Жанна,

zh.buchko@chnu.edu.ua

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

Анотація. У статті проаналізовано передумови та можливості організації сільського зеленого туризму в Карпатському регіоні України, що базується на природних, культурних та інфраструктурних атракціях. Значна увага приділена просторовим особливостям концентрації агросадиб, диверсифікації послуг та питанням сталого розвитку туризму в регіоні.

Abstract. The article analyzes the prerequisites and opportunities for organizing rural green tourism in the Carpathian region of Ukraine, which is based on natural, cultural and infrastructural attractions. Considerable attention is paid to the spatial features of the concentration of agricultural estates, diversification of services and issues of sustainable development of tourism in the region.

Становлення і розвиток сільського зеленого туризму має надзвичайно велике економічне, політичне та соціальне значення для населення України, зокрема амець е форма організації туризму може стати «рятувальним жилетом» для українського села, а для Карпатського регіону України – одним зі шляхів досягнення цілей сталого розвитку.

Розуміння сільського зеленого туризму в Україні формується протягом останніх десятиріч. Характерні особливості: визначений контингент споживачів (жителі урбанізованих територій; люди пенсійного віку); відмінність послуг розміщення та харчування від традиційних видів відпочинку; можливість долучення до знань щодо ведення сільського господарства; перебування в екологічно чистій місцевості.

Метою і мотивацією вибору відпочинку в сільській місцевості є:

- відсутність коштів для відпочинку на дорогих фешенебельних курортах;
- необхідність оздоровлення в кліматичних умовах, рекомендованих лікарем;
- близькість до природи і можливість проводити більше часу на свіжому повітрі;
- можливість харчуватися екологічно чистими і дешевими продуктами [4];

– можливість долучитися до сільськогосподарських робіт задля задоволення;

– першочергова потреба у спокійних умовах життя;

– участь в місцевих святах і розвагах.

Визначення туризму як галузі пріоритетного розвитку Карпатського регіону України робить необхідним всебічне оцінювання ресурсної бази, можливостей широкого використання території для туристської діяльності. У сільському зеленому туризмі саме рекреаційні ресурси є фундаментом успішного процесу розвитку екоагротуристичного бізнесу [3]. Туристичні ресурси слугують передумовою виробництва конкурентного туристичного продукту.

Усі природні складові рекреаційно-ресурсного потенціалу Карпатського регіону відзначаються такими властивостями: оздоровчо-релаксаційна, психокомфортна, атракційна, екологічна, ландшафтно-естетична, пізнавально-туристична та ін. Характерними природними рекреаційно-ресурсними складовими слугують клімат, рельєф, гідромережа, ландшафтне та біотичне різноманіття регіону.

Біотичні туристичні ресурси представлені рослинним світом, приваблюють своїм специфічним середовищем, видовим різноманіттям, естетичною привабливістю рослинних угруповань і окремих видів рослин, можливістю споживання плодів тощо.

Природно-заповідний фонд Карпатського регіону зберігає ландшафтне та біотичне різноманіття й представлений практично усіма категоріями заповідних територій, найбільшу цінність становлять біосферні заповідники та національні природні парки. Внаслідок створення таких територій досягається збереження рослинного і тваринного світу, ландшафтів. Для туризму цікавою є інша функція природно-заповідних територій, а саме можливість їх рекреаційного природокористування.

Карпатський регіон володіє найбільш щільною мережею історико-культурних пам'яток України. Загалом на цій території налічується понад 125 тис. пам'ятників історії, археології й архітектури. на обліку держави в регіоні перебуває понад 7 тис. історико-культурних пам'яток, у т. ч. близько 3 тис. атракційних пам'яток архітектури на даний час включені в мережу екскурсійно-туристичних маршрутів краєм. Одних лише пам'яток архітектури загальнонаціонального значення в межах Карпатського регіону зосереджено 33,7% від їх кількості в державі, пам'яток місцевого значення – 36,7% від чисельності даної групи пам'яток нашої країни.

Одним із найперспективніших видів відпочинку в Карпатському регіоні є сільський зелений туризм. Сільський відпочинок стимулює облаштування сільських осель та благоустрій сільської місцевості, створює додаткові шляхи наповнюваності місцевих бюджетів, є важливим екологічним та естетичним фактором.

Важливими передумовами для розвитку туризму в Карпатському регіоні України в цілому та сільського зеленого туризму зокрема, є:

- розташування у центрі Європи та близькому сусідстві з країнами Європейського Союзу сприяє розвитку прикордонного та міжнародного туризму;

- частина унікальної Карпатської лісогірської геоекосистеми, яка має важливе рекреаційне значення не тільки для України, але і для всього Європейського континенту;

- сприятливі кліматичні умови: м'яка зима і тепле літо, що сприяє організації цілорічного відпочинку та лікування;

- рекреаційні ресурси визначають пріоритетність розвитку відпочинкового, оздоровчого та санаторно-курортного туризму.

Найбільш привабливою щодо організації сільського зеленого туризму з-поміж областей Карпатського регіону є Івано-Франківська, що зумовлено історичними, природничими, суспільно-історичними, соціокультурними та інфраструктурними чинниками. За різними джерелами нами було виявлено, що на території Івано-Франківської області послуги розміщення надають 864 агрооселі.

Аналізуючи територіальний розподіл агроосель по території області, слід відзначити наступне:

- садиби приймають туристів на території Яремчанської міської ради, а саме: в м. Яремче, смт Ворохта, с. Микуличин, с. Поляниця, с. Татарів, с. Яблуниця;

- садиби знаходяться на території усіх районів та Яремчанської міської ради, однак їх щільність по окремих громадах істотно відрізняється.

На цій підставі в межах Івано-Франківщини нами виділено три різні туристичні райони за рівнями туристичної освоєності, атракційністю, специфікою пропонованого турпродукту сільського зеленого туризму, зокрема Ворохтинсько-Яремчанський, Верховинсько-Косівський і Осмолодсько-Болехівський райони.

Ворохтинсько-Яремчанський туристичний район – це туристична «столиця» Українських Карпат, де сконцентровано понад 2/3 гірських туркомплексів Івано-Франківщини та більше 50% садіб сільського зеленого туризму області. Така щільна концентрація саме тут зумовлюється близькістю головних

природних та культурних атракцій, а також наявністю лідера серед гірськолижних комплексів України – Буковелю.

Верховинсько-Косівський туристичний район – другий за популярністю й масовістю потоків туристичний район області. Тут знаходяться два великі туристичні центри: Косів і Верховина. Як осередок сільського зеленого туризму є давнім і традиційним завдяки привабливій природі та етнокультурним надбанням Гуцульщини.

Осмолодсько-Болахівський туристичний район – це один з потенційно найперспективніших районів туристичного освоєння Українських Карпат. Район межує з найбільшими бальнеологічними курортами заходу України (Трускавець, Моршин).

Сільський зелений туризм є дієвим інструментом досягнення сталого розвитку в Карпатах, чому сприяє [2]:

- використання природоохоронних територій (біосферні заповідники, національні і ландшафтні парки) для розвитку пізнавального і кваліфікованого туризму;

- добра збереженість культурної й етнографічної спадщини місцевих жителів, що сприятлива для розвитку різноманітних форм сталого туризму;

- відродження сільського туризму і перетворення його в один з маркових продуктів української частини Карпатського регіону;

- інституційне забезпечення впровадження елементів сталого туризму через регіональні туристичні асоціації, природоохоронні установи, місцеві органи самоврядування та робочі групи з розвитку окремих форм туризму;

- нагромаджений досвід впровадження державними і громадськими організаціями проєктів зі сталого туризму на регіональному і локальному рівні.

Розміщення садіб сільського зеленого туризму неминуче приурочене до основних туристичних дестинацій Карпатського регіону (як приклад – популярний гірськолижний курорт Буковель). Для мінімізації екологічних наслідків масового туризму (гірськолижного, відпочинкового, активного та ін.) в Українських Карпатах львівськими науковцями пропонуються проєкологічні заходи стосовно туристичної інфраструктури регіону: очищення стічних вод закладів розміщення (туристичні комплекси, бази відпочинку, місця концентрації індивідуальних засобів розміщення), упорядкування і забезпечення стійкості піших шляхів, протиерозійне облаштування гірськолижних трас та під'їзних гірських доріг; детальне опрацювання екологічної компоненти в інвестиційних проєктах розбудови великих і середніх туристичних комплексів,

забезпечення моніторингу стану довкілля під час будівництва, експлуатації та функціонування комплексів [2].

Для всіх карпатських областей актуальними залишаються подальший розвиток туристичної інфраструктури та поліпшення якості послуг. Своєрідною моделлю становлення форм сталого туризму для Українських Карпат може стати сільський зелений туризм та диверсифікація рекреаційних занять: відвідування еко-освітніх стежок, активний туризм (піший, водний, велосипедний, спелеологічний тощо), етнокультурні анімаційні програми із залученням музеїв та мистецьких креативних майстерень [1]. Зокрема, активно впроваджуються нові для регіону туристичні пропозиції: контактні ферми, іпотерапія, апітерапія, історико-етнографічні програми, етноанімація, участь у ярмарках, фестивалях та майстер-класи з традиційних ремесел. Значна роль у рекламі етнографічних продуктів і послуг у сільських місцевостях належить регіональним туристичним ярмаркам (Івано-Франківськ, Львів, Ужгород, Чернівці) та етнографічним фестивалям (Гуцульський, Маланка, Буковинські зустрічі тощо).

Успішне впровадження політики сталого розвитку в туристичну галузь Карпатського регіону передбачає ефективніше використання природних, історико-культурних та інфраструктурних ресурсів для диверсифікації туристичного продукту з акцентом на екологічний, сільський та етнокультурний туризм, з одночасним впровадженням традиційних рекреаційно-туристичних видів (активного туризму), передусім на територіях національних природних парків, на засадах сталості та зменшення негативного впливу функціонування туристичної інфраструктури. Саме з таких позицій формування ефективної регіональної політики щодо впровадження елементів сталого розвитку туризму в Карпатському регіоні відповідає пріоритетам Рамкової Конвенції про охорону та сталий розвиток Карпат.

Список використаних джерел

1. Бучко Ж. Креативні мистецькі майстерні: збереження етнокультурної спадщини та можливості й перспективи для диверсифікації сільського туризму. *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. С. 55–58.
2. Зінько Ю., Мальська М., Іваник М., Благодир С. Туризм у Карпатському регіоні: загрози для довкілля та способи сталого розвитку. *Вісник Львівського університету. Серія географічна*. 2014. Вип. 45. С. 443–451.

3. Rudenko V., Zayachuk M., Buchko Z., Ieremiia H. Farming economies in Ukraine by resource potential aggregate. *Human Geographies – Journal of Studies and Research in Human Geography*. Vol. 11, No. 2, November 2017, Bucharest, 2017. P. 231–240.

4. Rudenko V., Zayachuk M., Zayachuk O., Buchko Z. Social-geographic bases for the formation of component structure of agrarian clusters as perspective forms for cooperation of farming economies in Ukraine / *International Journal of Agriculture and Crop Sciences*. 2014. Volume 7, Number 1. P. 47–51. URL: www.ijagcs.com IJACS

СИНЕРГІЯ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТА ЕКОТУРИЗУ В ІТАЛІЇ ТА ПОРТУГАЛІЇ

Венгерська Наталя,

nataljavengerskaja@ukr.net

Безкоровайна Лариса,

lvbeskorovaynaya@gmail.com

Бойка Олена,

olena.boika.ua@gmail.com

Череп Олександр,

cherep2508@gmail.com

Запорізький національний університет

(м. Запоріжжя, Україна)

Анотація. Синергія екологічного та гастрономічного туризму дає змогу використовувати продукти харчування у розрізі двох вимірів: 1) як складову гастрономічної спадщини території; 2) як інструмент збереження біорізноманіття з акцентом на місцеве та органічне виробництво. Проведено аналіз особливостей поєднання гастрономічного та екологічного туризму на прикладі бізнес-моделей країн ЄС (Італії, Португалії).

Abstract. The synergy of ecological and gastronomic tourism makes it possible to use nutrition in two dimensions: 1) as a component of the gastronomic heritage of the territory; 2) as a tool for preserving biodiversity with an emphasis on local and organic production. The peculiarities of gastronomic and ecological tourism combination were analysed on the example of EU business models (Italy, Portugal).

Останніми роками в таких країнах Європейського Союзу як Португалія та Італія поширилася тенденція використання екологічних або «зелених» практик управління бізнесом, у тому числі в секторі туризму та індустрії гостинності. Туристичний бізнес пропонує споживачам екологічні тури, розміщення в еко-готелях, садибах та еко-гастрономічні тури в «зелених» ресторанах, що має прямий та непрямий вплив на навколишнє середовище.

Розглядаючи італійські практики поєднання еко-, гастро-, агро- та відповідального туризму, можна відмітити туристичні дестинації в Лігурії, Тоскані та на Сицилії. В Італії досить відомою є туристична локація Чінкве-Терре в Лігурії, відвідуючи яку туристи можуть долучитися до «сталих ініціатив»: дізнатися про вплив туризму на маленькі міста, такі як Чінкве-Терре; допомогти місцевому населенню у будівництві кам'яних стін у місті задля збереження їх архітектурної спадщини. Популярними є туристичні

локації, спрямовані на збереження культури «повільної їжі» (slow food) на противагу фастфуду (fastfood). Наприклад, італійська туристична компанія Vistaterra, яка займається просуванням на ринок екологічного туризму в поєднанні з гастрономічною та історичною спадщиною, надає відвідувачам послуги розміщення у розкішних номерах та харчування у вигляді “slow food”, захищаючи традиційну та регіональну кухню й співпрацюючи з місцевими постачальниками та підприємствами. На Сицилії останнім часом відбувається ренесанс екологічного та сталого туризму, зокрема місцеві фермери готові показувати та відкривати стародавні методи ведення сільського господарства для туристів, щоб вони змогли зрозуміти фермерський спосіб життя. У той же час в регіоні є туристичні ініціативи, присвячені захисту морського життя Сицилії. Тенденція поєднання бізнес-моделей еко-туризму з гастротуризмом в сільській місцевості також є поширеною в сфері сімейного туристичного бізнесу в Тоскані [1].

Невід’ємною частиною екотуризму та індустрії гостинності стали «еко-готелі». Розглянемо португальський кейс поєднання еко-, гастро- та промислового туризму на прикладі еко-готелю “Eco Hotel Vila Galé Albacora” в місті Тавіра (округ Фаро, регіон Алгарве, Португалія) (рис. 1).



Рис. 1. Еко-готель “Eco Hotel Vila Galé Albacora” в місті Тавіра (округ Фаро, регіон Алгарве, Португалія) [2]

Цей готель належить до однієї з найбільших та найкращих португальських готельних груп Vila Galé Group, яка була заснована в 1986 році. Готель розташований в природньому парку Ria Формоза (порт Parque Natural da Ria Formosa) та став результатом реставрації колишнього табору з вилову тунця “Arraial Ferreira Neto”, де люди проживали з березня по вересень. Табір Arraial Ferreira Neto був створений в 1943 році біля міста Тавіра. Він виконував роль допоміжної структури для рибальських пасток

з вилову тунця способом «альмадрава» (створення лабіринтів з сіток). В його основу була закладена концепція автономної міської одиниці з житловими районами (розміщення 150 рибальських сімей), промисловою зоною для обробки тунця та майстернею, зоною відпочинку, яка включала школу та церкву [3]. Зі зменшенням кількості виловленого тунця, спад якого почався в 1961 році, значення табору зменшилося, а на початку 70-х років він більше не виконував своєї ролі та став напівзанидбаним.

Індустріальний ландшафт табору Arraial Ferreira Neto був змінений при його реставрації та перетворений на готель Vila Galé Albasora, що тепер має унікальні архітектурні, культурні та постіндустріальні особливості. Наразі промислову спадщину вилову риби демонструє тематичним музей мистецтва вилову тунця, що розташований в готелі (рис. 2).



Рис. 2. Постіндустріальний ландшафт табору Arraial Ferreira Neto у природному заповіднику Ріа Формоза (Тавіра (до та після реставрації) [4, с. 690]

У 2009 році португальська готельна група Vila Galé Group розпочала свій перший великий проект у сфері сталого розвитку, який передбачав управління екологічними ресурсами, збереження

соціокультурної ідентичності громади міста Тавіри та забезпечення економічної діяльності в довгостроковій перспективі. Виконуючи цей проєкт, готель Vila Galé Albasora прагнув розвинути кращі екологічні практики в сфері гостинності, зокрема: зменшення та контроль споживання енергії, води та сировини; оптимізація ресурсів; поводження з відходами; дотримання Директиви (ЄС) 2019/904 і Закону № 76/2019 про упаковку та відходи з упаковки [5].

Готелем був розроблений комплекс пізнавальних природоохоронних заходів, які включали туристичні маршрути природною зоною. Еко-готель Vila Galé Albasora є інтегрованим проєктом з екотуризму та збереження навколишнього середовища, що має три напрями: збереження та посадка місцевої рослинності та прибирання екзотичних видів на території навколо готелю. Крім того, щорічно на своїх об'єктах готель проводить заходи з екологічної освіти, майстер-класи, тренінги з екотуризму та спостереження за птахами.

Більш новаторським з точки зору зеленої практики є досвід 5-ти зіркового італійського готелю Toscana Resort Castelfalfi [6–7]. Готель Toscana Resort Castelfalfi оточений землями з оливковими галями, полями та широкими виноградниками, що оброблялися тисячоліттями. Сьогодні 11 000 гектарів родючої землі продовжують оброблятися традиційними методами землеробства для виробництва великої кількості органічних продуктів. 25 гектарів виноградників виробляють не менше шести органічних вин, а 10 000 оливкових дерев дають змогу виробити до 100 % органічної оливкової олії першого віджиму. Мед із польових квітів також виробляють за допомогою органічних методів бджільництва. Гості можуть спробувати мед на смак на місці. У певні місяці року гості також можуть взяти участь у зборі винограду та оливок.

Бізнес-модель готелю передбачає низькі викиди вуглекислого газу та мінімальний вплив на навколишнє середовище завдяки використанню сучасного обладнання та дотриманню принципів зеленого будівництва для відновлення старовинних фермерських будинків.

Управління ресурсами готелю відбувається з використанням сталих практик:

- електростанція на біомасі забезпечує зелену теплову енергію для опалення та охолодження будівель;
- штучні озера, збираючи дощову воду, гарантують екологічно чисте зрошення полів для гольфу, виноградників і оливкових гаїв;

- не використовується пластик та здійснюється переробка матеріалів у ресторанах і барах;
- сільськогосподарське виробництво є повністю органічним;
- гольф-клуб має міжнародний екологічний знак високоякісного спорту в усьому світі GEO Certified™;
- підтримка місцевих постачальників і використання місцевої сировини.



Рис. 3. Панорама готелю Toscana Resort Castelfalfi (Тоскана, Італія) [6–7]

Важливо відмітити, що мінімальна ціна перебування для туриста чи гостя в даному комплексі починається з 400 євро на добу.

Відповідно така бізнес-модель синергії екологічного та нішевого гастрономічного (органічного) туризму в 5-зіркового готелі передбачає стратегію зняття вершків, що привертає до послуги увагу не всього ринку, а тільки деяких його сегментів з більш високим рівнем доходів.

Результатами використання такого підходу є високий прибуток і більш швидка окупність витрат екологічного готелю.

Використання методу кейс-аналізу європейських практик синергії гастрономічного та екологічного туризму в Італії та Португалії дає можливість виділити основні характерні ознаки диверсифікованих бізнес-моделей, які використовуються власниками туристичної та готельного сектору.

Розглянуті італійські та португальські практики засвідчили про диверсифіковані моделі, які поєднують такі види туризму: еко-, гастро-, агро- та відповідальний (Італія); еко-, гастро-, органічний та люксовий відпочивальний (Італія); еко-, гастро-, культурний та промисловий (Португалія).

Таблиця 1

Диверсифіковані бізнес-моделі гастрономічного та екологічного туризму на прикладі локацій в Італії та Португалії

Локація	Суть диверсифікованої моделі	Опис ціннісної пропозиції бізнес-моделі
Чінкве-Терре (Лігурія, Італія)	Малий сімейний бізнес. Еко-, гастро-, агро- та відповідальний туризм	Проживання у невеличких люксових будиночках або міні-готелях. Туристи долучаються до «сталих ініціатив» та допомагають місцевому населенню відродити архітектурну спадщину, морське біорізноманіття. Відвідування ресторанів та збереження культури «повільної їжі»
Еко-готель “Eco Hotel Vila Galé Albacora” (Португалія)	Готельний бізнес. Екологічний, гастрономічний, культурний та промисловий туризм	Проживання в екологічному 4-х зірковому готелі. Відвідування постіндустріальних ландшафтів та музеїв промислової спадщини. Знайомство з місцевою кухнею
Готель Toscana Resort Castelfalfi (Італія)	Готельний бізнес. Екологічний, гастрономічний, органічний та люксовий відпочивальний туризм	Проживання в екологічному 5-ти зірковому готелі. Відвідування оливкових, гаїв, виноградників. Органічні страви з місцевої їжі в ресторанах готелю

Джерело: складено авторами на основі [1–7].

Європейська практика розвитку гастрономічного та екотуризму на прикладі Італії та Португалії свідчить про використання

поєднання різних видів туризму, які сприяють сталому розвитку та впровадженню зелених практик управління ресурсами в туристичній та готельно-ресторанній сферах.

Подальшим напрямком дослідження є компаративний аналіз європейських та українських бізнес-моделей, які поєднують гастрономічний та екологічний туризм.

Список використаних джерел

1. Ecotourism and sustainable tourism in Italy. URL: <https://www.findyouritaly.com/ecotourism-and-sustainable-tourism-in-italy/>
2. Arraial Ferreira Neto. URL: https://pt.wikipedia.org/wiki/Arraial_Ferreira_Neto#Localiza%C3%A7%C3%A3o
3. VILA GALÉ ALBACORA. URL: <https://www.vilagale.com/en/hotels/algarve/vila-gale-albacora>
4. Loures L. Industrial Heritage: the past in the future of the city. *WSEAS. Transactions on Environment and Development*. 2008. № 4 (9). P. 687–696.
5. Ecotourism: the future of tourism in Portugal. URL: <https://projects2014-2020.interregeurope.eu/caponlitter/news/news-article/12514/ecotourism-the-future-of-tourism-in-portugal/>
6. Toscana Resort Castelfalfi. URL: <https://www.castelfalfi.com/>
7. Ecotourism: The Innovators. URL: <https://www.johansens.com/inspiration/ecotourism-the-innovators/>

МОДЕЛЬ ЦИФРОВОГО ТУРИЗМУ ЯК ЧИННИК КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТА СТАЛОГО РОЗВИТКУ ОРГАНІЗАЦІЙ ПІСЛЯ ПАНДЕМІЇ COVID-19

Воронкова Валентина,

valentinavoronkova236@gmail.com

Інженерний навчально-науковий інститут імені Ю. М. Потебні ЗНУ

(м. Запоріжжя, Україна)

Череп Алла,

cherep.av.znu@gmail.com

Череп Олександр,

cherep2508@gmail.com

Запорізький національний університет

(м. Запоріжжя, Україна)

Андрюкайтене Регіна,

regina.andriukaitiene@gmail.com

Марьямпольський університет прикладних наук

(м. Марьямполь, Литва)

Литовський університет спорту

(м. Каунас, Литва)

Анотація. В статті розглядається формування моделі цифрового туризму як чинник конкурентоспроможності та сталого розвитку організацій після пандемії COVID-19. Відмічається, що пандемія COVID-19 прискорила цифрову трансформацію. Криза COVID-19 продемонструвала потребу у необхідності зміни моделі туризму, так як туризм постраждав від кризи у найбільшій мірі. Ми намагалися розробити сучасну модель виходу туристичної галузі із кризи та умови досягнення сталого розвитку організацій.

Abstract. The article examines the formation of a digital tourism model as a factor in the competitiveness and sustainable development of organizations after the COVID-19 pandemic. It is noted that the COVID-19 pandemic has accelerated digital transformation. The COVID-19 crisis has demonstrated the need for a change in the tourism model, as tourism has been the most affected by the crisis. We tried to develop a modern model of exiting the tourism industry from the crisis and the conditions for achieving sustainable development of organizations.

Актуальність дослідження моделі цифрового туризму у тому, що розвиток туризму після пандемії COVID-19 прискорив цифрову трансформацію. Експерти сходяться на думці, що цифровізація в індустрії подорожей і транспорту призвела до прориву подібно до індустріалізації, під час якої парові машини та залізниці перевернули економіку з ніг на голову. Вірус безжально виявив давно

назрілу потребу у змінах у туризмі, прискоривши трансформацію організацій, яка змінила поведінку та очікування клієнтів. Усі, хто вчора скептично ставився до цифрових трендів, майже сьогодні змушені мати справу з цифровими пропозиціями у часи карантину та обмежень на контакти, в основі яких ті чи інші цифрового туризму як чинника конкурентоспроможності та сталого розвитку організацій.

Тенденція до розвитку креативних цифрових технологій, що повсюдно упроваджуються в організаціях, включаючи онлайн-бронювання та онлайн-підтримку подорожей, упровадження різноманітних креативних цифрових технологій у значній мірі зростає. Завтрашні мандрівники чекатимуть персоналізованих пропозицій, зручних процесів пошуку, простих процесів бронювання та повторного бронювання, безперебійних подорожей, які сприйматимуть як належне. З огляду на досвід пандемії COVID-19, безпека та гнучкість цифрових туристичних організацій будуть одними з основних у списку обов'язкових послуг [1]. Постачальники туристичних послуг повинні гарантувати безпечну роботу, високі стандарти гігієни та швидке повернення у разі кризи. Прозора, вичерпна інформація у режимі реального часу стає все більш важливою, але для цього необхідно тримати цифрові дані турфірм під контролем. Туристичні організації користуються все більшими даними, тому треба надагодити управління DATASPHERE туристичної організації, зберігаючи великі обсяги даних із різноманітних джерел. Штучний інтелект і методи прогнозування аналітики постійно аналізують цифрові бізнес-аналітики і структурують ці дані. Регулярна гігієна даних і добре скоординовані додатки CRM вже сьогодні є незамінними для забезпечення швидкого цифрового зв'язку з клієнтом і успішного формування лояльності клієнтів. Сьогодні туристів заохочують туристичні пам'ятки світового рівня, туристичні пропозиції та послуги високої якості, як приносять суцільне задоволення та відпочинок.

Як свідчить практика, турзм є одним із секторів, який найбільше постраждав від кризи COVID-19. Через понад рік після початку пандемії цифри очевидні: у 2020 році туристичні напрямки отримали на 1 мільярд менше міжнародних прибуттів, ніж у попередньому році. Крах у сфері міжнародних подорожей зменшив доходи від експорту приблизно на 1,3 трільйона доларів США, що більш ніж в 11 разів перевищує дефіцит, зафіксований під час останньої економічної кризи 2009 року. Криза поставила під загрозу від 100 до 120 мільйонів робочих місць у сфері туризму, більшість із яких у малих і середніх підприємствах.

Очолуваний державним і приватним секторами, туризм є не тільки важливим джерелом іноземної валюти, але, оскільки він зміцнює ланцюги поставок, підвищує продуктивність місцевого бізнесу, створює кожну десятку робочу силу та забезпечує дохід для жінок і молоді, він може також служити важелем розвитку. Майбутнє цього сектору в нинішньому контексті було в центрі дискусії щодо стійкості туризму та побудови кращого майбутнього (а), організованої в рамках заходу COT, спрямованого на підведення підсумків кризи туризму. Обміни між туристичними агенціями демонстрували важливі заходи, щоб підвищити довіру мандрівників, розуміти та слідкувати за новими ринковими тенденціями та драйверами попиту, взяти на себе зобов'язання побудувати більш стійкі та інклюзивні сектори туризму завдяки зростаючій важливості питання сталості.

Щоб спроекувати себе у світ розвитку туризму після COVID-10, Група Світового банку зробила ставку на екологічний, стійкий та інклюзивний підхід до туристичної сфери взагалі. Було досягнуто важливого прогресу в налагодженні державно-приватного партнерства та розширенні випуску облігацій збереження з метою забезпечення захисту природної спадщини під час туристичних криз. Стійкість виникає завдяки пріоритетності навколишнього середовища, людей і технологічних засобів для підготовки до зміни клімату та криз, для чого необхідно зосередитися на систематичному управлінні ризиками у всьому туристичному секторі [2].

Враховуючи вплив COVID-19 на вразливі групи, туристичні агенції визнають необхідність побудови більш інклюзивного сектора, що потребує спеціальної підтримки. Оскільки криза COVID-19 – це насамперед проблема охорони здоров'я, покращення безпеки здоров'я та зміцнення впевненості мандрівників – це виклики, які необхідно вирішити якомога швидше, сприяти розробці стандартизованих операційних протоколів для готелів і туроператорів, а також державно-приватного діалогу стратегій відновлення. Тому слід формувати модель туризму як чинник конкурентоспроможності і виживання організації, які є важливою галуззю економіки сталого розвитку європейських країн. Туризм робить значний внесок в економічні показники та створює цінні робочі місця як у альпійських, так сільських регіонах, так і в містах.

Безперечно, що європейський туризм переживає важкі часи, він є одним із секторів, які найбільше постраждали від пандемії COVID-19, проте сьогодні туризм символізує стійкість та інноваційну здатність. Своєю туристичною політикою модель європейського туризму розвиває найкращі його інноваційні якості,

технології, стратегії, що закладають основу європейської туристичної політики. Модель цифрового туризму як чинник конкурентоспроможності та трансформації організацій після пандемії COVID-19 оновлює попередню туристичну стратегію європейського туризму. Оновлена стратегічна цифрова модель дозволяє європейському туризму враховувати змінені рамкові умови туризму, адекватно вирішувати негайні та середньо-та довгострокові виклики, що постають перед європейським туризмом. Для успішної реалізації моделі європейської туристичної стратегії турагенції покладаються на співпрацю з усіма відповідними гравцями європейського туризму.

Тому як катализатор, пандемія прискорила цифрову трансформацію. Експерти сходяться на думці, що цифровізація в індустрії подорожей і транспорту призвела до прориву подібно до індустріалізації, під час якої парові машини та залізниці перевернули економіку з ніг на голову. Вірус безжально виявив давно назрілу потребу у змінах у туризмі. Найважливіше те, що нові цифрові підходи до діяльності змінили поведінку та очікування клієнтів. Усі, хто вчора скептично ставився до цифрових трендів, сьогодні змушені мати справу з цифровими пропозиціями в часи карантину та обмежень на контакти, можуть побачити ті чи інші переваги організацій [3].

У цифрових туристичних організаціях зростає тенденція до використання цифрових технологій, зокрема до онлайн-бронювання та онлайн-підтримки подорожей, які значно зростають. Завтрашні мандрівники чекатимуть персоналізованих пропозицій, зручних процесів пошуку, простих процесів бронювання та повторного бронювання та безперебійних подорожей і сприймуть як належне. З огляду на досвід пандемії COVID-19, безпека та гнучкість є одними з основних у списку обов'язкових послуг. Постачальники туристичних послуг повинні гарантувати безпечну роботу, високі стандарти гігієни та швидке повернення в разі кризи.

Прозора, вичерпна інформація в режимі реального часу стає все більш важливою. Для цього необхідно тримати дані турфірм під контролем. Сьогодні всі туристичні організації активно використовують штучний інтелект і методи прогнозування аналітики, які постійно аналізують і структурують ці дані. Регулярна гігієна даних і добре скоординованих додатків CRM вже сьогодні є необхідними для забезпечення швидкого цифрового зв'язку з клієнтом і успішного формування лояльності клієнтів. Туристів приваблюють туристичні пам'ятки світового рівня, що націлене на розвиток туристичних пропозицій та послуг високої якості.

Європейський відпочинок завжди суцільне задоволення, його розвиток є важливою галуззю європейської економіки, який вносить значний внесок у економічні показники та створює цінні робочі місця як у альпійських і сільських регіонах, так і в містах. Безперечно, що європейський туризм переживає важкі часи, він є одним із секторів, який найбільше постраждав від пандемії COVID-19, яка, на жаль, кидає виклик усім. Проте вже сьогодні європейський туризм сьогодні виживає і символізує демонструє стійкість та інноваційну здатність.

Модель цифрового туризму як чинник конкурентоспроможності та європейської туристичної політики оновлює попередню туристичну стратегію, яка дозволяє європейським туристичним організаціям враховувати змінені рамкові умови, адекватно вирішувати негайні та середньо- та довгострокові виклики, що постають перед європейським туризмом. Для успішної реалізації моделі європейської туристичної стратегії турагенти покладаються на співпрацю з усіма відповідними гравцями туризму. Пандемія COVID-19 швидко вдарила по європейському туризму, який різко знизився з березня 2020 року, постраждав туристичний попит з віддалених ринків, особливо постраждали міський і діловий туризм, а також напрямки, орієнтовані на іноземних гостей. Наразі неможливо передбачити, коли наслідки пандемії COVID-19 будуть повністю подолані [4].

Щоб впоратися з безпосередніми наслідками пандемії, європейський туризм підтримується численними загальними та спеціальними заходами підтримки. Туристична європейська стратегія розвитку європейського туризму довела свою ефективність, навіть на тлі пандемії COVID-19. Цілі спрямовані на виклики та потреби європейського туризму встановлюють пріоритети, які забезпечують цілеспрямовану реалізацію європейської туристичної політики. Орієнтація на реалізацію туристичної політики забезпечує її гнучкість і здатність діяти та реагувати. Тому модель туризму як чинник конкурентоспроможності і виживання організації оновлює стратегію туризму. Цілі попередньої моделі стратегії туризму будуть збережені: покращення базових умов, сприяння підприємництву, використання можливостей цифровізації та посилення привабливості пропозиції та присутності на ринку.

Крім того, додано мету «сприяти сталому розвитку». Модель розвитку конкурентоспроможного туризму враховує той факт, що сталий розвиток набув все більшого значення для туризму та пропонує численні можливості, які необхідно використати. Мета «сприяти сталому розвитку» має чітко наскрізний характер, тобто

є численні перехресні посилання на інші цілі європейської стратегії туризму. Реалізація нової туристичної стратегії європейської політики базується на активній цифровізації туристичної діяльності. Для кожної цілі визначено три заходи, тобто загалом 15 заходів. Чотири інструменти фінансування туристичної політики мають центральне значення для впровадження: сприяння інноваціям, співпраці та накопиченню знань у туризмі (“Innotour”).

Крім того, реалізація нової туристичної стратегії європейської політики у сфері туризму базується на чотирьох принципах встановлення пріоритетів, орієнтації на реалізацію, субсидіарності та орієнтації на цільову групу. У наступні роки, зокрема, буде посилено орієнтацію на цільову групу. З точки зору змісту, акцент буде зроблений на подальший розвиток європейського інвестиційного фінансування у найближчі роки. Метою сталого розвитку туризму та його виживання є модернізація та посилення сприяння інвестиціям, подальший розвиток політики фінансування, в тому числі інвестиційного фінансування, що відбувається в рамках багаторічної програми.

Реалізація моделі цифрового туризму як чинник конкурентоспроможності та європейської туристичної політики здійснюється консультативною групою, до складу якої входять зацікавлені сторони та туристичні підприємці, а також федеральна рада, представники політики, туристичних асоціацій, кантонів і науки. Це гарантує, що стратегія туризму реалізується відповідно до потреб і цільової групи, стратегічні основи якої будуть переглянуті і при необхідності регулюватися [5].

Модель цифрового туризму як чинник конкурентоспроможності та сталого розвитку організацій після пандемії COVID-19 є потужним рушієм економічного зростання та створення робочих місць. Після кількох десятиліть безперервного розширення та диверсифікації зараз це один із найважливіших і найшвидше зростаючих секторів економіки у світі. Сталий туризм може позитивно вплинути на засоби до існування жінок і чоловіків, може вивести громади з бідності, сприяти процвітанню та створювати економічні та соціальні переваги в країнах призначення.

Туризм має мультиплікаційний ефект, який поширюється на багато секторів – готелів, ресторанів, сільського господарства, торгівлі, транспорту – і, якщо ним управляти стабільно, він може сприяти диверсифікації туристичної економіки, просувати туристичну культуру та місцеві продукти, підтримувати місцевий бізнес і стимулювати роботу. Створення. Цілі сталого розвитку (ЦСР) – зокрема Цілі 8, 12 і 14, пов'язані з туризмом, відображають

важливість цього сектора для зайнятості, місцевого та національного економічного розвитку, культури, продуктів і послуг. Створення робочих місць у сфері туризму є особливо важливим для жінок, молоді та трудових мігрантів, які складають значну частку робочої сили в цьому секторі. Це в основному мікро-, малі та середні підприємства (ММСП), які є потужними рушійними силами зайнятості.

Незважаючи на свою ключову роль у створенні робочих місць і бізнесу, туризм стикається з дефіцитом гідної праці, який необхідно вирішити, щоб забезпечити повну реалізацію людського потенціалу для економічного розвитку, створення робочих місць і підвищення його продуктивності. Крім того, туризм і робота у цьому секторі піддаються швидким змінам, спричинених цифровізацією, демографічними змінами, глобалізацією та зміною клімату.

Для цілей цього звіту термін «сектор туризму» використовується як синонім «сектору готелів, громадського харчування та туризму», який включає:

1) розміщення (готелі, пансіонати, мотелі, туристичні та курортні селища);

2) громадське харчування та відпочинок (ресторани, бари, кафетерії, закусочні, паби, нічні клуби та інші подібні заклади; заклади, що забезпечують харчування та прохолодні напої в лікарнях, їдальнях компаній і їдальнях, школах, а також на борту літаків і кораблів);

3) управління подорожами та пов'язану з ними діяльність (туристичні агенції та туристичні гіді, туристичні офіси та конференц-центри та виставкові центри);

4) туристичні об'єкти (національні парки, музеї та їх розміщення).

Сектор туризму включає як послуги, що надаються мандрівникам, так і резидентам. Інші організації, що займаються туризмом, включаючи уряди та міжурядові чи неурядові організації, часто використовують ширші визначення та вважають, що «всі послуги та продукти», що споживаються туристами, включно з транспортом» підпадають під сектор туризму. Для цілей цього звіту сукупність «подорожі та туризм» мається на увазі, коли дані про туризм і подорожі були об'єднані.

Після багатьох років зростання та розширення криза COVID-19 показала мала руйнівний вплив на туристичний бізнес, засоби до існування працівників туристичної сфери, а також громади та країни, які від них залежать. Пандемія та обмеження на подорожі

та туризм, прийняті для стримування поширення коронавірусу, підкреслили крихкість сектора та його вразливість до потрясінь. Структурні недоліки, яких вже зазнав туристичний сектор, його висока фрагментація та взаємозалежність компаній, що входять до його складу – переважно ММСП – посилили наслідки пандемії [6].

Криза призвела до знищення мільйонів робочих місць, погіршення умов праці, особливо серед самозайнятих осіб, жінок і молоді, а також до численних банкрутств, зокрема ММСП. Незважаючи на заходи стримування та обмеження на подорожі, сектор продовжував відігравати важливу соціальну роль під час пандемії, навіть приймаючи нові функції, наприклад, у випадку з готелями, які слугували карантинними центрами. Однак, якщо туристичний сектор і професіонали продовжуватимуть пропонувати свої послуги населенню, вони зіткнуться з новими викликами щодо гідної праці та безпеки та гігієни праці.

Тому ми підкреслюємо важливість загального внеску туризму в зайнятість, вплив уповільнення економіки, який спостерігався під час пандемії, на економіку в цілому, можливість і необхідність сприяння швидкому, безпечному та безпечному відновленню Сектора. Сприяння розвитку малого та середнього бізнесу у сфері туризму є ов'язковим, щоб забезпечити безпечне та стійке відновлення сектора, відновити довіру та повернутися до роботи в безпечних умовах. Тому існує нагальна потреба покращити розвиток туризму, особливо враховуючи високу інтенсивність зайнятості у цьому секторі та його ключову роль у дуже залежних країнах, включаючи малі острівні держави, що розвиваються.

Ми намагаємося зосередитися на основних тенденціях розвитку туристичної діяльності та зайнятості як до, так і після пандемії COVID-19, а також величезного впливу на цей сектор, на компанії та спеціалістів, які входять до його складу. Розвиток туристичної галузі після пандемії COVID-19 зосереджується на необхідності:

- 1) сприяння відновленню, орієнтованому на людину, яке є інклюзивним, безпечним, стійким, справедливим;
- 2) на сприянні зростання стійких підприємств у туристичному секторі, зосереджуючись на можливостях і проблемах гідної праці;
- 3) ключових викликах з точки зору працевлаштування та навичок, соціального захисту, питань умов праці;
- 4) важливості соціального діалогу, міжнародних трудових стандартів і принципів та основних прав на роботі [7].

На формування моделі цифрового туризму як чинник конкурентоспроможності та сталого розвитку організацій після

пандемії COVID-19 вплинули глобалізація, цифрова трансформація та прогрес технологій, демографічні зміни та зміна клімату. Туризм уже давно є потужним рушієм соціально-економічного розвитку убагатово країн та регіонах світу, так як може сприяти створенню бізнесу та робочих місць, у тому числі в місцевих, прибережних, сільських чи ізольованих громадах, розвитку інфраструктури та громадських послуг.

Шістдесят років до 2020 року були відзначені майже постійним зростанням і постійною диверсифікацією туристичного сектору в усьому світі. У 2019 році туризм був одним із найбільших і найшвидше зростаючих секторів економіки у світі: на подорожі та туризм припадало 10,4 відсотка світового валового внутрішнього продукту (ВВП), або 8000 мільярдів доларів США (доларів США), а їх зростання становило 3,5% залишався швидшим, ніж в інших секторах економіки, за винятком інформаційних технологій і зв'язку та фінансових послуг. Діяльність у цьому секторі становила 8 відсотків загального експорту та 27,4 відсотка світового експорту послуг. Міжнародний туризм продовжував розвиватися швидше, ніж передбачалося довгостроковими прогнозами до пандемії COVID-19 [8].

Таким чином, ми намагалися прослідкувати за тенденціями розвитку туризму та вивчення передового світового досвіду, аналізуючи наукову ретельність і визнаний досвід у збиранні та аналізі статистичних даних та виявленні нових тенденцій виходу туристичної галузі з кризи пандемії COVID-19; детальним розумінням ринків і поведінки мандрівників; досягнення туристичними організаціями сталого розвитку; нових цифрових технологій у туристичних організаціях європейського і світового туризму.

Список використаних джерел

1. Венгерська Н. С., Воронкова В. Г., Безкоровайна Л. В., Осаул А. О. Диверсифікація сільського туризму через збалансованість та креативність: досвід Європи та України. Інтеграція освіти, науки і бізнесу : монографія. Т. 10 / за ред. А. В. Череп. Запоріжжя : Видавничий дім «Гельветика», 2021. С. 55–59.

2. Венгерська Н. С., Воронкова В. Г., Безкоровайна 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.

3. Череп А. В., Воронкова В. Г., Череп О. Г., Венгерська Н. С., Безкоровайна Л. В. Вплив креативних інноваційних технологій на сталий розвиток туристичної галузі в Європі після пандемії COVID-19. *Humanities studies* :

Collection of Scientific Papers. Zaporizhzhia : Zaporizhzhia National University, 2021. 8 (85). С. 134–146.

4. Венгерська Н. С., Воронкова В. Г., Череп А. В., Череп О. Г., Безкоровайна Л. В. Вплив креативних інноваційних технологій на сталий розвиток туристичної галузі в Європі після пандемії COVID-19. *Humanities studies* : Collection of Scientific Papers. Zaporizhzhia : Zaporizhzhia National University, 2021. № 9 (86). С. 168–179.

5. Воронкова В. Г., Череп А. В. Практичні заходи боротьби з кризою пандемії COVID-19 у країнах Європейського союзу. *Сучасні тенденції розвитку індустрії туризму та гостинності: глобальні виклики* : матеріали Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, м. Харків / колектив авторів ; Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова, 2022. С. 3–5.

6. Воронкова В. Г. Аналіз світових тенденцій переходу до сталого розвитку на основі цифрових трендів. *Економіко-правові дискусії* : матеріали III Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції студентів, аспірантів та науковців, 30 квітня 2022 р. Кропивницький : ЛА НАУ, 2022. С. 101–103.

7. Воронкова В. Г., Венгерська Н. С., Безкоровайна Л. В. Інновації у туристичному секторі як чинник конкурентоспроможності та виходу з кризи пандемії COVID-19. *Сучасні тенденції розвитку індустрії туризму та гостинності: глобальні виклики* : матеріали Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, м. Харків / колектив авторів ; Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова, 2022. С. 113–115.

8. Voronkova V., Nikitenko V., Vasylichuk. Gennadiy European paradigm of socially responsible governance as conditions for exiting the COVID-19 pandemic crisis. *ОСВІТНІЙ ДИСКУРС*: збірник наукових праць / гол. ред. О. П. Кивлюк. Київ : ТОВ «Науково-інформаційне агентство «Наука-технології-інформація». 2022. Вип. 39 (1–3). С. 26–36.

КОНЦЕПЦІЯ ТРАНСФОРМАЦІЇ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ В КРАЇНАХ ЄС НА ШЛЯХУ СТАЛОГО ТА КРЕАТИВНОГО РОЗВИТКУ

Воронкова Валентина,

valentinavoronkova236@gmail.com

Інженерний навчально-науковий інститут імені Ю. М. Потебні ЗНУ

(м. Запоріжжя, Україна)

Череп Алла,

cherep.av.znu@gmail.com

Череп Олександр,

cherep2508@gmail.com

Запорізький національний університет

(м. Запоріжжя, Україна)

Анотація. У статті проаналізовано концепції розвитку та трансформації сільських територій ЄС з огляду на питання сталого розвитку та креативні підходи до нього. Підкреслено, що диверсифікація економічної діяльності має базуватися на стійких місцевих економічних стратегіях, включаючи заходи розвитку креативного цифрового туризму, які зроблять їхнє середовище привабливим для компаній і розширюють цифрову грамотність.

Abstract. The article analyzes the concepts of development and transformation of the rural areas of the EU with regard to the issue of sustainable development and creative approaches to it. It is emphasized that the diversification of economic activity should be based on sustainable local economic strategies, including measures for the development of creative digital tourism, which will make their environment attractive for companies and expand digital literacy.

Сьогодні Європейська Комісія представила довгострокове бачення для сільських територій в ЄС, у якому визначено виклики та проблеми, з якими вони стикаються, водночас висвітлюючи деякі з найбільш перспективних можливостей для них. Базуючись на широких перспективних консультаціях з громадянами та іншими учасниками сільської місцевості, представлене сьогодні бачення пропонує сільський пакт і план дій для сільської місцевості, метою яких є зробити європейські сільські райони сильнішими, зв'язаними, стійкими та процвітаючими [5].

Щоб ефективно реагувати на основні зміни та виклики, викликані глобалізацією, урбанізацією та старінням, а також отримати переваги зеленого та цифрового переходу, необхідно запровадити політику та заходи, які враховують різноманітність.

По всій Європі населення сільської місцевості в середньому старше, ніж населення міської місцевості, і протягом наступного десятиліття почне повільно скорочуватися. Ця ситуація, у поєднанні з недостатнім зв'язком, нерозвиненою інфраструктурою та відсутністю диверсифікованих можливостей працевлаштування, а також обмеженим доступом до таких послуг, як громадський транспорт, школи, лікарні та підприємства, сприяє тому, що сільські райони стають менш привабливими для життя та роботи. У той же час сільські райони також відіграють активну роль у переході на зелені та цифрові технології [1].

Досягнення цілей, встановлених ЄС щодо його цифрових амбіцій до 2030 року, також може надати більше можливостей для сталого розвитку сільських територій за межами сільського господарства, тваринництва та лісівництва, оскільки це відкриває нові перспективи для зростання обробної промисловості та, перш за все, сфери послуг, сприяє кращому географічному розподілу послуг і галузей. Це довгострокове бачення для сільських територій в ЄС спрямоване на вирішення цих викликів і проблем, спираючись на нові можливості, які надає зелений і цифровий перехід ЄС, і уроки, отримані з пандемії коронавірусу. COVID-19, а також визначення шляхів покращення сільського якості життя, досягнення збалансованого територіального розвитку та стимулювання економічного зростання.

Концепція розвитку сільських територій в ЄС мобілізує учасників на європейському, національному, регіональному та місцевому рівнях для підтримки спільних цілей, представлених у баченні, для сприяння економічній, соціальній та територіальній єдності та відповіді на спільні прагнення сільських громад. У цьому відношенні Комісія відіграватиме роль посередника, мобілізуючи існуючі мережі та заохочуючи обмін ідеями та передовою практикою на всіх рівнях. Сьогодні Комісія також представила план дій щодо сприяння сталому, узгодженому та комплексному розвитку сільських територій. Декілька політик ЄС уже підтримують сільські території, сприяючи їх збалансованому, справедливому, екологічному та інноваційному розвитку [2].

У контексті розвитку сталого та креативного розвитку сільських територій в ЄС включає Спільну сільськогосподарську політику (CAP) і Політику згуртованості, які будуть важливими для підтримки та реалізації цього плану дій. До цих напрямків додано кілька інших сфер діяльності ЄС, які об'єднують свої зусилля, щоб втілити це бачення в реальності. Бачення та план дій встановлюють чотири сфери діяльності, які підтримуються флагами

ініціативами, щоб дозволити сільським районам бути: 1) сильніше: зосередження на розширенні можливостей сільських громад, покращенні доступу до послуг та просуванні соціальних інновацій, покращення зв'язку як з точки зору транспорту, так і цифрового доступу; 2) сталість: збереження природних ресурсів і озеленення сільськогосподарської діяльності з метою боротьби зі зміною клімату, гарантуючи при цьому соціальну стійкість через доступ до навчальних програм і різноманітні можливості для якісного працевлаштування; 3) процвітаюча диверсифікація економічної діяльності та збільшення доданої вартості сільськогосподарської та агропродовольчої діяльності.

Концепція розвитку сільських територій в ЄС підтримуватиме та контролюватиме реалізацію Плану дій ЄС у сільській місцевості та регулярно оновлюватиме його, щоб підтримувати актуальність. Вона також продовжуватиме співпрацювати з державами-членами та сільськими суб'єктами щодо питань сільського господарства. Крім того, буде запроваджено «сільське тестування», щоб переглянути політику ЄС з точки зору сільської місцевості. Мета полягає в тому, щоб краще визначити та врахувати потенційні наслідки та наслідки ініціативи Комісії для робочих місць, зростання та сталого розвитку в сільській місцевості. Нарешті, в рамках Комісії буде створено сільську обсерваторію для подальшого вдосконалення збору та аналізу даних щодо сільських територій. Концепція надасть корисну інформацію для розробки політики розвитку сільської місцевості та реалізації плану дій у сільській місцевості [5].

Концепція трансформації сільських територій ЄС на шляху сталого та креативного розвитку культивує довгострокове бачення для сільських територій, що знаменує собою перший крок у процесі, щоб зробити сільські території сильнішими, краще зв'язаними, стійкими та процвітаючими до 2040 року. Концепція розвитку сільських територій в ЄС включає основні інструменти для досягнення цих цілей, сприяючи гармонійному розвитку всього Союзу, зміцнюючи його економічну, соціальну та територіальну єдність і зменшуючи розриви між різними регіонами [3].

У квітні 2021 року було проведено опитування Євробарометра для визначення пріоритетів довгострокового бачення розвитку сільської місцевості. Це показує, що 79 % громадян ЄС хочуть, щоб ЄС враховував сільські райони у своїх рішеннях щодо державних витрат; 65 % усіх громадян ЄС вважають, що місцева територія чи провінція повинні мати можливість вирішувати, як витратити кошти ЄС для інвестицій у сільську місцевість; 44 %

вказують, що інфраструктура та транспортне сполучення є важливою потребою в сільській місцевості; понад 50 % респондентів заявили, що інфраструктура є найнагальнішою потребою у сільській місцевості; 43 % респондентів назвали серед нагальних потреб доступ до основних послуг і зручностей, таких як вода та електрика, а також до банків і поштових відділень.

Протягом наступних 20 років респонденти вважають, що привабливість сільських територій значною мірою залежатиме від наявності цифрового зв'язку (93 %), основних послуг та онлайн-сервісів (94 %), від покращення клімату та екологічних показників сільського господарства (92 %) Віце-президент з питань демократії та демографії пані Дубравка Шуїца сказала, що майже 30 % людей в ЄС живуть у сільській місцевості, тому уряди прагнуть значно покращити якість життя, спираючись на нові можливості, які надає зелений і цифровий перехід ЄС, а також уроки, отримані з пандемії COVID-19. Цією комунікацією уряд хоче створити новий поштовх на користь сільських територій, зробити їх привабливими, жвавими та динамічними, зберігаючи, звичайно, їхній власний характер.

Концепція розвитку сільських територій в ЄС хоче надати сільським районам і громадам більше голосу у формуванні майбутнього Європи. Комісар з питань сільського господарства Януш Войцеховський вважає, що сьогодні сільські території є важливими для ЄС, оскільки вони виробляють їжу, зберігають спадщину та захищають ландшафти, відіграють ключову роль у переході на зелені та цифрові технології. Однак уряди повинні забезпечити сільські громади правильними інструментами, щоб повною мірою скористатися наявними для них можливостями та вирішити виклики, з якими вони зараз стикаються. Довгострокове бачення для сільських територій є першим кроком до трансформації сільських територій [5].

Нова концепція трансформації сільських територій в ЄС на шляху сталого та креативного розвитку сприятиме цьому баченню, оскільки вона сприяє розумному, стійкому та диверсифікованому сільськогосподарському сектору, підтримує захист навколишнього середовища та кліматичні дії, зміцнює соціально-економічну структуру сільської місцевості. Ми забезпечимо, щоб План дій ЄС у сільській місцевості забезпечував сталий розвиток наших сільських територій. Пані Еліза Феррейра, Комісар з питань згуртованості та реформ, відмітила, що хоча всі ми стикаємося з однаковими викликами, засоби, активи та можливості, які мають сільські території, щоб протистояти їм, різні. Політика має

враховувати особливості різних регіонів. Демократичний і єдиний Союз має бути побудований ближче до громадян і територій, залучаючи різні рівні управління [4].

Довгострокове бачення для сільських територій рекомендує рішення, адаптовані до їхніх конкретних потреб і активів, за участю місцевої влади та місцевих громад. Сільські території повинні мати можливість надавати основні послуги своєму населенню та використовувати свої активи, щоб стати опорою економічного розвитку. Усі ці цілі є основою нової політики згуртованості на період 2021–2027 років. Довгострокове бачення для сільських територій ЄС – це їх становлення як сильніших, зв'язаних, стійких і процвітаючих територій до 2040 року. Щоб гарантувати, що сільські території можуть продовжувати відігравати ці важливі ролі, у повідомленні Європейської Комісії викладено довгострокове бачення розвитку сільських територій ЄС до 2040 року.

У ньому визначено сфери дій, спрямовані на створення сильніших, пов'язаних, стійких і процвітаючих сільських територій і громад. Пакт щодо сільської місцевості та План дій ЄС у сільській місцевості з реальними флагманськими проектами та новими інструментами допоможуть досягти цілей цього бачення. 20 грудня 2021 року віце-президент Шуїца, комісар Войцеховський і комісар Феррейра надіслали відкрите запрошення приєднатися до спільноти Rural Pact. Вони закликали всі зацікавлені органи влади та організації висловити свою підтримку спільних цілей бачення та взяти активну участь у розвитку Пакту. Пропозицію щодо Пакту було схвалено на конференції Rural Pact 16 червня 2022 року.

Зацікавлені сторони можуть брати участь у розбудові Пакту, приєднавшись до спільноти Rural Pact і взяти на себе зобов'язання допомогти досягти однієї чи кількох цілей. Сільська місцевість – це тканина європейського суспільства та серцебиття європейської економіки. Вона є основною частиною ідентичності та економічного потенціалу. Уряди висловили занепокоєння щодо того, щоб плекати та зберігати село та інвестувати в його майбутнє. Довгострокове бачення для сільських територій ЄС – це ініціатива Європейської Комісії щодо розробки спільного європейського бачення на 2040 рік. Формуючи це довгострокове бачення, Комісія зібрала погляди сільських громад і бізнесу через публічні консультації та заходи під керівництвом зацікавлених сторін [5].

Завдяки цьому процесу співпраці Комісія створила широко-масштабне бачення та комплексний план дій у сільській місцевості, щоб допомогти сільським громадам і підприємствам повністю розкрити свій потенціал у найближчі десятиліття. Виникло чотири

взаємодоповнюючі напрями дій, які втілюють довгострокове бачення, спрямоване на створення сильніших, об'єднаних, стійких і процвітаючих сільських територій до 2040 року. Сільські райони мають бути домом для повноважних та активних місцевих громад. Надання жінкам і чоловікам можливості брати активну участь у політиці та процесах прийняття рішень із залученням широкого кола зацікавлених сторін і мереж, а також усіх рівнів управління, є ключовим фактором для розробки індивідуальних, локальних та інтегрованих політичних рішень та інвестицій. Необхідно розробляти інноваційні рішення для надання послуг, максимально використовуючи можливості, які пропонують цифрові інструменти, заохочуючи соціальні інновації [5].

Подальший розвиток сільських територій залежить від їх хорошого сполучення між собою та з приміськими та міськими районами. Це полегшує їх охоплення, покращуючи доступ до ширшого спектру послуг для місцевих громад. Підтримання або покращення послуг громадського транспорту та зв'язків, а також поглиблення цифрової інфраструктури є важливими для забезпечення кращого сполучення між сільськими районами ЄС. Більш стійкі сільські райони, які сприяють добробуту. Збереження природних ресурсів, відновлення ландшафтів, у тому числі культурних, екологізація сільськогосподарської діяльності та скорочення ланцюжків поставок зроблять сільські території більш стійкими до зміни клімату, стихійних лих та економічних криз, відбудеться виплеск розвитку сільського туризму. Як постачальники послуг, що захищають екосистеми, і рішень для вуглецевої нейтральності, сільські території відіграють ключову роль у сталій біо- та циркулярній економіці.

В основі нової концепції трансформації сільських територій в ЄС досягнення на шляху сталого та креативного розвитку, що акумулюється терміном «процвітаюча сільська місцевість, де буде розвинений сільський туризм». Сільські території стануть більш процвітаючими шляхом диверсифікації економічної діяльності за рахунок нових креативних секторів, включаючи сільський туризм, що позитивно вплине на зайнятість і підвищення доданої вартості сільськогосподарської та агропродовольчої діяльності. Диверсифікація економічної діяльності має базуватися на стійких місцевих економічних стратегіях, включаючи заходи розвитку креативного цифрового туризму, які зроблять їхнє середовище привабливим для компаній і розширюють цифрову грамотність. Це сприятиме збереженню справедливої частки вартості, створеної сільським господарством у сільській місцевості, включаючи

ключові статистичні дані для сільських районів ЄС, що стосуються демографії, економічного розвитку, соціальної інтеграції та екологічної стійкості, розвитку сільського креативного туризму.

Список використаних джерел

1. Венгерська Н. С., Воронкова В. Г., Череп А. В., Череп О. Г., Безкоровайна Л. В. Вплив креативних інноваційних технологій на сталий розвиток туристичної галузі в Європі після пандемії COVID-19. *Humanity Studies*. 2021. № 9 (86). С. 168–179.

2. Венгерська Н. С., Воронкова В. Г., Безкоровайна 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.

3. Воронкова В. Г., Венгерська Н. С., Безкоровайна Л. В. Інновації у туристичному секторі як чинник конкурентоспроможності та виходу з кризи пандемії COVID-19. *Сучасні тенденції розвитку індустрії туризму та гостинності: глобальні виклики* : матеріали Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, м. Харків / колектив авторів; Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова, 2022. С. 113–115.

4. Череп А. В., Воронкова В. Г., Череп О. Г., Венгерська Н. С., Безкоровайна Л. В. Вплив креативних інноваційних технологій на сталий розвиток туристичної галузі в Європі після пандемії COVID-19. *Humanities studies : Collection of Scientific Papers. Zaporizhzhia : Zaporizhzhia National University*, 2021. № 8 (85). С. 134–146.

5. Vision à long terme pour les zones rurales: vers des zones rurales de l'UE plus fortes, connectées, résilientes et prospères. URL: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/fr/ip_21_3162 (07 жовтня 2022 року).

ВПЛИВ РЕГІОНАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ ЄС НА РОЗВИТОК НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Гамова Оксана,
gamova5oxana@gmail.com

Переверзєва Анна,
Міхайлов Денис,
Запорізький національний університет
(м. Запоріжжя, Україна)

Анотація. *Активізація світових глобальних процесів, у які інтегровані всі країни, ставить перед кожною державою необхідність стратегічного переосмислення філософії власного розвитку з метою пошуку ресурсів економічного зростання та вирішення соціальних проблем. Проведення змін на регіональному рівні може стати одним із самодостатніх джерел активізації економічного і соціального розвитку на рівні національної економіки.*

Abstract. *The activation of world global processes, in which all countries are integrated, puts before each state the need for a strategic rethinking of the philosophy of its own development in order to find resources for economic growth and solving social problems. Implementation of changes at the regional level can become one of the self-sufficient sources of activation of economic and social development at the level of the national economy.*

Сучасний етап розвитку економіки для більшості країн характеризується значним рівнем міжрегіональної диференціації щодо рівня соціально-економічного розвитку. Тобто спостерігається значна диспропорційність просторового розвитку. Зазначене викликає необхідність зменшення міжрегіональних диспропорцій на основі реалізації виваженої регіональної політики та підтримка розвитку регіонів.

Зауважимо, що проблема міжрегіональної диференціації за рівнем соціально-економічного розвитку є характерною як для світової, так і національної економіки. В національній економіці спостерігається значна диспропорційність регіонального розвитку, що пов'язано із ресурсною диференціацією. Для вирішення проблем економічного розвитку регіонів доцільно використати позитивний досвід ЄС щодо формування регіональної політики. Тобто першочерговим завданням для України є вдосконалення принципів побудови регіональної політики, враховуючи вплив глобальних викликів, реально оцінюючи можливості щодо впровадження позитивних міжнародних практик та стандартів, котрі дозволять зменшити рівень економічної розбалансованості та диспропорційності. Наприклад, дієвою, на нашу думку, є концепція

щодо виокремлення полюсів та центрів зростання, економічного ядра регіону, розробка ефективних регіональних програм розвитку на принципах регіональної політики ЄС, котрі сприяють зниженню рівня регіональної диференціації [1].

Регіональна політика ЄС передбачає виконання декількох функцій, кожна з яких є важливою для збалансування просторового розвитку (рис. 1).

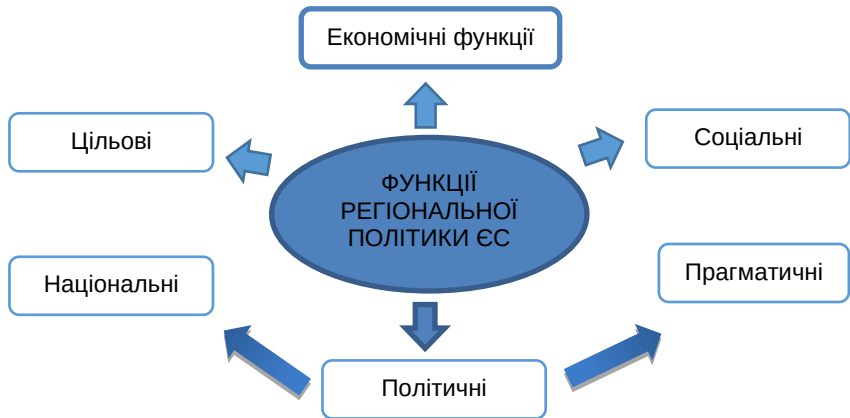


Рис. 1. Цілі регіональної політики ЄС

Джерело: складено автором на основі [2].

Важливою є цільова функція регіональної політики, котра визначає ефективність економічних перетворень, ступінь диспропорційності соціально-економічного розвитку. Економічні функції передбачають державне регулювання інвестиційної діяльності. При цьому значущість державного регулювання прямопропорційна важливості факторів виробництва для регіонального розвитку. Економічна функція пов'язана із соціальною, котра покликана забезпечити справедливість та рівність у суспільстві. Політичні функції поділяються на дві групи: національні – зовнішня безпека, територіальні цілісність та прагматичні – дотримання національних інтересів, врахування суспільних запитів тощо.

На основі вищезазначеного можна констатувати, що цільова спрямованість регіональної політики ідентифікує рівень економічної ефективності та соціальної справедливості, а також суспільні орієнтації та цінності.

Досвід країн ЄС доводить, що важливим на шляху зменшення диспропорційності регіонального розвитку є використання ефек-

тивних форм кооперації, тобто функція сумісності (compatibility) регіонів [3]. При цьому передбачається, що розмір адміністративного об'єднання має важливе значення для держави загалом і є менш значущим для регіону. Наприклад, у Німеччині відмінність між розмірами регіонів значніша, ніж у державах, в яких передбачається адміністративне і регіональне планування стандартизованих розмірів об'єднань. Зауважимо, що для регіонів у децентралізованих державах-членах ЄС спостерігається менша відстані між великими і малими державами-членами ЄС.

У зв'язку з вищезазначеним прийнято виокремлювати самодостатнього розміру (self-sufficient size) регіонів як індикатор соціально-економічного та регіонального планування [4].

Підкреслимо, що підвищити свою значущість регіони можуть через використання переваг горизонтальної кооперації та дотримання принципу рівності інтересів.

Регіональна політика ЄС також спрямована на «підштовхування» (impulse function) регіонів, що передбачає посилення впливу на місцеве населення через мову, культуру, історичні традиції тощо. Розвиток мережі зв'язків (networking) регіонів визначається їх здатністю співпрацювати та взаємодіяти на засадах рівності та партнерства. Зазначене є як між регіонами всередині ЄС, так і між транскордонними регіонами. У цьому аспекті саме двостороннє та багатостороннє міжрегіональне співробітництво є підґрунтям для вирішення певних конфліктів інтересів і реалізації транскордонної співпраці на горизонтальному рівні [5].

На основі проведеного аналізу можна підсумувати, що в Україні реалізація Європейської концепції регіоналізму є можливою лише за умови послідовного і цілеспрямованого запровадження її принципів. Тому першочерговими завданнями на державному та регіональному рівнях є:

- оцінка стану територій на основі визначеного потенціалу розвитку та ключових пріоритетів найменших адміністративно-територіальних утворень;

- створення сприятливих умов для формування самодостатніх місцевих бюджетів як основи реалізації потенціалу регіону та досягнення максимальної ефективності управлінської системи;

- запровадження програм навчання для представників органів державної влади, керівників територіальних громад, неформальних лідерів, ініціативної молоді як головних агентів змін та тих, хто реалізує головні засади державної політики на локальному рівні.

Отже, важливе значення досвіду регіональної політики Європейського Союзу для України визначається необхідністю

адаптації національної регіональної політики до європейських правил та стандартів задля досягнення економічної збалансованості та підвищення добробуту нації.

Список використаних джерел

1. Loughlin J. Regional Policy in the European Union, in: Stavridis S., Mossialos E., Morgen R., Machin H. (eds.) *New Challenges to the European Union: Policies and Policy-Making*, Dartmouth, 2007. 148 p.

2. Кіш Є. Регіональна політика Європейського Союзу: стратегічні імперативи для України. URL: <http://www.ji.lviv.ua/n23texts/kish.htm>.

3. Hooghe L., Keating M. The Politics of the European Union Regional Policy'. *Journal of European Public Policy*. 2004. № 1 (3). P. 367–393.

4. European Commission Regional Policy Directorate-General for Regional and Urban Policy. DG for Regional Policy and Urban Policy. URL: http://ec.europa.eu/dgs/regional_policy/index_en.htm.

5. EU Regional Policy. URL: http://ec.europa.eu/regional_policy/index_en.cfm.

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ НАСЛІДКИ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ МОДЕЛІ ЗЕМЛЕКОРИСТУВАННЯ ДЛЯ ЗБАЛАНСОВАНОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ

Дугієнко Наталя,
dugienkonata@ukr.net

Дугієнко Олександр,
Запорізький національний університет
(м. Запоріжжя, Україна)

Анотація. Розглянуто збалансований розвиток сільських територій через формування інноваційної моделі землекористування, що має сприяти соціально-економічному розвитку цих територій, поліпшувати якість життя населення та підвищувати ефективність використання виробничих ресурсів.

Abstract. The balanced development of rural areas through the formation of an innovative model of land use, which should contribute to the socio-economic development of these areas, improve the quality of life of the population and increase the efficiency of the use of production resources, is considered.

Концепцію збалансованого розвитку сільських територій безперечно можна розглядати як основу ефективності еколого-економічної політики держави. Формування такої концепції має враховувати особливості земельного потенціалу конкретної території. Оскільки саме збалансований розвиток землекористування, як сучасний метод управління у землекористуванні, сприяє соціально-економічному розвитку в умовах трансформаційних змін, дозволяє поліпшувати якість життя населення та підвищувати ефективність використання виробничих ресурсів. У сучасних умовах господарювання надзвичайно актуальною є проблема раціонального використання й охорони земельних ресурсів України. Стратегічний напрям підвищення рівня ресурсо-екологічної безпеки ґрунту, головного фактора життєдіяльності нинішнього й наступних поколінь, полягає у радикальній перебудові взаємовідносин між людиною і земельними ресурсами, що спонукає до переходу на інноваційну модель розвитку землекористування. Така модель має враховувати особливості функціонування суспільства на сучасному етапі та закономірності процесів використання земельних ресурсів, а також вплив на них інтенсивної виробничої діяльності, допустимі рівні антропогенних навантажень тощо.

Аналітичний огляд праць, присвячених проблематиці виокремлення інноваційних підходів у землекористуванні, дав можливість виокремити певні орієнтири. Так, І. С. Мареха [1] пропонує стратегію розвитку сільськогосподарського землекористування розглядати як науково обґрунтовану узагальнену модель перспективного, конкурентного, інноваційного розвитку сільського господарства, що включає мотиви здійснення екологічно орієнтованої інвестиційної діяльності, адміністративні ресурси й систему еколого-економічних показників, покладених в основу управління, що забезпечує продовольчу та еколого-ресурсну безпеку в регіоні.

«Інноваційна діяльність у сфері організації сільськогосподарського землекористування повинна бути орієнтована насамперед на формування ефективного еколого-економічного потенціалу, найбільш продуктивного виконання всіх виробничих процесів, введення інтенсивного використання агроландшафтів», – зазначає О. І. Шкуратов [2]. Науковець зазначає, що комплексна організація сільськогосподарського землекористування має забезпечуватись через використання автоматизованих технологій та здійснення проектних робіт на основі сучасних ГІС-технологій, здатних забезпечити високу якість проектування.

У працях Н. В. Кюрчевої інноваційний розвиток землекористування розкривається через науково-технічне забезпечення земельних робіт та інфраструктурне використання таких складових, як інвестиції, іпотека, оцінювання та моніторинг землі [3, с. 14]. Автор наполягає на тому, що інновації та їх інвестування в землекористування мають узгоджуватися у формі інноваційного бізнес-проекту.

Таким чином, перехід на інноваційний вектор розвитку землекористування має спиратись на певні принципи. Визначаючи принципи формування сільськогосподарського землекористування на інноваційних засадах варто зосередити увагу на тих, запровадження яких є перспективним і саме по собі – інновацією. Обґрунтування вказаних принципів полягає у такому:

– принцип наукової обґрунтованості землекористування – заходи, що здійснюються на земельних ділянках при сільськогосподарському виробництві, мають бути науково обґрунтовані на рівні сучасних досягнень НТП;

– принцип екологічності НТП у землекористуванні – науково-технічні розробки повинні базуватись на екологічному використанні земельних ресурсів та сприяти підвищенню їх ефективності;

– принцип стійкості землекористування – перехід від виробництва окремих продуктів землеробства до формування таких

комплексів, які не тільки включають сукупність створених матеріальних об'єктів, культурних цінностей, інформації, а також природних систем, сприяють покращенню добробуту, фізичного й духовного здоров'я, максимальному розкриттю творчого потенціалу людей;

– принцип утилітаризму – право приватної власності на землю дозволяє землевласнику використовувати земельну ділянку на ринкових умовах, тобто так, щоб отримувати від землекористування максимальний матеріальний зиск.

Ватро акцентувати увагу на тому, що форми організації інноваційного сільськогосподарського землекористування та системи землеробства тісно взаємопов'язані, оскільки перші визначають другі. Так, при використанні раціональних землекористування застосовують адаптивно-ландшафтну та контурно-меліоративну системи, а для альтернативних систем – біологічну (органічна, органо-біологічна, біодинамічна) та ґрунтозахисну (ґрунтозахисна біологічна) системи.

Інструментами управління формуванням сільськогосподарського землекористування на інноваційних засадах, на думку Котикової О. І., є: нормативно-правові акти з питань здійснення землеустрою; державні стандарти, норми і правила у сфері землеустрою; інвентаризація земель при здійсненні землеустрою; ґрунтові, геоботанічні та інші обстеження земель; бонітування ґрунтів; земельно-оціночні роботи; природно-сільськогосподарське районування земель; технічне та технологічне забезпечення; ліцензування діяльності у сфері землеустрою; державна експертиза документації із землеустрою; відшкодування шкоди, заподіяної у результаті здійснення землеустрою [4]. До засобів управління формуванням сільськогосподарського землекористування на інноваційних засадах можна віднести програми, схеми, проекти, спеціальні тематичні карти, атласи та технічну документацію.

Отже, інноваційна модель землекористування має враховувати: еколого-економічні показники; фактори, що обумовлюються рівнем фінансування землевпорядних робіт; розробку бізнес-плану з урахуванням корисного ефекту від впровадження заходу; порядок дій, що потребують узгодження з нормативно-правовими актами; розробка програм, що спрямовані на підвищення інноваційної активності у сфері використання землі; оцінку ефективності земельних заходів; різноманітні товарні та нетоварні види діяльності та продукції; системи натуральних та вартісних показників. Тож формування інноваційної моделі в умовах

збалансованості землекористування має реалізовуватися шляхом розроблення та впровадження стратегічних програм розвитку земельних відносин, фінансування фундаментальних досліджень, прикладних науково-дослідних робіт щодо розроблення та впровадження досягнень науково-технічного прогресу в аграрному виробництві [5].

У пріоритетах розвитку сільських територій на засадах збалансованого землекористування формування інноваційної моделі землекористування. Соціально-економічні наслідки від формування такої моделі полягають у підвищенні стандартів життя сільського населення, зростанні ефективності функціонування АПК, покращенні стану довкілля та поліпшенні якості людського капіталу.

Список використаних джерел:

1. Мареха І. С. Інноваційні підходи до обґрунтування інвестиційних рішень у сфері сільськогосподарського землекористування на основі еколого-економічної оцінки якості інвестицій. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2018. № 4. С. 338–345.

2. Шкуратов О. І. Інноваційні засади формування екобезпечного землекористування в сільському господарстві. *Інноваційна економіка*. 2012. № 5. С. 10–13.

3. Кюрчева Н. В. Формування раціонального землевикористання фермерських господарств : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / Дніпропетр. держ. аграр. ун-т. Дніпропетровськ, 2010. 20 с.

4. Котикова О. І. Теоретичні засади формування інноваційної моделі сільськогосподарського землекористування. *Інвестиції: практика і досвід*. 2018, № 17. URL: <http://www.Mnau.edu.ua...2018-kotikova-tzfm.pdf>.

5. Лазарева О. В. Стратегічні пріоритети збалансованого розвитку сільськогосподарського землекористування. *Причорноморські економічні студії*. 2019. Вип. 38–2. URL: http://bses.in.ua/journals/2019/38_2_2019/13.pdf

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ В КІРОВОГРАДСЬКІЙ ОБЛАСТІ

Зарубіна Антоніна,

agv22@ukr.net,

Семенюк Лариса,

larisasemenyuk16@gmail.com

Центральноукраїнський державний університет імені В. Винниченка
(м. Кропивницький, Україна)

***Анотація.** У публікації розглянуто сучасний стан сільського туризму в Кіровоградській області, визначено фактори та перспективи його розвитку, запропоновано заходи щодо оптимізації цього напрямку рекреаційної галузі.*

***Abstract.** The publication examines the current state of rural tourism in the Kirovohrad region, identifies factors and prospects for its development, and proposes measures to optimize this area of the recreational industry.*

Протягом останніх десятиліть сільська місцевість України та Кіровоградської області зокрема зазнали істотних структурних змін: депопуляція населення, скорочення кількості сільських населених пунктів, зростанням рівня безробіття, міграційний відтік населення, погіршення соціального захисту, втрата сільської ідентичності.

За останні роки з карти області зникли десятки сіл. Серед наявних на сьогодні 990 сільських поселень більше 20 у всіх чотирьох адміністративних районах області ще є на карті, але не мають мешканців. Найбільше покинутих сіл на півдні області. За даними управління статистики Кіровоградської області на 2020 рік, у найближчій перспективі покинутими можуть стати ще майже 50 сіл [2]. Для відродження і подальшого економічного та соціального розвитку таких сільських поселень перспективним може бути впровадження індустрії туризму, зокрема – сільського.

Розвиток сільського туризму потребує врахування та дослідження регіональних специфічних рис. Кіровоградська область у цьому сенсі має свої особливості, позитивні і негативні фактори. До сприятливих віднесемо:

- вигідне транспортно-географічне положення області (розташування в центрі країни та розвинута мережа автомобільних та залізничних доріг);

- збільшення запиту міських мешканців та іноземців на відпочинок у сільській місцевості, особливо під час карантинних обмежень та військового стану;

- унікальна історико-етнографічна спадщина сіл (в області нараховується майже 6 тисяч об'єктів, які входять до потужного комплексу культурно-історичних пам'яток);

- достатній природно-ресурсний та працересурсний потенціал;

- сприятливі природно-кліматичні умови;

- традиційна гостинність господарів та доступна ціна на відпочинок;

- можливості надання комплексу додаткових послуг з екскурсій, риболовлі, збирання ягід, катання на конях тощо;

- потенційні можливості розширення мережі природно-заповідного фонду.

Проте Кіровоградська область є, одночасно, і досить проблемним регіоном у рекреаційно-туристичному аспекті. Стримуючими факторами розвитку сільського туризму в області виступають:

- відсутність механізму раціонального та екологічно збалансованого використання природного та історико-культурного потенціалу області для потреб туризму;

- недостатній рівень кадрового та рекламно-інформаційного забезпечення;

- низький рівень інфраструктури та комунікацій;

- незадовільний стан більшості культурно-історичних пам'яток на території області;

- епізодичність дороговказів про місця розташування музеїв в області;

- відсутність об'єктів природно-заповідного фонду вищої категорії заповідання, що мінімізує розвиток зеленого сільського туризму;

- недостатня кількість розроблених туристичних маршрутів у межах області.

Станом на 2022 рік у сфері сільського туризму в Кіровоградській області зареєстровано 46 садиб із різним ступенем якості в обслуговуванні, хоча в 2010 році таких садиб було 50. Якщо до 2020 року в області простежувалася тенденція до зростання кількості зареєстрованих суб'єктів сільського туризму, які отримували ліцензії, то карантинні обмеження під час пандемії коронавірусу 2020–2021 років та повномасштабна військова агресія росії 2022 року негативно вплинули на цей сегмент туристичного ринку [1].

Отже, пріоритетність розвитку сільського туризму в Україні і, зокрема, в Кіровоградській області, зумовлюється нагальною потребою розв'язання соціально-економічних проблем сучасного села.

Враховуючи потужний мультиплікативний ефект туризму для розвитку економіки, наявність значних передумов для розвитку сільського туризму та велике суспільне значення цього виду діяльності для регіону, і особливо його руральної місцевості, вважаємо за необхідне для розвитку сільської місцевості активізувати розробку туристичних маршрутів різного типу та складності, впровадити практики активного відпочинку («на замовлення») – спортивне рибальство, мисливський туризм, водний (особливо прирічковий), вело- та кінний туризм тощо.

Саме сільський туризм зможе стати стимулом для розвитку та вирішення низки соціально-економічних проблем депресивних районів області [3].

Список використаних джерел

1. Офіційний сайт Кіровоградської ОДА. URL: <https://tourism.kr-admin.gov.ua/index.php?q=Green/main.html>
2. Семенюк Л. Л., Зарубіна А. В. Деякі аспекти розвитку сільського туризму в Кіровоградській області. *Рекреаційно-туристичне природо-користування в східноєвропейському регіоні: сучасний стан і перспективи*: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (21–23 жовтня 2010 р.). Чернівці: Чернівецький нац. ун-т, 2010. С. 44–47.
3. Семенюк Л. Л., Зарубіна А. В. Сучасний стан та перспективи розвитку сільського туризму в Кіровоградській області. *Науковий вісник Чернівецького університету*: збірник наукових праць. Вип. 519–520: *Географія*. Чернівці: Рута, 2010. С. 49–51.

АГРАРНИЙ БІЗНЕС ТА ЙОГО ВПЛИВ НА РОЗВИТОК СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ

Захарова Наталя,

nata-zakharova@ukr.net

Мелітопольський державний педагогічний університет
імені Богдана Хмельницького
(м. Запоріжжя, Україна)

Анотація. Обґрунтовано місце і значення аграрного сектору в економіці країни. Виокремлено основні параметри його розвитку у останні роки. Проведено огляд ряду нормативно-правових документів, що регулюють питання сталого розвитку, в тому числі сільських територій. Підкреслено важливість адаптації до європейських пріоритетів з урахуванням специфіки розвитку України та пріоритетів її реальних можливостей держави, бізнесу і місцевих громад.

Abstract. The place and importance of the agricultural sector in the country's economy is substantiated. The main parameters of its development in recent years are highlighted. A review of a number of regulatory and legal documents regulating issues of sustainable development, including rural areas, was conducted. The importance of adaptation to European priorities is emphasized, but taking into account the specifics of Ukraine's development and the priorities and real capabilities of the state, business and local communities.

Наказом Президента України від 30 вересня 2019 року № 722/2019 «Про Цілі сталого розвитку України на період до 2030 року» підтримано проголошені резолюцією Генеральної Асамблеї Організації Об'єднаних Націй від 25 вересня 2015 року № 70/1 глобальні цілі сталого розвитку до 2030 року та результати їх адаптації з урахуванням специфіки розвитку України.

Сталий розвиток сільського господарства, який є частиною загальної світової концепції, і процес адаптації до європейського законодавства у цій сфері, потребує часткового перегляду підходів до його здійснення з урахуванням пріоритетів та реальних можливостей держави, бізнесу і місцевих громад на основі впровадження комплексу ефективних інструментів.

З іншого боку важливою складовою розбудови аграрної сфери країни є комплексний сільський розвиток, спрямований на стабільне забезпечення розвитку сільськогосподарського виробництва, сільського підприємництва, поліпшення умов праці, рівня якості життя та добробуту населення, збереження довкілля.

Відзначимо, що аграрний сектор займає одну з провідних позицій в економіці України, визначає пріоритети зовнішньої торгівлі

та складає основу її продовольчої безпеки. Він забезпечує понад 10 % ВВП, 17,3 % зайнятості населення та 6 % податкових надходжень. Важливим також є те, що сільське господарство не тільки має значну частку у ВВП, але, поряд з цим, є споживачем товарів та послуг інших галузей, опосередковано створюючи в них робочі місця. Отже, аграрний сектор може суттєво впливати на розвиток інших галузей та макроекономічну стабільність держави.

Сучасний розвиток сільськогосподарського виробництва України обумовлений вдалим географічним розміщенням, сприятливими природно-кліматичними умовами. Важливою перевагою є наявність значних обсягів чорнозему. Ці ґрунти займають 8,7 % світових і 30 % європейських запасів чорнозему. При загальній земельній площі у 60,35 млн. га, на сільськогосподарські угіддя, що включають рілля, багаторічні насадження, сіножаті та пасовища, припадає 68,5 %.

За даними державної служби статистики у 2021 році рентабельність діяльності підприємств України становила 10,1 %, а операційної діяльності – 12,6 %. Вдалі умови 2021 року сприяли забезпеченню рентабельності операційної діяльності сільськогосподарських підприємств на рівні 41,8 %. Їй поступаються такі галузі як оптова і роздрібна торгівля – 17,9 %, інформація та телекомунікації – 15,6 %, промисловість – 11,2 % [1].

Отже, не дивлячись на пряму залежність від природно-кліматичних умов, ефективність діяльності підприємств аграрного сектору в умовах невизначеності є вищою, ніж інших секторів економіки України. Слід відзначити, що рентабельність діяльності середніх та малих підприємств була меншою за рентабельність великих. Це пов'язано із підвищеними ризиками для малого і середнього бізнесу, низьким рівнем його конкурентоспроможності, а також недостатньою державною підтримкою (табл. 1).

За підсумками 2021 року експорт товарів і послуг досяг 68,1 млрд дол. США, що на 14,6 % більше порівняно з 2020 роком. При цьому частка продукції АПК та харчової промисловості у експорті товарів склала 41 %, а його сума в 2021 році досягла 27,8 млрд дол. США, що на 25,2 % більше ніж у попередньому. Найбільше експортовано продукції рослинництва – на 15,6 млрд дол. США, що становить 56,1 % загального експорту продукції АПК. У цьому сегменті найбільшу частку зайняли зернові культури (44,5 %). Велика частка припадає також на жири й олії рослинного та тваринного походження (25,4 %). Сировинна спрямованість експорту продукції АПК неодноразово викликала критику експертів, оскільки реалізація кінцевого продукту могла б забезпечити

значно вищий рівень надходжень шляхом подовження ланцюга створення доданої вартості та забезпечити ряд інших переваг.

Таблиця 1

Рентабельність діяльності сільськогосподарських підприємств України

Показники	2010 рік	2015 рік	2018 рік	2020 рік	2021 рік	2021 р. до 2010 р. +,-
Рентабельність всієї діяльності, %						
Всього, у т. ч.	17,4	30,4	14,2	14,0	37,8	20,4
великі підприємства	22,0	45,4	21,2	9,7	42,4	20,4
середні підприємства	18,2	24,4	15,2	14,7	35,5	17,3
малі підприємства	12,0	32,8	11,0	14,9	38,3	26,3
Рентабельність операційної діяльності, %						
Всього, у т. ч.	24,4	43,0	18,9	19,1	41,8	17,4
великі підприємства	29,8	54,3	22,9	16,0	46,3	16,5
середні підприємства	25,1	39,9	18,2	19,6	40,0	14,9
малі підприємства	18,7	41,9	18,8	19,9	42,0	23,3

Джерело: сформовано автором на основі [1].

В Україні кількість діючих сільськогосподарських підприємств у 2021 році складала 47753 одиниці, ФОП, що працюють у галузі – 23050 одиниць. При цьому переважна більшість суб'єктів господарювання у сфері сільського господарства має площу сільськогосподарських угідь до 500 га. Це свідчить про велику кількість дрібнотоварного виробництва. В той же час найбільша частина площ сільськогосподарських угідь сконцентрована у великих підприємствах: перша, що мають у користуванні більше 10000 га та на яку припадає 17,7% загального фонду площ; друга, що мають у користуванні площі від 1000 до 2000 га і на яку припадає 17,6% їх загального обсягу [1].

Подальший поступ сільського господарства в контексті розвитку економіки в цілому, можливий лише на основі детально обґрунтованої стратегії. Кабінетом Міністрів України була розроблена Національна економічна стратегія на період до 2030 року, що виділяє 6 ключових аспектів, за якими сформовано стратегічну мету розвитку сільського господарства [2]:

1. Забезпечити стимулюючу та дорадчу державну політику.
2. Забезпечити гравців ринку якісною наскрізною інфраструктурою (земля, зрошувальні системи, фінанси, освіта та наука, транспорт, потужності зберігання).

3. Створити умови для виробників щодо можливості забезпечувати себе доступними матеріально-технічними ресурсами.

4. Збалансувати виробництво високо- та низькомаржинальних продуктів для збільшення прибутковості сектору.

5. Посприяти розвитку та повноцінному забезпеченню середовища для функціонування переробки.

6. Оптимізувати екосистему збуту продукції на внутрішньому та зовнішньому ринках.

Розвиток сільських територій регламентовано рядом нормативно-правових документів, які затверджені на державному рівні. Серед них Концепція розвитку сільських територій, яка передбачає створення необхідних організаційних, правових та фінансових передумов для сільського розвитку шляхом:

- диверсифікації економічної діяльності;
- збільшення рівня реальних доходів від сільськогосподарської та несільськогосподарської діяльності на селі;
- досягнення гарантованих соціальних стандартів і покращення умов проживання сільського населення;
- охорони навколишнього природного середовища, збереження та відновлення природних ресурсів у сільській місцевості;
- збереження сільського населення як носія української ідентичності, культури і духовності;
- створення умов для розширення можливостей територіальних громад села, селища для розв'язання існуючих в них проблем;
- приведення законодавства у сфері сільського розвитку у відповідність із стандартами ЄС [3].

Наближаючи пріоритети розвитку сільських територій України до європейських вимог слід враховувати наступне. Згідно з положеннями реформи спільної аграрної політики ЄС та у рамках концепції “European Green Deal” подальший сталий розвиток сільського господарства і сільських територій базується на оновленій стратегії «Від ферми до виделки» (Farm to Fork). Відповідно до Дорожньої карти стратегія має зосередитись на таких завданнях [4]:

1. Забезпечення сталого первинного виробництва. Так, за підрахунками Міжурядової групи експертів з питань зміни клімату, встановлено що в ЄС викиди парникових газів від сільськогосподарської діяльності складають 11 %. Загалом у світі близько 21–37 % викидів парникових газів пов'язані з виробництвом продуктів харчування. Крім того, галузі, що пов'язані з сільським господарством та виробництвом харчових продуктів, сприяють значному забрудненню ґрунтів та води.

2. Стимулювання сталих практик у харчовій промисловості, роздрібній торгівлі та сфері надання послуг проживання та харчування (HoReCa).

3. Сприяння сталому споживанню та переходу до здорового харчування (нейтральний або позитивний вплив на довкілля, здатність адаптуватися до зміни клімату і в той же час сприяти пом'якшенню зміни клімату, забезпечити продовольчу безпеку).

4. Скорочення відходів продуктів харчування, адже до 20 % всієї їжі, виробленої ЄС, втрачається.

У результаті її реалізації планується:

- зменшити на 50 % загальне використання та ризик хімічних пестицидів, що потребує перегляду Директиви про стале використання пестицидів;

- зменшити втрати поживних речовин щонайменше на 50 % не погіршуючи родючість ґрунтів на основі комплексного плану дій з управління поживними речовинами;

- зменшити використання добрив щонайменше на 20 %;

- зменшити продаж антимікробних препаратів для сільськогосподарських тварин та аквакультур на 50 % з використанням нових регламентів про ветеринарні лікарські засоби та медикаментозні корми;

- збільшити площі під органічним виробництвом з 8 % до 25 %;

- забезпечення продовольчої безпеки тощо.

Серед іншого передбачається введення обмежень щодо імпорту харчової продукції з ринків, де країни не дотримуються законодавства ЄС з охорони навколишнього середовища.

Таким чином, забезпечення сільського розвитку повинно відбуватися в комплексі із всебічним сприянням веденню аграрного бізнесу, що серед іншого включає: удосконалення управління сталим сільським розвитком із залученням органів місцевого самоврядування; урахування міжнародного досвіду стосовно формування, реалізації та оцінки ефективності державної політики у цій сфері; забезпечення прогнозованості розвитку аграрного сектору; підтримку малого та середнього підприємництва на сільських територіях; формування передумов для трансформації дрібних приватних землевласників у сімейні фермерські господарства; підвищення ефективності та якості наукової, консультативної та інноваційної діяльності; підвищення рівня інвестиційної привабливості аграрного сектору та фінансової безпеки сільськогосподарських підприємств; підвищення конкурентоспроможності вітчизняної сільськогосподарської продукції; масштабування виробництва за рахунок підтримки оновлення та модернізації

виробничих і переробних потужностей суб'єктів господарювання; сприяння доступу до організованого аграрного ринку; раціональне використання земель сільськогосподарського призначення та зменшення негативного впливу на навколишнє середовище тощо.

Список використаних джерел

1. Офіційний сайт державної служби статистики України. URL: <https://ukrstat.gov.ua/>

2. Про затвердження Національної економічної стратегії на період до 2030 року : Постанова Кабінету міністрів України від 03.03.2021 р. № 179. URL: <https://nes2030.org.ua/#rec246061582>.

3. Про схвалення Концепції розвитку сільських територій : Розпорядження Кабінету міністрів України від 23.09.2015 р. № 995. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995-2015-%D1%80#Text>

4. Європейський зелений курс: можливості та загрози для України URL: <https://dixigroup.org/storage/files/2020-05-26/european-green-dealwebfinal.pdf>.

МОДЕЛЮВАННЯ ЕКОНОМІЧНИХ ПРОБЛЕМ ЛОГІСТИКИ ЕЛЕКТРОМОБІЛЕЙ НА БАЗІ МЕТАЕВРИСТИК

Карчевський Євген,
Макшишко Наталія,

Запорізький національний університет
(м. Запоріжжя, Україна)

Анотація. У роботі розглянуто постановки та сучасний інструментарій моделювання та оптимізації в сфері логістики електромобілів. У результаті обрано та обґрунтовано методологію вирішення економічних проблем логістики електромобілей, що базується на використанні метаевристик. Переваги методології сприятимуть удосконаленню існуючого інформаційного забезпечення суб'єктів господарювання з метою підвищення їх економічної ефективності.

Abstract. The work examines productions and modern modeling and optimization tools in the field of electric vehicle logistics. As a result, a methodology for solving economic problems of electric vehicle logistics based on the use of metaheuristics was chosen and substantiated. The advantages of the methodology will contribute to the improvement of the existing information provision of business entities with the aim of increasing their economic efficiency.

Світовий та вітчизняний огляд наукових праць та літературних джерел свідчить, що мета логістики вважається досягнутою у випадку доставки ресурсів своєчасно, у визначене місце, кількісно, якісно та за мінімальних витрат [1].

З огляду на оптимізацію логістичних функцій та операцій, і, як наслідок – досягнення мети логістики, важливим аспектом постає вибір сучасних транспортних засобів для здійснення перевезень вантажів.

Операції із застосуванням транспортних засобів зазвичай становлять найбільші витрати в сукупних логістичних витратах, що зумовлене закупівлею пального та мастильних матеріалів, належною організацією сервісного обслуговування транспортних засобів, у тому числі своєчасного та комплексного виконання усіх видів технічного обслуговування.

Через це у світі стрімко розвивається концепція впровадження електромобілів.

При цьому змінюються уявлення про можливості автомобіля з електричним приводом не лише як індивідуального засобу для пересування, а й транспорту, який набуває актуальності в галузі логістики та вантажних перевезень (рис. 1).

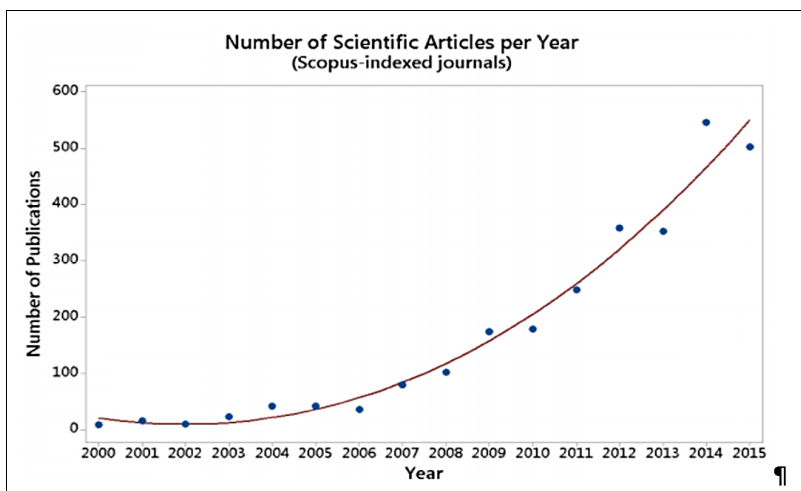


Рис. 1. Динаміка кількості публікацій, пов'язаних з електромобілями, опублікованих у журналах, індексованих у Scopus [2]

Транспортування електромобілями призводить до суттєвих змін існуючої транспортної системи, що забезпечують зниження викидів парникових газів. Проте, основними перешкодами розвитку транспортування електромобілями є обмежений запас ходу та велика вартість. Це призводить до необхідності вирішення економічних проблем в сфері логістики електромобілів.

На сьогодні виділяють [3] п'ять основних областей оптимізації, що стосуються використання електромобілей:

- оптимізація конструкції,
- управління енергоспоживанням,
- оптимальне управління транспортним засобом,
- оптимізація зарядки/розрядки,
- маршрутизація при використанні електромобілей.

У роботі розглянуто постановки та сучасний інструментарій моделювання та оптимізації в сфері логістики електромобілів. У результаті обрано та обґрунтовано методологію вирішення економічних проблем логістики електромобілей, що базується на використанні метаевристик. Переваги методології сприятимуть удосконаленню існуючого інформаційного забезпечення суб'єктів господарювання з метою підвищення їх економічної ефективності.

Список використаних джерел

1. Крикавський Є. В. Логістика. Основи теорії : підручник. Львів : НУ «Львівська політехніка» ; «Інтелект-Захід», 2004. 416 с.
2. Juan A., Faulin J., Grasman S., Rabe M., Figueira G. A review of Sim-heuristics: Extending metaheuristics to deal with stochastic optimization problems. *Operations Research Perspectives*, 2015. Vol. 2. P. 62–72. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.orp.2015.03.001>.
3. Aala Kalananda Vamsi Krishna Reddy, Komanapalli Venkata Lakshmi Narayana. Meta-heuristics optimization in electric vehicles -an extensive review. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*. 2022. Vol. 160. P. 112285. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.rser.2022.112285>.

МАРКЕТИНГОВЕ СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ ПРОСУВАННЯ І ЦІНОУТВОРЕННЯ ПІД ЧАС МІЖНАРОДНОГО ПОЗИЦІОНУВАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

Касян Сергій,

syakasian@ukr.net

Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»

(м. Дніпро, Україна)

Буняк Василь,

Моряк Тетяна,

Львівський національний університет імені Івана Франка

(м. Львів, Україна)

Анотація. *Значущим є висвітлення маркетингового стратегічного планування просування потоків товарно-сервісної пропозиції. У віртуальному аспекті потоки і масиви рекламних комунікацій можуть розміщуватися безпосередньо на сайтах туристичних фірм або їх профілях у соціальних мережах та на web-сторінках. На українському туристичному ринку доцільною є комунікаційна взаємодія економічних і соціальних агентів на офіційних сайтах агенцій.*

Abstract. *The coverage of marketing strategic planning for the promotion of product and service supply flows is significant. In the virtual aspect, streams and arrays of advertising communications can be placed directly on the websites of travel companies or their profiles in social networks and web pages. In the Ukrainian tourist market, the communication interaction of economic and social agents on the official websites of agencies is expedient.*

Конфігурація ринкових відносин у туристичній сфері пов'язана з глибинними змінами в економічній системі, при цьому важливого значення набуває реорганізація маркетингового цінового механізму. Маркетингове ціноутворення є значуща складова механізму ринкової взаємодії у туристичній сфері, в умовах сучасних геополітичних викликів і нахальної широкомасштабної військової агресії расей в Україні. Сьогодні значущим є висвітлення маркетингового стратегічного планування просування потоків товарно-сервісної пропозиції, дослідження проблем та перспектив впровадження європейського досвіду диверсифікації сільського туризму в Україні на засадах креативності та збалансованості.

У наукових публікаціях вітчизняних і закордонних видань досить широко розглянуто проблему маркетингового ціноутворення на послуги туристичних агенцій. Цій проблемі було присвячено багато наукових праць. Окремо слід відзначити роботи таких

вчених, як: А. О. Длігач [3]. Питанням популяризації туристичних напрямків за допомогою кінотуризму присвячено праці Вадима Стрілковскі (Wadim Strielkowski) [2]. Позиціонування товарів і послуг досліджує О. В. Зозульов, Н. Л. Писаренко [4].

Сучасний маркетинг туристичних послуг активно використовує такий значущий елемент, як бренд. Споживач є призвичасним до низки яскравих логотипів, гучних слоганів та фірмового стилю компаній, які пропонують товарну і сервісну пропозиції. Бренд є одним з вагомим нематеріальним активом туристичного підприємства, оскільки саме він виконує ключову маркетингову комунікаційну роль у просуванні товару на ринок. Міжнародне позиціонування туристичних послуг має відбуватися з урахуванням формування теоретико-методологічного забезпечення сталого та креативного розвитку сільських територій в Україні та ЄС. Фахівці у сфері маркетингу і туризму визначають Інтернет-маркетинг як відносно новий вид інформаційного маркетингу, що включає прояв комплексу елементів (товар, ціноутворення, просування, розподіл, фізичне забезпечення, людський фактор) під час бізнес-взаємодії у мережі Інтернет. Міжнародне позиціонування туристичних послуг полягає у використанні тактик і стратегій донесення товарно-сервісної пропозиції на цільових ринках у різних країнах і регіонах світу [1].

Для того, щоб комплексно проаналізувати економічну і комунікативну ефективність Інтернет-маркетингу, який проводять туристичні агенції, доцільно спочатку надати його визначення. Інтернет-маркетинг є відносно новий вид маркетингу, що включає прояв комплексу елементів (товар, ціноутворення, просування, розподіл) під час бізнес-взаємодії у мережі Інтернет у дистанційному, інтерактивному режимі, що забезпечує досягнення прискорення, здешевлення та підвищення ефективності маркетингових процесів [5]. Це визначення, на відміну від інших, запропонованих деякими науковцями, показує суть нового явища віртуальної комунікаційної взаємодії, місце у системі маркетингу, ресурси, необхідні для організації Інтернет-маркетингу в віртуальному інноваційному середовищі.

У віртуальному аспекті потоки і масиви рекламних комунікацій можуть розміщуватися безпосередньо на сайтах туристичних фірм або їх профілях у соціальних мережах та на інших web-сторінках. На українському туристичному ринку доцільною є комунікаційна взаємодія економічних і соціальних агентів на офіційних сайтах агенцій. У сучасному віртуальному просторі такі сайти користуються більшою довірою споживачів, виконуючи певну

інформативно-змістовну і поєднуючу функцію. Порівнюючи сайти туристичних агенцій, слушно зробити висновки про ефективність туристичної маркетингової політики, адже вони є головним інформаційним ресурсом кожної агенції [6]. Тому слушним є проведення подальшого аналізу маркетингової комунікаційної активності сайтів двох турагенцій: Karina-tour [8] та Глобал тур [9].

Під час маркетингового стратегічного і тактичного планування ступінь цінової еластичності або нееластичності попиту на туристичні послуги вимірюється за допомогою коефіцієнта еластичності (ζ_E) за формулою:

$$\zeta_E = \frac{ВП_1 - ВП_2}{ВП_1} \div \frac{\zeta_1 - \zeta_2}{\zeta_1},$$

де $ВП_1$ і $ВП_2$ – величина попиту (обсяг продажу) відповідно за старою (ζ_1) і новою (ζ_2) ціною [3].

Визначення цінової еластичності попиту на туристичні послуги дозволяє маркетологам-аналітикам виважено підходити до зміни тарифів на ці послуги.

Під час маркетингової стратегічної організації успішного туристичного бізнесу доцільно комплексно проводити маркетинговий аудит безпеки території. Змістовно цей маркетинговий аудит має базуватися на визначенні таких територіальних складових комфортного перебування туристів у певній місцевості, як: освітлення, сфера видимості, рівень ізоляції, місця можливої небезпеки, комплекс вказівників, наявність тварин, доступність, сходові майданчики, ліфти. Також значущим елементом аналізу територіального аудиту на маркетингових засадах є: попередження надзвичайних ситуацій і втручання, оцінка комфортності місць для паркування і гаражів, оцінка маршруту пересування, загальний вигляд комфортності привабливості території. Зараз під час міжнародного позиціонування туристичних послуг слід досліджувати сучасні проблеми конвергенції нормативно-правового забезпечення розвитку сільських територій України та ЄС на засадах збалансованості [6; 7].

Вадим Стрієлковскі (Wadim Strielkowski) комплексно досліджує популяризацію туристичних напрямків за допомогою кінотуризму, визначає маркетингове комунікаційне забезпечення унаслідок запровадження концепції film-induced tourism у японському маркетингу. Він наголошує про доцільність залучення потоків молодих людей з Європи, Америки та Австралії для отримання нових відкриттів у Японії, ознайомлення із значною культурною

спадщиною цієї країни. Зазначається, що чисельність західних туристів у Японії зросла на 50% у 2015 р. порівняно з 2010 р. Багато із цих туристів було приваблено у країну завдяки перегляду фільмів, що асоціюються з Японією. Науковець слушно підкреслює про урахування значних потоків доходів від китайських туристів, але маркетинговий потенціал від розповсюдження фільмів про Японію є не до кінця використаним ресурсом. Дослідник зазначає, що зростання кількості японських фільмів про Японію підвищує популярність цього туристичного напрямку [2]. Ми вважаємо, що унаочнення, втілене у розповсюджених значущих і популярних фільмах про країни Центральної і Східної Європи може значно збільшувати обсяги туристичних потоків до цих країн.

Комфортне перебування туристів у певній місцевості чітко пов'язано із забезпеченням необхідного рівня освітлення. При цьому потреба в освітленні узгоджується із рівнем яскравості освітлення, сферою покриття території освітлювальними приладами, чіткістю освітлення дорожніх знаків і вказівок. Аналіз територіальної інфраструктури в маркетингу туризму слушно передбачає встановлення аспекту затінювання освітлення, зокрема, деревами та кущами, визначення ступеня освітлюваності тротуарів та пішохідних зон, якими користуються туристи. Дійсно, зараз доцільно аналізувати проблеми та перспективи впровадження європейської практики диверсифікації сільського туризму.

Під час відвідування туристичних місць та огляду різних пам'яток архітектури менеджери, маркетологи туристичного бізнесу мають визначати поле видимості, тобто ступінь чіткості бачення об'єкту, що знаходиться попереду. Безпека туристичного мандрювання визначається наявністю в полі огляду гострих кутів, стін, кущів, рекламних інформаційних щитів та інших перешкод. Окрім того, задля досягнення туристичного відвідування історичних місць в Україні та світі доцільно визначати ступінь ізоляції людей у середовищі. При цьому аналізуються наявність контакту з людьми в географічному оточенні, швидкість надання послуг від служб допомоги, наявність встановлених камер стеження. Для туристів у випадку настання неприємних ситуацій є необхідною обізнаність щодо наявності відповідних служб, а саме: кризові центри, церкви, мечеті, синагоги тощо.

Отже, на прикладі обраних для дослідження та порівняння Інтернет-сайтів туристичних агенцій доцільно аналізувати відповідність контенту і оформлення цих ресурсів сучасним інтеграційним маркетинговим та комунікаційним вимогам. Дотримання цих вимог може забезпечити комунікаційну і соціальну ефективність

управління Інтернет-маркетингом туристичних агенцій при проектуванні й виборі заходів із внутрішнього і зовнішнього туризму. Заходи маркетингової цінової політики на продукцію туристичних компаній повинні бути спрямовані не лише на регулювання цін, але й аналізування доходів і поведінки низки соціальних і економічних агентів.

Список використаних джерел

1. Kasian Serhii. Marketing business communication and logistic providing modern policy of distribution the enterprises of Southeast Europe. *Management and Education: Management, Marketing, Tourism. Academic Journal*. Burgas, Bulgaria : Publishing Prof. Dr Assen Zlatarov University, 2017. Vol XIII (2). P. 23–29.

2. Strielkowski Wadim. Promoting Tourism Destination through Film-Induced Tourism: The Case of Japan / *Market-Tržište*. 2017. Vol. 29. No. 2. P. 193–203. <https://doi.org/10.22598/mt/2017.29.2.193>.

3. Длігач А. О. Формування маркетингової цінової стратегії. *Актуальні проблеми економіки*. 2005. № 12. С. 80–93.

4. Зозульов О. В., Писаренко Н. Л. *Ринкове позиціонування: з чого починається створення успішних брендів*. Київ : Знання, 2004. 199 с.

5. Інтернет-маркетинг як ефективний інструмент для збільшення продажів. URL: <http://www.aweb.com.ua>

6. Касян Сергій, Катерина Гузь. Порівняння ефективності Інтернет-маркетингу туристичних агенцій. *Актуальні проблеми функціонування господарської системи України* : матеріали ХХV Міжн. наук. конф. студ., аспір. та молод. учених. / голова орган. Комітету: Михайлишин Р. В., члени орган. Комітету: Буняк В. Б., Ваврін М. Р., Панчишин С. М. (Львів, 18–19 травня 2018 р.) / Львівський національний університет імені Івана Франка, економічний факультет. Львів : ЛНУ ім. І. Франка, 2018. С. 47–48 (154 с.). ББК 65.9 (4УКР)+94. JEL Classification: A32 – Collective Volumes, O10 – Economic Development: General, P17 – Capitalist Systems: Performance and Prospects. URL: http://econom.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/03/XXV_MNKSAMU2018_Cover.pdf; <http://econom.lnu.edu.ua/news/opublikovano-materialy-xxv-mizhnarodnoji-naukovoji-konferentsiia-studentiv-aspirantiv-ta-molodyh-uchenyh-aktualni-problemy-funktsionuvannya-hospodarskoji-systemy-ukrajiny>.

7. Касян С. Я. Ціннісні атрибути поведінки сучасних споживачів у площині інтегрування цифрового маркетингу і логістики. *Сучасні тренди поведінки споживачів товарів і послуг* : зб. тез доповідей II Міжн. наук.-практ. конф. / Програмний комітет: Р. М. Постоловський (голова), Є. В. Крикавський (співголова), О. В. Дейнега (співголова). (Рівне, 20–21 лютого 2020 р.) ; Рівненський державний гуманітарний університет. Рівне : О. Зень, 2020. С. 30–33 (206 с.).

8. Офіційний сайт туристичної агенції “Karina-tour”. URL: <https://karina-tour.com.ua/>

9. Офіційний сайт туристичної агенції «Глобал Тур». URL: <https://globaltour.com.ua/>

ФІЛОСОФСЬКА РЕФЛЕКСІЯ НОРМАТИВНО-ПРАВОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ ЄС НА ЗАСАДАХ ЗБАЛАНСОВАНІСТІ ТА РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

Кивлюк Ольга,

oapulyolga@ukr.net

Київський інститут інтелектуальної власності та права
Національного університету «Одеська юридична академія»
(м. Київ, Україна)

Воронкова Валентина,

valentinavoronkova236@gmail.com

Нікітенко Віталіна,

vitalina2006@ukr.net

Інженерний навчально-науковий інститут імені Ю. М. Потебні ЗНУ
(м. Запоріжжя, Україна)

Анотація. У статті розкрито філософську рефлексію нормативно-правового забезпечення розвитку сільських територій ЄС на засадах збалансованості. Розглянуто політику розвитку сільської місцевості, визначення та реалізацію Програм розвитку сільської місцевості у державах-членах ЄС, що регулюються низкою законодавчих актів. Метою територіальної єдності є забезпечення збалансованого розвитку територій, зміцнення зв'язків, які об'єднують європейські території («згуртованість»), враховано різноманітність європейських підходів до розвитку простору спільноти. Показано, що туризм є головною об'єднуючою силою в Європі.

Abstract. The article discloses the philosophical reflection of regulatory and legal support for the development of rural areas of the EU on the basis of balance. The rural development policy, definition and implementation of rural development programs in the EU member states regulated by a number of legislative acts are considered. The purpose of territorial unity is to ensure the balanced development of territories, to strengthen the ties that unite European territories ("cohesion"), taking into account the diversity of European approaches to the development of community space. It is shown that tourism is the main unifying force in Europe.

Діяльність Європейського Союзу у сфері розвитку сільських територій на засадах збалансованості сьогодні є викликом. Європейська політика збалансованості охоплює низку політик та ініціатив, заснованих на доктрині, політичних орієнтаціях, державній політиці, діях, інструментах реалізації та акторах, які виявляють спосіб мислення, способи дій, дії, методи впровадження, які можна віднести до європейської транснаціональної рефлексії збалансованості розвитку сільських територій та розвитку туризму.

Регіональний / просторовий простір ЄС Україна з політикою збалансованості, її географічного вираження в економічній, соціальної, культурній та екологічній політиці суспільства. У Глосарії просторового розвитку, опублікованому СЕМАТ у 2007 році, просторове планування визначається як збалансованість територій, що стосується методів, які використовуються державним сектором для впливу на розподіл людей і діяльності у просторах, у різних масштабах, впливають на розташування різноманітної інфраструктури, зон відпочинку та природи, яка здійснюється на різних адміністративних або урядових рівнях (місцевому, регіональному, національному) [1].

Європейський Союз не є державою і не має юридичної компетенції, посилаючись на територію, розташовану в наднаціональному масштабі. Проте юридична експертиза (Charles-Le Bihan, 2004) договорів і прецедентного права Суду Європейських Співтовариств показує, що поняття території можна застосовувати з практики спільноти та похідного права для визначення та впровадження політики та дій Європейського Союзу. Використання географічного визначення європейської території ускладнило б визначення різних компонентів (економічних, політичних, соціальних, інституційних тощо) через сильну територіальну різноманітність у Європейському Союзі, які дозволили б визначити конфігурацію і особливості функціонування цього набору. Це дає змогу розглядати Європейський Союз як структуру, в рамках якої загальні принципи планування (тобто добровільна організація простору) встановлюються для впровадження в масштабах Європейської політики територіального розвитку (політика просторового розвитку). Європейське просторове планування відповідає більш вірним інституційній реальності та способам діяльності Європейського Союзу з точки зору планування, що відповідає європейській збалансованості територій. Це допускає можливість посилення на простір, більший за той, що міститься в межах кордонів Європейського Союзу, домовленостей, які стосуються європейського континенту роботи Ради Європи [2].

Політика розвитку сільської місцевості, а також визначення та реалізація Програм розвитку сільської місцевості (ППР) у державах-членах ЄС регулюються низкою законодавчих актів.

До них входять основні регламенти ЄС, що визначають правову базу, а також імплементаційні та делеговані акти, що регулюють окремі аспекти політики розвитку сільських територій. Загальні положення Регламенту (ЄС) № 1303/2013: набір основних правил, що визначають загальний стратегічний підхід до Європейських

структурних та інвестиційних фондів, включаючи Європейський сільськогосподарський фонд розвитку сільської місцевості (EAFRD).

Регламент розвитку сільської місцевості (ЄС) № 1305/2013: набір спеціальних правил щодо підтримки розвитку сільської місцевості у рамках EAFRD.

Горизонтальний Регламент (ЄС) № 1306/2013: правила щодо фінансування, управління, моніторингу та оцінки Спільної сільськогосподарської політики (CAP).

Перехідний регламент (ЄС) № 1310/2013: положення щодо підтримки розвитку сільської місцевості в рамках ЄСФРС, що регулює перехід між періодами фінансування 2007–2013 та 2014–2020.

Імплементативні акти забезпечують однакове застосування Регламентів ЄС у всіх державах-членах. Делеговані акти доповнюють «несуттєві елементи» Регламентів ЄС.

Імплементативний Регламент (ЄС) № 809/2014, що встановлює правила застосування Регламенту (ЄС) № 1306/2013 щодо інтегрованої системи адміністрування та контролю, заходів розвитку сільської місцевості та перехресної відповідності.

Імплементативний Регламент (ЄС) № 808/2014, що встановлює правила застосування Регламенту (ЄС) № 1305/2013 про підтримку сільського розвитку з боку ЄСФРС.

Делегований Регламент (ЄС) № 807/2014, що доповнює Регламент (ЄС) № 1305/2013 щодо підтримки сільського розвитку з боку ЄСФРС та вводить перехідні положення.

Імплементативний регламент (ЄС) № 834/2014, що встановлює правила застосування спільної системи моніторингу та оцінки CAP.

Делегований Регламент (ЄС) № 640/2014, що доповнює Регламент (ЄС) № 1306/2013 про інтегровану систему адміністрування та контролю та умови для відмови або скасування платежів та адміністративні штрафи, що застосовуються до прямих платежів, підтримки розвитку сільської місцевості та перехресної відповідності.

Мова йде про розмежування сфери європейського просторового планування за допомогою забудови шляхом визначення суттєвих елементів цієї дії. Дотримуючись тієї ж загальної філософії, що й у розробці стратегій, які становлять певним чином політичні зобов'язання, що контролюються на основі регулярних оцінок, сфера планування також призвела до розробки конкретних політичних стратегій на основі міждержавних процесів, підтверджених угодою між державами-членами. У результаті цих процесів склалася «європейська модель суспільства», яка історично

є частиною інтеграційного процесу з сильною економічною складовою (спільний ринок, єдина валюта). По відношенню до решти світу, економічний виклик полягає у тому, щоб створити спільну організацію, якомога ефективнішу, забезпечити міжнародну економічну позицію Європи. В Європі інтеграція передбачає усунення або принаймні зменшення перешкод для руху людей, товарів і послуг [3].

Це можна зробити шляхом гармонізації або впровадження загальних правил (наприклад, єдиного ринку), шляхом дій, спрямованих на створення спільного простору впливу на його просторову організацію (наприклад, інтегровані транспортні системи). Європейський Союз впливає з основоположних цінностей, які виправдовувала європейська політика: збереження миру, рівності та солідарності, економічного розвитку, політичних і соціальних прав людини. Посилання на ці основоположні цінності та прагнення сформувати спільну європейську ідентичність, що означають пошук певної гомогенізації умов життя європейців. Це передбачає потребу зменшити нерівність між окремими людьми, що є основою «європейської моделі суспільства». Останню можна визначити, на протигагу північноамериканській моделі та, певною мірою, британській моделі, як модель регульованої ринкової економіки, розгалуженої системи соціального захисту, яка пропонує значні гарантії проти економічної незахищеності та соціальної нерівності. У європейському контексті, де прив'язаність до місця вважається сильнішою, ніж у північноамериканських суспільствах, територіальний вимір моделі постає з певною гостротою: тому йдеться не лише про те, щоб зменшити нерівність між індивідами, а й забезпечити, щоб, незалежно від місця проживання, європейці могли користуватися порівнянними умовами життя та доступом до ресурсів (освіта, працевлаштування, інформаційні та комунікаційні технології тощо).

Ця концепція остаточно протистоїть ліберальній моделі, де регулювання передбачає мобільність осіб, які повинні переїжджати, зокрема у центральні регіони, щоб забезпечити своє процвітання. Це відноситься до ідеї територіальної солідарності, яка виражається через пошук кращого просторового балансу та більшої «територіальної згуртованості». Поняття «територіальна згуртованість» розглядається через збалансований розвиток і поліцентризм.

Розвиток дій Європейського Союзу у сфері планування відображає більш загальне занепокоєння європейських органів влади щодо розбіжностей у соціально-економічних умовах та рівних

можливостях для європейських громадян, як конкуренція між територіями в межах єдиного ринку. «Збалансований розвиток» – це простір спільноти (поліцентризму як орієнтації, спрямованої на врівноваження моноцентричного характеру європейського простору), простір високої концентрації населення та багатства, обмежений містами Лондона, Париж, Мюнхен, Гамбург, Мілан, підтримуючи розвиток яких можна сприяти кращому структуруванню територій Європейського Союзу. У цьому сенсі поліцентризм постає засобом збалансованого розвитку європейського простору. Однак з моменту включення до Амстердамських (1997 р.) та Лісабонського договорів (набув чинності в 2009 р.) «територіальна згуртованість» представлена як мета, яку потрібно досягти, і як засіб для досягнення відповідної мети. Метою територіальної єдності є забезпечення збалансованого розподілу діяльності та людей, зміцнення зв'язків, які об'єднують європейські території («згуртованість»), щоб врахувати різноманітність європейських активів, розвитку простору спільноти, що належить до підходу ендегенного розвитку.

Без сумніву, туризм є головною об'єднуючою силою в Європі. Об'єднання Східної та Західної Європи спричинило пошуки спільного коріння, якоїсь «європейської ідентичності». Загальна «європейська свідомість» може будуватися на різноманітності зі спільним корінням. Величезна історична та культурна спадщина континенту відкриває світле майбутнє для так званого культурного туризму. Нова культура подорожей, яка наголошує на відкритті, зустрічі та діалозі, може зробити значний внесок у європейське об'єднання та взаєморозуміння між спільнотами. Туризм і культура важливі, тому що вони надзвичайно гуманістичні та миролюбні у своїх пошуках європейської індивідуальності в європейській спільноті. Хоча країни Європейського Союзу протягом багатьох років зберігають лідируючі позиції у світовому туризмі як головне джерело та головний пункт призначення для міжнародних подорожей, ЄС бере участь у встановленні стандартів у туризмі, які будуть дійсними для майбутніх членів ЄС. Такі стандарти стануть ще більш необхідними із запровадженням євро у все більшій кількості європейських країн разом із розширенням ЄС. Туризм все частіше розглядається як можливість для майбутнього створення робочих місць, особливо в менш розвинених і периферійних регіонах, розвивається концепція «туризм для працевлаштування». Рада Європи приділяє особливу увагу ролі туризму в сприянні регіональному розвитку та зайнятості в економічно несприятливих районах.

Елементи туристичної політики також можна знайти в діяльності міжнародних організацій в рамках ООН, таких як СОТ, UNPE, ВООЗ, МОП4, або в таких організаціях, як ОЕСР, Всесвітня рада подорожей і туризму (WTTC), великі професійні асоціації. Усі ці органи безпосередньо чи опосередковано займаються туризмом, оскільки він впливає на багато аспектів їхньої основної діяльності та є міждисциплінарним. Приємно бачити, що країни Центральної та Східної Європи приєднуються до існуючих європейських туристичних асоціацій у їхніх зусиллях компенсувати тривалий період ізоляції під час пандемії COVID-19.

Кінець минулого століття приніс серйозні зміни в концепцію туризму, особливо щодо попиту, тобто моделей споживання. Частки людей молодшого та старшого віку зросли, відпустки приходять частіше і коротше. Культурний туризм розширився, здебільшого віддаючи перевагу містам, поєднання «культура-мистецтво-релігія» набуло поширення. Зростають також «подієвий туризм» і «конгресний туризм», пов'язані з ними «шоу-бізнес» і спортивні заходи. Більш обізнані та краще поінформовані відвідувачі шукають добре збережені напрямки, що передбачають освіту та обіцянку кращого здоров'я чи гастрономії. Все більше і більше людей шукають виходу для своєї творчості та індивідуальних вражень під час відпустки, вони у пошуку місцевої атмосфери сільського туризму та контактів з господарями. Туризм та Інтернет – ідеальні партнери, поширення інформаційних технологій впливає на вибір туристів, роблячи туристичну інформацію легко доступною через Інтернет. Онлайн-продаж квитків, додаткові послуги, покращений маркетинг напрямків, розвиток креативних цифрових технологій, більша конкуренція є прикладами переваг, які сучасні інформаційні технології приносять як мандрівникам, так і туроператорам. За даними СОТ, онлайн-продажі подорожей зростають стрімко порівняно з іншими продуктами, і протягом двох-трьох років вони можуть становити майже половину всієї електронної комерції [4].

Тим не менш, туризм в Європі залишається переважно європейським, оскільки 84–90 % туристів регіону є вихідцями з цього регіону. Тому сприяння внутрішньоєвропейському туризму, особливо між її західною та східною частинами, є головним завданням. Це означає подолання обмежень потужностей у різних місцях і адаптацію до змін попиту та навіть демографічних факторів, таких як старіння європейського населення. Глобалізація робить конкуренцію ще більш жорсткою, створюючи особливий виклик малим і середнім компаніям (переважно сімейним підприємствам),

які домінують у туристичній економіці (за даними Європейської Комісії, понад 94% туристичних підприємств у Європі мають роботу менше 10 осіб). Таким чином, філософська рефлексія нормативно-правового забезпечення розвитку сільських територій ЄС на засадах збалансованості та розвитку туризму сприяла підвищенню ролі національної держави, яка значною мірою зводиться до таких завдань, як: 1) забезпечення правової та адміністративної бази; 2) розбудова інфраструктури (насамперед у сферах транспорту та телекомунікацій); 3) освіта та форумвання креативних цифрових компетенцій у сфері сільського туризму. Компетенція європейських урядів у сфері туризму пов'язана із регіональною політикою збалансованості та розвитку туризму.

Список використаних джерел

1. Венгерська Н. С., Воронкова В. Г., Череп А. В., Череп О. Г., Безкоровайна Л. В. Вплив креативних інноваційних технологій на сталий розвиток туристичної галузі в Європі після пандемії COVID-19. *Humanity Studies*. 2021. № 9 (86). С. 168–179.

2. Венгерська Н. С., Воронкова В. Г., Безкоровайна 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.

3. Воронкова В. Г., Венгерська Н. С., Безкоровайна Л. В. Інновації у туристичному секторі як чинник конкурентоспроможності та виходу з кризи пандемії COVID-19. *Сучасні тенденції розвитку індустрії туризму та гостинності: глобальні виклики* : матеріали Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, м. Харків / колектив авторів ; Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова, 2022. С. 113–115.

4. Воронкова В. Г., Венгерська Н. С., Безкоровайна Л. В. Майбутнє подорожей і готельної галузі як основний двигун глобалізованого світу та цифровізації. *Стратегічні пріоритети розвитку підприємництва, торгівлі та біржової діяльності* : матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції, 11–12 травня 2022 року. Запоріжжя : Національний університет «Запорізька політехніка», 2022. С. 302–304.

РОЗВИТОК СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ: КЛЮЧОВІ ОСОБЛИВОСТІ ТА ПРОВІДНІ ПРАКТИКИ ЄС

Климчук Альона,

ktgrs_kao@ztu.edu.ua

Державний університет «Житомирська політехніка»

(м. Житомир, Україна)

***Анотація.** Висвітлено проблеми економічного розвитку сільських територій враховуючи досвід Європейського союзу. Проаналізовано ключові позиції розвитку сільського туризму в період повномасштабних бойових дій на території нашої країни.*

***Abstract.** The problems of economic development of rural areas are highlighted, taking into account the experience of the European Union. The key positions of the development of rural tourism during the period of full-scale hostilities on the territory of our country are analyzed.*

Високий рівень глобалізації світового соціально-економічного простору призводить, як не дивно, до зростання цінності певних відмінностей, індивідуальностей, специфічних рис, що робить саме використання місцевих особливостей (як природних чи історичних, так і культурних та виробничих) ключовими факторами успішного економічного розвитку окремих сільських територій. В той же час, саме сільські території характеризуються найнижчим рівнем використання їх потенціалу і є значно менш розвиненими, порівняно з міськими – мають гірші демографічні показники, нижчий рівень оплати праці, несприятливу ситуацію із зайнятістю тощо. Саме тому забезпечення розвитку сільських територій впродовж тривалого часу є одним із ключових завдань урядових кіл розвинених держав, в тому числі і країн Європейського Союзу, а також міжнародних інституцій та організацій.

В Організації економічного співробітництва та розвитку (OECD) дійшли висновку, що туризм є одним із ключових важелів економічного зростання для сільських територій, особливо заснований на активному використанні місцевих природних і фермерських ресурсів, культури, ремесел, кулінарних традицій тощо, адже він допомагає не лише створювати нові місця, а й формувати ланцюги поставок на місцевому рівні.

У країнах Європейського Союзу послуги сільського туризму характеризуються значною популярністю, формуючи від 10 до 20% доходу населення сільських територій [1], а зростаючий попит на них обумовив необхідність диверсифікації пропонованих

туристичних продуктів за рахунок: організації пригодницьких подорожей, адаптованих до кожного сезону; природного еко-туризму; сільського гастрономічного туризму; туристичних послуг із практичним залученням до виконання агро-робіт, до певних ремесел тощо [2].

У той же час, варто відзначити, що до 2020 року ключовою в питаннях розвитку сільських територій в країнах ЄС була саме аграрна політика (Common Agricultural Policy (CAP)), ключові пріоритети якої зводились до: передачі знань та інновацій, підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарських виробництв, покращення управління ризиками, сприяння ресурсоефективності та збереженню екосистем, підтримка до переходу на низьковуглецеві виробничі технології тощо, зниження бідності та розвитку сільських територій. З урахуванням вказаної політики розроблялися конкретні програми заходів у кожній з країн-членів, створювалися відповідні структури й організації, велася активна діяльність, що дозволило значно покращити ситуацію з економічним становищем сільських територій.

Однак проведене у 2020 році Європейською Асоціацією розвитку сільських територій (European Association for Rural Development (ELARD)) дослідження [3] дозволило виявити зовсім інший пласт проблем сільської місцевості. Так, близько 80,2% опитаних відзначили необхідність мати вибір на ринку зайнятості, тобто мати можливість вибору сфери та виду діяльності, а також можливість гідної праці, а переважна більшість респондентів з числа найбільш необхідних їм послуг відзначили саме послуги з охорони здоров'я, отримання освіти, догляд за людьми похилого віку та індивідами з особливими потребами, а також доступне житло.

Результати вказаного дослідження стимулювали керівні структури Європейського Союзу переглянути свої підходи до розвитку сільських територій, результатом чого стала нова політика розвитку сільських територій [1], одним із ключових дев'яти об'єктів якої визначені саме зусилля з оновлення поколінь, тобто боротьба з низьким рівнем зайнятості, депопуляцією та старінням населення сіл.

У контексті України маємо відзначити наявність ідентичних проблем, особливо в частині доступу сільського населення до якісних медичних та освітніх послуг, транспортної інфраструктури, не кажучи вже про можливість працевлаштування чи гідну оплату праці. Крім того, ще й розвиток сільського туризму в нашій державі перебуває на зародковому етапі, якщо не брати до уваги

територію Західної України, а це, як свідчить практика, формує значну частину і робочих місць і доходів населення в сільській місцевості.

Виходячи з вищенаведеного, маємо відзначити, що на даному етапі, тобто в період повномасштабних бойових дій на території нашої країни, значні можливості для розвитку набуває саме сільський туризм, адже обмежені можливості в пересуванні країною, зниження рівня доходів та актуалізація природної потреби у відпочинку від щоденних стресів міського життя формують у індивідів запит на короткостроковий (з ночівлею або без) відпочинок у сільській місцевості.

Список використаних джерел

1. Augère-Granier M., McEldowney J. EU rural development policy: impact, challenges and outlook. *European Parliamentary Research Service*. 2021, July. URL: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2021/690711/EPRS_BRI\(2021\)690711_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2021/690711/EPRS_BRI(2021)690711_EN.pdf)
2. Rural tourism & EU economic diversification policies / Regional Expert Advisory Working Group on Economic Diversification through Rural Tourism – Kick-off Meeting, Skopje, 24th January 2019. URL: https://seerural.org/wp-content/uploads/2019/02/Presentation_IE_K-Hyvaerinen_190124.pdf
3. Which future do you want in rural areas? / Summary of responses from the Macro survey. 2020, May–August. URL: http://elard.eu/wp-content/uploads/2020/10/ELARD_REDR_Report.pdf

РОЗВИТОК ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ В ПРОЦЕСІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

Козицька Галина,

gallinakozyckaya@gmail.com

Національний університет «Запорізька політехніка»

(м. Запоріжжя, Україна)

Анотація. Обґрунтовано, що розвиток зеленого туризму, як одного з ключових секторів глобальної економіки, суттєво впливає на формування нової економічної моделі сталого розвитку. Розглянуто європейський досвід в організації зеленого туризму. Визначено ключові напрями розвитку зеленого туризму в Україні.

Abstract. It is substantiated that the development of green tourism, as one of the key sectors of the global economy, significantly affects the formation of a new economic model of sustainable development. The European experience in the organization of green tourism is considered. Designated the key directions of green tourism development in Ukraine.

Глобальна проблематика раціонального використання і відтворення природних ресурсів визначила необхідність пошуку, формування і використання новітніх форм господарювання в тому числі і в індустрії відпочинку.

Всесвітньою туристичною організацією була сформована концепція «сталого туризму», яка визначала цей вид діяльності, як такий, що в повній мірі враховує поточні та майбутні економічні, соціальні та екологічні наслідки; задовольняє потреби споживачів, виробників, оточуючого середовища та приймаючих громад [1].

Сталий туризм базується на принципах:

– екологічності (реалізується через забезпечення оптимального використання ресурсів оточуючого середовища задля збереження природної спадщини та біологічного різноманіття);

– економічної збалансованості (забезпечення життєдіяльності господарчих операцій в довгостроковій перспективі, надання соціально-економічних вигод для всіх зацікавлених сторін на основі справедливості, включаючи стабільну зайнятість та можливість отримання доходів і соціальних послуг для приймаючих громад);

– соціально-культурних цінностей (сприяння міжкультурному взаєморозумінню й терпимості, збереженню соціально-культурних цінностей місцевого населення).

З кінця ХХ століття реалізація концепції сталого розвитку стала пріоритетним напрямом туристичної політики і для Європейського

союзу, що знайшло своє відображення у низці прийнятих директив, зокрема: директиви щодо збереження природних середовищ існування фауни і флори тваринного і рослинного світу; директиви про стратегічну екологічну експертизу, директиви Європейської комісії з охорони вод тощо.

У доповнення до цих директив та національних законодавств держави-члени Європейського союзу підписали низку міжнародних угод природоохоронної спрямованості: Кіотський протокол, Угоду про збереження біологічного різноманіття та ін.

Все це, а також ряд інших факторів, як то урбанізація населення, цифровізація економіки, трансформація підходів до організації трудової діяльності, зміна структури вільного часу, формування нових сучасних ціннісних установок тощо, призвело до розвитку та популяризації альтернативних видів туризму, зокрема зеленого туризму.

Зелений туризм є підвидом сталого туризму, який частково пересічний з екотуризмом. Зелений туризм являє собою особливу специфічну діяльність, що стосується надання послуг із забезпечення дозвілля та відпочинку, як правило, в сільській місцевості; орієнтовану на використання природно-рекреаційних, соціально-етнографічних, історико-культурних та інших традиційних для даної території ресурсів.

Даний вид туристичної діяльності демонструє мультиплікаційний соціально-економічний та культурно-філософський ефект, що враховує особливості світосприйняття й образу життя, а також культурні потреби й психологічні особливості споживача.

Слід відзначити, що з функціональної точки зору зелений туризм тісно пов'язаний з такими видами туристичної діяльності як рекреаційна, культурна, пізнавальна, спортивна, гастрономічна та ін. Це дозволяє включати зелений туризм в комбіновані тури та примножувати попит на традиційний туристичний продукт.

Незважаючи на те, що усі національні організації зеленого туризму та агротуризму країн Європи об'єдналися в Європейську організацію фермерського та сільського туризму – “EuroGites”, кожній з європейських країн притаманні свої особливості в організації зеленого туризму. До прикладу, французька модель передбачає розміщення туристів в оселях сертифікованих за високими національними стандартами сервісу, регламентованими Національною організацією будинків відпочинку і земельного туризму. Значна увага приділяється гастрономічному та винному туризму. Італійська модель орієнтована на розселення людей в апартаментах, вивчення гастрономії, заняття спортом. Чеській моделі

притаманне розселення в фермерських будинках з елементами аутентичного сільського життя на територіях, що граничать із заповідними регіонами. Польська модель відрізняється чітким розмежуванням туристичних господарств для яких це головний вид бізнесу, а для яких додатковий прибуток і не пов'язана з національними традиціями країни.

Європейська практика показує, що розвиток зеленого туризму у формі малого бізнесу є великою соціально-економічною програмою щодо переведення частини аграрного населення зі сфери виробництва в сферу послуг. Її завдання – дати імпульс розвитку аграрних регіонів і їх населення шляхом організації нового специфічного сектора місцевої економіки. Крім економічних, така державна політика переслідує соціальні та соціокультурні цілі: зупинити деградацію сільських районів, відтік населення і зростання негативних соціальних явищ, зберегти і частково відтворити культурну спадщину та національну самобутність.

Зелений туризм виступає важливим чинником стабільного динамічного збільшення надходжень до бюджету, активізації розвитку багатьох галузей економіки (транспорт, торгівля, зв'язок, будівництво, сільське господарство тощо).

Туристична індустрія України і в довоєнний період розвивалася темпами нижчими за середньосвітові. Однак, у сучасних реаліях, стає все більш очевидною перспективність та необхідність активізації діяльності у напрямку розвитку саме зеленого туризму, що пов'язано зі зменшенням реальних доходів українських громадян, падінням рівня економіки країни та необхідністю витратити значні кошти на її обороноздатність.

Також слід зазначити, що багато садиб зеленого туризму, особливо ті, що знаходяться на сході та півдні України зазнали руйнувань, та потребуватимуть відновлення у повоєнний період. Для забезпечення ефективності даного процесу необхідно прийняти низку системних законодавчих актів.

Розвиток зеленого туризму в Україні повинен здійснюватися на комплексній основі та включати наступні складові:

- макроекономічну – являти собою механізм інтеграції окремих територій в сектор туристичної індустрії;

- мікроекономічну – представляти вид малого бізнесу, що надає соціально-економічні вигоди всім зацікавленим сторонам, сприяє капіталізації окремих господарств і територій та виступає додатковим чи альтернативним джерелом доходів для місцевого населення;

– екологічну – сприяти оптимальному використанню ресурсів навколишнього середовища, які є ключовим елементом розвитку туризму, підтримуючи основні екологічні процеси та допомагаючи зберегти природну спадщину та біорізноманіття;

– соціокультурну – стимулювати розвиток поваги до соціокультурної самобутності приймаючих спільнот, сприяти міжкультурному взаєморозумінню та терпимості, згладжувати соціокультурні відмінності між міським та сільським населенням;

– етнокультурну – сприяти усвідомленню національної ідентичності, вивченню та збереженню культурних традицій свого народу;

– особистісну та психологічну – створювати умови для особистісного росту людей, набуття ними нових знань, умінь та навичок, усвідомлення самостійності, успішності, підвищення самооцінки.

Список використаних джерел

1. Определение устойчивого развития туризма. *UNWTO* URL: <http://sdt.unwto.org/content/about-us-5> (Дата звернення 20.09.2022)

БАНКІВСЬКИЙ АГРОЛІЗИНГ У ЧАСИ ВІЙНИ: ЗАГРОЗИ ТА МОЖЛИВОСТІ В УКРАЇНІ

Кущик Анатолій,
Косогорова Євгенія,

iglinsckaya2017@gmail.com

Запорізький національний університет
(м. Запоріжжя, Україна)

Анотація. Досліджені сучасні можливості отримання аграрним бізнесом лізингового фінансування від банків України. Виявлені загрози банківського агролізингу для його учасників, спричинені російсько-українською війною. Визначено, що агролізинг є перспективним фінансовим інструментом повоєнного відновлення сільських територій в Україні.

Abstract. Modern possibilities of obtaining leasing financing from Ukrainian banks by agrarian business have been studied. Threats of bank agro-leasing for its participants caused by the Russian-Ukrainian war have been revealed. It was determined that agro-leasing is a promising financial instrument for the post-war reconstruction of rural areas in Ukraine.

Умови ведення аграрного бізнесу, як і будь-якого іншого бізнесу в Україні, функціонування банківської системи, фінансового ринку характеризуються сьогодні надзвичайно негативним впливом війни, розв'язаної російськими агресорами. Сільське господарство має низку особливостей, які ще більше ускладнюють діяльність аграріїв. Зараз значні території заміновані, на великих площах сільськогосподарських угідь розгорнуті активні бойові дії, проте аграрний бізнес усупереч обставинам намагається забезпечити свій сталий розвиток, що потребує неабиякої креативності. Звісно, є потреба в фінансових ресурсах. Певною мірою задовольнити цю потребу можливо за рахунок агролізингу, що все-таки надається банками в сучасних складних умовах.

Фінансовий лізинг охоплює відносини, за якими лізингодавець зобов'язується відповідно до договору фінансового лізингу на строк та за плату, визначені таким договором, передати лізингоодержувачу у володіння та користування як об'єкт фінансового лізингу майно, що належить лізингодавцю на праві власності та набуто ним без попередньої домовленості із лізингоодержувачем, або майно, спеціально придбане лізингодавцем у продавця (постачальника) відповідно до встановлених лізингоодержувачем специфікацій та умов [1].

Дослідниця проблематики розвитку агролізингу Сіренко Н. М., а також її колеги вважають, що в ЄС динаміка укладення договорів

фінансового лізингу тісно пов'язана з обсягами капітального інвестування та переобладнання виробництва. Так, країнами-членами було взято курс на зниження рівня викидів вуглецю шляхом заміни активів на енергоефективні. Лізинг є важливим джерелом фінансування для малих і середніх підприємств. Іноземні приклади демонструють привабливість лізингу, завдяки якому відбувається стимулювання економічного зростання та розвиток малих і середніх підприємств.

Суб'єкти вітчизняного аграрного сектору найбільш зацікавлені в техніці для збирання врожаю зернових, утім у найближчому майбутньому комбайни для збирання цукрового буряка та картоплі стануть більш механізованими, що сприятиме зростанню попиту на них із боку фермерів та можливостей отримати їх у лізинг. Також є потенціал для надання на умовах фінансового лізингу об'єктів у виробництво олії з кукурудзи, сої та ріпаку.

Водночас в Україні відбулося оновлення моделі регулювання фінансового лізингу, головною метою якого є розвиток ринку фінансового лізингу на засадах прозорості, дотримання прав, а також інтересів клієнтів шляхом впровадження ризикоорієнтованого підходу в регулюванні та нагляді [2, с. 145].

Як успішний приклад лізингового фінансування аграрних підприємств можна навести програму від АТ КБ «ПРИВАТБАНК», що продовжує відповідну співпрацю з аграріями навіть за сучасних складних умов. Банк так обґрунтовує переваги придбання сільськогосподарської техніки в лізинг для своїх клієнтів:

- ставка від 0,01 % річних залежно від партнерської програми;
- строк лізингу становить до 5 років;
- адаптований графік погашення з урахуванням сезонності бізнесу;
- не потрібно виводити з обігу всі 100 % вартості покупки, можна оплатити техніку частинами за рахунок прибутку від її використання;
- вигідна інвестиція, що окупається за 2 роки, замість орендних платежів;
- економія на податкових платежах за рахунок амортизації, податкового кредиту за ПДВ і збільшення витрат на суму процентів і комісій;
- своєчасне виконання зобов'язань постачальником сільськогосподарської техніки гарантує банк;
- банк також захищає це майно, до того ж, на предмет лізингу не можна накласти арешт або звернути стягнення;
- для залучення лізингового фінансування не потрібна додаткова застава;
- економічна вигода, адже проведення сільськогосподарських робіт своєю технікою є дешевшим, ніж орендованою;

– додатковий заробіток, оскільки після завершення робіт на своїх полях можна здати техніку іншим аграріям [3].

В умовах війни АТ КБ «ПРИВАТБАНК» рекомендує своїм клієнтам ужити декілька запобіжних заходів, щоб забезпечити збереження лізингового майна. Так, якщо в лізинг передано автотранспорт або транспорт, який можливо переміщувати за допомогою власного керування/керування довіреними особами, за можливості слід залишити територію підвищеного ризику разом із цим лізинговим майном.

У разі неможливості ситуаційного/простого переміщення об'єкта лізингу (комбайн, трактор, обладнання, спецтехніка, інший транспорт) на безпечні території країни:

– необхідно перемістити таке майно в безпечніші місця, зафіксувати місце його дислокації та зробити загальне фото майна;

– в разі неможливості переміщення лізингового майна слід зафіксувати його останнє місцезнаходження та сфотографувати його.

Дані щодо місцезнаходження майна варто зафіксувати на власних носіях інформації та за можливості надіслати на e-mail банку, зазначивши назву/юридичні ідентифікатори підприємства, на яке оформлено лізинг [4].

Робоча група «Відновлення та розвиток економіки» Національної ради з відновлення України від наслідків війни розробила проєкт Плану відновлення України, в якому обґрунтовані переваги лізингового фінансування банками аграрного бізнесу [5].

Банківський агролізинг, який можливо отримати навіть за сучасних умов, безперечно збільшує фінансові можливості до розвитку сільських територій і сільськогосподарських підприємств України, а в перспективі дасть змогу аграріям швидше відновитися та вдосконалити свою матеріально-технічну базу.

Список використаних джерел

1. Про фінансовий лізинг : Закон України від 04.02.2021 р. № 1201-ІХ. Дата оновлення: 11.02.2022. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1201-20#Text> (дата звернення: 08.10.2022).

2. Сіренко Н. М., Мікуляк К. А., Ганніченко Т. А., Поліщук А. І. Фінансовий лізинг як запорука розвитку суб'єктів аграрного сектору економіки України. *Modern Economics*. 2021. № 26. С. 141–146.

3. Лізинг для бізнесу. URL: <https://privatbank.ua/business/lizing> (дата звернення: 08.10.2022).

4. Як ПриватБанк працює з компаніями та підприємцями в умовах воєнного стану. Що робити з лізинговим майном та як забезпечити його збереження? URL: <http://surl.li/dmjbb> (дата звернення: 08.10.2022).

5. Проєкт Плану відновлення України : матеріали робочої групи «Відновлення та розвиток економіки». URL: <https://cutt.ly/PNhntNj> (дата звернення: 08.10.2022).

СІЛЬСЬКИЙ ТУРИЗМ МАЙБУТНЬОГО: ПЕРСПЕКТИВИ ДЛЯ УКРАЇНИ

Левицька Інна,

ilevytska@nubip.edu.ua

Національний університет біоресурсів і природокористування України
(м. Київ, Україна)

Анотація. Розглянуто стан сучасного сільського туризму в Україні. Проаналізовано вплив світової пандемії та повномасштабної війни на території України на розвиток сільського туризму. Представлено ключові аспекти максимізації зусиль в напрямі удосконалення сільських турпродуктів.

Abstract. The state of modern rural tourism in Ukraine was considered. The impact of the global pandemic and full-scale war on the territory of Ukraine on the development of rural tourism was analyzed. Key aspects of maximizing efforts to improve rural tourism products are presented.

Світова пандемія COVID-19 та спричинений нею цілий ряд карантинних обмежень у більшості країн світу здійснили значний вплив як на глобальний туристичний ринок, так і на ринки внутрішнього туризму, переорієнтувавши масовий попит на туристичні продукти з найбільшим рівнем вражень та, при цьому, найменшим рівнем масовості. Закриття кордонів і більшості відомих туристичних локацій в сукупності з суворими обмеженнями щодо масових скупчень індивідів стимулювали активізацію неорганізованих туристичних поїздок, що сформувало значні перспективи саме для сільського туризму.

Вказана тенденція не оминула й Україну – за даними опитування Державної агенції розвитку туризму [Звіт] станом на 17.02.2022 р. 38 % українців у віці 15–70 % подорожують Україною. При цьому, серед жителів великих міст таких 48 %, а невеликих міських поселень – 41 %. Варто відзначити, що саме сільський туризм в якості ключової мети відзначили всього 7 % респондентів, однак по 18 % з опитаних вказали, що під час подорожі країною віддають перевагу прогулянкам (в тому числі самотійному відвідуванню різних цікавих місць, пам'яток архітектури, історії тощо) та пляжному відпочинку на березі водойми, а ще 11 % вказали потребу в активному відпочинку (заняття спортом, катання на лижах, сноуборді, велосипеді тощо).

Тобто, серед українців домінує запит на враження та пляжний відпочинок, що в цілому відповідає й основним європейським

тенденціям, де однією з ключових є попит на “slow tourism”, тобто на поїздки, орієнтовані на отримання емоційних вражень внаслідок знайомства з місцевим населенням, побутом, культурою і, при цьому, безпечні як для місцевих спільнот, так і для довілля [Morante].

Проблема мультифункціонального розвитку сільського туризму вже тривалий час перебуває у полі зору більшості урядів країн-членів Європейського Союзу, зусилля яких спрямовуються на забезпеченні диверсифікації економіки сільських територій, з переорієнтацією її з сировинного виробництва на економіку послуг (service-based economy).

Варто відзначити, що бачення майбутнього сільського туризму на теренах Європейського Союзу також пройшло помітні трансформації як внаслідок тривалого впливу пандемії, так і в результаті широкомасштабного військового вторгнення на територію України. Так, якщо в контексті першого комплексу проблем наукова думка почала схилитися до необхідності «відмови від розгляду сільських територій лише як можливостей для сільського господарства» [Giani], тобто фермерського туризму, то в контексті розуміння причин і наслідків війни сформувалася думка й про необхідність активного розвитку відновлюваної енергетики у сільських місцевостях, в тому числі і в якості привабливих туристичних атракцій [Raderschall].

Варто відзначити, що тривала повномасштабна війна на території нашої країни, а також супроводжуваний нею комплекс економічних проблем також внесли значні корективи у базові потреби населення, в тому числі і в запити щодо відпочинку. Так, зниження рівня матеріальної спроможності, обмеження можливостей щодо виїзду за кордон для чоловіків, а також високий рівень стресів та напруги актуалізували бажання українців до відпочинку у сільській місцевості. Тому зараз дуже важливим моментом є максимізація зусиль в напрямі удосконалення сільських турпродуктів і, зокрема, в напрямі розширення переліку пропонованих послуг і пропозицій за рахунок:

- створення можливості активної участі туристів у робочих процесах;

- формування цікавих екскурсійних пропозицій чи прогулянок (піших, велосипедних, кінних, човнових тощо), орієнтованих на різні сезони;

- турбота про цікаве дозвілля для всієї родини (розбудова дитячих майданчиків, облаштування контактних зоокуточків тощо);

- підготовка і реалізація різноманітної сувенірної продукції, виробів ручної роботи;

- організація місць для риболовлі та пляжного відпочинку на найближчих водоймах;
- продаж агропродукції власного виробництва;
- приготування страв автентичної кухні;
- формування краєзнавчих куточків.

Таким чином, ключовим фактором успіху саме сільського туризму у перспективі має стати поєднання у собі диференційованих пропозицій, орієнтованих на задоволення найбільш вагомих для споживачів потреб. У той же час, активний розвиток сільського туризму неможливий без підтримки та активного залучення населення територіальних громад, а також без сприяння та зацікавленості органів місцевого самоврядування.

Список використаних джерел

1. Звіт за результатами опитування «Проведення дослідження внутрішнього та виїзного туризму українців» / Державне агентство розвитку туризму в Україні. 2022. URL: <https://drive.google.com/file/d/1VbzkC8sG9muJGJjEUCFkzBfAsIVbke9A/view>
2. Eurogites quality assessment standards for rural tourism accommodations (international level) Eurogites. URL: <http://quality.countryholidays.lv/home;jsessionid=D39239FAE3AD6ABC6ABAAD393F5E935E>
3. Morante T. The Green Danube. *Rural connections*. 2019. P. 26–27.
4. Giani E. How to harness the potential of rural areas to make them suitable places for innovation opportunities?
5. Raderschall L., Sanabria A. Rural areas to the rescue: how rural renewables are driving the green transition. 2022. 08 July. URL: <https://oecdcoquito.blog/2022/07/08/rural-areas-to-the-rescue-how-rural-renewables-are-driving-the-green-transition/>

МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД ТУРИСТИЧНОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ

Локутова Олена,

Національний університет біоресурсів та природокористування України
(м. Київ, Україна)

Анотація. Вивчено питання формування агротуристичних кластерів як важливої складової розвитку внутрішнього туризму, яке можливо лише в контексті розвитку сільського зеленого туризму та підвищення ролі територіальних громад. Підкреслено що при розробці регіональними органами влади програм розвитку необхідно використовувати міжнародний досвід створення агротуристичних кластерів як одного з інноваційних методів подолання занепаду сільських територій.

Abstract. The question of the formation of agro-tourism clusters as an important component of the development of domestic tourism, which is possible only in the context of the development of rural green tourism and increasing the role of territorial communities, has been studied. It is emphasized that when developing development programs by regional authorities, it is necessary to use the international experience of creating agro-tourism clusters as one of the innovative methods of overcoming the decline of rural areas.

Провідною ідеологією XXI століття, яка пов'язує економічний розвиток з природними обмеженнями є концепція сталого розвитку. З огляду на концепцію сталого розвитку, сталий туризм – це такий вид туризму, при якому забезпечується оптимальне використання ресурсів навколишнього середовища, підтримуються соціально-культурні особливості туристичних дестинацій та спільнот, які там проживають, забезпечується життєздатність довгострокових економічних процесів.

Сталий туристичний розвиток передбачає гармонійний баланс екологічних, соціально-культурних та економічних ефектів від туризму.

Стабілізація та подальший розвиток туристичної сфери в Україні, особливо в умовах світової пандемії COVID-19, значною мірою залежить від наявності ефективного механізму управління, пошуку інноваційних форм внутрішньої інтеграції, що здатні забезпечити сталий розвиток туризму. Однією з таких перспективних форм інтеграції та диверсифікації підприємств, територіальних громад, фермерів та власників особистих селянських господарств на засадах сталості є формування спеціалізованих кластерів, зокрема агротуристичного напрямку.

Англійське слово «кластер» порівняно нещодавно увійшло в лексикон сучасної світової ринкової економіки. Основоположником кластерного підходу в економіці визнаний М. Портер. За його визначенням кластери – це сконцентровані за географічною ознакою групи взаємозалежних компаній, спеціалізованих постачальників послуг, фірм у відповідних галузях, а також пов'язаних з їх діяльністю організацій (наприклад, університетів, агентств, а також торгових об'єднань) у певних областях, що конкурують, а й разом з тим ведуть спільну роботу.

Науковими дослідженнями в області кластерів займалися багато видатних учених. Автори в залежності від контексту дослідження по-різному трактують визначення поняття кластера.

Туристичний кластер являє собою сконцентровану на певній території групу взаємопов'язаних підприємств та структур індустрії туризму й пов'язаних із нею галузей (охорона здоров'я, зв'язок, транспорт), котрі у своїй взаємодії взаємодоповнюють одне одного у процесі створення комплексного туристського продукту регіону.

Успіх кластерної економічної самоорганізації місцевих громад в провідних країнах Європи поширив цю успішну ринкову модель на весь світ [3].

Формування кластеру відбувається природним шляхом, але процес прискорення його розвитку потребує цілеспрямованих зусиль. А саме – запуск і розвиток кластерної ініціативи. Кластеру притаманні три обов'язкові характеристики:

- 1) спеціалізація: smart-specialization, ідея;
- 2) мережа: взаємозв'язки, взаємодія;
- 3) географічна концентрація: місце, локація. Для розвитку кластерів потрібна «потрійна спіраль» (Triple Helix): бізнес; влада; академія (наука і освіта).

В Європі можна виділити наступні країни, які впроваджують кластерну модель організації туризму: Італія, Франція, Норвегія. Наприклад, у Франції туристичний кластер «Ніцца» щороку відвідують декілька мільйонів туристів, що становить майже 1% світового торговельного обороту в галузі туризму. Подібні моделі на високому рівні функціонують в Греції, Шотландії, Бельгії, Іспанії, Ірландії. В Італії кластерна організація туризму має високий рівень наукового обґрунтування. Наприклад, в деяких областях країни встановлено особливі умови, які є підставою для їх створення: передумови для розвитку декількох видів туризму, значні туристичні ресурси, значимість туристичної зони тощо. Приклади кластерів в Італії:

- туристична система «Тразименське озеро» (Умбрія);
- «Салінунтінські терми» (Сицилія);

- «Адріатичне море і берег», «Міста мистецтв, культури та бізнесу» (Емілія-Романья).

Кластерна модель передбачає координацію спільних зусиль, що в кінцевому результаті забезпечує підвищення якості туристичних послуг та більш ефективне використання ресурсів. Основними перевагами туристичного кластеру є:

- взаємовигідне співробітництво: обмін інформацією, технологіями, досвідом, підвищення кваліфікації працівників;
- максимальне та ефективне використання ресурсів;
- підвищення привабливості територій для інвестування;
- розширення асортименту туристичних послуг та підвищення їх якості;
- учасники кластеру отримують більше можливостей та вищі прибутки;
- створення нових робочих місць шляхом залучення працівників різних видів економічної діяльності в обслуговування туристів.

Та важливим є те, що кластерна модель окрім співробітництва, передбачає також і конкуренцію на ринку туристичних послуг.

Сільський зелений туризм стає найбільш поширеним видом відпочинку у країнах Європейського Союзу.

Європейська модель сільського туризму має пряму залежність від державної підтримки та програм залучення сільських громад до цієї сфери. Уряд країн Європейського Союзу саме в ньому вбачає основний важіль економічного підйому сільських територій.

За підрахунками експертів Європейського банку реконструкції та розвитку створення умов для життя і роботи в селі обходиться в 20 разів дешевше ніж облаштування життя в місті вихідцю з сільської місцевості. Крім того, дохід, отриманий від одного ліжка-місця «зеленої» садиби, еквівалентний річному доходу фермера від однієї корови.

Мабуть, саме тому сьогодні в Західній Європі ліжко-місць у приватних сільських оселях стільки ж, скільки й у дорогих готелях.

У Польщі, Німеччині та Франції, наприклад, кількість його прихильників перевищує навіть кількість охочих відпочити на морі. Але сільська гостинна садиба – це не лише екзотичне дозвілля мешканців мегаполісу на свіжому повітрі, серед квітучих трав та щебетання птахів.

Кластер сільського туризму – це сконцентрована на певній території група взаємопов'язаних підприємств, установ та організацій сфери туризму й гостинності (засоби розміщення, харчування) та інших, пов'язаних з нею галузей (транспорту і зв'язку, освіти, культури, торгівлі, охорони здоров'я та ін.), місцевих

органів влади та громадських об'єднань, які взаємодіють і взаємодоповнюють один одного при створенні комплексного зеленого туристичного продукту території.

Вивчення питання формування агротуристичних кластерів як важливої складової розвитку внутрішнього туризму, можливо лише в контексті розвитку сільського зеленого туризму та підвищення ролі територіальних громад.

Отже, при розробці регіональними органами влади програм розвитку необхідно використовувати міжнародний досвід створення агротуристичних кластерів як одного з інноваційних методів подолання занепаду сільських територій.

Список використаних джерел

1. Зінько Ю. Кластери сільського туризму України і Польщі / Ю. Зінько, М. Мальська, М. Сольські. *Цілі сталого розвитку третього тисячоліття: виклики для університетів наук про життя* : матеріали Міжнар. наук.-практ. конфер. Київ : НУБіП України, 2018. Т. 1. С. 73–75.
2. Литвин І. В. Проблеми та перспективи розвитку сільського зеленого туризму в регіоні / І. В. Литвин, М. О. Нек. *Регіональна економіка*. 2013. № 2. С. 81–88.
3. Портер М. *Международная конкуренция*. М. : Международные отношения, 1993. 896 с.
4. Туристичні кластери : монографія / за заг. ред. А. Мазаракі. Київ : Київ. нац. торг.-екон. Ун-т, 2018. 184 с.
5. Феномен кластеру: аномальні бізнес-долини. Київ : Kyiv-Mohyla Business School, 2012. 78 с.
6. Діденко Д. Ф., Войт Д. С. Кластерний підхід до регіонального розвитку сфери туризму. *Вісник ХНАУ ім. В. В. Докучаєва, Серія «Економічні науки»*. 2018. № 4. С. 386–393.

ГУМАНІСТИЧНА ПАРАДИГМА ТУРИЗМУ ЯК ОСНОВА САМОРЕАЛІЗАЦІЇ ОСОБИСТОСТІ

Макешина Юлія,

makeшина50@gmail.com

Придніпровська державна академія фізичної культури і спорту
(м. Дніпро, Україна)

Анотація. В статті проаналізовано гуманістичну парадигму туризму як основу самореалізації особистості через призму позитивної психології, в основі якої самореалізація особистості як цілісності. Розглянуто основні напрямки упровадження парадами гуманістичного туризму, розвинутого у контексті автентичності туристичного досвіду, сталого туризму та сталого розвитку. В основі дослідження – самовизначення, самовиховання, самопрезентація, саморегуляція особистості, яка намагається досягти цілісності у процесі активного туристичного розвитку.

Abstract. The article analyzes the humanistic paradigm of tourism as the basis of self-realization of the individual through the prism of positive psychology, which is based on the self-realization of the individual as a whole. The main directions of the introduction of humanistic tourism by parades, developed in the context of the authenticity of the tourist experience, sustainable tourism and sustainable development, are considered. The basis of the research is self-determination, self-education, self-presentation, self-regulation of an individual who tries to achieve integrity in the process of active tourism development.

В останні роки туризм і позитивна психологія розвиваються як наукові напрямки, натхненні гуманізмом, в основі яких проблема самореалізації особистості. У своєму дослідженні ми намагаємося зосередитися на поєднанні цих двох гуманістичних напрямків туризму через призму позитивної психології, які реалізуються у гуманістичній парадигмі туризму. Туристична наука, безсумнівно, багата та різноманітна, з багаторічним сталим розвитком, проте для відновлення її гуманістичного балансу слід доповнити понятійно-категоріальним апаратом гуманістичної психології, який є співзвучний гуманістичній парадигмі туризму, орієнтованій на цінності. Туристична наука виникла як трансформаційне виробництва гуманістичних знань і характеризується цінностями, орієнтованими на етику, повагу до людської гідності, аксіологічні цінності [1].

Прихильники гуманістичної парадигми туризму стверджують, що туризм базується на трансакційній, суб'єктивістській епістемології, опосередкованій цінностями. Природа гуманістичної

парадигми туризму характеризується трансформативним баченням нової реальності, у яку поглинається індивід, обладаний туристичною програмою своїх очікувань під час туристичних подорожей, в основі яких суспільне благо, гармонія та баланс, естетика та краса, усвідомлений людський розвиток, цінності та етика, забуті способи пізнання, екзистенційні стани та переживання. Сьогодні з'явилися різноманітні тлумачення гуманістичної парадигми туризму – екзистенціалізм в туризмі, автентичність туристичного досвіду, етика туризму, справедливий туризм, сталий туризм та сталий розвиток, волонтерський туризм, соціальний туризм, у контексті якого може себе самореалізувати людина.

Ці галузі досліджень вчені часто називають різними видами альтернативного туризму, які можна розглядати як каталізатори більш гуманістичної форми глобалізації, з визнанням їх етичних основ і гуманістичного потенціалу людської волі. Позитивна психологія область дослідження, яка прагне висвітлити роль позитивних емоцій, сильних сторін характеру та позитивних інституцій, які служать благополуччю та щастю людини та є основою задоволення занурення людини в іншу культуру та інший туристичний досвід людини.

Філософське коріння позитивної психології можна простежити ще з часів Стародавньої Греції, наприклад, праць Аристотеля про щастя та хороше життя, який підкріплюється платонівськими есенціалістськими концепціями, які припускають, що люди володіють атрибутами універсальної природи. Центральною у цих ранніх гуманістичних проектах виступає концепція евдемонії (деймон, що означає «справжнє я»). Евдемонія визначається як вищий стан процвітання, що сприяє формуванню людини через саморозвиток і самореалізацію [2].

Основною рисою евдемонії є гуманістична ідея прагнення до досконалості на основі реалізації унікального потенціалу. Її можна протиставити гедонії, де основна, а іноді й виключна, увага приділяється щастю як задоволенню, насолоді та відсутності дискомфорту, які розуміються як суб'єктивні афективні стани людини.

Гуманістична парадигма туризму спирається на психологічні традиції в психоаналізі, біхевіоризмі, когнітивній терапії та екзистенціальній психології, які сприяли початковому розумінню позитивних вимірів людського існування. Робота Фрейда про «принцип задоволення», ідеї Юнга про «духовну та особисту цілісність», робота Франкла про «пошук сенсу в жахливих умовах людини», обговорення Адлера про «здорові індивідуальні прагнення», що реалізуються через соціальні інтереси сприяли розвитку

сучасної гуманістичної парадигми, витребуваної і в туризмі. Всі ці ідеї знайшли відображення в гуманістичній парадигмі туризму як самореалізації особистості і сьогодні активно розвиваються і вписуються у дану теорію.

Однак найбільш безпосередньо витоки позитивної психології можна простежити у гуманістичній психології середини-кінця двадцятого століття. Деякі ключові роботи з гуманістичної психології належать Роджерсу, Маслоу, Мюррею, Олпорту та Мею, в основі яких конкретні практики самореалізації особистості, які є свівзвучними і для туристичної практики. Так, Олпорт дотримувався гуманістичного підходу до вивчення особистості і цікавився роллю, які риси особистості відіграють в унікальності поведінки індивіда. Класифікація важливих людських потреб Мюррея діє на психологічному рівні та враховує інтенсивність та силу цих потреб для окремих людей. Він включає гедонічні потреби, такі як гра, евдемонічні потреби, досягнення, автономія та приналежність, творчість та креативність людини. Робота Маслоу про людські потреби, самоактуалізацію та реалізацію є особливо основоположною для гуманістичної парадигми туризму, оскільки Маслоу сам представив своїм читачам термін «позитивна психологія» [3].

Ще однією важливою подією є робота екзистенціального психотерапевта Мей, який досліджував такі питання, як особиста влада, свобода переживати власну істоту чи автентичне я, а також боротьба зі своїм даймоном як шлях до творчості. Тут слід виділити роботу Роджерса та зосередженні його уваги на особистості через терапію, орієнтовану на клієнта, покращення самооцінки та самосвідомості.

Роджерс посилається на задоволення від того, щоб бути самим собою, суть людської природи є позитивною за своєю природою, людина в основному соціалізована, рухається вперед, раціональна і реалістична. Підхід Роджерса вносить свій внесок у культуру віктимологію, його можна вважати як попередника руху людського потенціалу, підкреслюючи важливість особистісного зростання та просвітлення.

Спираючись на теоретичні фундаменти гуманістичної парадигми туризму, в її основі розвиваються теорії позитивних емоцій, теоретичні моделі людського процвітання, огляди на доброту та вдячність, необхідність працювати над сильними сторонами та чеснотами характеру.

Експерти з туризму вважають, що туристичний досвід зосереджується на використанні існуючих теорій позитивної психології для вивчення туристичної мотивації з точки зору позитивної

психології. Вони сприяли розвитку теорій самодетермінації та теорію реверсії для вивчення мотивів певних типів поведінки туристів. Теорія самовизначення стверджує, що іноді люди діють, керуючись своїми найглибшими, найщирішими та орієнтованими на зростання мотивами та потребами, а в інших випадках вони діють з почуття тиску, примусу чи недобросовісності.

Теорії самодетермінації та реверсії припускають, що люди мають вроджені психологічні потреби в автономії, компетентності та зв'язку, задоволення яких підвищує самомотивацію та покращує благополуччя. Теорія реверсії дає уявлення про динамічні мотиваційні та емоційні стани людини, пов'язані з оптимальним або неоптимальним досвідом [3].

Однак загалом спроби створити нові моделі туристичної мотивації з точки зору позитивної психології у контексті гуманістичної парадигми туризму як основи самореалізації особистості тривалий час були обмеженими. Винятком є робота про туристичну мотивацію, в якій пропонується проста двовимірна модель для відстеження мотивації, оскільки вона пов'язана з фізіологічним і психологічним благополуччям під час реалізації своїх туристичних уподобань. На відміну від стандартних моделей туристичної мотивації, позитивний психологічний підхід пов'язує туристичну мотивацію безпосередньо з прагненням до більшого добробуту, подалі від звичайного місця проживання. Перший вимір розглядає внутрішню мотивацію проти зовнішньої, тоді як другий вимір оцінює очікувані вигоди як гедонічну або евдеймонічну.

Модель гуманістичної мотивації має на меті визначити, які відмінності в мотиваціях пов'язані з перевагами чи наслідками для тих, хто прагне покращити добробут. Автори стверджують, що їх модель має застосовуватися до мотивації та благополуччя, які можуть відрізнятись залежно від культури, однак ця модель нещодавно розроблена і ще не була емпірично перевірена. Натомість філософи стверджують, що туристичну мотивацію можна віднести до гедоністичного стану або, загалом кажучи, до евдемонічного стану.

Окрім дослідження мотивації, були проведено вивчення туристичного досвіду на місці через призму позитивної психології. Зрозуміло, що позитивні психологічні ідеї та теорії залучення, як і потоки, допомагають визначити та інтерпретувати оптимальні миттєві враження від туризму на місці. Хоча ми визнаємо, що існує багато аспектів туристичного досвіду на місці, які вивчалися з використанням суміжних понять, таких як трансцендентність або доброта та вдячність. Інтерес для науковців у галузі туризму

у вивченні досвіду на місці викликало застосування теорії «поток», використання гумору у туристичних подіях, позитивна психологія і подорожі, романтичні стосунки під час туристичних подорожей.

Туристичний досвід, який досліджують філософи при аналізі туристичної діяльності, є типовим потоком – станом, коли людина повністю залучена до туристичної діяльності, яка приносить задоволення та високу винагороду. Досвід потоку тут складався з дев'яти вимірів: 1) баланс викликів і навичок; 2) злиття дії – усвідомлення; 3) чіткі цілі; 4) однозначний зворотний зв'язок; 5) концентрація на завданні; 6) відчуття контролю; 7) втрата самосвідомості; 8) трансформація часу; 9) досвід. Задоволення як частина туристичного досвіду на місці розглядається з точки зору позитивної психології. Гедонізм визначається як пошук найбільшого задоволення та найменшого болю для індивіда. Ідентифіковано чотири різні типи задоволення: 1) задоволення; 2) насолода; 3) естетичне задоволення; 4) чуттєве задоволення. Ставляться запитання, наприклад, чи є незадоволення протилежністю задоволення чи окремим почуттям, яке можна відчувати поряд із задоволенням [4].

Досвід оздоровчого туризму можна охарактеризувати як гедонічний, так і як евдеймонічний, який знаходиться в основі континууму гедонічного-евдеймонічного досвіду. У той же час тема гумору, що визначається як створення та сприйняття комунікації чи дії, що викликає емоційний стан веселощів або піднесення, знову привернула увагу в дослідженнях туризму. Так, Мартін стверджував, що гумористична комунікація часто базується на трьох широких теоріях:

1) теорії переваги, де люди сміються над слабкостями, дурістю чи нещастям інших;

2) теорія невідповідності, коли люди сміються з того, що їх дивує (гумор, який є несподіваним або дивним у незагрозливий спосіб);

3) теорія полегшення, коли люди використовують сміх, щоб вивільнити накопичену нервову енергію, наприклад, сексуальні або агресивні почуття.

Існують небезпеки, властиві невдалому гумору під час туристичного досвіду на місці, наприклад, контексти, які призводять до збентеження доповідача або неприємності туристичної аудиторії, принизливі зауваження, образливий гумор або міжкультурне неправильне тлумачення гумору.

Багатометодичні дослідження, про які повідомили Пірс, Пабель і Пабел припустили, що при правильному поведженні

використання гумор призводить до більшого комфорту, більшої концентрації, більших зв'язків з іншими та більших позитивних емоцій усіх якостей, які допомагають нам зрозуміти природу оптимального туристичного досвіду на місці.

Ще один цікавий напрямок дослідження гуманістичної парадигми туризму як основи самореалізації особистості – подорожі та кохання, проведення романтичних стосунків. Проте слід відмітити, що мало досліджень було проведено в цій галузі, враховуючи традиційні зв'язки подорожей із романтичними обрядами, такими як шлюб, і перевагу реклами романтичних подорожей туристичною індустрією.

Де Блум, Гертс і Ломанн дослідили потенційний вплив подорожей на романтичні стосунки, рівень щастя під час і, використовуючи кількісний інструмент, телефонні інтерв'ю. Їх висновки свідчать про те, що учасники були загалом щасливішими під час відпустки, це було пов'язано з більшим вкладенням у їхні стосунки, коли вони були у від'їзді, вищим рівнем соціальної взаємодії та стосунків, а також задоволенням від своїх стосунків. Однак цей позитивний ефект, відчутий під час відпустки, здавалося, тривав лише короткий період після повернення додому [5].

Потрібні подальші дослідження, які повинні глибше вивчити це явище, враховуючи обмежену соціально-культурну демографію вибірки. Було також вивчено вплив відносно тривалих поїздок приблизно на три тижні на стосунки, а не коротких поїздок на вихідні, які можуть бути нормою для більшої кількості людей. На останньому етапі туристичного досвіду спостерігався постійний фокус на дослідженні туристичного добробуту. Загалом більшість досліджень благополуччя туристів визначали благополуччя гедонічним способом, з точки зору позитивного настрою та почуттів, більшої міри задоволення.

Кілька досліджень показали, що цей тип добробуту погіршується після туристичного досвіду та не є тривалим після повернення з відпустки. Зарубіжні вчені (Nawijn et al.) досліджували, чи туристи відрізняються за рівнем щастя порівняно з тими, хто не їде у відпустку, чи підвищує туристична відпочинкова поїздка щастя після подорожі. Ці питання було розглянуто у після-тестовому дослідженні дизайну серед 1530 голландців. Загалом на питання про своє щастя до та після туристичної поїздки відповіли 974 туристи.

Було виявлено, що лише дуже спокійний відпочинок призводить до ще більшого підвищення щастя туристів після повернення додому. Загалом вони виявили, що не було відмінностей між

рівнем щастя туристів і нетуристів після поїздки. Дослідження Де Блума, Гертса та Комп'єра показало, що туристи відчують високий рівень здоров'я та благополуччя в результаті туристичної діяльності: середні оцінки коливаються від 7,7 за 10-бальною шкалою (під час коротких відпусток) до 7,9 (під час тривалих відпусток влітку), але вони так само виявили, що ці ефекти швидко зменшуються незабаром після закінчення відпустки. Це було підтверджено роботою Де Блума, Гертса та Ломанна щодо тривалості почуття щастя та задоволеності стосунками під час туристичних подорожей.

Хоча ці висновки щодо добробуту туристів є цікавими та доречними, вони не є остаточними висновками щодо добробуту туристів. Проблеми пов'язані з тим фактом, що самі по собі гедонічні концептуалізації не можуть охопити психологічну винагороду від певної туристичної діяльності. Деякі рішення цих проблем були запропоновані шляхом прийняття гібридних моделей процвітання, таких як PERMA (позитивні емоції, залучення, стосунки, значення та досягнення), включаючи як гедонічні, так і евдемонічні елементи. В її основі концептуальна структура DRAMMA (відчуження – розслаблення, автономія, майстерність, значення та приналежність) механізмів, що запускаються під час дозвілля для сприяння благополуччя, яку розробили Ньюман, Тей та Дінер.

Проблеми з вимірюванням, однак, залишаються нереалізованими, оскільки евдемонічне благополуччя є особливо складним для емпіричного дослідження, а причинно-наслідковий зв'язок між туристичною діяльністю та більшим індивідуальним благополуччям важко встановити, що робить багато досліджень кореляційними за своєю природою. Гуманістична парадигма туризму як основа самореалізації особистості є важливою для вивчення проблем туризму, в основі якого самовизначення, самовиховання, самопрезентація, саморегуляція особистості, яка намагається досягти самих високих цілей щодо свого розвитку та досягти своєї цілісності у процесі її активного туристичного розвитку.

Список використаних джерел

1. Bilohur, Vlada, Andriukaitiene, Regina & Makieshyina, Yuliia. Educational policy in the field of sport during the COVID-19 pandemic: challenges, threats, development trends. *Hhumanities studies* : Collection of Scientific Papers. Zaporizhzhia : Zaporizhzhia National University, 2021. № 7 (84). P. 65–74.

2. Венгерська, Наталя, Воронкова, Валентина, Безкоровайна, Лариса Череп, Алла. 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). P. 91–101.

3. Kyrychenko Mykola. The impact of digital technologies on the development of human and social capital in the conditions of the digitalized society. *Humanities studies* : Collection of Scientific Papers. Zaporizhzhia : Zaporizhzhia National University, 2019. № 1 (78). P. 108–129.

4. Макєшина Ю. В., Лисенко С. О., Самошкіна М. Г., Кравченко А. В. Формування особистості як цілісної системи та процесу її активного розвитку у контексті соціально-філософських наук. *Humanities studies* : Collection of Scientific Papers / Ed. V. Voronkova. Zaporozhzhia : Publishing house “Helvetica”, 2022. № 11 (88). С. 37–47.

5. Cherep A., Voronkova V., Andriukaitiene R., Nikitenko V. The concept of creative digital technologies in the tourism business in the conditions of digitalization. *Humanities studies* : Collection of Scientific Papers / Ed. V. Voronkova. Zaporozhzhia : Publishing house “Helvetica”, 2029. № 5 (82). С. 195–209.

ФОРМУВАННЯ КОНЦЕПЦІЇ ВІДПОВІДАЛЬНОГО, СТАЛОГО ТА ЯКІСНОГО РОЗВИТКУ ЕКОТУРИЗМУ

Мар'єнко В. Ю.

marienko1987v@gmail.com

Інженерний навчально-науковий інститут імені Ю. М. Потебні ЗНУ
(м. Запоріжжя, Україна)

Анотація. Розглянуто концепцію відповідального та сталого розвитку міжнародного туризму, в основі якої Глобальний етичний кодекс туризму. Показано, що розвиток масового туризму може посилити проблему, коли він приносить шкоду природному та культурному середовищу, на відміну від збалансованого, якісного туризму, який є найціннішим ресурсом для менш розвинених регіонів. Показано, що розвиток «якісного туризму» стає необхідністю в Європі, де має місце низка популярних туристичних місць забруднення та виснаження.

Abstract. The concept of responsible and sustainable development of international tourism, based on the Global Tourism Code of Ethics, is considered. It is shown that the development of mass tourism can exacerbate the problem when it harms the natural and cultural environment, as opposed to balanced, quality tourism, which is the most valuable resource for less developed regions. It is shown that the development of "quality tourism" is becoming a necessity in Europe, where a number of popular tourist destinations are experiencing pollution and depletion.

Формування концепції відповідального та сталого розвитку туризму черпає натхнення з багатьох попередніх декларацій і галузевих кодексів, а також з консультацій з приватним сектором, неурядовими організаціями, профспілковими організаціями та більш ніж 70 державами-членами СОТ та іншими організаціями. З огляду на те, що протягом наступних 20 років обсяги міжнародного туризму зростуть майже втричі, Всесвітня туристична організація вважає, що Глобальний етичний кодекс туризму може зменшити негативний вплив туризму на навколишнє середовище та культурну спадщину, одночасно максимізуючи вигоди для жителів туристичні напрямки.

Кодекс містить дев'ять статей, в яких викладаються принципи, яких мають дотримуватися уряди, туроператори, забудовники, туристичні агенти, працівники та мандрівники. Десята стаття стосується розгляду скарг і вперше свідчить про те, що кодекс такого типу має механізм примусового виконання. Він базується на погодженні шляхом створення Всесвітнього комітету з етики туризму, який складається з представників кожного регіону світу

та представників кожної групи зацікавлених сторін у туристичному секторі – урядів, приватного сектора, трудових та неурядових організацій. Щоб Глобальний етичний кодекс туризму став «живою силою» розвитку туризму, він має бути якомога відомішим, щоб кожен міг брати участь у його реалізації. Лише завдяки тісній співпраці ми можемо захистити майбутнє індустрії туризму та збільшити внесок галузі в економічне процвітання, мир і взаєморозуміння між усіма націями світу [1].

TSA містить схвалений ООН набір міжнародних стандартів, спрямованих на вимірювання економічного впливу туризму на національну економіку. Він пропонує ряд глобальних визначень і стандартних показників туризму, щоб дозволити міжнародні порівняння щодо внеску галузі в національний ВВП, зайнятість, інвестиції та частку туризму в платіжному балансі країни. Багато міжнародних організацій, включаючи Міжнародну організацію праці та Всесвітню раду подорожей і туризму, зробили внесок у розробку стандартів TSA. Незважаючи на те, що TSA знаходить все більшу прихильність у багатьох країнах, необхідно докласти додаткових зусиль, щоб полегшити його впровадження. Асамблея та Економічний комітет повинні наполегливо працювати, щоб забезпечити якнайширше визнання та використання TSA в державах-членах Ради Європи.

Глобалізація відзначається дедалі більшою взаємною залежністю ринків через лібералізацію інвестицій і торгівлі товарами та послугами; більш вільний рух капіталу; та інновації. Усе це призводить до швидкої інтеграції та нового розподілу праці на глобальному рівні. На жаль, це часто супроводжується такими ж глобальними екологічними проблемами. Розвиток масового туризму може посилити проблему, коли він призводить до надмірностей і шкоди природному та культурному середовищу, на відміну від збалансованого, якісного туризму, який, навпаки, є найціннішим ресурсом для менш сприятливих регіонів [2].

У результаті глобалізації також буде багато нових туристичних місць, часто в країнах, що розвиваються. Вони будуть залучати своєю екзотичністю, цінами та якісним сервісом, конкуруючи з більш відомими сайтами. Паралельно з цим великі туристичні оператори зроблять свої пропозиції більш уніфікованими, що призведе до втрати національних, регіональних і місцевих особливостей подорожей. Проти цього споживач-турист цілком може повстати, що, можливо, призведе до зміни того, що запропонує ринок.

Європейські туристи 21-го століття також будуть все більше турбуватися про свою особисту безпеку. Якість туризму матиме

більше значення, ніж ціна, в результаті більшого багатства. Туристичні пропозиції повинні стати більш творчими, якщо Європа хоче зберегти свою позицію як головного напрямку. Масовий туризм співіснуватиме з дедалі більш спеціалізованими пропозиціями, навіть якщо останні набудуть більшої популярності. Нарешті, завдяки Інтернету туристи майбутнього будуть краще поінформовані про ринок, ніж їхні попередники. Хоча дехто вважає, що держава виходить із туристичного сектору, більші регіональні групи, і зокрема ЄС, знаходяться в процесі формування спільної туристичної політики. Раніше повноваження центральних державних органів у сфері туризму були значними в ряді країн. Відтоді вони часто передавалися регіональним і місцевим установам відповідно до загальної тенденції нашого часу. З іншого боку, багато популярних туристичних напрямків не змогли б досягти свого нинішнього стану без потужних початкових зусиль уряду у розбудові інфраструктури, залученні іноземного капіталу тощо. Гарними прикладами сталого та якісного туризму є Іспанія, Франція, Туреччина, Португалія. У Західній Європі туристичний сектор зараз відносно лібералізований і залишений на приватні стимули.

Цей процес значно збільшив кількість учасників, залучених до якісного, сталого і збалансованого розвитку туризму. Залежно від обставин, туристичний проект або діяльність може бути результатом однієї ініціативи або поєднання окремих ідей, але для його реалізації потрібні узгоджені зусилля різних гравців. Тому для розвитку туризму стає все більш важливим знайти відповідні координаційні органи та правові інструменти для сприяння партнерству між місцевими гравцями, зовнішніми операторами, місцевим населенням і туристами. Сприяння державно-приватному партнерству, здатному поєднувати приватні інтереси та колективні потреби, має стати важливим елементом туристичної політики. З особливими труднощами при поступовому переході до панування ринку стикаються країни Центральної та Східної Європи. Оскільки їхні проблеми численні та різноманітні, темпи розвитку їхнього туристичного сектору відрізняються. Якщо в ряді країн приватизація все ще триває і ще багато чого потрібно зробити для покращення базової інфраструктури, яка страждає від десятиліть нестачі інвестицій, більшість із них намагаються консолідувати своє економічне зростання. На щастя, мир і стабільність повернулися в південно-східну Європу [3].

Із загостренням глобальної конкуренції ключ до використання туристичного потенціалу Центральної та Східної Європи полягає

в здатності цих країн наздогнати Західну Європу з точки зору економічного розвитку, покращити свою комунікаційну політику та краще використовувати свої людські ресурси. Держава й надалі відіграватиме важливу роль не лише у визначенні стратегічних цілей туристичної політики країн, але й у їх реалізації та постійному пристосуванні до нових обставин. Державне керівництво може виявитися особливо корисним у пов'язаному з туризмом регіональному розвитку, навчанні та створенні державно-приватного партнерства, тоді як податкові стимули для просування національної культурної спадщини та якісних туристичних проєктів цілком можуть бути незамінними. Доповідач також хоче звернути увагу на сумну практику в деяких країнах стягувати вищі ціни для іноземців, ніж для власних громадян, коли йдеться про туристичні послуги, такі як номери в готелях або відвідування культурних заходів і пам'яток. Така практика є дискримінаційною, а тому неприйнятною – від неї потрібно якомога швидше відмовитися.

Відносини між туризмом і навколишнім середовищем є делікатними. Якщо раніше успіх місця, об'єкта чи пам'ятника як туристичної визначної пам'ятки вимірювався безпосередньо і виключно з точки зору зростання кількості відвідувачів, то зараз все більше визнається, що успіх – це більше питання економічної життєздатності та збалансованого управління ресурси, які можуть принести користь як відвідувачам, так і мешканцям. Розвиток «якісного туризму» стає необхідністю, особливо в Європі, де низка популярних туристичних місць страждає від перенаселеності, забруднення та виснаження, таким чином стаючи жертвами власного успіху. У крайніх випадках занадто багато видів сільського туризму ризикує вбити туризм [4].

Із зростаючим розумінням того, що стійкість і якість розвитку є важливими, акцент у туристичній політиці поступово буде зміщуватися в бік більш превентивного планування, відновлення місць і диверсифікації пропозицій. Однак, незважаючи на деякі обнадійливі успіхи, ще багато чого потрібно зробити, щоб усі гравці індустрії туризму прийняли принципи сталого розвитку. Саморегулювання в туризмі могло б і повинно відігравати більшу роль. Сприяння добровільному дотриманню схем сертифікації якості навколишнього середовища (екомаркування) може бути хорошим початком для інтеграції навколишнього середовища в управління туристичним бізнесом.

Стурбовані зростаючим тиском на глобальне та місцеве навколишнє середовище, Організація Об'єднаних Націй, СОТ та Програма ООН з навколишнього середовища об'єднали зусилля

для сприяння розвитку, який є більш дружнім до природи на основі послідовної філософії збереження природи та економічного розвитку.

Вважається, що екотуризм, заснований на природі, з повагою до місцевих громад і традиційних культур і, як правило, організований для невеликих груп спеціалізованими, часто місцевими, підприємствами, становить до скромних 5% туристичного ринку. В Європі особливою привабливістю екотуризму є унікальне поєднання природи та культури.

Екотуризм виявився одним із найефективніших засобів фінансування охорони та збереження обох. На щастя для європейців, кількість екотуристів продовжує зростати не через додаткових туристів, а через те, що все більше мандрівників змінюють свою поведінку та інтереси. Однак, оскільки багато екосистем, таких як дюни, прибережні зони та гірські райони на нашому континенті, настільки вразливі до перенаселеності, екотуризм заслуговує ще більшої підтримки в Європі.

Європейські країни повинні зробити свій внесок у Міжнародний рік екотуризму, забезпечивши, щоб національні туристичні органи разом з природоохоронними агентствами та іншими зацікавленими сторонами визначали або зміцнювали національні стратегії та програми дій на користь сталого розвитку та екотуризму [5].

Подібним чином, розробка та реалізація стійких стратегій для туристичних напрямків передбачає важливі зміни, які вимагають сильного урядового керівництва, узгоджених зусиль приватного сектора та широкої участі громадськості. Регіональне співробітництво та об'єднання приватних і державних ініціатив і ресурсів через партнерство для інноваційного туризму можуть і повинні стати основними рушійними силами змін у цій сфері. Національні парламенти могли б зробити корисний внесок у цей процес, запровадивши законодавчу базу та стимули для формування державно-приватного партнерства.

Майбутнє європейського туризму в 21 столітті виглядає яскравим, завжди припускаючи стабільні політичні рамки миру, міжнародного розуміння та співпраці. Усі учасники розвитку туризму повинні охороняти природне середовище з метою досягнення здорового, безперервного та стійкого економічного зростання, спрямованого на справедливе задоволення потреб і прагнень нинішнього та майбутніх поколінь.

Усім формам розвитку туризму, які сприяють збереженню рідкісних і цінних ресурсів, зокрема води та енергії, а також уникненню, наскільки це можливо, утворення відходів, слід

надавати пріоритет і заохочувати національні, регіональні та місцеві органи державної влади. Треба шукати нерівності в часі та просторі потоків туристів і відвідувачів, особливо тих, що є результатом оплачуваної відпустки та шкільних канікул, а також більш рівномірного розподілу канікул, щоб зменшити тиск туристичної діяльності на навколишнє середовище та підвищити її благодійний вплив на індустрію туризму та місцеву економіку.

Туристична інфраструктура повинна бути розроблена, а туристична діяльність запрограмована таким чином, щоб захистити природну спадщину, що складається з екосистем і біорізноманіття, і зберегти види дикої природи, що знаходяться під загрозою зникнення; Зацікавлені сторони в розвитку туризму, і особливо професіонали, повинні погодитися на встановлення обмежень на їх діяльність, якщо вони здійснюються в особливо чутливих областях: пустелі, полярних або високогірних регіонах, прибережних районах, тропічних лісах або водно-болотних угіддях, сприятливих для створення заповідників або заповідних територій.

Природний туризм та екотуризм визнаються такими, що особливо сприяють збагаченню та підвищенню статусу туризму, за умови, що вони поважають природну спадщину та місцеве населення та відповідають місткості об'єктів. Туристична політика та діяльність повинні проводитися з повагою до художньої, археологічної та культурної спадщини, яку вони повинні захищати та передати майбутнім поколінням; особливу увагу слід приділяти збереженню та покращенню пам'яток, святинь і музеїв, а також археологічних та історичних місць, які мають бути широко відкриті для туристичних відвідувань; необхідно заохочувати доступ громадськості до приватних культурних цінностей і пам'яток, з повагою до прав їх власників, а також до релігійних будівель, без шкоди для нормальних потреб богослужіння [5].

Фінансові ресурси, отримані від відвідування культурних об'єктів і пам'яток, повинні, принаймні частково, використовуватися для підтримки, охорони, розвитку та прикрашання цієї спадщини. Туристична діяльність повинна плануватися таким чином, щоб дозволити традиційним культурним продуктам, ремеслам і фольклору вижити і процвітати, а не спричиняти їх виродження і стандартизацію. Місцеве населення має бути пов'язане з туристичною діяльністю та рівномірно брати участь в економічних, соціальних і культурних заходах, які вони генерують, і особливо у створенні прямих і непрямих робочих місць, які є результатом розвитку цифровізації та глобалізації.

Список використаних джерел

1. Воронкова В. Г., Нікітенко В. О. Філософія цифрової людини і цифрового суспільства: теорія і практика : монографія. Львів-Торунь : Liha-Pres, 2022. 460 с.
2. Промисловий потенціал складних соціально-економічних систем цифрового суспільства: макро-, мезо та мікрорівень : колективна монографія / за ред. д. філософ. н., проф. В. Г. Воронкової, д.е.н., проф. Метеленко Н. Г. Запоріжжя : Видавничий дім «Гельветика», 2022. 480 с.
3. Воронкова В. Г., Нікітенко В. О., Череп А. В., Череп О. Г. Європейська гуманістична візія в управлінні людським розвитком як основа досягнення прогресу. Modern trends in science and practice. Vol. 1 : collective monograph / Compiled by V. Shpak; Chairman of the Editorial Board S. Tabachnikov. Sherman Oaks, California : GS Publishing Services, 2021. С. 24–30.
4. Воронкова В. Г., Нікітенко В. О. Світові тенденції переходу до сталого розвитку на основі цифрових технологій (на прикладі США і Китаю). Modern trends in science and practice. Vol. 2 : collective monograph / Compiled by V. Shpak; Chairman of the Editorial Board S. Tabachnikov. Sherman Oaks, California : GS Publishing Services, 2022. С. 31–40.
5. Buhaychuk O., Nikitenko V., Voronkova V., Andriukaitiene R., Malyshev M. Interaction of the digital person and society in the context of the philosophy of politics. (Взаємодія цифрової людини і суспільства в контексті філософії політики). *Cuestiones políticas*. 2022. Vol. 40. № 72. P. 558–572.

РОЛЬ ЕНОГАСТРОНОМІЇ У ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ПОСЛУГ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ

Мельник Ірина,

ira_melnik_2005@ukr.net

Примаць Тетяна,

prymak17@gmail.com

Національний університет харчових технологій
(м. Київ, Україна)

Анотація. *Розвиток дестинацій сільського туризму країн ЄС на засадах сталого розвитку свідчить про дотримання балансу між екологічними, економічними, соціальними і культурними аспектами. Для країн ЄС сільський туризм є домінуючим у розвитку внутрішніх регіонів, що посилює актуальність вивчення та впровадження досвіду ЄС для розвитку внутрішнього туризму в Україні. Досвід країн Європейського союзу вказує на активне залучення еногастрономічних крафтових виробників до розвитку маршрутів сільського туризму.*

Abstract. *The development of rural tourism destinations in the EU countries based on sustainable development indicates the maintenance of a balance between ecological, economic, social, cultural aspects. For EU countries, rural tourism is dominant in the development of internal regions, which increases the relevance of studying and implementing EU experience for the development of internal tourism in Ukraine. The experience of the countries of the European Union indicates the active involvement of enogastronomic craft producers in rural tourism routes.*

Розвиток економіки сільських територій ґрунтується на раціональному використанні та відтворенні їх природно-ресурсного потенціалу, що сприяє зростанню зайнятості населення, стабілізації його чисельності та підвищенню рівня і якості життя. Розвиток сільського туризму – це завжди баланс між бажанням забезпечити стабільний туристичний потік та максимально-допустимим навантаженням на територію. Саме рекреаційний потенціал кожного окремого регіону, включаючи біологічне різноманіття екосистем та багату історико-культурну спадщину, формує інтерес мандрівника, який перетворюється у реальну подорож за наявності туристичної інфраструктури. Сучасний турист висуває підвищені вимоги до безпеки та екологічності, тому порівнює атрактивність сільського туризму з пропозиціями відпочинку на узбережжі моря чи океану, гірськолижними, круїзними, а також пізнавальними урбаністичними подорожами.

Всесвітня туристична організація Організації Об'єднаних націй (World Tourism Organization, UNWTO) визначає сільський туризм як тип туристичної діяльності, в якому досвід відвідувача пов'язаний з широким спектром продуктів, які загалом пов'язані з природою, сільським господарством, сільським способом життя чи культурою, риболовлею та оглядом визначних пам'яток. Діяльність у сфері сільського туризму здійснюється в німецьких (сільських) районах, які мають невисоку густоту населення, у ландшафті та землекористуванні яких переважають сільське та лісове господарство, районах, які мають традиційну соціальну структуру та ведуть традиційний спосіб життя [1].

Для країн ЄС, як і для України, сільський туризм є перспективним для розвитку внутрішніх регіонів, оскільки підтримує і стимулює розвиток економіки місцевих громад. Статистика ЄС показує частку іноземних туристів у структурі туристичних прибуттів до дестинацій сільського туризму. Одночасно спостерігається інтерес внутрішніх туристів до подорожей дестинаціями змішаного сільського та міського туризму, які поєднують сільські райони з привабливими невеликими містами [2].

Найбільш вдалі та найчастіше використовувані практики в сфері диверсифікованого сільського туризму є нерівномірно представленими в середині ЄС, різняться між розвинутими та менш розвинутими членами. Тим не менш, помітним є прогрес країн Центральної та Східної Європи щодо використання практики диверсифікації розвитку сільського туризму, яка ґрунтується не тільки на культурній, але й на природній спадщині. Поєднання матеріальних та нематеріальних об'єктів спадщини, самоідентифікація місцевого населення, його цінності, туристичні об'єкти та місцева економіка в цілому стали базою для перерформатування стратегій розвитку країн регіону, наріжним камінням їхнього інтегрування в загальноєвропейську економіку [3].

Розвиток пропозицій сільського туризму в різних країнах ЄС сприяє зростанню конкуренції, що в умовах динамічного середовища призводить до пошуку шляхів диверсифікації послуг, зокрема, через співпрацю з регіональними виробниками крафтових харчових продуктів – вина, пива, сиру тощо.

Крафтові продукти від підприємств малого та середнього бізнесу регіону завжди асоціюються з місцевою культурою та традиціями. Крафтові харчові продукти заохочують туристів до пізнання «смаків» дестинації, сприяють популяризації локації, стають основою її туристичного бренду на внутрішньому та міжнародному ринках. Локальні нішеві продукти стають географічним

позначенням регіону та можуть бути включені до списку нематеріальної культурної спадщини.

У відповідь на зростаючий попит на локальний туристичний продукт у країнах ЄС створено мережі унікальних туристичних маршрутів еногастрономічного туризму, зокрема, екскурсії на виноградники та виноробні, програми відвідування енотек і льохів з приватними дегустаціями, “slow food” тури, а також тематичні фестивалі і ярмарки. В останні роки актуальності набирають авторські екскурсійні тури, майстер-класи та енологічні семінари (включаючи спілкування з власниками-виноробами), тури з можливістю роботи на винограднику, винні пішохідні стежки, екскурсійні тури організовані у форматі винних ігор (квестів, аукціонів), винні круїзи. Під час пандемії COVID-19 з’явилися нові пропозиції – віртуальні еноекскурсії.

Особливе місце у розвитку сільського туризму регіонів ЄС займають інтерактивні мапи провідних крафтових локацій, які надають інформацію про культуру споживання їжі та вина, особливості відвідування виробництва, типові маршрути, послуги гідів-екскурсоводів. Наприклад, енопортали Німеччини, Італії та Франції дозволяють спланувати подорожі винними регіонами.

Найкращі практики ЄС можуть забезпечити оптимальне використання ресурсів сільського туризму за підтримки основних екологічних процесів та сприяння збереженню природних ресурсів і біорізноманіття. Повага до соціальної та культурної автентичності приймаючих громад, збереження їх культурної спадщини та традиційних цінностей, досягнутих у ЄС, сприяють міжкультурному розумінню та толерантності. Забезпечення життєздатної, довгострокової економічної діяльності, надання соціально-економічних переваг усім зацікавленим сторонам є найболючішими питаннями сучасної України. Стабільна зайнятість, можливість отримання прибутку, соціальні послуги для приймаючих громад та внесок у боротьбу з бідністю є наслідками сталого розвитку туризму, які необхідні Україні.

Розвиток дестинацій сільського туризму країн ЄС на засадах сталого розвитку свідчить про дотримання балансу між екологічними, економічними, соціальними і культурними аспектами. Для країн ЄС сільський туризм є домінуючим у розвитку внутрішніх регіонів, що посилює актуальність вивчення та впровадження досвіду ЄС для розвитку внутрішнього туризму в Україні. Досвід країн Європейського союзу вказує на активне залучення крафтових виробників до формування маршрутів сільського туризму.

Еногастрономічні маршрути здійснюють синергічний ефект на розвиток сільського туризму, так само як і на розвиток культурно-пізнавального, рекреаційного, екологічного та інших; а також посилюють співпрацю між стейкхолдерами у розбудові потенціалу сільської дестинації; прискорюють активне розповсюдження інноваційних технологій; популяризують сільські території та локації; підвищують стандарти якості продукції та послуг, а також, безумовно, збільшують обсяги продажів крафтових продуктів.

Управління дестинацією, соціальний/культурний/екологічний вплив та економічна цінність є найбільш складними для розвитку українського туризму. Україна багата туристичними ресурсами, але різка трансформація української економіки зараз не дозволяє розкрити потенціал внутрішнього та в'їзного туризму. Сталий розвиток українського туризму також є дуже важливим для встановлення міцних культурних та економічних контактів з іншими країнами та всередині України. Кращі практики ЄС, у тому числі нових країн-членів ЄС, є питаннями, які потребують подальшого дослідження.

Список використаних джерел

1. The World Tourism Organization (UNWTO). URL: <https://www.unwto.org/rural-tourism> (дата звернення: 06.10.2022).
2. Regional impacts of the COVID-19 crisis on the tourist sector (2021). Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2021 https://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/studies/pdf/reg_%20impacts_covid_tourism_en.pdf (дата звернення: 06.10.2022).
3. Череп О., Осаул А. Диверсифікація сільського туризму в Україні на основі європейського досвіду. *Економіка та суспільство*. 2021. № (28). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-28-44> (дата звернення: 05.10.2022).

КОНЦЕПЦІЯ СТАЛОГО КРЕАТИВНОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ В КРАЇНАХ ЄС

Олексенко Роман,

roman.xdsl@ukr.net

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

Гарбар Галина,

garbargalina12@gmail.com

Відокремлений підрозділ «Миколаївська філія
Київського національного університету культури і мистецтв»
(м. Миколаїв, Україна)

Анотація. У статті сформовано концепцію сталого креативного розвитку туризму у сільських регіонах в країнах ЄС, що є джерелом додаткового доходу та створення робочих місць. Розглянуто основні напрямки впровадження концепції сталого креативного розвитку туризму у країнах ЄС. Мета полягає в тому, щоб зробити сільські райони доступними та ефективними для всіх, основна увага приділена розвитку креативних індустрій на селі та культурного сільського туризму.

Abstract. In the article, the concept of sustainable creative development of tourism in rural regions in the EU countries is formed, which is a source of additional income and job creation. The main directions of implementation of the concept of sustainable creative development of tourism in EU countries are considered. The aim is to make rural areas accessible and efficient for all, with a focus on the development of creative rural industries and cultural rural tourism.

Сільський туризм займає особливе місце в питанні розвитку сільського простору, як важливий доповнюючий фактор у рамках стратегії регіонального розвитку країн ЄС. Це сфера діяльності, яка дозволяє наскрізне бачення розвитку сільської місцевості, сприяє компенсації недоліків складних ділянок і виправленню викривлень і нерівностей. Справжню політику балансування територій можна було б проводити шляхом відновлення життєздатності сільських територій розвитку, які принаймні частково втратили свій економічний інтерес, особливо в умовах нової ситуації кризи пандемії COVID-19. [4]. Ця інтегрована діяльність може бути основою для місцевого відродження не тільки з точки зору нової економіки послуг (державних і приватних), але також завдяки тому, що робить можливим пошук нової корисності туристичної галузі, що формують туристичну Європу [1].

Туризм – це джерело додаткового доходу та створення часткових або сезонних робочих місць, дає змогу надання економічної

функції туризму та соціального визнання багатьом сільським жителям. Тому важливо заохочувати високоякісний туризм у сільській місцевості, у якому креативне навчання відіграє вирішальну роль: зв'язок між навчанням та інвестиціями є важливим; якісне цифрове навчання призведе до підвищення статусу робочих місць у сфері туризму. Для цього слід поєднати структурований та завершений туристичний проект, місцеву економіку та захист навколишнього середовища у сталий спосіб. Багато сфер інтересів уже охоплені можливостями горизонтального чи секторального втручання у сферу туризму.

Різноманітність пропозиції туристичних продуктів у сільській місцевості є ще погано структурованою та не дуже пов'язаною з великими мережами розподілу туристичних продуктів: тому необхідно дозволити вертикальне, але також і територіальне структурування пропозиції. Проекти сільського туризму стикаються з дилемою залишатися малими або розвиватися та зіткнутися з ризиком втрати своєї специфіки та якості своїх продуктів, які зробили їх успішними. Тут знову постає проблема організації концепції сільського туризму: негативні наслідки, до яких може призвести оподаткування туристичної діяльності в сільській місцевості та необхідність гармонізації різних видів ставлення до тих, хто займається сільським туризмом.

Проекти у розвитку сільського креативного туризму повинні базуватися на комплексному підході; використовувати основні природні ресурси регіону; підтримувати створення та розвиток економічних обсерваторій туризму. Краще знання очікувань попиту та поведінки є важливим елементом для розробки стратегій регіонального розвитку країн ЄС. Кожна держава-член має власні методи спостереження та показники туристичних потоків. Якщо ці системи є джерелом багатства, виникає потреба в гармонізації: необхідно терміново розробити концепцію, метод і спільне ноу-хау [2].

Мета полягає в тому, щоб об'єднати технічну інформацію, необхідну для осіб, які приймають рішення, техніків і бізнес-лідерів, з одного боку, і, з іншого боку, сприяти об'єднанню цих регіональних центрів для кращої гармонізації дій і капіталізації знань. Цей підхід спрямований на сприяння розробці та реалізації індивідуальних стратегій, державних чи приватних операторів туристичного сектору. Успішний досвід CARRURE (Європейського сільського перехрестя) міг би надихнути на більш широкий підхід до розвитку креативної галузі сільського туризму, де місце сільського туризму було б чітко визначено. Крім того, було б бажано проводити більш загальні заходи щодо розвитку сільського туризму

на території Союзу, спрямовані на визначення представницьких організацій у кожній державі-члені, а також програми дій. Цей перелік має сприяти створенню мереж, що призведе до якісного покращення пропозицій та економічної ефективності сільського туризму.

У цьому відношенні можна лише висловлюватись за започаткування динаміки обміну інформацією та досвідом шляхом заснування Європейської федерації всіх організацій, що працюють у сфері сільського туризму. Сільський туризм є доповненням діяльності та послуг на території країн ЄС: ця ідея ланцюга спільних інтеграційних інтересів повинна керувати узгодженістю галузевої та горизонтальної політики розвитку. Охорона культурної, природної та традиційної спадщини з акцентом на реабілітації культурної спадщини, а також на підтримці місцевої культури та традицій у рамках концепції розвитку сільського туризму, яка використовує всі його ресурси. Ми можемо, наприклад, черпати натхнення з оригінальних ініціатив, таких як "Rendez-vous en France": це питання, від реабілітації «звичайної» забудованої спадщини до сучасних стандартів комфорту, щоб запропонувати глобальний економічний проект сільського туризму, який інтегрує місцеві послуги та різноманітні заходи в симбіозі з автентикою сільської місцевості.

Ця політика відродження «країни» (міжмуніципальний рівень) базується на підходах до «туристичного продукту», який може сприяти відродженню сільських територій. Це може бути доповнено політикою переоцінки місцевих продуктів, а також стародавніх сільськогосподарських практик, особливо тваринництва та ремесел (промислів), які становлять високі пріоритети для «диверсифікації», якої прагнуть місцеві чиновники та туристи в пошуках автентичності. Нарешті, і в більш загальному плані, необхідно заохочувати популяризацію та захист місцевих культур, які самі по собі можуть стати основою для туристичного перебування, чи то в таких напрямках, як музика, дизайн, мистецтво чи інші креативні професії.

Ці «активи» просуваються в багатьох регіонах Союзу через проведення заходів (традиційні ярмарки, міжнародні фестивалі тощо). Безумовно, необхідно поширити ці підходи на користь більш традиційного перебування, усвідомлюючи, що цей підхід виходить за рамки інтересів лише відпочиваючих і приносить користь місцевому населенню. З'явилося багато експериментів, які ґрунтують проекти на кращій інтеграції всіх цих культурних проектів у сільський туризм, деякі з яких уже підтримано на рівні

Співтовариства (приклад Pays Cathare, підтриманого в Leader 1, бельгійської Валлонської групи). Таким чином, місцеві органи влади повинні надавати підтримку, в тому числі в транснаціональних або трансрегіональних рамках, для посилення цих елементів для цілей туризму шляхом організації справжніх ланцюгів туристичних продуктів [3].

Ось чому економічна підтримка повинні надавати перевагу «м'яким», альтернативним, сталим формам туризму, які спираються на природне середовище, зберігаючи його баланс і які дозволяють узгодити стійкі інтереси всіх гравців території. Політика розвитку, яка здійснюється в рамках регіональних природних парків, є ілюстрацією методів, які слід використовувати для просування напрямку управління сільськими просторами. Необхідно сприяти і захищати культури корінних народів, особливо у віддалених сільських громадах. Місцеву культуру слід висвітлювати та розвивати так, щоб вона слугувала платформою для розвитку туризму за інтересами (наприклад, мовного чи культурного). Ці зусилля повинні супроводжуватися стимулюванням туризму у найширшому розумінні цього терміну, який охоплює мову, музику, танці, мистецтво, дизайн, літературу. Зміцнення ендогенної культури не тільки сприяє заохоченню туризму, але й зменшує загрози для нього та створює підвищений інтерес щодо його розвитку на місцевому рівні.

Поліпшення доступності культурних, природних і розважальних об'єктів для кращого покращення культурної спадщини шляхом підтримки комунікаційної інфраструктури у розвитку сільського туризму, яка виходить за межі національних або навіть субнаціональних кордонів. Концепція розвитку сільського туризму зосереджується на покращенні послуг та їхньому обслуговуванні, щоб забезпечити безперервність подорожей Європою з постійною турботою про збереження та реорганізацію життєвого середовища місцевого населення. Тут мова йде про продовження зусиль, вжитих щодо відновлення пішохідних стежок або створення під'їзних доріг (Ціль 5b), без яких неможливий жоден туризм.

Мета полягає в тому, щоб зробити сільські райони в Союзі доступними та ефективними для всіх, шляхом визначення загальних логотипів, які не мають на меті замінити комерційні бренди, а, навпаки, сприяють європейському упровадженню сільського туризму. Ці стандартні логотипи повинні відповідати узгодженим специфікаціям описів (житла, обладнання) і пропонуваніх послуг, підкреслюючи критерії якості та гарантуючи, що клієнти мають належним чином навчених місцевих операторів.

Одна з найбільших труднощів різних компонентів концепції розвитку сільського туризму полягає у визначенні достатньої «критичної маси» (з точки зору можливостей прийому та різноманітності послуг), щоб представити привабливу пропозицію, яка в той же час зберігає свої характеристики автентичності, які сприяють його успіхом. Привабливість туристичних продуктів у сільській місцевості базується на природних і культурних надбаннях мозаїки європейських регіонів. Саме завдяки створенню проектів розвитку сільського туризму на основі розвитку культури кожного з них сприяє можливостям для місцевого розвитку, які повинні стати найкращими та стійкими. Ось чому видається необхідним підтримувати фазу появи проектів, спільного відображення всіх потенційних акторів географічного регіону (що може вийти за межі адміністративного поділу, щоб відновити географічну, економічну та людську узгодженість).

Ці анімаційні та рефлексійні дії, що об'єднують усіх дійових осіб на рівні території, повинні підтримуватися, оскільки вони дуже часто є важливими для появи індивідуальних або колективних проектів для досягнення формування координат розвитку програм розвитку сільського туризму, необхідних для узгодженої туристичної пропозиції щодо додаткового прийому, розміщення, харчування, послуг, дозвілля та розваг. Управління туризмом відрізняється від одного регіону до іншого в Європейському Союзі залежно від кліматичних умов, і це може передбачати надання об'єктів, які не можуть підтримуватися лише місцевим населенням, щоб сприяти управлінській основі для стратегій місцевого розвитку. Це передбачає визначення та впровадження концепцій для сприяння консультаціям, партнерству та синергії між компаніями, асоціаціями та державними органами [3].

Основна мета, яку потрібно досягти, полягає в тому, щоб створити метод підтримки, який проходить від початку проекту (фаза обізнаності) до моніторингу та створення мережі через центрального оператора, який на кожному етапі життя проекту об'єднує необхідні зовнішні навички. Ця нова концепція глобальної та стійкої підтримки, безсумнівно, є додатковою гарантією реалізації амбітних та серйозних індивідуальних проектів. У цій перспективі та до визначення глобальної фінансової структури, яка дозволить розробити цю нову політику, необхідно досягти двох цілей: з одного боку, покращити якість консультацій, що надаються компаніям, а, з іншого боку, розвивати інноваційні та якісні методики впровадження концепції. Підтримка компаній шляхом створення та розвитку консультаційних центрів для компаній та ініціаторів проектів.

Ці центри могли б об'єднати елементи всіх видів діяльності, які можуть сприяти розвитку сільської місцевості, і таким чином сприяти появі інкубаторів підприємств. Крім інструментів, елементи для роздумів можна взяти з британського досвіду державних субсидій для консультацій на користь малих і середніх підприємств. Важливо адаптувати дії місцевих операторів у кожному конкретному випадку до потреб міжгалузевого партнерства та плюративних практик. Головне – це підтримка програм розвитку нових технологій у розвитку сільського туризму (зокрема в організації розповсюдження), уникнення ризику комп'ютеризованих домовленостей, які погано контролюються або недостатньо підтверджені в режимі роботи [2].

Узгодити структуру управління сільським туризмом – це досягти більшої ефективності місцевих ініціатив і, завдяки територіальному підходу, об'єднати галузеві бачення шляхом побудови реального підходу до сільської політики. Необхідно культивувати кілька видів втручання:

1) сприяти обмінам між різними учасниками сільського туризму, щоб з одного боку подолати труднощі, пов'язані з незнанням їхніх взаємних статутів, наприклад, дозволити розмірковувати над їхніми спільними потребами (законодавчі труднощі, потреби в інфраструктурі чи рекламі, зокрема);

2) покращити економічні показники запропонованої діяльності шляхом збільшення інформації про можливості фінансування (Європа, країни, регіони тощо) та динаміки розвитку (послаблення податкових зборів, зниження податків). Програми розвитку сільського туризму необхідно розглядати шляхом диференціації регіонів, які отримують допомогу (цілі 1, 2, 5b), які потребують підтримки; конкретну підтримку, звичайно, можуть надавати професійні та технічні мережі, але необхідно мати можливість визначити відповідні форми технічної підтримки (управління проектом) та фінансової підтримки (зменшення витрат на етапі створення та запуску);

3) упроваджувати засоби, які дозволяють економічній ініціативі у сільській місцевості, щоб отримати вигоду від місцевих заощаджень. Проблема мобілізації місцевих ресурсів для розвитку концепції сільського туризму має стати предметом спеціального дослідження з огляду на можливості, які вона дає, як з точки зору підтримки появи чи консолідації проектів, так із точки зору «об'єднання» всіх жителів регіону сільського туризму [3].

Розробка та впровадження концепції цієї програми повинні враховувати дві реальності:

1) розвиток, особливо для туристичних цілей, може бути уявлений тільки з точки зору простору(-й) у синтезі основних функцій, які складають туризм;

2) прийом, розміщення-харчування, послуги, дозвілля та розваги.

Концепція упровадження сільського туризму, таким чином, залежить від успішного розвитку місцевого потенціалу в оптимальному розвитку агро-сільського простору, що розглядається, для чого перенести концепцію природного балансу у вектор сталого розвитку в європейському масштабі у навколишнє середовище. Воно розуміється як простір, так і традиційна будівельна спадщина, яка є активом на місцевому рівні. Заходи Співтовариства, спрямовані на розвиток концепції сільського туризму, можуть бути вжиті лише в рамках інших політик Співтовариства та структурних фондів.

Мета концепції – визнати важливість можливостей, які пропонують форми сталого туризму, що дбайливо ставляться до навколишнього середовища та зміцнюють природні ресурси та ресурси спадщини територій на основі ініціативи місцевого населення. Сільський туризм розвивається у багатьох сферах, і зокрема в найбільш периферійних, для чого слід сприяти збалансованому розвитку всього європейського простору; узгодженню методів управління туристичною пропозицією; сприяти встановленню синергії завдяки європейській підтримці, спираючись на наявні навички та фінансові ресурси, щоб сільський туризм зайняв своє місце в «Європейському Союзі». Ця політика вимагає постійної фінансової підтримки, а також зближення та обміну між державними та приватними суб'єктами.

Список використаних джерел

1. Nesterenko, Olena, Oleksenko, Roman. Social philosophical reflection of the individual legal education philosophy as the basis for the democratic society functioning. *Humanities Studies*. 2020. Вип. 4 (81). С. 165–181.

2. Гарбар Галина. Філософія туризму як філософія творчості і креативності у контексті формування конкурентоспроможних орієнтацій гостинності в сучасній Україні. 2020. Вип. 5 (82). С. 23–35.

3. Rybalchenko N., Bilohur S., Oleksenko R., Voronkova V., Verkhovod I. Clusterization tendencies of Ukraine's tourism sphere and way out of the COVID-19 pandemic crisis (Тенденції кластеризації туристичної сфери України та шляхи виходу з кризи пандемії COVID-19). *Revista De La Universidad Del Zulia*. 3ª época. Año 12 N 34. 2021. P. 60–75. URL: <https://produccioncientificaluz.org/index.php/rluz>

4. Oleksenko R., Bilohur S., Rybalchenko N., Verkhovod I., Harbar H. The ecological component of agrotourism development under the COVID-19 pandemic. *Cuestiones Políticas*, 2021. № 39 (69). P. 870–881. DOI: <https://doi.org/10.46398/cuestpol.3969.53>

СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ІННОВАЦІЙНА БІЗНЕС-МОДЕЛЬ В УМОВАХ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ

Переверзева Анна,

pereverzeva@ukr.net

Запорізький національний університет

(м. Запоріжжя, Україна)

Анотація. Потреба запровадження соціального підприємництва в національній економіці обумовлена значною нерівномірністю розподілу доходів у суспільстві, зниження рівня платоспроможності та неможливістю задоволення всіх наявних потреб. Саме соціальне підприємство на основі креативних підходів до управління дозволяє вирішити проблему безробіття через створення нових робочих місць, підвищення якості життя та індивідуального розвитку кожного.

Abstract. The need to introduce social entrepreneurship in the national economy is due to the significant uneven distribution of income in society, a decrease in the level of solvency and the impossibility of meeting all existing needs. It is the social enterprise based on creative approaches to management that allows solving the problem of unemployment by creating new jobs, improving the quality of life and individual development of everyone.

Сучасний етап розвитку суспільства характеризується значним поглибленням впливу глобальних викликів на економіки всіх країн світу, незалежно від рівня їх розвитку. Проте розвинуті країни мають можливість рухатися обраною траєкторією розвитку з найменшими втратами для суспільства, а країни, що розвиваються, мають недостатній потенціал, щоб подолати сучасні виклики й загрози.

В умовах зростання впливу глобальних викликів та неможливість у повній мірі врахувати соціально-економічні наслідки перед національними економіками постає питання пошуку і впровадження альтернативних можливостей збереження рівня та якості життя населення. Ефективним засобом вирішення зазначеного питання, враховуючи обмеженість матеріальних та нематеріальних ресурсів, є соціальне підприємництво, котре дозволяє забезпечити реалізацію потреб людей з оптимізувати витрати ресурсів та реалізувати власні можливості [1].

Необхідність вирішення спільних проблем підприємництва актуалізує необхідність пошуку ефективних способів досягнення керованого розвитку світової економіки загалом та окремих національних економік зокрема. Взаємозалежність та ступінь відкритості економік, необхідність вирішення спільних проблем,

що утворюються єдину систему та проектують успіхи та невдачі на глобальний рівень.

Традиційні методи господарювання виявилися неефективними з точки зору задоволення потреб населення, реалізації особистих та суспільних інтересів. Однією із необхідних об'єктивних умов є запровадження та розвиток соціального підприємництва до кінця невичерпної форми господарювання щодо забезпечення соціально-економічного розвитку. Безумовно, така багато в чому інноваційна форма бізнесу не може повністю нівелювати існуючі проблеми, але дозволяє максимально зменшити їх негативний вплив вдалим поєднанням креативної бізнес-моделі з ринковими методами господарювання. Дуальність соціальних підприємств полягає не лише в поєднанні комерційних та некомерційних цілей, але й досягненні балансу між суспільним (вирішення соціально-економічних проблем) та особистим розвитком підприємця (енергійність, самореалізація, самовдосконалення, соціальна свідомість) [2].

Необхідність впровадження та розвитку соціального підприємництва потребує створення сприятливих умов у країні, що передбачає врахування таких чинників як державна підтримка, прийняття суспільством та наявність потенційних інвесторів. Існування такого феномену в економіці як соціальне підприємництво має дуальну природу: сприяє повному задоволенню базових потреб населення та забезпечує самореалізацію соціального підприємця. Соціальне підприємство орієнтується в своїй діяльності на реалізацію некомерційних та комерційних цілей.

Особливістю європейської моделі соціального підприємництва є домінування некомерційної складової. Оцінка стану та можливостей функціонування й розвитку соціальних підприємств дозволяє досягати принципу збалансованості «потреби-можливості» з метою прийняття ефективних управлінських рішень щодо доцільності запровадження такої форми господарювання в країні. Якщо є потреба в соціальному підприємстві, то, відповідно, перед економікою країни постає питання формування сприятливого середовища для його функціонування та розвитку [3].

Зауважимо, що інноваційність соціального підприємництва обумовлена використанням креативних підходів до вирішення соціальних проблем за рахунок застосування традиційних практик із адаптацією до потреб сьогодення. Головна відмінність традиційних форм господарювання та соціального підприємництва передбачає визначення співвідношення між комерційними та некомерційними цілями, що можна ідентифікувати на основі використання «принципу терезів» [4] (рис. 1).

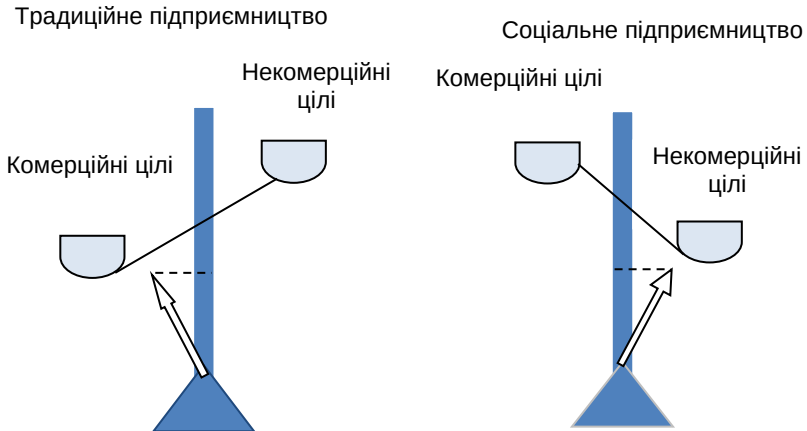


Рис. 1. Порівняння соціального та традиційного підприємництва на основі «принципу терезів»

Джерело: складено автором на основі [4].

Порівняльний аналіз соціального підприємництва із традиційними формами господарювання дозволяє виокремити найважливіші відмінності, а саме [5]:

- визначення послідовності соціальних проблем, що потребують першочергового вирішення;
- застосування найкращих практик підприємницької діяльності для вирішення визначеної соціальної проблеми;
- використання інноваційних чинників у виробництві товарів або надання послуг, які не продукувалися ще на ринку, але створюють додаткову цінність;
- інвестиції доходу в реалізацію соціального завдання, котре визначається на початковому етапі започаткування підприємства.

Отже, в умовах значного скорочення доходів населення, зростання безробіття та поширення й поглиблення бідності ефективним механізмом є мотивація створення соціальних підприємств і їх прискореного розвитку. Така інноваційна форма бізнесу дозволяє забезпечити задоволення базових потреб населення в умовах обмеженості доходів, пом'якшує проблему безробіття та реалізовує і вдосконалює управлінські навички соціального підприємця.

Список використаних джерел

1. Березяк І.І. Зарубіжний досвід та вітчизняні реалії становлення соціального підприємництва. *Наукові записки Національного університету*

«Острозька академія». Серія «Економіка» : збірник наукових праць. 2014. Випуск 25. С. 31–36.

2. Галушка З. І. Феномен соціального підприємництва: поняття та перспективи розвитку в Україні. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка*. 2013. Вип. 148. С. 15–17.

3. Кіреєва О. Б. Соціальне підприємництво як інструмент державної соціальної політики. URL: [www.dridu.dp.ua/zbirnik/2011-02\(6\)/11kobdsp.pdf](http://www.dridu.dp.ua/zbirnik/2011-02(6)/11kobdsp.pdf).

4. Удодова В. І., Шаповал В. І. Дослідження досвіду функціонування національних моделей соціального підприємництва. *Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Карабіна*. 2013. № 1042. С. 105–108.

5. The social enterprise sector : a conceptual framework / Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD), Local Economic and Employment Development Programme (LEED Programme). URL: <http://www.oecd.org/regional/leed/37753595.pdf>.

ВПЛИВ ЗБРОЙНИХ КОНФЛІКТІВ НА РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ

Прушківська Емілія,

em.prushkovskaya@gmail.com

Антонюк Катерина,

Куц Олександр,

Національний університет «Запорізька політехніка»
(м. Запоріжжя, Україна)

***Анотація.** Для багатьох країн світу туризм є однією з провідних галузей економіки, яка виступає основним джерелом доходів до державного бюджету, а також забезпечує зайнятість населення. Зазначені держави прагнуть гарантувати найвищий рівень безпеки для туристів та створити найсприятливіші умови, що є можливим лише за відсутності різного роду конфліктів, особливо військового характеру.*

***Abstract.** For many countries of the world, tourism is one of the leading sectors of the economy, which acts as the main source of income for the state budget, and also provides employment for the population. The mentioned states strive to guarantee the highest level of security for tourists and create the most favorable conditions, which is possible only in the absence of various kinds of conflicts, especially of a military nature.*

Для економіки країни туризм є тією галуззю, котра з одного боку є важливим джерелом для формування доходної частини державного бюджету, а з іншого сприяє акумуляції національної культурної спадщини, яка є об'єктом зацікавленості представників інших культур. Значущість туристичної галузі у міжнародній економіці визначається його часткою – 10% у світовому ВВП [1]. На розвиток туризму впливають різні групи чинників (рис. 1).

Зауважимо, що на сучасному етапі на успішність розвитку туристичної галузі визначається геополітичними чинниками, а саме: політичні перевороти, тероризм, військові конфлікти тощо, котрі впливають на інтенсивність туристичних потоків.

На сучасному етапі спостерігається наявність конфліктів, які негативно впливають на розвиток туристичної галузі. Основними видами конфліктів є [3]:

- війни (негативно впливають на туризм в країнах, які є безпосередніми учасниками конфлікту, так сусідніх країн);
- політичні конфлікти (скорочення туристичних потоків через політичні суперечки);

- терористичні акти (несприятливе середовище для туристів, небезпека, панічні настрої);
- територіальні суперечки (закриття кордону спричиняє зменшення туристичного потоку).

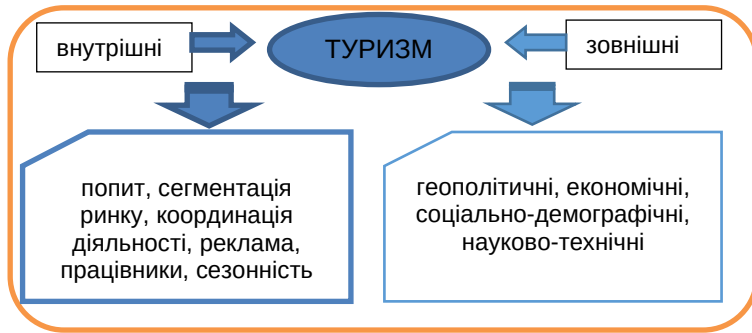


Рис. 1. Групи чинників, які впливають на розвиток туристичної галузі

Джерело: побудовано авторами на основі [2].

Підкреслимо, що для економіки України туристична галузь відіграє провідну роль з точки зору джерела доходів та популяризації культурних цінностей серед іноземних туристів. Україна поступово відновлювала свій туристичний потенціал через диверсифікацію розвитку, інтенсивність туристичних потоків поступово збільшувалася, незважаючи на те, що потенціал використовувався не в повному обсязі. Однак, посилення впливу геополітичних чинників негативно вплинуло на розвиток туристичної індустрії – 2014 р. початок українсько-російської війни та 2024 р. – повномасштабні бойові дії. У деяких регіонах інтенсивність туристичних потоків зменшилася, а в багатьох – взагалі зникла.

Проаналізуємо туристичні потоки за період 2009–2021 рр. (рис. 2).

Аналіз туристичних потоків за період 2009–2021 рр., представлених на рисунку 2 підтверджує, що, починаючи з 2014 р. відбуваються значні зміни в структурі туристичних потоків, що обумовлено початком російсько-української війни. Тобто з 2014 р. значно відбулося значне скорочення міжнародних туристичних потоків, що спричинено ускладненням політичної ситуації – анексія Криму та військові дії на сході та півдні України. У результаті анексії Криму було втрачено 30 % рекреаційно-туристичного потенціалу країни, внаслідок переорієнтації міжнародних туристів,

котрі видавали переваги відпочинку на березі моря, на інші країни світу.

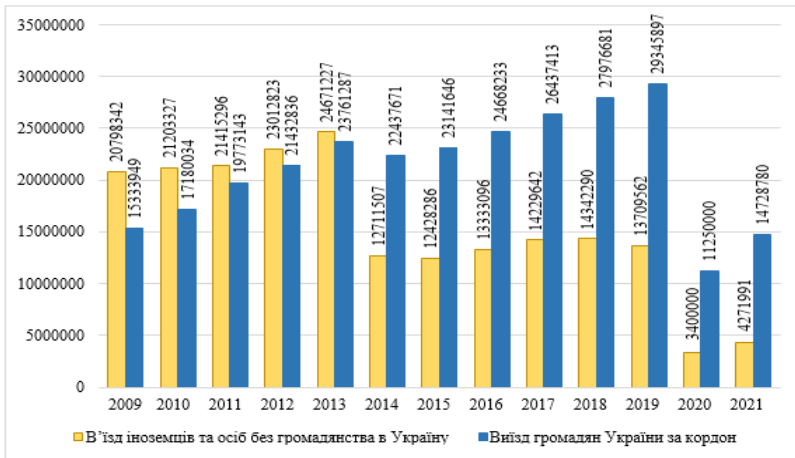


Рис. 2. В'їзні та виїзні туристичні потоки у 2009–2021 рр. в Україні (осіб)

Джерело: побудовано авторами на основі [2; 4; 5].

Незважаючи на складність обставин та ситуації туристична індустрія намагається не лише вижити, але й розвиватися. На сучасному етапі галузь використовує лише біля третини свого реального потенціалу, орієнтуючись здебільшого на внутрішній туризм переважно у західному напрямку. Крім організації подорожей, додатковою зайнятістю є волонтерство, підтримки армії та переміщених осіб через розміщення їх в санаторно-курортних зонах.

Підтримка галузі туризму є вкрай важливою як джерела доходу до державного бюджету, за рахунок яких також підтримуються незахищені верстви населення та армія.

На сучасному етапі важливим напрямком є туризм як засіб психологічної реабілітації. Адже військові дії негативно впливають на психологічний та емоційний стан населення не лише тих, хто перебуває в зоні бойових дій, а тих, хто є опосередкованим учасником. Таким часом подорожі дозволяють на певний час відновити сили та досягти спсихологічної рівноваги, зменшити рівень страху та відчаю за рахунок зміни середовища, переорієнтації, фізичного

та психологічного відпочинку. Зазначене своєю чергою позитивно впливає на здоров'я та працездатність людини.

Отже, проведений аналіз свідчить про надзвичайні випробування постають перед туристичною галуззю України, які потрібно успішно подолати. Однак у світовій практиці є приклади країни швидкого відновлення що пов'язано з тим, що воєнні дії, збройні конфлікти, тероризм впливає на створення нової спадщини та сприяють розвитку «туризму пам'яті» про тих, хто постраждав внаслідок воєнного вторгнення.

Список використаних джерел

1. UNWTO: офіційний сайт. URL: <https://www.unwto.org/>.
2. Барвінок Н. В., Барвінок М. В. Вплив російсько-української війни на туризм в Україні та перспективи його розвитку в майбутньому. URL: <http://www.baltijapublishing.lv/omp/index.php/bp/catalog/download/237/6403/13255-1?inline=1>.
3. Litvin S. Tourism: The World's Peace Industry? *Journal of Travel Research*. 1998. № 37. P. 63–66.
4. Туристичний барометр України. Київ. 2020. URL: <http://www.ntoukraine.org/assets/files/ntou-barometer-2020.pdf>.
5. *Державна прикордонна служба України* : офіційний сайт. URL: psu.gov.ua/ua/news/2020-y-Kudi-podorozhuvali-naychastishe-ukrainci-zvidki-pribuvali-inozemci/.

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Романюк Ірина,

romaniuk.iryna@ukr.net

Державний біотехнологічний університет

(м. Харків, Україна)

Анотація. У роботі визначено напрями використання зарубіжного досвіду підприємств сільського зеленого туризму, найбільш значимими серед великої кількості яких визначено як результативні: організацію тематичних щорічних рекламних компаній щодо відпочинку на селі за умов державної та регіональної підтримки; непряму державну підтримку у вигляді відсутності оподаткування; розробку пілотних проєктів з розвитку сільського зеленого туризму для окремих сільських територій; посилення екологізації сільського зеленого туризму.

Abstract. The paper defines the directions of using foreign experience of rural green tourism enterprises, the most significant among a large number of which are determined as effective: organization of thematic annual advertising campaigns for rural recreation in the conditions of state and regional support; indirect state support through the absence of taxation; development of pilot projects for the development of rural green tourism for certain rural areas; strengthening the ecologization of rural green tourism.

Можливості сільського зеленого туризму дозволяють структурам, що працюють у цій сфері, забезпечувати гармонійний економічний, соціальний, культурний та духовний розвиток аграрних регіонів, що сприяє вдосконаленню інфраструктури даних адміністративних одиниць, формуванню в них позитивних соціально-економічних тенденцій, збереженню національної спадщини, підвищенню самооцінки сільських жителів. У світовій туристичній практиці відпочинок у сільській місцевості давно користується популярністю [1, с. 8]. Це пов'язано з тим, що чим більше люди дізнаються про несприятливий вплив міського середовища на здоров'я, тим затребуванішим стає відпочинок у віддаленій від мегаполісів місцевості.

Сучасний стан сільського зеленого туризму визначають глобалізація світової економіки, і навіть реалізація низкою країн прогресивних інноваційних, технологічних та інших стратегією. Останні забезпечують вирішення таких соціокультурних завдань, як збереження національної, історичної та етнокультурної спадщини, охорона природи, покращення стану довкілля людей, удосконалення архітектурно-історичного простору, пропаганда

традиційних цінностей та здорового способу життя. Незалежно від специфіки конкретних територій, концепції розвитку сільського зеленого туризму, крім економічного (комерційного) контексту, зазвичай мають також і певний ідеологічний зміст. Отриманий туристами досвід формується не тільки в ході вивчення ними архітектурних пам'яток, творів мистецтва чи народної творчості, але й шляхом безпосередніх контактів з такими реаліями сільської місцевості, як притаманна їй мешканцям гостинність, привітність та доброзичливість.

Аналіз моделей розвитку сільського зеленого туризму, що реалізуються в країнах Євросоюзу та СНД, свідчить про системне використання організаційно-економічних та фінансових методів, стратегій та підходів [2, с. 302]. У Центральній Європі лідером із низки показників у розвитку сільського зеленого туризму, який виступає одним із пріоритетних напрямів державної політики в частині аграрної економіки країни, є Польща. Сільський зелений туризм тут приносить найбільший дохід із усіх видів непрофільної діяльності на селі. Розробка економічної, організаційної та правової бази дозволила сформувати фундамент, забезпечивши прийняття єдиної класифікації сільських садиб, стандартів для об'єктів сільського туризму, що, своєю чергою, підвищило безпеку туристів, відрегулювало цінову політику у цій сфері. При цьому слід зазначити, що у Польщі розроблено добровільну систему категоризації сільських гостьових будинків, яку і впроваджено у підприємницьку практику.

Правове регулювання сільського та агротуризму в Польщі забезпечило суб'єктам цього виду діяльності: безкоштовну реєстрацію гостьових будинків та ферм; вирішило питання звільнення доходів, одержуваних в результаті ведення цього виду діяльності від прибуткового податку, що стягується з фізичних осіб; збереження колишніх ставок податку на нерухомість; можливість ведення неземлеробської господарської діяльності в рамках соціального страхування землеробів.

Вивчаючи зарубіжний досвід розвитку сільського зеленого туризму, слід зазначити, що як гідний приклад підтримки його розвитку з боку держави може виступати досвід Ізраїлю, який активно створює бізнес-інкубатори (або навчальні та консультаційні центри) з метою постачання вже існуючих та потенційно можливих підприємців певним комплексом послуг, які покликані надати спільне сприяння та конкретну допомогу для того, щоб розпочати свій бізнес, розширити його межі або заздальгідь попередити його закриття. Так як більшість підприємців – люди

середнього віку і для них це новий вид зайнятості, навчання відбувається на місцевому рівні і знаходиться неподалік місць їх проживання [3, с. 8]. Послуги та допомогу надаються за допомогою індивідуального консультування та навчання чи навчання у групах.

У рамках проведених досліджень є досить цікавим досвід Німеччини у сфері формування агротуристичного продукту. Слід зазначити, що трохи більше ста років тому вперше на території гірського альпійського масиву Берхтесгаден, де розташоване Королівське озеро, свої витoki бере європейський екологічний туризм. Саме представники Німеччини змогли популяризувати серед населення Європи гострі проблеми із збереженням навколишнього середовища, його взаємодією з людиною та необхідністю їх вирішення. Це дозволило поширити екотуризм як можливість пізнати природні локації з мінімальним завданням збитків. Такий підхід пояснює збережені досі вимоги до організації такого відпочинку [4, с. 75]. Так, наприклад, на озерах використовуються човни з електродвигунами, які забезпечують практично безшумне пересування та не порушують звичний спосіб життя місцевої фауни; готелі, ферми та садиби все частіше використовують енергозберігаючі прилади тощо.

Дослідженнями встановлено, що донедавна екологічний туризм у Німеччині в основному був спрямований на місцевий туристичний ринок, що пояснювалося необхідністю обов'язкового дотримання досить жорстких правил поведінки для туристів з метою максимальної безпеки вихідного природного стану природи [5, с. 200]. Однак надалі численні зміни в геополітиці призвели до того, що місцевий екотуристичний ринок став доступним і для іноземних туристів. Широкий спектр пропозицій дозволяє задовольнити практично будь-який попит як із цінової точки зору, так і за змістом.

Вивчення наукової літератури дозволило встановити те що, загалом родоначальником екотуризму є США і свій основний розвиток даний вид відпочинку отримав у 70-ті роки минулого століття і став однією із значущих за прибутковістю галузей економіки. Найбільш відвідуваною тут вважається північна частина країни, а основою самого екотуризму – широка мережа національних парків і територій, що охороняється, яку курує Служба національних парків Міністерства внутрішніх справ США.

Крім творчого екотуризму, зростаюча з кожним роком популярність здорового способу життя, правил правильного і екологічно чистого харчування пробудила інтерес і до агроекотуризму.

Мешканці мегаполісів із задоволенням та величезним інтересом відвідують різні ферми, де можуть не лише познайомитися ближче з місцевою флорою та фауною, побачити як вирощують різних сільськогосподарських тварин та обробляють агрокультури, а й включитися в даний процес, долучитися до різних етапів виробництва з подальшим придбанням екотоварів особистого вжитку [6, с. 395]. Найчастіше такий вид відпочинку прийнято називати сільським зеленим туризмом. У сукупності він має на увазі повноцінний відпочинок у сільській місцевості, протягом якого туристи ведуть місцевий спосіб життя, осягаючи всю культуру, звичаї, народні промисли і працювати на фермах. Найпоширенішими варіантами сільського зеленого туризму є тури на ранчо, де верхова їзда виступає у ролі основної форми зайнятості гостей.

В Україні, базуючись на польському досвіді, також діє система екологічної сертифікації та добровільної категоризації «Зелена садиба», яка розроблена всеукраїнською Спілкою сприяння розвитку сільського зеленого туризму. Схема сертифікації побудована на принципах зменшення шкідливого впливу агротуристичного об'єкту на екологію, підтримка народних традицій та ремесел, підтримка місцевої економіки, розвиток екологічно сприятливих видів розваг і відпочинку [7].

Кожна країна вибрала свої методи організації сільського зеленого туризму і в процесі розвитку цього бізнесу єдиного «рецепту успіху» не існує. У кожній державі свої поняття про комфорт і гостинність. Кожна країна відрізняється своїми кліматичними та етнокультурними умовами. Основними напрямками розвитку підприємств сільського зеленого туризму України мають стати: створення сприятливих умов для отримання податкових пільг та кредитів для власників агросадіб, рекламування послуг сільських господарств, випуск різноманітних путівників, поширення різноманітних видів агротуристичного бізнесу, у тому числі курортна спеціалізація сільського зеленого туризму.

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. Романюк І. А. Розвиток сільського зеленого туризму в умовах необхідності диверсифікації сільської економіки. *Стратегічні напрями соціально-економічного розвитку аграрного сектору економіки України* : колективна монографія / за заг. ред. А. В. Руснак. Херсон : ТОВ «ВКФ «СТАР» ЛТД», 2017. С. 299–307.

3. Ihnatenko M. M., Romaniuk I. A., Yatsenko Ya.I. Support of projects and strategies for development of rural green tourism enterprises by local communities and the state. *Економічний вісник університету*. Вип. 51. 2021. С. 7–13.

4. Яровий В. Ф. Соціально-економічна ефективність функціонування підприємств сільського зеленого туризму та галузі туризму загалом. *Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу*. 2017. № 4 (40). С. 72–75.

5. Мандич О. В. Удосконалення рекламних та маркетингових продуктів для розвитку підприємств сільського зеленого туризму. *Боголібські читання* : матер. І Всеукр. конф., 18 вересня 2020 р. Переяслав : ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди», 2020. С. 200–201.

6. Marmul L. O. Motivational mechanisms of development of rural green tourism enterprises. *30 години: преход, поуки и перспективи* : междунар. науч. конф. Sofia: Publishing Complex – UNWE, 2019. С. 393–398.

7. Романюк І. А. Використання зарубіжного досвіду у стимулюванні та мотивації розвитку туристичної діяльності на селі. *Формування та перспективи розвитку підприємницьких структур в рамках інтеграції до європейського простору* : матер. Міжнар. наук.-практ. конф. (заочна форма), 27 березня 2018 р. Полтава : ПДАА, 2018. С. 278–280.

ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТІЙКОГО ТА КРЕАТИВНОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ

Сергієнко Тетяна,

Sergienko7921@gmail.com

Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ

(м. Дніпро, Україна)

Анотація. Досліджено особливості європейського досвіду забезпечення стійкого та креативного розвитку сільських територій. Зокрема розглянуто європейські моделі організації сільського туризму. Розглянуто поняття «сталий розвиток» та «сталий розвиток сільських територій». Доведено, що сільський туризм повинен буди заснований на принципах сталого розвитку, який задовольняє соціальні, економічні та екологічні потреби сільських територій.

Abstract. Peculiarities of the European experience of ensuring sustainable and creative development of rural areas are studied. In particular, European models of the organization of rural tourism are considered. The concepts of "sustainable development" and "sustainable development of rural areas" were considered. It has been proven that rural tourism should be based on the principles of sustainable development that meets the social, economic and environmental needs of rural areas.

Актуальність обраної теми обумовлена тим, що зміни в туристичній галузі відбуваються під впливом глобальних економічних змін, зміни суспільних настроїв і тенденцій, які внаслідок цього виникають. Глобальна криза, зміна клімату, зростання населення, проблема бідності та голоду формують сучасну систему поглядів на навколишній світ. Глобальне визнання концепції сталого розвитку стало одним із важливих елементів реакції суспільства на зміни в природі [2, с. 25]. Сутність концепції сталого розвитку полягає у забезпеченні балансу між екологічним та економічним середовищем, задоволенні потреб суспільства як у короткостроковій перспективі, так і в стратегічному періоді [3, с. 148]. 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 комплексу економічних, соціальних та екологічних заходів, державного та місцевого рівня» [1, с. 61]. Таким чином, вивчаючи особливості сталого розвитку сільських територій, перш за все слід зазначити, що розвиток села – це спосіб управління в сільській місцевості, який задовольняє соціальні, економічні та екологічні потреби сільських територій [4, с. 35].

До питання розвитку сільських територій вже зверталися такі дослідники, як: І. Васильєва, Я. Гезгала, Ф. Котлер, Д. Боуен, Д. Мейкенз, П. Стенєв, Є. Атанасова, Д. Георгієв, Д. Уокер, які розглядають проблеми розвитку, організації та функціонування туристичної діяльності в окремих країнах і світі в цілому; географічний напрямок – досліджено в роботах В. Преображенського, Ю. Веденіна, І. Зоріна, М. Нудельмана, Ю. Путрика, М. Зачиняєва, М. Фальковича, І. Котлярова, І. Пироженка та В. Смирного. Проте, не дивлячись на доволі великий інтерес до даного питання, сьогодні, є необхідність його подальшого дослідження та вивчення.

Отже, реалії сьогодення свідчать, що у ХХІ столітті світова індустрія туризму перебуває в процесі активного розвитку та становлення. Паралельно з традиційними типами поширюються всілякі нетрадиційні форми туризму, відпочинку та подорожей, а саме сільський туризм. Основною причиною розвитку сільського туризму стала криза в аграрному секторі. Сільське господарство поступово почало витіснятися агробізнесом, механізація та модернізація змінюють села. Щодо Європи, то у багатьох сільських регіонах сільське господарство перестало бути найважливішою формою використання землі і самою важливою діяльністю сільської громади. Сьогодні одним із найперспективніших видів туризму, який позитивно впливає на сталий розвиток території та отримання економічної вигоди, є сільський туризм.

Незважаючи на те, що сільський туризм є новим явищем, історія його розвитку як виду туризму починається в Західній Європі в 1960–1970-х роках.

Сьогодні виділяють кілька національних європейських моделей організації сільського туризму: британська, французька, німецька, італійська, чеська, іспанська, польська та латвійська. Розглянемо більш детально кожен з цих моделей (див. табл. 1).

Виходячи з характеристики світових моделей сільського туризму, можна зробити висновок, що сьогодні усе більший вплив на сферу туризму робить поширення ідей екологізації життя.

Розвиток сільського туризму є інструментом моделі перерозподілу для зменшення розриву між найбільш відсталими сільськими територіями та іншими секторами економіки.

На території Європейського Союзу широко розвинений сільський туризм, який є одним із найпривабливіших видів відпочинку. Проте фермери в менш розвинених країнах ЄС використовують туризм як інструмент диверсифікації свого агробізнесу, а не як основне джерело доходу. Також, значимо, що кожна країна обирає свої методи організації сільського туризму так як у кожній країні свої поняття про комфорт і гостинність.

Таблиця 1

Європейські моделі організації сільського туризму

Назва моделі	Характеристика
Британська модель	Особливість даної моделі полягає у системі розміщення, що забезпечує контакт із сім'єю фермера, а також можливість самообслуговування, враховуючи розвинену культуру верхової їзди, часті практики спілкування з тваринами та поїздки. Британська модель включає елементи пізнавального та екологічного туризму.
Французька модель	Модель включає різні форми класичного сільського туризму, що змінюються залежно від близькості до моря. Також, передбачає більший ухил у бік гастрономічного та винного туризму. Менші форми розміщення туристів включають проживання у фермера, в основному туристи зупиняються на віллах.
Італійська модель	Дана модель поділяється на три основні напрямки щодо специфіки надання послуг. Це поєднання типового сільського відпочинку з оздоровленням (екотуризмом), вивченням гастрономії та місцевих продуктів, що відрізняються своєю територіальною прив'язаністю, а також заняття спортом. Туристи розміщуються в апартаментах і номерах. Іноді зустрічаються наметові містечка.
Чеська модель	Чеська природа приваблює туристів у відомі виноробні регіони та регіони, що межують із заповідними територіями. Для Чехії це відносно новий вид сільського відпочинку, тому підприємці схильні бачити в ньому можливість диверсифікувати свій агробізнес. Найпоширеніший вид туризму поєднує в собі відвідування кінних заводів і занурення в автентичний сільський побут.
Іспанська модель	Відрізняє дану модель від інших загальний відпочинок в селі, відпочинок на фермі, знайомство з побутом, гастрономія, догляд за тваринами.
Польська модель	Відмінною рисою є чітке розмежування між господарствами, які приймають туристів, тими, для яких це єдиний бізнес, і тими, які бачать у туризмі джерело додаткового доходу. Заклади розміщення відрізняються як ціною так і якістю послуг, що надаються.
Латвійська модель	У Латвії сільський туризм – це вид відпочинку, який передбачає перебування туриста в сільській місцевості з населенням до 5000 місцевих жителів або в населеному пункті та надання йому індивідуальних послуг, пов'язаних із зануренням у повсякденне життя, побут і традиції. Особливість розуміння сільського туризму в Латвії полягає в тому, що він повинен давати роботу і приносити дохід тим людям, які проживають безпосередньо в районі, куди приїжджають туристи. Це дає можливість розглядати латвійську модель сільського туризму як інструмент розвитку території, а не лише як вид туризму.

Список використаних джерел:

1. Богданов Д. С. Завдання сталого розвитку сільських територій. *Агросвіт*. 2017. № 7. С. 60–62.

2. Воронкова В. Г. Розвиток туризму як соціального і культурного явища в умовах глобалізації та крос-культурної комунікації. *Наукові записки Київського університету туризму, економіки і права. Серія: філософські науки*. 2010. Випуск 8. С. 23–35.

3. Сергієнко Т. І. Особливості сталого розвитку сільських територій в умовах децентралізації. *Проблеми та перспективи впровадження європейського досвіду диверсифікації сільського туризму в Україні на засадах креативності та збалансованості* : збірник матеріалів І Міжнародної науково-практичної конференції (Запоріжжя, 15–16 вересня 2021 року) / за ред. А. В. Череп, Н. С. Венгерської. Запоріжжя : Видавничий дім «Гельветика», 2021. С. 148–150.

4. Сергієнко Т. І. Удосконалення системи управління розвитком туристичної галузі в Україні. *Формування сучасних концепцій управління туризмом та готельно-ресторанним бізнесом в умовах парадигми сталого розвитку* : збірник матеріалів І Міжнародної науково-практичної конференції (Запоріжжя, 9–10 грудня 2021 р.) / за заг. ред. Н. В. Маковецької, Л. В. Безкоровайної. Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2021. С. 34–36.

МОЖЛИВОСТІ ТА ВИКЛИКИ МЕРЕЖЕВИХ (ЦИФРОВИХ) ПЛАТФОРМ

Слюсарь Микита,

Інженерний навчально-науковий інститут імені Ю. М. Потебні ЗНУ
(м. Запоріжжя, Україна)

Анотація. Розглянуто можливості які надають цифрові платформи та виклики що виникають при їх розробці та використанні. Проаналізовано фактори, які сприяють зовнішнім взаємодіям, представляють важелі дизайну платформи. Підкреслено, що відправною точкою розробки платформи є сама взаємодія, оскільки це джерело цінності. Це може бути «транзакція», яка передбачає повністю компенсований економічний обмін, або це може бути простіше, «взаємодія», яка передбачає лише час і увагу як винагороду. Крім усього іншого, цифровий спосіб життя характеризує інтенсивне використання соціальних (цифрових) мереж.

Abstract. Opportunities provided by digital platforms and challenges arising from their development and use are considered. The factors that contribute to external interactions are analyzed and represent the levers of the platform design. It is emphasized that the starting point of the platform development is the interaction itself, as it is a source of value. It can be a “transaction” that involves a fully compensated economic exchange, or it can be simpler, an “interaction” that involves only time and attention as a reward. Among other things, the digital lifestyle is characterized by intensive use of social (digital) networks.

Ринки існують тисячоліттями, але властивості платформ здаються новими. Там, де фірми, що займаються виробництвом продуктів, як-от алмазні копальні, захищають свої прибутки бар'єрами для входу на ринок, фірми, що займаються платформою, отримують прибутки, сприяючи входженню драйверів на Lyft і торгових магазинів на Alibaba. Там, де найкращі ланцюжки постачання товарних фірм використовують своєчасні запаси, компанії-платформи перемагають цю модель, продаючи товари та послуги, граничні витрати на які вони не несуть. Межі ринку стираються, і з'являються нові шляхи до панування. Першопрохідці від Amazon до Lyft і Zillow і від Airbnb до Klöckner і ZBJ підривають роздрібну торгівлю, охорону здоров'я, нерухомість, банківську справу, житлову та металургійну промисловість, а також ринки праці. Існуючі фірми повинні боротися з прогнозуванням змін і розуміти мережеві бізнес-моделі, щоб сформувати власні платформні стратегії.

Розуміння і стратегія починаються з нової логіки.

1. Зміна характеру фірми: фірми інверсійної платформи не поводяться як фірми, що випускають товар. Вони впроваджують інновації швидше. Вони працюють з меншою кількістю працівників, часто на порядок. Багато з них молоді, але досягають вищих ринкових цінностей, ніж їхні усталені конкуренти. Ці нові фірми грають за новими правилами, які кидають виклик традиційним фірмам, які працюють за старими правилами. Компанії-платформи з меншою кількістю співробітників перемагають старих компаній, незважаючи на те, що вони почали пізніше. Сьогоднішня зміна в організаційній формі така ж значуща, як і зміна від торговельних ремесел до промислових фірм століття тому. Обидва зсуви породжують величезні фірми, але монополії 21-го століття виникають з іншої причини, а не з кінця 19-го та початку 20-го століть. Фірми індустріальної ери керувалися економією на масштабі пропозиції з високими постійними витратами та низькими граничними витратами, вони могли збільшити обсяги та знизити ціни. Це призвело до домінування в нафтовій, сталеливарній, електричній, залізничній та автомобільній промисловості. Навпаки, компанії епохи Інтернету керуються ефектом масштабу попиту, відомим як «мережевий ефект», коли користувачі створюють цінність для користувачів, що залучає більше користувачів, що, у свою чергу, створює більше цінності, що залучає більше користувачів тощо. Це призвело до домінування у пошукових системах, соціальних мережах, операційних системах, електронній комерції та мобільних технологіях. Це призведе до домінування в архітектурі, автомобільній промисловості, фінансах, охороні здоров'я, промислового Інтернету та багатьох галузях у майбутньому.

2. Мережеві ефекти змушують фірми «інвертувати», перемищуючи виробництво зсередини фірми назовні. Мережеві ефекти не можуть масштабуватися всередині так легко, як зовні. Просто клієнтів більше, ніж працівників. Якщо користувачі мають створювати цінність для інших користувачів, їм потрібно допомагати та винагороджувати за це. Це означає, що фірми переходять від вертикальної інтеграції до відкритої оркестровки. Компанії-платформи не просто самі створюють вартість, вони організують створення цінності аутсайдерами. Перемістивши виробництво назовні, вони можуть мати нульові граничні витрати. Uber не володіє своїми автомобілями. Airbnb не є власником номерів. Facebook не виробляє власний контент. Не несучи витрат на виробництво, вони можуть масштабуватися так само швидко, як і додавати партнерів. Мережеві ефекти означають, що вартість

платформи зростає через використання, тоді як вартість продукту знецінюється через використання. Зростаюча ціннісна пропозиція, заснована на позитивному зворотному зв'язку, випереджає будь-яку статичну чи знижену ціннісну пропозицію. Компанії-платформи мають високу ринкову капіталізацію, вони використовують користувачів як виробників, представляючи зовнішню робочу силу, яка не враховується серед традиційної робочої сили. Керівники, знайомі з керуванням вертикальною інтеграцією, повинні перейти до управління відкритою оркестровкою, від ресурсів, які вони контролюють, до ресурсів, які їхні партнери мають добровільно надати.

3. Можливості та виклики мережевих платформ. Третім сторонам безпечно та дозволено обслуговувати попит на програми, відео та електронну комерцію. Ці чотири чинники – інтенсивність спільноти та інформації, модульність, відмовостійкість і використання потужності – врівноважують один одного, але всі вони створюють або мережеві ефекти, або перевернуті фірми, які передвіщають платформи. Платформа – це відкрита архітектура з правилами управління, призначеними для полегшення взаємодії. Кожен компонент має значення. Відкрита архітектура дозволяє третім сторонам брати участь. Правила управління мотивують їх участь. Взаємодії є джерелами цінності. Кожна позитивна взаємодія, будь то між людиною та атракціоном, людиною та веб-вмістом або людиною та іншою людиною, означає момент, коли партнери створюють нову цінність. Ці фактори, які сприяють зовнішнім взаємодіям, представляють важелі дизайну платформи. Відправною точкою розробки платформи є сама взаємодія, оскільки це джерело цінності. Це може бути «транзакція», яка передбачає повністю компенсований економічний обмін, або це може бути простіше, «взаємодія», яка передбачає лише час і увагу як винагороду. Крім усього іншого, цифровий спосіб життя характеризує інтенсивне використання соціальних (цифрових) мереж [1].

Список використаних джерел

1. Слюсарь М. Ю. Методологія дослідження IoT-платформ як складних інформаційних конструкцій управління мережами/даними, комунікаціями. *Молода наука – 2022*. Збірник наукових праць студентів, аспірантів, докторантів і молодих вчених : у 5 т. / Запорізький національний університет. Запоріжжя : ЗНУ, 2022. Т. 5. С. 80–82.

ОСЕРЕДКИ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ НА ПОЛТАВЩИНІ

Федій Олександр,

fediy.alexander@gmail.com

Полтавський національний педагогічний університет імені В. Г. Короленка
(м. Полтава, Україна)

Анотація. Внаслідок трансформаційних процесів в економіці сільський туризм в Україні набуває нового змісту. Щорічно зростає попит на послуги, які передбачають духовний і соціальний розвиток людей, безпосередній контакт з мальовничою природою, дотримання традицій певних регіонів. Особливо це актуально у воєнний і післявоєнний час. Полтавщина є лідером з організації сільського туризму.

Abstract. As a result of transformational processes in the economy, rural tourism in Ukraine acquires a new meaning. The demand for services that provide for the spiritual development of people, direct contact with nature. This is especially relevant in war and post-war times. Poltava region is a leader in the organization of rural tourism.

В умовах постіндустріалізації суспільства, стрімкого розвитку урбанізації, всебічного поширення ідей збереження навколишнього середовища, особливо у високорозвинених країнах, туризм набув нового змісту. Серед його видів в останні роки активізувався сільський туризм. На сьогоднішній день в Україні точно не визначено відмінності між поняттями «сільський», «зелений», «природний», «екологічний» туризм [3; 4]. Але всі чітко розуміють, що такий вид діяльності реалізується в сільській місцевості – територіях поза міської забудови та інфраструктури. У багатьох випадках сільський туризм асоціюється із проведенням часу у звичайному для українців способі відпочинку – готельно-ресторанному комплексі з традиційною кухнею, розвагами місцевих жителів, одягнених в притаманний певному регіону одяг, музикою та танцями, які відображають місцевий колорит. Часто за такими розвагами непоміченими залишаються природні особливості місцевості, справжня культура давніх традицій регіону. Сільський туризм також може бути різним. Одних клієнтів влаштовують прогулянки по місцевості, знайомство з побутом жителів тощо, а для інших постає необхідність реалізувати свої можливості у всіх активностях – від фізично важких випробувань під час сплавів по річці, кінних прогулянок до господарських робіт.

Тому, сучасні послуги підприємств, які представляють сільський туризм, відрізняються від усталених банкетів, ювілеїв, зустрічей

в оселях з кулінарно-розважальними заходами і спрямовані на активний відпочинок клієнтів з дотиком до мальовничої природи, її пізнання. Особливо це актуально під час воєнного стану в державі. На перше місце ставиться духовне зростання людей, їхній соціальний розвиток, психологічне розвантаження. Постійними клієнтами такого туризму стають не колективи організацій, а родини з дітьми, молоде подружжя, а під час війни та її закінчення – військові та їхні родини. Тобто, усталений для багатьох українців спосіб відпочинку в ресторанах замінюється одночасно і на спокій, і на активність.

Поняття «сільський туризм» поєднує в собі специфічну форму самоорганізації населення на сільських територіях з відпочинком клієнтів. Він передбачає послуги тимчасового розміщення туристів в приміщеннях сільських будинків, маєтках фермерських господарств з харчуванням клієнтів із використанням місцевих продуктів з дотриманням екологічних методів, крафтових виробів, а також надання інших туристичних послуг, створених з урахуванням історичних, екологічних, етнографічних умов місцевостей. Послуги в сільському туризмі можуть бути наступні:

1) традиційні основні туристичні послуги, які включають:

- послуги розміщань туристів;
- послуги харчування туристів (готування з екологічно чистих продуктів та вживання страв домашньої кухні);
- послуги розваг (участь у місцевих ярмарках, фестивалях, святах);

2) традиційні додаткові послуги:

- знайомство з роботою на фермах та безпосередня участь у роботі на городах, у садах, а також рибальство та полювання тощо;

3) специфічні туристичні послуги:

- прогулянки на байдарках, катамаранах, конях;
- догляд за свійськими тваринами;
- навчання ремеслам народного побуту (писанкарство, гончарство, ковальство, теслярство тощо) [2].

Саме одним з таких осередків сільського туризму на Полтавщині є туристичний табір «Сенегал». Він розташований за містом Полтава в заплаві річки Ворскла під правим крутим берегом (рис. 1). Цей заклад є табором тому, що з моменту заснування головними напрямками роботи були організація активного відпочинку на воді для колективів, організацій та окремих осіб.

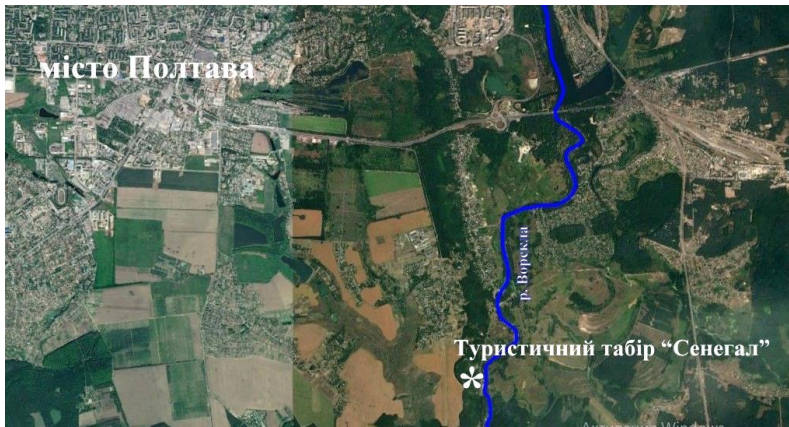


Рис. 1. Туристичний табір «Сенегал»

Туристичний табір «Сенегал» вражає своєю неповторністю заплавної лісу над річкою Вороскля і гостинністю господарів закладу. За час функціонування туристичного табору господарям вдалося розширити асортимент послуг, розробити і реалізувати тематичні заходи. Для клієнтів у розпорядженні добре оснащені кімнати, альтанки на подвір'ї, локації із свійськими тваринами, обладнаний пляж. За бажанням гості можуть прийняти участь у сплавах на байдарках і катамаранах, рибальстві, бути учасником свят та квестів, відпочити в гостьових будинках та лазні. Тематичні заходи передбачають роботу в різні пори року: «Зимові забави в туристичному таборі», «Новорічні посиденьки в Сенегалі», «Тримаємо курс на активний туризм», «Яскравий відпочинок для ваших дітей», «Штурман на судні просто», «Активне літо продовжується». Відпочинок в «Сенегалі» розрахований на всі вікові категорії населення, цікавість проведення часу як дорослих, так і дітей.

Отже, Полтавщина належить до регіонів з великим потенціалом щодо розвитку сільського туризму. Мальовнича природа і гостинність мешканців сприяють попиту на відпочинок у сільській місцевості, психологічному розвантаженню населення.

Список використаних джерел

1. Булах Т. М. Сільський туризм як перспективний напрям для соціально-економічного розвитку села. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2010. № 11. С. 143–147.

2. Гальків Л. І., Килин О. В. Чинники та соціально-економічні ефекти розвитку сільського зеленого туризму в Україні. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Проблеми економіки та управління*. 2015. № 815. С. 22–27.

3. Рутинський М. Й., Зінько Ю. В. Сільський туризм : навч. посібник. Київ : Знання, 2006. 272 с.

4. Самолюк Н. М Сільський туризм як перспективний напрям самозайнятості сільського населення. *Соціально-трудові відносини: теорія та практика*. 2012. № 2 (4). С. 180–186. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/14715327.pdf>

5. Shukanova A., Vishnikina L., Fediy O. Сільський туризм та його геопросторова організація на Полтавщині. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія: Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм*. 2021. № (12). С. 255–265. URL: <https://periodicals.karazin.ua/irtb/article/view/16844>

ВПЛИВ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ НА РЕГІОНАЛЬНІ ТУРИСТИЧНІ РИНКИ

Шепелева Ольга,

shepelevaolga1313@gmail.com

Саркісян Ганна,

anutasark@gmail.com

Одеський національний технологічний університет
(м. Одеса, Україна)

Анотація. На сьогоднішній день туризм є невід'ємною частиною життя тисячі людей, що здійснюють різноманітні подорожі. Туризм – це одна із ланок економіки, що може приносити значний дохід до бюджету України. Популярності набирає гастрономічний туризм, як один із затребуваних видів. Гастрономічний туризм – це вид туризму, в якому турист насамперед приділяє увагу знайомству з місцевою кухнею, її кулінарними досягненнями або просто цікавими особливостями місцевих принад, це сприяє популяризації місцевості притоку відвідувачів виявленню кулінарної спадщини.

Abstract. Today, tourism is an integral part of the lives of thousands of people who make various trips. Tourism is one of the branches of the economy that can bring significant income to the budget of Ukraine. Gastronomic tourism is gaining popularity as one of the popular types. Gastronomic tourism is a type of tourism in which the tourist pays attention to getting to know the local cuisine, its culinary achievements or simply interesting features of local attractions this contributes to the popularization of the area inflow of visitors to the discovery of culinary heritage.

В Україні туристичний ринок знаходиться на досить ранній стадії свого становлення. Становище на туристичному ринку послуг є конкурентним відносно становища економіки країни та окреслюється широким спектром економічних, політичних та соціальних процесів, що мають місце в державі, відтворюючи при цьому процес розформування суспільства та їх життя [1]. Оскільки кулінарне мистецтво вже давно стало частиною загальної культури суспільства, то гастрономічний туризм – це знайомство з історією місцевої кухні, екскурсії та можливість бути учасником процесу приготування страв. Це так званий, вид туризму, особливість якого полягає в дегустаційних процесах та ознайомленні з особливостями національних кулінарних традицій різних держав [2].

Його основна мета полягає у вивченні вікових традицій і національного духу народу через приготування і вживання

різноманітних страв. Їжа дозволяє краще зрозуміти менталітет людей і особливість їхнього життя.

Креативність гастрономічного туризму відображаються у спроможності розділяти специфіку культури окремих народів, активізувати крос-культурну комунікацію, яка в свою чергу є проявом міжкультурних контактів. Результатом є сформоване людське середовище, де відбувається духовна, ментальна та матеріальна комунікація.

Всесвітня асоціація гастрономічного туризму WFTA (World Food Travel Association) визначаючи гастрономічний туризм як близькі та далекі подорожі, які дозволятимуть ознайомитись з автентичними традиціями та звичаями, які засновані на культурі приготування та споживання їжі та напоїв, відвідування унікальних місць різних країн. В світовому масштабі гастрономічний туризм дедалі глибше отримує соціального та культурного визнання. Екскурсії, кулінарні дегустації, нові методики приготування їжі, відкриття нових місць вирощування, селекція, риболовля дедалі більше є стимулом для туристичних подорожей.

Тому, очевидним є те, що гастрономічний туризм є відносно новим видом надання туристичних послуг, пов'язаних з подорожами до країни з особливостями місцевої кухні, традиціями пов'язаними з дегустацією унікальних страв та продуктів, які є притаманними лише конкретній країні.

Згідно з даними WFTA (Всесвітня асоціація гастрономічного туризму) частка гастрономічного туризму в загальному обсязі доходів від туристичної галузі досягає до 30 %, при цьому прогнозується зростання на 7–12 % кожного року, в той час понад 88 % туристів відзначають, що гастрономія – це ключовий елемент в створенні враження про туристичні дестинації [3].

До складу гастрономічного туризму відносять будь-які види туристичної активності, які пов'язані з гастрономією. Умовно його поділяють на два види: сільські (зелені) та міські.

Одним із кроків розвитку гастрономічного туризму в Україні є створення у 2013 році Асоціації сприяння розвитку гастрономічного та винного туризму в Україні. Вона є добровільним об'єднанням ВНЗ, установ, організацій підприємств, що функціонують в туристичній галузі, ресторанного та готельного бізнесу, харчової і виноробної промисловостей, які утворені для сприяння у розвитку гастрономічного і винного туризму в нашій державі шляхом саме популяризації оригінальної кулінарної, гастрономічної, винної продукції, максимально можливого поширення національних автентичних традиційних особливостей у виноробстві і кулінарії,

створення та подальшої промоції гастрономічних та винних маршрутів, популяризацію національного тематичного туристичного продукту Україною та за її межами.

Гастрономічний туризм також є важливий елементом економіки країни, він забезпечує інфраструктурний базис і нові робочі місця, сприяє збереженню національних культурних традицій. Не слід також забувати про те, що ЮНЕСКО визнає «гастрономію» часткою культурної та історичної спадщини людства [4].

Гастрономічний туризм сприяє розвитку не тільки економіки країни, він впливає також на соціальну та культурну сферу. Його популяризація призводить до притоку туристів та покращення інфраструктури населення.

В Україні активно розробляють концепцію гастрономічного туризму, цей документ буде представлений у вигляді дорожньої мапи, яка увійде до загальнодержавної стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. Також згідно інформації Національної туристичної організації України саме 2018 рік був названий роком гастрономічного туризму. Відбулося багато тематичних заходів. Різні ресторатори та експерти підтвердили думку, що гастрономічний туризм є одним із найперспективніших видів туризму в Україні, з яким вона може бути представлена в світі.

Усі дослідження доказують той факт, що туристичні потоки збільшуються в тих регіонах, де проводяться різноманітні інтерактивні туристичні продукти: тематичні ярмарки, тури, народні свята і фестивалі. На сьогоднішній день в Україні відбувається багато різноманітних гастрономічних турів, які створюють передумови для формування на міжнародному та внутрішньому ринках спроможного конкурентного туристичного продукту гастрономічного туризму.

Проаналізувавши місця, де вони періодично відбуваються, можна стверджувати, що найбільшу частку на ринку гастрономічного туризму в Україні відіграє саме Західна та Центральна частини України: Закарпатська та Львівська, Полтавська області та міста Київ, Луцьк та Львів.

На сьогоднішній день, найбільш популярними є такі напрямки гастрономічного туризму в Україні як: сирний, винний і медовий. Проаналізувавши наявні тури на попит на них можна виділити топ 5 найпопулярніших:

1. Сиро-винний тур Закарпаттям.
2. Полтавські галушки.
3. Хмільний Львів.
4. Прогулянки по-Одеськи.
5. Фестиваль пива та м'яса у Луцьку.

Можна зробити висновок, що гастрономічний туризм з кожним роком стає популярнішим серед туристів. Відіграє важливу роль серед загального туризму, призводить до його розвитку та різноманітності. Гастрономічний туризм має велике значення для економіки країни, адже потенційно може приносити високі надходження до бюджету країни. Не оминув він соціальну і культурну інфраструктуру. Його розвиток впливає на покращення життя населення, надає людям можливість спілкуватися та розвиватися в даному напрямку. Гастрономічний туризм несе історичну пам'ятку а також культурну цінність для свого народу. Досвід іноземних країн показав, що даний вид туризму варто розвивати та удосконалювати. Загалом можна сказати, що гастрономічний туризм має важливе значення в розвитку не тільки регіонального туристичного ринку а й державного. Наша країна багата на свої страви та має великий потенціал для розвитку гастрономічного туризму. Тому необхідно удосконалювати а також популяризувати даний вид туризму в Україні в усіх регіонах, адже дослідження показали, що в багатьох містах він на низькому рівні, а в деяких взагалі відсутній.

Список використаних джерел

1. Шандор Ф. Ф., Кляп М. П. Сучасні різновиди туризму : підручник. Київ : Знання, 2013. 334 с.
2. Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, за видами туризму. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2007/tyr/tyr_u/potoki2006_u.htm
3. Омельницька В. О. Об'єкти світового ринку послуг гастрономічного туризму. Все о туризме : сайт. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/omelnytska.htm
4. Ковешніков В. С. Винний та гастрономічний туризм: важливий потенціал розвитку економіки. *Інвестиції: практика та досвід*. 2017. № 4. С. 32–37.

Інформаційна довідка про авторів

Kvederas Andrius, Master Student, Lithuanian Sports University

Baguckytė Ugnė, Bachelor's student, Lithuanian Sports University

Sučkova Anastasija, Student, Lithuanian Sports University

Svagzdienė Biruta, Professor, Ph.D. in Social Sciences, Lithuanian Sports University

Kalesnikovas Paulius, Master student, Lithuanian Sports University

Андрюкайтене Регіна, доктор PhD соціальних наук (менеджмент), доцент, завідувач кафедри бізнесу та економіки, Маріямпольська колегія, Associate Professor, Lithuanian Sports University

Антонюк Катерина, д-р економ. наук, професор, Національний університет «Запорізька політехніка»

Арсененко Ірина, доцент кафедри географії та туризму, Мелітопольський державний педагогічний університет імені Богдана Хмельницького

Бабко Наталя, доцент кафедри маркетингу, управління репутацією та клієнтським досвідом, Державний біотехнологічний університет

Безкоровайна Лариса, д-р пед. наук, доцент, професор кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Запорізького національного університету

Бєлобородова Марія, доцент кафедри туризму та економіки підприємства, НТУ «Дніпровська політехніка»

Білогур Станіслав, аспірант НТУ «Дніпровська політехніка»

Божук Тетяна, д-р географічних наук, професор, завідувач кафедри географії України і туризму Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка

Бойка Олена, канд. біолог. наук, доцент, доцент кафедри генетики та рослинних ресурсів Запорізького національного університету

Боровських Олесья, студентка, Запорізький національний університет

Бугіль Світлана, доцент кафедри туризму, Львівський національний університет природокористування

Буняк Василь, заступник декана економічного факультету з наукової роботи Львівського національного університету імені Івана Франка

Бурашнікова Олена, аспірантка, Інженерний навчально-науковий інститут ім. Ю. М. Потебні Запорізького національного університету

Бучко Жанна, доктор географічних наук, доцент, завідувач кафедри соціальної географії та рекреаційного природокористування Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича

Венгерська Наталя, канд. економ. наук, доцент кафедри міжнародної економіки, природних ресурсів та економіки міжнародного туризму Запорізького національного університету, координатор проєкту JMM DIRUT

Воронкова Валентина, д-р філософ. наук, професор, завідувач кафедри менеджменту організацій та управління проєктами Інженерного навчально-наукового інституту Запорізького національного університету

Гамова Оксана, д-р економ. наук, професор, професор кафедри міжнародної економіки, природних ресурсів та економіки міжнародного туризму, Запорізький національний університет

Гарбар Галина, д-р філософ. наук, професор кафедри музичного мистецтва, Відокремлений підрозділ «Миколаївська філія Київського національного університету культури і мистецтв»

Донець Ірина, доцент кафедри туризму, соціально-економічної географії та краєзнавства, Мелітопольський державний педагогічний університет імені Богдана Хмельницького

Дученко Лариса, доцент кафедри географії та туризму, Мелітопольський державний педагогічний університет імені Богдана Хмельницького

Дугієнко Наталя, канд. економ. наук, доцент, доцент кафедри міжнародної економіки, природних ресурсів та економіки міжнародного туризму Запорізького національного університету

Дугієнко Олександр, студент освітньої програми «Міжнародна економіка» Запорізького національного університету

Зарубіна Антоніна, канд. географ. наук, доцент кафедри природничих наук та методик їхнього навчання, Центральнотуркранський державний університет імені В. Винниченка

Захарова Наталя, канд. економ. наук, доцент кафедри управління та адміністрування, Мелітопольський державний педагогічний університет імені Богдана Хмельницького

Карчевський Євген, аспірант, Запорізький національний університет

Касян Сергій, канд. економ. наук, доцент, завідувач кафедри маркетингу НТУ «Дніпровська політехніка»

Кивлюк Ольга, д-р філософ. наук, професор, завідувач кафедри філософії, іноземних мов та соціально-гуманітарних дисциплін, Київський інститут інтелектуальної власності та права НУ «Одеська юридична академія»

Климчук Альона, д-р економ. наук, доцент, завідувач кафедри туризму та готельно-ресторанної справи, Державний університет «Житомирська політехніка»

Козицька Галина, канд. економ. наук, доцент, доцент кафедри «міжнародні економічні відносини», Національний університет «Запорізька політехніка»

Корома Наталія, асистент кафедри країнознавства та туризму, Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Косогорова Євгенія, студентка, Запорізький національний університет

Куц Олександр, Національний університет «Запорізька політехніка»

Кущик Анатолій, канд. економ. наук, доцент, професор кафедри фінансів, банківської справи та страхування, Запорізький національний університет

Левицька Інна, д-р економ. наук, професор, зав. кафедри готельно-ресторанної справи та туризму, Національний університет біоресурсів і природокористування України

Локутова Олена, доцент кафедри готельно-ресторанної справи та туризму, Національний університет біоресурсів та природокористування України

Макшина Юлія, канд. філософ. наук, завідувачка кафедри соціально-гуманітарних наук, Придніпровська державна академія фізичної культури і спорту,

Макшишко Наталія, д-р економ. наук, професор, завідувач кафедри економічної кібернетики

Малюга Людмила, канд. економ. наук, доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи, Уманський національний університет садівництва

Мар'єнко Вікторія, аспірантка другого курсу спеціальності 073 «Менеджмент» кафедри менеджменту організацій та управління проектами Інженерний навчально-науковий інститут ім. Ю. М. Потебні, Запорізький національний університет

Мельник Ірина, д-р економ. наук, професор, в.о. завідувачка кафедри туристичного та готельного бізнесу, Національний університет харчових технологій

Міхайлов Денис, Запорізький національний університет

Моряк Тетяна, канд. економ. наук, доцент, доцент кафедри економічної теорії Львівського національного університету імені Івана Франка

Нікітенко Віталіна, д-р філософ. наук, доцент, доцент кафедри управління та адміністрування, Інженерний навчально-науковий інститут ім. Ю. М. Потебні ЗНУ

Непша Олександр, старший викладач кафедри географії та туризму, Мелітопольський державний педагогічний університет імені Богдана Хмельницького

Олексенко Роман, докт. філософ. наук, професор, завідувач кафедри публічного управління, адміністрування та права, Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного

Переверзєва Анна, доктор економічних наук, професор, професор кафедри міжнародної економіки, природних ресурсів та економіки міжнародного туризму Запорізького національного університету

Примак Тетяна, канд. фіз.-мат. наук, доцент кафедри туристичного та готельного бізнесу, Національний університет харчових технологій

Прушківська Емілія, д-р економ. наук, професор, завідувач кафедри міжнародних економічних відносин, Національний університет «Запорізька політехніка»

Романюк Ірина, д-р економ. наук, доцент кафедри маркетингу, управління репутацією та клієнтським досвідом, Державний біотехнологічний університет

Рудакевич Іван, начальник відділу загальної та організаційної роботи Підгороднянської сільської ради

Саркісян Ганна, д-р економ. наук, доцент, професор кафедри туристичного бізнесу та рекреації Одеської національної академії харчових технологій

Семенюк Лариса, канд. географ. наук, доцент, завідувачка кафедри географії та геоєкології, Центральноукраїнський державний університет імені В. Винниченка

Сергієнко Тетяна, канд. пед. наук, доцент кафедри міжнародних відносин та туризму Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ, доцент

Слюсарь Микита, аспірант, Центр дистанційної освіти «Джерело»

Федій Олександр, канд. пед. наук, доцент, доцент кафедри географії, методики її навчання та туризму, Полтавський національний педагогічний університет імені В. Г. Короленка

Череп Алла, доктор економічних наук, професор, декан економічного факультету Запорізького національного університету

Череп Олександр, д-р економ. наук, професор, професор кафедри маркетингу та управління персоналу Запорізького національного університету

Шепелева Ольга, аспірантка кафедри туристичного бізнесу та рекреації Одеської національної академії харчових технологій

Наукове видання

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

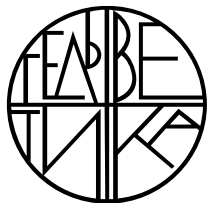
Збірник матеріалів II Міжнародної науково-практичної конференції

За загальною редакцією
доктора економічних наук, професора А. В. Череп,
кандидата економічних наук Н. С. Венгерської

13–14 жовтня 2022 року

м. Запоріжжя

Редактор	<i>Н. С. Венгерська</i>
Технічні редактори	<i>Л. В. Безкоровайна</i> <i>О. С. Гринюк</i>
Коректор	<i>О. А. Бойка</i>
Дизайн обкладинки	<i>А. С. Юдашкіна</i>



Г Е Л Ь В Е Т И К А
ВИДАВНИЧИЙ ДІМ

Підписано до друку 23.12.2022 р. Формат 60×84/16.
Папір офсетний. Гарнітура Агіто. Цифровий друк.
Ум. друк. арк. 12,79. Наклад 100. Замовлення № 1123-084.
Віддруковано з готового оригінал-макета.

Видавництво і друкарня – Видавничий дім «Гельветика»
69002, Україна, м. Запоріжжя,
вул. Олександрівська, 84, оф. 414
Тел.: +38 (097) 723 06 08, +38 (095) 934 48 28

E-mail: mailbox@helvetica.ua
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи
ДК № 7623 від 22.06.2022 р.

WWW.HELVETICA.UA