

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ПРИКЛАДНОЇ ЕКОНОМІКИ ТА
МЕНЕДЖМЕНТУ ІМ. Г.Е. ВЕЙНШТЕЙНА



МАТЕРІАЛИ

XI МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

17 – 18 ЖОВТНЯ 2023 р.

«ЕКОНОМІЧНІ ТА СОЦІАЛЬНІ АСПЕКТИ

РОЗВИТКУ УКРАЇНИ НА ПОЧАТКУ ХХІ СТОЛІТТЯ»

м. Одеса

Економічні та соціальні аспекти розвитку України на початку ХХІ століття. Матеріали ХІ Міжнародної науково-практичної конференції 17-18 жовтня 2023 року. Одеса: Одеський національний технологічний університет, 2023. – 663 с.

У матеріалах конференції знайшли відображення економічні та соціальні аспекти розвитку України на початку ХХІ століття. Були запропоновані шляхи вирішення найактуальніших та нагальних проблем багатьох сфер сучасного бізнесу та новітні управлінські технології в сучасних турбулентних умовах існування підприємств. В доповідях особлива увага приділялась прикладному характеру досліджень та їх впливу на поліпшення економічної ситуації в країні.

Науковий редактор Козак К.Б. - д-р екон. наук, професор, директор ННПЕіМ ім. Г. Е. Вейнштейна ОНТУ

Редакційна колегія:

Агеева І.М. – к.е.н., доц., Басюркіна Н.Й. – д.е.н., проф., Баранюк Х.О. – к.е.н., доц., Лагодієнко В.В. – д.е.н., проф., Немченко В.В. – д.е.н., проф., Павлов О.І. – д.е.н., проф., Седікова І.О. – д.е.н., проф., Ніколюк О.В. – д.е.н., проф., Козак К.Б. – д.е.н., проф., Соловей А.О. – к.і.н., доц., Згадова Н.С. – к.е.н., доц., Маркова Т.Д. – к.е.н., доц., Волкова А.Ю. – ас., Мільчева В.В. - PhD, доц., Новикова В.С.

Матеріали додаються за оригіналами рукопису

Редакційна колегія не несе відповідальності за зміст та сутність наданих матеріалів

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО РИНКУ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ

Голубьонкова О.О., к.е.н., доцент

Брайко М.Г., старший викладач

Брайко В.В., здоб. СВО «Магістр»

Одеський національний технологічний університет, м. Одеса

Вступ. Сільський туризм - це вид туризму, який включає в себе подорожі та відпочинок у сільській місцевості або в сільських районах, зазвичай з метою отримання досвіду сільського життя, насолоди природними красами, спілкування з місцевими жителями та вивчення сільської культури та традицій.

Сільський туризм може включати проживання в сільських господарствах, екофермах, агротуристичних місцях, а також участь у сільських подіях і активностях, таких як збирання фруктів, проведення риболовлі, верхова їзда тощо. Головна ідея сільського туризму - це надання можливості туристам спробувати сільський спосіб життя і відпочинку, віддаючи перевагу натуральній та автентичній атмосфері сільського середовища.

Матеріали та методи дослідження.

До Covid-19 світовий туризм переживав значне зростання, ставши важливим глобальним двигуном економічної діяльності та диверсифікації. Дані Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), агентства ООН, яке займається просуванням відповідального, стійкого та загальнодоступного туризму, свідчать, що у 2019 році туризм охопив 1500 мільйонів міжнародних мандрівників і безпосередньо представляв 4 відсотки загального глобального валового внутрішнього обсягу. [1]

Але пандемія спричинила безпрецедентний збій у галузі з значним падінням міжнародного попиту на тлі широкомасштабних карантину та обмежень на подорожі, запроваджених країнами для стримування поширення вірусу. Предметом дослідження є зміна поведінки туристів, концепції розвитку сільського туризму в нових умовах.

Результати дослідження.

Сучасний світовий сільський туризм перебуває під впливом різних тенденцій та змін, які враховують сучасні потреби туристів та стали важливими для розвитку цієї галузі. Деякі з основних сучасних тенденцій у сільському туризмі включають такі:

1. Екологічна сталість: Зростає попит на екологічно стійкий сільський туризм, який враховує вплив на природне середовище і допомагає його збереженню. Туристи шукають споживчі враження, які не завдають шкоди навколишньому середовищу.

2. Агро- та гастротуризм: Споживачі виявляють зростаючий інтерес до агротуризму, який дозволяє їм брати участь у сільському господарстві, садівництві, вирощуванні їжі та приготуванні страв зі свіжих продуктів. Гастротуризм також стає популярним, оскільки туристи бажають смакувати місцеву кухню.

3. Досвідчення та інтерактивність: Туристи віддають перевагу активним досвідам, таким як участь у роботі на фермі, майстер-класи з ремесел або спілкування з місцевими мешканцями для вивчення традицій та культури.

4. Віддалені та менш відомі місця: Тенденція відкривати для туризму менш популярні сільські регіони та віддалені локації допомагає розширювати асортимент сільського туризму та доповнює традиційні напрями.

5. Цифрові технології: Використання цифрових технологій, таких як онлайн-бронювання, додатки для подорожей, віртуальні тури, допомагає туристам знаходити та планувати свої візити до сільських регіонів.

6. Розвиток інфраструктури: Велика увага приділяється розвитку сільських готелів, гостьових будинків, ресторанів та інфраструктури для туристів з метою забезпечення комфортного перебування.

Протягом пандемії в 2020-2021 роках прискорилися кардинальні зміни в моделях туризму, де переважає набагато більш оцифрований турист, який вимагає більш точної та легкодоступної інформації. Пандемія також принесла більш «свідомих мандрівників», які цінують важливість створення позитивного впливу на місцеві громади та навколишнє середовище. Ми бачимо нові тенденції в сфері подорожей і туризму, такі як подорожі природою, цифрові кочівники, добробут, автентичність і місцеві мандрівники (прагнуть зануритися в спільноту). Це одночасно є викликом і можливістю підвищити роль туризму як рушійної сили сталого розвитку для сільських громад. Крім того, поточна ситуація пропонує країнам величезну можливість сформулювати, прийняти та впровадити нову політику, яка забезпечить стійкість та економічне процвітання сільських територій завдяки туризму. [1]

Туризм є порятунком для багатьох сільських громад. Він має високий потенціал для стимулювання місцевого економічного зростання та соціальних змін через його взаємодоповнюваність з іншими видами економічної діяльності, його внесок у ВВП і створення робочих місць, а також його здатність сприяти розподілу попиту в часі (боротьба з сезонністю) і на більш широкій території.

Згідно з даними Обсерваторії сільського туризму (OTR), найбільшого дослідницького проекту сільського туризму в Іспанії під керівництвом EscapadaRural, CETT-UB і Netquest, у 2022 році 42,5% іспанців віком від 18 років займалися сільським туризмом; більше

половини (54%) здійснили 3 або більше турів протягом року із середньою тривалістю 3 ночі; і 82% планують повторити це у 2023 році. [2]

Сільські мандрівники витрачають гроші в місцях, які вони відвідують, таким чином сприяючи місцевій економіці. Зокрема, сільські мандрівники повідомляють, що витрачають у середньому 52 євро на людину на день під час своїх мандрів. Ці інвестиції спрямовуються в основному на ресторани (56%), а також на закупівлю місцевих продуктів (26%) і дозвілля (17%). 64% власників сільського житла в Іспанії вважають, що туристична діяльність, яку вони зараз пропонують, є довгостроковою. А 22% кажуть, що вживатимуть заходів для цього. [2]

Ці дані підтверджують, що сільський туризм практикується все частіше і що він також може бути рушієм економічного та соціального розвитку відвідуваного місця призначення, не забуваючи про турботу про навколишнє середовище.

Ключовими концепціями, що сприятимуть подальшому розвитку сільського туризму, є концепція креативності та концепція автентичності.

Концепція креативності. Креативний туризм допомагає сільським районам шляхом диверсифікації діяльності та залучення нової типології туристів, тобто міських туристів, які активно беруть участь у освітніх заходах, характерних для місця призначення. Згідно з дослідженням, проведеним за підтримки Комісії та Ради Європи, "розвиток креативного туризму очевидний у сільській місцевості (де творчість необхідна для боротьби з відсутністю економічних альтернатив)". Оскільки "творчість дозволяє туристичним місцям відносно швидко впроваджувати нові продукти, що дає їм конкурентну перевагу над іншими місцями", це є причиною того, що, наприклад, в Румунії деякі асоціації розробили різноманітні програми з метою просування сільських районів. Асиміляція креативності туристичною індустрією була зумовлена тим фактом, що, як зазначає Річардс, маркетологам довелося знайти спосіб розробити нові стратегії для просування оригінальних місць, які відрізняються креативністю або відмінними видами діяльності. Творчий турист не має тих самих характеристик, що й той, хто практикує масовий туризм. За словами Річардса, "турист також перетворюється з нечутливого індивідуума, необізнаного в місцевій культурі, в учня і колегу, який знаходиться тут для того, щоб отримувати знання і обмінюватися ними зі своїми господарями". [3]

Концепція автентичності. Необхідність вивчення автентичності з точки зору туризму підтримується Коларом і Забкармом, які стверджують, що "сучасні тенденції в туризмі в поєднанні з постмодерністським поглядом припускають, що для вивчення і застосування автентичності в туристичному маркетингу необхідна більш позитивна і оперативна структура". За словами Маклеода, автентичність створюється як частина продукту, представленого туристам. Більш того, він являє собою не об'єкт,

а споруда, надане туристам тими, у кого є на це повноваження. Загальновизнано, що фольклор сільських районів, як правило, найкраще зберігається, пов'язаний і збалансований; він створює та забезпечує ідентичність кожного географічного району країни. Автентичність вперше була співвіднесена з туризмом в 1973 році професором Макканнеллом, який сприйняв її як інсценовану автентичність. У цьому відношенні існує два виміри автентичності:

- автентичність передньої сцени – вона являє собою перше знайомство туристів з новою культурою. Це штучна автентичність, створена місцевими жителями для залучення цікавих туристів, у яких склалися стереотипні уявлення про це місце. В основному вона представлена фізичними об'єктами, такими як прикраси магазинів або репродукції історичних подій. За словами Ванга, "речі здаються автентичними не тому, що вони автентичні за своєю суттю, а тому, що вони побудовані як такі з точки зору перспектив, переконань, перспектив чи здібностей". Більше того, "справжність чи істина все ще визначаються тим, наскільки близько щось нагадує уявлення людей про це. Щоб сільське життя було справжнім, воно повинно відповідати тому, як людина уявляє собі сільське життя". Автентичність передньої сцени цілком може не мати нічого спільного з культурою, яку вона представляє, і з цієї причини учасники представлені в основному масовими туристами.

- автентичність за лаштунками – вона являє собою справжню автентичність і менш помітна для туристів; вона відкриває доступ до нетуристичного життя місцевих жителів. Що стосується використання автентичності в сільському туризмі, то його мета - ідеалізувати та створити первозданний образ села; таким чином туристи отримують буколічний досвід. Автентичність також розглядається як "західне культурне поняття, пов'язане з минулим 'примітивним Іншим', сформульоване на протигагу сучасності". [3]

Висновки. Попит мандрівників на нові враження від природи, місцевої культури та продуктів, а також залучення громади в сучасних умовах заохочують творчість та інновації. Ці можливості можуть підтримати громади як у короткостроковій перспективі, коли вони оговтаються від наслідків пандемії, так і в довгостроковій перспективі, сприяючи сталому та інклюзивному зростанню.

Інтеграція молоді, місцевих громад у туристичний сектор також сприятиме стійкості туризму та ефективному управлінню, що сприяє креативній економіці та збереженню природної та культурної спадщини як цілому в світі, так і в Україні.

Література

5. New tailwind for rural tourism URL: <https://www.rural21.com/english/a-closer-look-at/detail/article/new-tailwind-for-rural-tourism.html>
6. Rural tourism: an engine for local environmental, economic and social development URL: <https://www.biospheretourism.com/en/blog/rural-tourism-an-engine-for-local-environmental-economic-and-social-development/357>
7. Sasu, Karin & Epuran, Gheorghe. (2016). An overview of the new trends in rural tourism. Bulletin of Transilvania University of Brasov.; https://www.researchgate.net/publication/313824342_An_overview_of_the_new_trends_in_rural_tourism

93.	Ткачук Т.І., Роботін Ю.А., Павленко Г.М. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ПІСЛЯВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ ЕКОНОМІКИ..	331
94.	Брайко М.Г., Галіченко В.М. СУЧАСНІ СВІТОВІ ТРЕНДИ ДИЗАЙНУ УПАКОВКИ ВИНА.....	334
95.	Голубьонкова О.О., Брайко М.Г., Брайко В.В. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО РИНКУ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ	339
96.	Бакай Р.В. ЗНАЧЕННЯ ТА ФУНКЦІЇ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ У РОЗВИТКУ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ БІЗНЕСУ.....	344
97.	Буряченко Ю.М. ОРГАНІЗАЦІЯ І КОНТРОЛЬ МАРКЕТИНГУ НА РИНКУ ТЕХНІЧНИХ ПОСЛУГ.....	347
98.	Бушко П.О. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ КОНЦЕПЦІЇ ФОРМУВАННЯ БРЕНДУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ	351
99.	Герасимчук О.В. ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА ТА ЙОГО СТРУКТУРНІ КОМПОНЕНТИ.....	355
100.	Гладкий І.В. ЕКОНОМІЧНІ ТА СОЦІАЛЬНІ ОРІЄНТИРИ ЛІСОРЕСУРСНОГО РОЗВИТКУ НА ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ ЗАСАДАХ.....	358
101.	Демченко О.В. РОЗВИТОК ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ.....	361
102.	Загора А.В. ОРГАНІЗАЦІЯ ПЛАНОВОЇ РОБОТИ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ МЕНЕДЖМЕНТУ СУЧАСНИХ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	363
103.	Загора Р.В. ДОСЛІДЖЕННЯ ЛОГІСТИЧНИХ ЛАНЦЮГІВ ПРИ ВИКОНАННІ МІЖНАРОДНИХ АВТОМОБІЛЬНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ ВАНТАЖІВ.....	367
104.	Кривенок А.Л. УМОВИ І ФАКТОРИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ.....	370
105.	Кучугурний О.М. РОЗВИТОК КРЕДИТУВАННЯ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ В УКРАЇНІ.....	373
106.	Лагодієнко О.В. ESG ПРИНЦИПИ ТА МЕТОДИЧНИЙ ПІДХІД ЇХ ВИКОРИСТАННЯ ДЛЯ ПІДСУМКОВОГО РЕЙТИНГУ ПІДПРИЄМСТВ.....	376