УДК 338.34

Оганесян С. А.
здобувач ступеня «Доктор філософії»,
Заклад вищої освіти «Подільський державний університет»,
Кам'янець-Подільський, Україна
E-mail: *svetik41953@gmail.com*
ORCID: *0000-0002-2043-2869*

ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ СТАНОВЛЕННЯ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В СЕЛІ

Анотація

Це дослідження спрямоване на розкриття потенціалу туристичного бізнесу для збалансованого і сталого розвитку сільських територій. Розглядаються різноманітні теоретичні підходи, які розкривають важливі аспекти взаємодії туризму та сільського господарства, сприяючи створенню нових можливостей для росту місцевого економічного сектору. Вивчення соціально-економічних аспектів туристичного бізнесу на селі дозволяє розуміти вплив туризму на місцеве населення, його зайнятість та забезпечення доходом. Аналіз факторів, таких як розвиток інфраструктури, підтримка місцевого підприємництва та збереження екологічної рівноваги, сприяє розробці стратегій, спрямованих на збалансований розвиток сільських громад. В рамках дослідження розглядаються також аспекти залучення туристів до вивчення традицій, місцевої культури та розкриття потенціалу природних ресурсів сільських регіонів. Розвиток туристичного бізнесу може сприяти збереженню історично-етнографічних цінностей та стимулювати розвиток малого підприємництва на селі. Отримані результати можуть служити основою для розробки рекомендацій та стратегій, спрямованих на впровадження позитивних та ефективних ініціатив для сприяння туристичному бізнесу на селі, що сприятиме сталому розвитку цих територій та підвищенню якості життя їхніх мешканців Водночас цей процес сприяє поповненню державного бюджету та бюджетів територіальних громад взагалі. Особлива увага приділяється економічному розвитку туристичному бізнесу, що є основним джерелом додаткових доходів для сільських територіальних громад. Прибутки від туристичних послуг, готелів, ресторанів та інших закладів можуть сприяти розвитку місцевої економіки, створювати нові робочі місця та підвищувати рівень доходів у громадах. Також туризм може принести соціальні вигоди для мешканців сільських громад. Зокрема, це може включати сприяння взаєморозумінню та взаємодії між місцевими жителями та туристами, а також створення нових можливостей для розвитку освіти та культурного обміну. Збільшення інтересу до сільських територій може залучити інвестиції, які сприятимуть розвитку проєктів у галузі туризму.

Ключові слова: *туризм, туристичний бізнес на селі, соціальний туризм, економічний туризм.*

Вступ. В умовах переходу України до ринкової економіки вже відбулося усвідомлення важливості розвитку туризму як одного з ефективних засобів оздоровлення національної економіки завдяки здатності цього сектора забезпечувати значні валютні надходження через задоволення потреб туристів, забезпеченням різними туристичними послугами, створювати значну кількість нових робочих місць та іншим перевагам сервісу на селі.

Мета роботи. Дослідження полягає в глибокому розумінні фундаментальних концепцій та теорій, які формують процес розвитку туристичного сектору в сільських місцевостях.

Виклад основного матеріалу дослідження. У процесі становлення і розвитку туризму, особливого значення набуває вивчення соціально-економічного значення туристичного бізнесу на селі, яка надає можливість ознайомитись з традиціями, звичаями, культурою, історично-етнографічними та духовно-релігійними цінностями нашої країни, і водночас, наповнюючи державний бюджет та бюджети територіальних громад в цілому.

Розвиток сільського туризму сприяє збереженню традицій, культурної спадщини та природних ресурсів на сільських територіях. Умови війни можуть створювати труднощі для розвитку сільського туризму, такі як безпекові загрози та доступ до ресурсів. Проте відновлення спокою та стабільності є ключовими для подальшого розвитку цього напрямку. Розробка та реалізація ефективних маркетингових стратегій із залучення туристів на село має велике значення для розвитку сільського туризму. Сільський туризм може допомогти у зміцненні міжнародних зв'язків та сприяти культурному обміну між різними країнами у важкий історичний період [8, с. 302–303].

Історія туризму, яка налічує великий проміжок часу, до сьогодення ще не призвела до універсального визначення цього поняття.

За редакцією І. Безуглого у понятійно-термінологічному словнику, туризм – це соціально-економічне явище, сформоване історично та представлене самодіяльністю конкретної особи з метою проведення вільного часу й діяльністю підприємств індустрії туризму з організації подорожі та споживання туристичного продукту, що визначається масовістю й організованістю процесу узгодження попиту та пропозиції на ринку туристичних послуг [1, с. 12].

Туристична галузь в Україні набирає все більшої популярності серед внутрішнього споживача, яка є альтернативною дорогим закордонним курортам, а також для зовнішнього споживача, як така що є новою, цікавою та не вивченою для закордонного туриста. Туристична галузь, яка представлена на сільських територіях України

© Оганесян С. А., 2024
DOI: https://doi.org/10.37406/2706-9052-2024-1.22

є найбільш колоритною та самобутньою. В українському селі можна знайти екологічно чисті території, де можна отримати туристичні, санаторно-курортні послуги, забезпечити жителів територій робочими місцями, сприяти розвитку інфраструктури та наповнення місцевого бюджету [4].

Світова практика показала, що туризм, як суспільне явище, має значний вплив на економіку багатьох розвинених країн і є однією з найприбутковіших галузей промисловості. Туризм є невід'ємною частиною економічного розвитку кожної країни, найважливішим чинником економічної стабільності. Щороку у світі відбувається майже мільярд туристичних подорожей [6, с. 313].

М. Мальська та В. Худо вважають, що у зв'язку з демонополізацією попередніх туристичних структур і появою великої кількості нових туристичний бізнес в Україні розвивається надзвичайно швидкими темпами, адже, незважаючи на складну соціально-економічну ситуацію, для цього є всі передумови. Україна розташована у центрі Європи, на перехресті транспортних шляхів, до того ж вона має сприятливі природнокліматичні умови (Карпати, Крим, Чорноморське та Азовське узбережжя, басейни Дніпра, Десни, Дунаю, Дністра, Західного Бугу), багатий рослинний і тваринний світ, цілющі мінеральні джерела, багату історико-культурну спадщину, людські та матеріальні ресурси. В Україні налічується понад 125 тисяч пам'яток археології та архітектури, сотні музеїв. Особливе значення у розвитку туризму має Західний регіон, адже майже 40 відсотків історичних цінностей нашої країни зосереджено саме тут [7, с. 7].

На думку Л. Дяченко, туристичний бізнес як складова економічного комплексу країни характеризується такими властивостями і функціями:

– має свою індустрію виробництва і надання послуг туристам;
– створює туристичні послуги, формує турпродукт і здійснює їх реалізацію;
– формує ринок туристичних послуг різного рівня комплексності;
– виступає мультиплікатором росту національного доходу, валового внутрішнього (національного) продукту, зайнятості населення, розвитку місцевої інфраструктури і підвищення рівня життя населення;
– є сферою, в якій дешево створюються робочі місця і забезпечується високий рівень ефективності й швидка окупність інвестицій;
– виступає ефективним засобом охорони навколишнього середовища та історико-культурної спадщини людства, що є матеріальною основою ресурсного потенціалу туризму, який утворює специфічну сферу діяльності;
– сумісність практично з усіма сферами, галузями і видами діяльності людини; має переваги в інтеграційних і глобалізаційних процесах, що відбуваються у світовому просторі [5, с. 10].

І. Труніна, О. Сущенко та Г. Ліхоносова стверджують, що туристичний бізнес виступає як єдина в часі і просторі система виробництва і споживання послуг, необхідних для задоволення потреб туристів, а підприємництво в туризмі – це сукупність різних видів діяльності, спрямованих на задоволення комплексу потреб туристів і забезпечення отримання прибутку підприємцями [10, с. 35].

Г. Богатирьова, М. Головань, Г. Горіна, О. Літвінова-Головань, Т. Коптєва та К. Снігур у своїх дослідженнях зазначають, що туристичний бізнес завжди активно використовує події для формування туристичного продукту і залучення туристів саме на подію. Якщо в житті туристичного об'єкта немає події сформованої історично як традиції, її придумують навмисно. Отже, має місце проведення кампанії по просуванню туристичного продукту, орієнтованого на подію, залучення маси відвідувачів, а отже отримання доходу від туристів бажаючих відвідати місцевість не тільки з метою огляду визначних пам'яток, але й з метою взяти участь у святкуванні разом з місцевими жителями і розділити їх емоції [2, с. 21].

П. Пуцентейло розглядає туристичний бізнес як одну з найбільш динамічних галузей що швидко розвиваються у світовому господарстві та є привабливою для підприємців з таких причин: невеликі стартові інвестиції, зростаючий попит на туристичні послуги, високий рівень рентабельності і мінімальний строк окупності витрат [9, с. 70].

Важливо враховувати, що для успішної реалізації туристичного бізнесу на селі, місцеві громади повинні працювати над забезпеченням якісного обслуговування, збереженням природи та культурної спадщини, а також створенням привабливого та безпечного середовища для відвідувачів.

Слід зазначити, що для успішного розвитку туристичного бізнесу на селі важливо враховувати баланс між зростанням туризму та збереженням унікального характеру, специфіки сільських громад та впровадження інновацій.

Інновації в туристичній галузі означають розробку нових підходів до створення та реалізації існуючих або нових продуктів з використанням наявних матеріально-технічних, людських, природних і технологічних ресурсів. Рівень інновацій у туристичній галузі визначається тенденціями у внутрішньому та зовнішньому середовищі її функціонування, у суміжних галузях економіки, а також актуальними проблемами в різних секторах економіки [3, с. 26].

Туристичний бізнес на селі може мати значний вплив на розвиток і підтримку сільських територіальних громад. Ось деякі з можливих значень туристичного бізнесу на селі (табл. 1):

Отже, систематизуючи трактування сутності туристичного бізнесу на селі різних вчених-економістів, можна стверджувати, що туристичний бізнес у селі – це вид господарювання, спрямований на приваблення, обслуговування та задоволення потреб туристів у сільській місцевості. Це включає в себе різноманітні послуги та види діяльності, які мають на меті залучити відвідувачів, подати їм можливість досліджувати, насолоджуватися та взаємодіяти з місцевим середовищем, культурою та природою сільських територій. Головна мета створення

Таблиця 1. Вплив туристичного бізнесу на розвиток і підтримку сільських територіальних громад

№ з/п	Показники	Сутність та зміст
1.	Економічний розвиток	Туризм може принести доходи та зайнятість для місцевого населення, сприяючи економічному розвитку сільських громад. Ресторани, готелі, туристичні агентства та інші супутні підприємства можуть забезпечити нові робочі місця та розвиток підприємництва
2.	Збереження культурної спадщини	Туризм може допомогти зберегти та відновити культурні та історичні цінності сільських областей. Відвідувачі можуть цікавитися традиціями, ремеслами та місцевими подіями, сприяючи збереженню унікального культурного досвіду
3.	Розвиток інфраструктури	Для приваблення туристів села можуть вдосконалити свою інфраструктуру, таку як дороги, готелі, ресторани та розважальні заклади. Це також може призвести до поліпшення загальної якості життя місцевого населення
4.	Збереження природи	Туризм може стимулювати інтерес до природи та екології. Села можуть розвивати екотуризм, пропонуючи туристам можливість насолоджуватися красою природи, що в свою чергу сприяє збереженню природних резерватів та природних об'єктів
5.	Сприяння розвитку сільського господарства	Туристичний попит на місцеві продукти може стимулювати розвиток сільського господарства. Сільські господарства можуть почати виробляти та продавати місцеві продукти туристам, що може призвести до зростання доходів сільськогосподарських підприємств

Джерело: побудовано автором.

привабливого середовища для туристів, розвиток інфраструктури та сприяння збереженню та просуванню сільської культури та природних ресурсів.

Висновки. У процесі дослідження теоретичних підходів до становлення туристичного бізнесу на селі було виявлено ряд важливих аспектів, які визначають успішність та стійкість розвитку сільського туризму. Перш за все, слід відзначити, що розвиток сільського туризму базується на взаємодії між природним та культурним середовищем, та ефективному використанні цих ресурсів для задоволення потреб туристів. Одним із ключових теоретичних підходів є ідея створення туристичних продуктів, які об'єднують унікальні природні та культурні ресурси сільських територій. Це дозволяє створювати унікальний ідентичний образ сільського регіону, який приваблює туристів та стимулює їхні відвідування. Також важливо розглядати туризм на селі як частину економіки, яка сприяє розвитку сільських господарств, малого підприємництва та забезпечує нові можливості для місцевого населення. Іншим важливим аспектом є врахування соціокультурних та економічних особливостей конкретного сільського регіону при розробці стратегій та програм розвитку туризму. Співпраця між громадою, місцевими органами влади, підприємцями та іншими зацікавленими сторонами відіграє важливу роль у формуванні стабільного туристичного бізнесу на селі.

Отже, на підставі проведеного теоретичного аналізу можна зробити висновок, що розвиток туризму на селі потребує комплексного підходу та урахування різноманітних чинників. Інтеграція природних, культурних, економічних та соціокультурних аспектів сприяє створенню стійких туристичних продуктів, які сприятимуть розвитку сільських територій та покращенню якості життя їхніх мешканців.

Список використаних джерел

1. Безуглий І. В. Понятійно-термінологічний словник з дисципліни «Туризмологія» укладач І. В. Безуглий. Чернігів: ЧНТУ, 2017. 14 с.

2. Богатирьова Г.А., Головань М.Г., Горіна Г.О., Літвінова-Головань О.П., Коптєва Т.С., Снігур К.В. Спеціалізований туризм [Текст]: навч. посіб. Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, каф. туризму та країнознавства. Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2021. 173 с.

3. Бойко. В. та Бойко Л. (2022). Проблеми та перспективи інноваційного розвитку індустрії туризму в Україні. *Наука та інновації* 18 (5), 26–37.

4. Бялковська О. А., Славіна Н. А., Гуменюк І. І. Санаторно-курортна діяльність як фактор розвитку сільських територій. Ефективна економіка. 2021. № 2. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8668.

5. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу К.: Центр учбової літератури, 2007. 224 с.

6. Квасній Л., Моравська О., Малик Л., Шульжик Ю., Орлова О., Щербан О. Сценарії розвитку підприємств туристичної індустрії України в умовах воєнного та післявоєнного періодів. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice,* 2023. 2(49), 313–325.

7. Мальська М. П., Худо В. В. Туристичний бізнес: теорія та практика. Навч. пос. К.: Центр учбової літератури, 2007. 424 с.

8. Оганесян С. Розвиток сільського туризму в умовах війни та поствоєний час. Трансформаційні процеси в економіці: від конкуренції до кооперації. Матеріали І Всеукраїнської науково-практичної конференції, м. Хмельницький 26 жовтня 2023 р. /редкол.: Ю. В. Телячий (гол.) та ін. Хмельницький: ХКТЕІ, 2023. С. 302–305.

9. Пуцентейло П. Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва. Навч. пос. К.: Центр учбової літератури, 2007. 344 с.

10. Труніна І. М. Конкурентоспроможність підприємницької діяльності (туристична галузь): підручник І. М. Труніна, О. А. Сущенко, Г. С. Ліхоносова. 2-ге вид., переробл. і доповн. Кременчук: вид-во ПП Щербатих О. В., 2017. 268 с.

Ohanesian S. A.
Ph.D. student
Higher Educational Institution "Podillia State University"
Kamianets-Podilskyi, Ukraine
E-mail: *svetik41953@gmail.com*
ORCID: *0000-0002-2043-2869*

THEORETICAL APPROACHES TO THE ESTABLISHMENT OF A TOURIST BUSINESS IN THE VILLAGE

Abstract

This study is aimed at revealing the potential of tourism business for the balanced and sustainable development of rural areas. A variety of theoretical approaches are considered, which reveal important aspects of the interaction of tourism and agriculture, contributing to the creation of new opportunities for the growth of the local economic sector. The study of socio-economic aspects of tourism business in the countryside allows to understand the impact of tourism on the local population, its employment and income provision. Analysis of factors such as infrastructure development, support of local entrepreneurship and preservation of ecological balance contributes to the development of strategies aimed at the balanced development of rural communities. As part of the study, the aspects of attracting tourists to the study of traditions, local culture and revealing the potential of natural resources of rural regions are also considered. The development of tourist business can contribute to the preservation of historical and ethnographic values and stimulate the development of small entrepreneurship in the countryside. The obtained results can serve as a basis for the development of recommendations and strategies aimed at the implementation of positive and effective initiatives to promote tourism business in the countryside, which will contribute to the sustainable development of these territories and increase the quality of life of their residents. At the same time, this process contributes to the replenishment of the state budget and the budgets of territorial communities in general. Special attention is paid to the economic development of the tourist business, which is the main source of additional income for rural territorial communities. Profits from tourism services, hotels, restaurants and other establishments can contribute to the development of the local economy, create new jobs and increase the level of income in communities. Tourism can also bring social benefits to residents of rural communities. In particular, this may include promoting mutual understanding and interaction between local residents and tourists, as well as creating new opportunities for the development of education and cultural exchange. Increasing interest in rural areas can attract investments that will contribute to the development of projects in the field of tourism.

Key words: *tourism, rural tourism business, social tourism, economic tourism.*

References

1. Bezuhlyi, I.V. (2017). Poniatiino-terminolohichnyi slovnyk z dystsypliny "Turyzmolohiia" [Conceptual and terminological dictionary of the discipline "Tourismology"] ukladach I. V. Bezuhlyi.Chernihiv: ChNTU, 14 p. [in Ukrainian].
2. Bohatyrova, H.A., Holovan, M.H., Horina, H.O., Litvinova-Holovan, O.P., Koptieva T.S., & Snihur, K.V. (2021). Spetsializovanyi turyzm [Specialised tourism] [Tekst]: navch. posib. Donets. nats. un-t ekonomiky i torhivli im. M. Tuhan-Baranovskoho, kaf. turyzmu ta krainoznavstva. Kryvyi Rih: DonNUET, 173 p. [in Ukrainian].
3. Boiko, V., & Boiko, L. (2022). Problemy ta perspektyvy innovatsiinoho rozvytku industrii turyzmu v Ukraini [Problems and prospects of innovative development of the tourism industry in Ukraine]. *Nauka ta innovatsii Science and innovations*, 18 (5), pp. 26–37 [in Ukrainian].
4. Bialkovska, O.A., Slavina, N.A., & Humeniuk, I.I. (2021). Sanatorno-kurortna diialnist yak faktor rozvytku silskykh terytorii [Sanatorium and resort activities as a factor of rural development]. *Efektyvna ekonomika Efficient economy*. 2. Retrieved from: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8668 [in Ukrainian].
5. Diadechko, L.P. (2007). Ekonomika turystychnoho biznesu [Economics of the tourism business] K.: Tsentr uchbovoi literatury, 224 p. [in Ukrainian].
6. Kvasnii, L., Moravska, O., Malyk, L., Shulzhyk, Yu., Orlova, O., & Shcherban, O. (2023). Stsenarii rozvytku pidpryiemstv turystychnoi industrii Ukrainy v umovakh voiennoho ta pisliavoiennoho periodiv [Scenarios for the development of tourism industry enterprises in Ukraine in the wartime and post-war periods]. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*, 2(49), pp. 313–325 [in Ukrainian].
7. Malska, M.P., & Khudo, V.V. (2007). Turystychnyi biznes: teoriia ta praktyka [Travel business: theory and practice]. Navch. pos. K.: Tsentr uchbovoi literatury, p. 424 [in Ukrainian].
8. Ohanesian, S. (2023). Rozvytok silskoho turyzmu v umovakh viiny ta postvoienyi chas [Development of rural tourism during the war and post-war period]. Transformatsiini protsesy v ekonomitsi: vid konkurentsii do kooperatsii Transformation processes in the economy: from competition to cooperation. Materialy I Vseukrainskoi naukovo-praktychnoi konferentsii Proceedings of the First All-Ukrainian Scientific and Practical Conference. (pp. 302–305). Khmelnytskyi: KhKTEI [in Ukrainian].
9. Putsenteilo, P.R. (2007). Ekonomika i orhanizatsiia turystychno-hotelnoho pidpryiemnytstva [Economics and organisation of tourism and hotel business]. Navch. pos. K.: Tsentr uchbovoi literatury, p. 344 [in Ukrainian].
10. Trunina, I.M. (2017). Konkurentospromozhnist pidpryiemnytskoi diialnosti (turystychna haluz) [Competitiveness of business activities (tourism industry)]: pidruchnyk I. M. Trunina, O. A. Sushchenko, H. S. Likhonosova. 2-he vyd., pererobl. i dopovn. Kremenchuk: vyd-vo PP Shcherbatykh O. V., p. 268 [in Ukrainian].