

РОЛЬ СІЛЬСЬКОГО ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ ПІВДНЯ УКРАЇНИ

Боженко А.Л.

Чорноморський національний університет імені Петра Могили
вул. 68 Десантників, 10, 54000, м. Миколаїв
voodoo@chmnu.edu.ua

Ця робота присвячена вирішенню завдання розвитку туристичної галузі Півдня України після війни. Війна нанесла катастрофічних збитків туристичній галузі України, особливо на Півдні й Сході, де ведуться безпосередні військові дії. Загальноприйнятою, в тому числі, на державному рівні, стратегією порятунку галузі після війни сьогодні є заклик до іноземців відвідати «країну, що перемогла», розробка нових туристичних маршрутів у відносно безпечних місцях, включаючи безпечні сільські й заповідні території. На Півдні це передбачає відхід від концентрації туристичних об'єктів на морському побережжі через високу замінованість цих місць. Купання можна забезпечувати за допомогою басейнів, але для багатьох відпочиваючих це може бути недостатньою причиною виїхати за місто (бо басейни є в містах). В умовах скорочення такої важливої ніші, як відпочинок на морському пляжі, креативний туризм у воєнних і повосенних умовах буде відігравати основну роль. Багато дослідників розглядають креативність як ключову складову туристичної пропозиції, вказуючи при цьому на важливість створення нематеріальних культурних продуктів (традицій, мистецтва, музики тощо). З очевидних причин очікується зменшення впливу російської культури та історичної спадщини, що відкриває вікно можливостей для інших культур. У роботі показано, що більш конструктивно пропонувати споживачу туристичних послуг не лише український традиційний колорит, а й дати простір для інших національних меншин, що мешкають у регіоні, деякі з яких представлені етносами Євросоюзу. Такий підхід дозволить посилити міжкультурні зв'язки з Європою, а також покращити міжнародну взаємодію всередині регіону. З економічного погляду корисніше мати в кожному регіоні різноманітні туристичні об'єкти, які не зливатимуться у одноманітний пострадянський чи суто український «краєвид». Це дозволяє підвищити концентрацію різноманітних розваг на вказаній території. Також передбачається, що такі туристичні об'єкти сприятимуть залученню європейських грантів та інших джерел фінансування з ЄС. Подібні туристичні об'єкти можуть бути представлені різними бізнес-моделями, але в цій статті для спрощення розглядається як приклад бізнес-модель сільських садиб. *Ключові слова:* сільський екологічний туризм, євроінтеграція, сільська садиба.

The role of rural ecological tourism in ensuring the European integration of South of Ukraine. Bozhenko A.

This article is devoted to solving the task of developing the tourism industry in Southern Ukraine after the war. The war has caused catastrophic damage to the tourism industry of Ukraine, especially in the South and East, where direct military operations are taking place. A generally accepted strategy to save the industry after the war today is to call on foreigners to visit the «winning country», to develop new tourist routes in relatively safe places, including safe rural and protected areas. In the South, this implies having less tourist facilities on the sea coast due to the high concentration of bombs left in these places. Swimming in the sea can be replaced by swimming in the pool, but for many vacationers this may not be a sufficient reason to go out of the city (as there are swimming pools in the city). On account of the reduction of such an important niche as rest on the sea beach, creative tourism will play a major role after war. Many researchers consider creativity as a key component of the tourist offer, pointing out the importance of creating intangible cultural products (traditions, art, music, etc.). For obvious reasons, the influence of Russian culture and historical heritage is expected to decrease, which opens a window of opportunity for other cultures. The paper shows that it is better to offer to a tourist not only the Ukrainian tradition and national character, but also to give space for other national minorities living in the region, some of which are ethnic groups of the European Union. This approach will provide an opportunity to strengthen intercultural ties with Europe, as well as improve interethnic interaction within the region. From an economic point of view, it is more useful to have a variety of tourist sites that will not merge into a monotonous post-Soviet or purely Ukrainian «landscape». This allows you to have more entertainment businesses in a particular area. It is also expected that such tourist facilities will help attract European grants and other sources of funding from the EU. Such tourist sites can be represented by different business models, but in this article, for simplicity, the business model of rural mini-estates is analyzed as an example. *Key words:* rural ecological tourism, European integration, rural mini-estate.

Постановка проблеми. Як відомо, сільське населення в Україні протягом всієї історії залишалося менш русифікованим, ніж міське. Таким чином, сільський туризм сам собою в більшості випадків допомагає долучитися до традиційної української культури. Але також відомо, що в багатьох регіонах України є концентровані поселення інших етносів.

В Миколаївській області, наприклад, болгари (72,5% від усіх, що мешкають в області) проживають в мкр. Тернівка, Центрального району міста; чехи (57,2% від усіх, що мешкають в області) компактно проживають в с. Богемка, Врадіївського району, турки-месхетинці (95,2% від усіх, що мешкають в області) проживають в селах Костичі, Віноградівка, Добра

Криниця Баштанського району та селі Тамарине Снігурівського району; курди (97,4% від усіх, що мешкають в області) компактно проживають у Корабельному районі міста Миколаєва. Окрім того, в Миколаївській області офіційно зареєстровані 58 громадських об'єднань національних меншин [1].

З точки зору розвитку туризму це різноманіття культур є недостатньо охопленим, таким чином можна говорити про прихований потенціал. З відомих причин найближчого часу не очікується значний розвиток російської культури в регіоні, що відкриває вікно можливостей для кращої репрезентації інших місцевих культур. Однак, на нашу думку, не варто впадати в іншу крайність, демонструючи на всіх напрямках лише українську культурно-історичну спадщину, тим більше, так звану «шароварщину», ризик чого є доволі великим. Це збіднить асортимент, представлений на ринку туристичних послуг. Окрім того, погіршить конкуренцію між однаковими по суті пропозиціями. До того ж це протирічить європейському підходу до підтримки максимального культурного різноманіття.

Актуальність дослідження. Розвиток туризму на Півдні України завжди є актуальним. У той час як повосенне розмінування територій займе роки, необхідно вже зараз розробляти стратегії відновлення, посилення туристичної галузі й адаптації її до постійно змінюваних умов. Пропоновані в роботі шляхи розвитку туризму сконцентровані на місцях постійного проживання людини, які, як і дороги до них, будуть розміновані в першу чергу, на відміну від заповідних природних стежок.

Зв'язок авторських розробок з важливими науковими й практичними задачами. Дана розробка пов'язана з такими фундаментальними задачами як розвиток екологічно чистого туризму в цілому, сталий розвиток туристичної галузі як такої, підтримання соціальної безпеки півдня України, відновлення економіки України після війни.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Останніми роками сучасний світ зіткнувся з низкою безпрецедентних викликів: пандемією коронавірусної інфекції, що вибухнула на всіх континентах, ускладненням геополітичної ситуації в глобальному масштабі, війною в Україні – все це суттєво вплинуло на світову та місцеві економіки, зокрема на сферу туризму, а також на наукові дослідження в цій сфері.

У разі обмежень міжнародного транспортного сполучення зростає інтерес до внутрішнього туризму, але зменшення кількості населення через війну в Україні призвело до зменшення попиту на внутрішній туризм. Тим не менше, українські туристичні компанії змогли адаптуватися до нової реальності та знайти нові способи приваблення туристів, наприклад, розроблено нові туристичні маршрути в регіонах України, де ще не було військових дій [2, 3].

Окрім внутрішнього туризму можна виділити таку форму іноземного туризму, яка виявляється у бажанні іноземців подорожувати Україною, щоб на власні очі перевірити інформацію, яку вони отримують з медіа, про бойові дії в Україні, пересвідчитися у її достовірності. Сучасний турист досить досвідчений, і йому необхідно запропонувати щось нове, особливе та цікаве. Багато дослідників розглядають креативність як ключову складову туристичної пропозиції, вказуючи при цьому на важливість створення нематеріальних культурних продуктів (традицій, мистецтва, музики тощо). У цьому однією з перспективних напрямів є креативний туризм, який отримав поширення на початку XXI століття. Такий вид туризму дає потужний імпульс до активізації місцевого співтовариства, розвитку людського капіталу та території загалом. Спільна творчість поєднує людей, створює нові враження та досвід, формує креативне середовище, засноване на символічному капіталі та культурно-історичних цінностях, завдяки чому створюються сприятливі умови для відродження сучасних міст та регіонів, включаючи навіть депресивні. Отже, сучасним територіям, орієнтованим в розвитку туризму, рекомендується активізувати свої креативні ресурси [2, 3, 4].

Україна розташована в центрі Європи, має багаті природні ресурси, самобутню історико-культурну спадщину та всі передумови для сталого розвитку економіки завдяки надходженням від сфери туризму. Проте, незважаючи на те, що туризм є однією з найбільших світових послуг, що продаються на міжнародному ринку, в дебатах про європейську інтеграцію та моделі зростання часто не звертають уваги на туризм. Дослідники відмічають туристичне зростання в Південній Європі, але стверджують, що процес європейської інтеграції став палицею з двома кінцями, водночас стимулюючи та змушуючи південноєвропейські економіки справлятися з викликами своєї порівняльної переваги в туризмі [4, 5]. Хоча європейська інтеграція створила передумови для розширення внутрішньоєвропейського туризму, валютна інтеграція випереджає макроекономічне управління. Після кризи в єврозоні внутрішня девальвація та бюджетна економія придушили внутрішні стимули зростання, спонукаючи ці уряди до стратегії зростання, орієнтованої на експорт. Було задокументовано появу в Південній Європі безпрецедентного профіциту поточного рахунку, пов'язаного з туризмом, значною мірою спричиненого імпортом туристичних товарів із інших країн Єврозони та Великобританії. Таким чином, хоча зараз в ЄС співіснують різні стратегії зростання, орієнтовані на експорт, надмірна залежність Південної Європи від міжнародного туризму для зростання має серйозні підводні камені. Нажаль, маємо визнати, що залежність від міжнародного туризму нестиме подібні економічні ризики й для України, тому вважаємо, що бажано розробляти проекти так, щоб основним дже-

релом доходів був внутрішній туризм, а зовнішній відносився скоріше до надприбутків [6, 7].

Місцеві миколаївські дослідники [8] розглядають серед основних ризиків для Півдня України (окрім мінування й інших очевидних наслідків війни) погану якість автомобільних доріг; нерозвинену інфраструктуру; відсутність достатньої інформації про місцеві рекреаційні об'єкти; відсутність достатньої кількості й якості реклами.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, яким присвячено дану статтю. Стаття присвячена недостатньо вивченій проблемі розкриття культурного потенціалу національних меншин Миколаївської області при розвитку місцевого зеленого сільського туризму.

Новизна дослідження. Практична новизна одержаних результатів полягає в наданні рекомендацій з найбільш дешевих і легких в реалізації способів розвитку туризму в Миколаївській області. Наукова новизна полягає в розширенні знань в галузі соціальної безпеки півдня України та сталого туризму в цілому.

Методологічне й загальнонаукове значення. В якості методів дослідження застосовувалися порівняльний та системний методи, теоретичний аналіз наукових літературних джерел, їх синтез та узагальнення інформації. Для аналізу зібраних матеріалів та інформації використовувалися, в першу чергу якісні методи оцінки. Дане дослідження є міждисциплінарним на стику екології, соціології, культурології та економіки.

Викладення основного матеріалу. В Очаківському районі Миколаївської області поблизу села Парутине збереглися залишки давньогрецького міста-держави античної доби – Ольвія. Вона традиційно викликає інтерес передусім у поціновувачів історії. Ольвія знаходиться поблизу Волоської коси, на якій вже давно розміщені невеликі бази відпочинку.

Ідея полягає в тому, щоб облаштувати у цих межах сільську садибу в сучасному грецькому стилі, що буде надавати туристично-розважальні послуги, а також підсилювати туристичну привабливість археологічного заповідника й регіона в цілому. Така садиба могла б надавати наступні туристичні послуги:

- розваги та потреба в спілкуванні з людьми;
- задоволення цікавості та підвищення культурного рівня;
- можливість зайнятися улюбленою справою (хобі) серед однодумців;
- вирішення ділових проблем (тімблдинг, корпоративи);
- можливість самовираження та самоствердження.

Продукт – послуги сільського зеленого туризму. Ціннісна пропозиція – екосистема творчості, святкового настрою і занурення в атмосферу сивої давнини, яка допомагає клієнтам максимально розкрити їх внутрішній потенціал.

Найдоцільніше: відкрити ФОП 2 групи й одночасно зареєструвати юридичну особу 3 групи для роботи з корпоративними клієнтами та іншими юридичними особами.

Перший клієнт: корпоративні клієнти (тим-білдинг). Додатково: шкільні колективи, колективи спортивних секцій і т. ін., конференції ВНЗ.

Суміжні сегменти: сім'ї з дітьми; студенти; пари різного віку без дітей; всі види туристів, які опосередковано залучені до туристичних маршрутів у цьому напрямку; шкільні колективи, колективи спортивних секцій і т.ін.; конференції ВНЗ; сім'ї з дітьми; студенти; пари різного віку без дітей; всі види туристів, які опосередковано залучені до туристичних маршрутів у цьому напрямку.

Цінова політика: доцільно обрати нейтральну цінову політику. На початку ідея бізнесу не є такою, що підлягає патентуванню, але в майбутньому виникне необхідність у захисті інтелектуальної власності на окремі майстер-класи, театралізовані розваги тощо. У процесі реалізації проекту необхідно буде зареєструвати торгову марку для можливості майбутнього масштабування в форматі франчайзингу чи ліцензійного договору.

При кількості відвідувачів 10–30 чол. значного впливу на навколишнє середовище не передбачається.

Шляхи масштабування на майбутнє:

– реалізація крафтової овочевої консервації (переважно баклажанів, перцю та долми, у грецькому стилі);

– в перспективі відкриття 1 або більше кафе у грецькому стилі в м. Миколаїв (теоретично – й у інших містах, але це не в першу чергу);

– проведення щорічного фестивалю за мотивами Діонісії, але це потребує окремої ретельної проробки. Тут важливо делікатно сполучити культури й менталітети, що потребує консультацій з культурознавцями й т.ін.;

– створення україномовних блогів. У тій мережі, яка «зайде» споживачу найбільше, розкручувати блог як окремий спосіб заробітку;

– залучення іноземних туристів (в першу чергу тих, хто вже знаходиться в Україні або й так приїде в цей регіон);

– створення ютуб-блогу англійською, який рекламуватиме садибу, заповідник Ольвія. Він може бути присвячений грецькій тематиці, але контент треба зробити різноманітніший для утримання цікавості глядача й формування певного ком'юніті. Це потребує окремої проробки;

– вищеописані активності розглядаються також як спосіб згладжувати сезонність доходності садиби.

Головні висновки:

1. Війна нанесла катастрофічних збитків туристичній галузі України, особливо на Півдні й Сході, де ведуться безпосередні військові дії. Загальноприйнятою, в тому числі, на державному

рівні, стратегією порятунку галузі після війни сьогодні є заклик до іноземців відвідати «країну, що перемогла», розробка нових туристичних маршрутів у відносно безпечних місцях, включаючи безпечні сільські й заповідні території.

2. На Півдні це передбачає відхід від концентрації туристичних об'єктів на морському побережжі через високу заміненість цих місць. Відповідно, купання можна забезпечувати за допомогою басейнів, але для багатьох відпочиваючих це може бути недостатньою причиною полишати міста. В умовах скорочення такої важливої ніші, як відпочинок на морському пляжі, креативний туризм у воєнних і повосенних умовах буде відігравати основну роль.

3. Вже сьогодні стає очевидним, що концентрація тільки на темі українського традиційного села зробить туристичний ринок України одноманітним і недостатньо креативним. Одним із простих креативних рішень ми вважаємо створення історичних сільських садиб, які розкриватимуть культуру

національних меншин різних регіонів України. Туристично привабливими є етнічні поселення всіх національних меншин нашої держави, але окремо можна відмітити, що оскільки деякі з цих меншин походять з країн сучасного Євросоюзу, це сприятиме інтеграції української та інших європейських культур.

Перспективи використання результатів дослідження. Після війни розвиток туризму стане одним з основних фокусів у Миколаївській області. Це пов'язано з географічним розташуванням регіону, значними руйнуваннями в інших галузях економіки, можливістю використати новини про війну для PR м. Миколаїв (це відбувається само собою), зручним моментом для ведення перемовин щодо інвестицій, відносно дешевизною сільського зеленого туризму. Таким чином, вже існуючі довоєнні регіональні програми з розвитку туризму можна доповнювати доволі широким спектром нових ідей, деякі з яких представлені в даній роботі.

Література

1. За даними Миколаївської обласної ради. URL: <http://www.mk-oblrada.gov.ua/UserFiles/Image/presentation/Nacmensch18.pdf> (Дата звернення 12.09.2023 р.).
2. Жилкін В.Б. Наслідки військової агресії Росії для розвитку туризму в Україні. *Актуальні проблеми та перспективи розвитку обліку, аналізу та контролю в соціально-орієнтованій системі управління підприємством*: матеріали VI Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Полтава, 30–31 березня 2023 р.) Полтава: ПДАУ, 2023. Ч. 2. 865 с. С. 574–575.
3. Іванова А. С., Шмігельська Є. А. Трансформація готельно-ресторанноо бізнесу в Україні під час воєнного стану. *Туризм в Україні: виклики та відновлення*: зб. матеріалів Міжнародного туристичного форуму, Київський національний економічний університеті імені Вадима Гетьмана. м. Київ. 21–22 березня 2023 року. К.: КНЕУ, 2023. 337 с.
4. Bürgisser, Reto & Di Carlo, Donato. (2023). Blessing or Curse? The Rise of Tourism-Led Growth in Europe's Southern Periphery. *JCMS Journal of Common Market Studies*. 61. 236–258. 10.1111/jcms.13368.
5. Hopfinger, H. and Scharfenort, N. 'Tourism Geography of the MENA Region: Potential, Challenges and Risks: Editorial'. *Zeitschrift für Tourismuswissenschaft*. 2020. Vol. 12. No. 2. P. 131–157.
6. Charbel Bassil, Georges Harb, Roula Al Daia, The Economic Impact of Tourism at Regional Level: A Systematic Literature Review. *Tourism Review International*. 10.3727/154427223X16717265382840. 2023. 27, 2. P. 159–175.
7. Visnja Vukov, Growth models in Europe's Eastern and Southern peripheries: between national and EU politics. *New Political Economy*. 10.1080/13563467.2023.2189695. 2023. P. 1–17.
8. Патрушева Л.І., Непсіна Г.В., Сербулова Н.А. Оцінка факторів розвитку Миколаївської туристичної дестинації. *Екологічні науки № 2(29)*. Т. 2. С. 143–146. DOI <https://doi.org/10.32846/2306-9716/2020.eco.2-29.2.22>.