

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
МИКОЛАЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
МАЛОПОЛЬСЬКА ШКОЛА ПУБЛІЧНОГО АДМІНІСТРУВАННЯ
КРАКІВСЬКОГО ЕКОНОМІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ (Польща)
КОМРАТСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ (Республіка Молдова)
КАЗАХСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ, ФІНАНСІВ ТА
МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ (Казахстан)
КОБЛІВСЬКА СІЛЬСЬКА РАДА**

**РОЗВИТОК ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД: ПРАВОВІ,
ЕКОНОМІЧНІ ТА СОЦІАЛЬНІ АСПЕКТИ**

**Тези доповідей
учасників II міжнародної науково-практичної конференції**

9 червня 2022 року

м. Миколаїв-с.Коблеве

2022

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
МИКОЛАЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
МАЛОПОЛЬСЬКА ШКОЛА ПУБЛІЧНОГО АДМІНІСТРУВАННЯ
КРАКІВСЬКОГО ЕКОНОМІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ (Польща)
КОМРАТСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ (Республіка Молдова)
КАЗАХСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ, ФІНАНСІВ ТА
МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ (Казахстан)
КОБЛІВСЬКА СІЛЬСЬКА РАДА**

РОЗВИТОК ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД: ПРАВОВІ, ЕКОНОМІЧНІ ТА СОЦІАЛЬНІ АСПЕКТИ

**Тези доповідей
учасників II міжнародної науково-практичної конференції**

9 червня 2022 року

м. Миколаїв-с.Коблеве

2022

УДК 338.244.47

P64

*Друкується за рішенням вченої ради Миколаївського національного аграрного університету
(протокол № 11 від 28.06.2022р.).*

Редакційна колегія:

Головний редактор:

В. С. Шебанін – д-р техн. наук, професор, академік НААН

Заступники головного редактора:

О. Є. Новіков – д-р екон. наук, професор

А. В. Ключник – д-р екон. наук, професор

Відповідальний секретар: Н. В. Потриваєва – д-р екон. наук, професор

Розвиток територіальних громад: правові, економічні та соціальні аспекти:
P64 Матеріали II Міжнар. наук.-практ. конф., 9 червня 2022 р., Миколаїв-с.Коблеве. –
Миколаїв: МНАУ, 2022. – 244 с.

ISBN 978-617-7149-61-2

У збірнику представлено виклад доповідей і повідомлень, поданих на II Міжнародну науково-практичну конференцію «Розвиток територіальних громад: правові, економічні та соціальні аспекти». Збірник містить тези доповідей, подані на 9 секцій: 1. Правове, освітнє, наукове та інформаційне забезпечення розвитку територіальних громад; 2. Впровадження механізмів ефективного використання фінансових, земельних, майнових та інших ресурсів громад; 3. Партисипативна модель розвитку територіальних громад; 4. Підприємницька та міжнародна діяльність, транскордонне та міжмуніципальне співробітництво, державно-приватне партнерство; 5. Розвиток туристичного бізнесу у громаді; 6. Публічні послуги та соціальний профіль територіальних громад; 7. Молодіжна політика та залучення молоді в громадах; 8. Публічне управління розвитком громад; 9. Управління проектами.

Для науковців, аспірантів, здобувачів вищої освіти ЗВО та науково-дослідних установ, представників органів державного і місцевого самоврядування, а також осіб, які цікавляться проблемами розвитку територіальних громад.

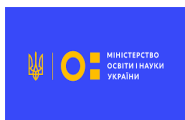
У матеріалах збережено стиль, орфографію та пунктуацію авторів. Редакція може не поділяти думку авторів і не несе відповідальності за достовірність наданої ними інформації.

УДК 338.244.47

ISBN 978-617-7149-61-2

© Миколаївський національний аграрний
університет, 2022

ОРГАНІЗАТОРИ КОНФЕРЕНЦІЇ



Міністерство освіти і науки України



Миколаївський національний аграрний університет



Факультет менеджменту



Кафедра публічного управління та адміністрування і міжнародної економіки



Коблівська сільська рада



Міжрегіональне управління національного агентства України з питань державної служби в Одеській, Миколаївській, Херсонській областях, Автономній Республіці Крим та м. Севастополь



Миколаївський регіональний центр підвищення кваліфікації



Малопольська школа публічного адміністрування краківського економічного університету (Польща)



Комратський державний університет (Республіка Молдова)



Казахський університет економіки, фінансів та міжнародної торгівлі (Казахстан)



Подільський державний аграрно-технічний університет



Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

ОРГКОМІТЕТ КОНФЕРЕНЦІЇ

Голова оргкомітету:

Шебанін В.С., д-р техн. наук, проф., акад. НААН, ректор Миколаївського національного аграрного університету.

Співголова оргкомітету:

Талоха С.А., секретар Коблівської сільської ради.

Члени оргкомітету:

1. **Галунець Н.І.**, старший викладач кафедри публічного управління та адміністрування і міжнародної економіки Миколаївського національного аграрного університету.
2. **Гончаренко І.В.**, д-р екон. наук, проф., професор кафедри публічного управління та адміністрування і міжнародної економіки Миколаївського національного аграрного університету.
3. **Гусенко А.А.**, старший викладач кафедри публічного управління та адміністрування і міжнародної економіки Миколаївського національного аграрного університету.
4. **Дибченко Д.М.**, директор Миколаївського регіонального центру підвищення кваліфікації.
5. **Ємець О.І.**, канд. екон. наук, доц., доцент кафедри теоретичної і прикладної економіки Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника.
6. **Жебчук Р.Л.**, координатор польсько-української співпраці Малопольської школи публічного адміністрування Краківського економічного університету в проєкті DOBRE.
7. **Кажмухаметова А.А.**, канд. екон. наук, доцент Казахського університету економіки, фінансів та міжнародної торгівлі.
8. **Кальченко О.О.**, заступник начальника Міжрегіонального управління Національного агентства України з питань державної служби в Одеській, Миколаївській, Херсонській областях, Автономній Республіці Крим та м. Севастополь.
9. **Ключник А.В.**, д-р екон. наук, проф., завідувач кафедри публічного управління та адміністрування і міжнародної економіки Миколаївського національного аграрного університету.
10. **Кравчук Л.С.**, канд. екон. наук, доц., фахівець з управління проєктами у сфері матеріального (нематеріального) виробництва Установи «Агенція місцевого розвитку» Коблівської сільської ради.
11. **Новіков О.Є.**, д-р екон. наук, проф., проректор з наукової роботи Миколаївського національного аграрного університету.
12. **Пармаклі Д.**, д-р екон. наук, професор Комратського державного університету (Республіка Молдова).

13. **Прогонюк Л.Ю.**, канд. юрид. наук, доцент кафедри публічного управління та адміністрування і міжнародної економіки Миколаївського національного аграрного університету.

14. **Чикуркова А.Д.**, д-р екон. наук, проф., завідувач кафедри менеджменту, публічного управління та адміністрування Подільського державного аграрно-технічного університету.

15. **Шебаніна О.В.**, д-р екон. наук, проф., чл.-кор. НААН, декан факультету менеджменту Миколаївського національного аграрного університету.

16. **Шишпанова Н.О.**, канд. екон. наук, доц., доцент кафедри публічного управління та адміністрування і міжнародної економіки Миколаївського національного аграрного університету.

Секретар оргкомітету:

Лівандовська О.А. – лаборант кафедри публічного управління та адміністрування і міжнародної економіки Миколаївського національного аграрного університету.

Кілик Т. М. Транскордонне співробітництво у сфері формування гендерної рівності управлінського персоналу.....	125
Кормишкін Ю. А. Соціальна відповідальність бізнесу у період воєнного стану.....	127
Краснова Х. Д. Підприємницька діяльність в межах територіальних громад.....	128
Оленич К. В. Трансформаційні процеси у соціально-економічній сфері: територіальні особливості.....	130
Ткач О. В. Особливості управління контрактною діяльністю суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності в умовах невизначеності.....	132
Тищенко С. І., Федоренко Т. В. Місцевий розвиток Ольшанської селищної ради.....	134
СЕКЦІЯ 5. РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ У ГРОМАДІ	137
Baklushin I. Present position and problems of hotel development restaurant business.....	137
Аллахвердієва І. М. Розвиток страхування в туристичному бізнесі: закордонна практика.....	140
Богашко О. Л. Розвиток туристичного бізнесу в умовах цифрової економіки.....	142
Борисова-Ярига А. М. Управління людським потенціалом у туристичній галузі регіону.....	145
Борсукевич І. В. Перспективні напрями розвитку сільського зеленого туризму в ТОВ «Україна ІС».....	148
Гришина Н. В., Суслов В. С., Горовий О. І. Управління туристичним бізнесом регіону.....	150
Іваненко В. С. Перспективи розвитку екологічного туризму на Миколаївщині.....	152
Куліш І. М. Перспективи сільського туризму в Україні.....	154
Миронов Ю. Б., Приндак В. П. Сільський туризм у контексті сталого розвитку.....	156
Павлюк С. І. Гастротуризм як метод популяризації нематеріальної культурної спадщини.....	158
Плинокос Д. Д., Кривохлябова О. В. Перспективи розвитку сільського зеленого туризму в Україні.....	160
Прогонюк Л. Ю. Інституційно-організаційний розвиток туризму в громадах.....	162
Радіонова О. М. Роль туристичного досвіду в збереженні спільнот малих міст.....	164
Цвілій С. М. Розвиток цифрової культури в період трансформації туристичного бізнесу громади.....	166
Чикуркова А. Д. Стратегічні пріоритети розвитку водного туризму Хмельницької області в контексті реалізації соціально-економічної політики.....	168

галузь економіки, що є вагомим аргументом для ефективного функціонування механізмів страхового захисту її суб'єктів.

Список використаних джерел:

1. Дадак О.О., Дорош-Кізим М.М., Грабовський Р.С., Дудяк Р.П. *Страховання туристичної діяльності в Україні. Науковий вісник ЛНУВМБ імені С.З. Гжицького. Серія: Економічні науки, 2019, т 21, №92. С. 115-119.*

2. Кошляк А. В. *Страховання ризиків у сфері туристичного бізнесу в Україні. URL: <http://наука.kushnir.mk.ua/?p=32314>.*

3. Чвортко Л. А., Подзігун С. М. *Проблеми страхування ризиків неорганізованого виїзного туризму. Стратегічні перспективи туристичної та готельно-ресторанної індустрії в Україні: теорія, практика та інновації розвитку: збірник матеріалів Всеукр. наук.-прак. інт.-конф., 31 жовтня 2017 р. / Умань : ВПЦ «Візаві», 2017. С. 226-227.*

РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Богашко О. Л., канд. екон. наук, доцент

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

Вивільнення вільного часу, отримане внаслідок цифровізації процесів та виробництв, призводить до збільшення частки послуг в економіці, зростання підприємств сфери послуг та підвищення попиту на послуги. Світовий ринок туризму протягом останнього десятиліття демонструє стійке зростання від 3 до 7% щорічно. Можна припустити, що в міру того, як попит на подорожі та туристські послуги зростатиме, зростуть і вимоги мандрівників до сфери гостинності. У боротьбі за споживача на першому плані виступатимуть такі конкурентні переваги компанії, як: екологічність, технологічність, індивідуальність товару/послуги, соціальна відповідальність. Змінна динаміка туристських потреб підвищує вимоги до туристичної індустрії. Отже, розуміння напряму трансформації споживчого попиту – актуальне завдання туристських підприємств і закупівельних організацій, яке можна вирішити, перебуваючи у постійному взаємозв'язку зі споживачами.

Два десятиліття тому мандрівники очікували комфорту від постачальників послуг, вираженого в матеріальних зручностях. Тепер вони очікують на технологічні зручності, такі як надшвидкісний Wi-Fi, новітні готельні технології, адаптоване для кінцевого споживача бронювання подорожей і, водночас, індивідуальне обслуговування, що враховує потреби та переваги кожного мандрівника. Зростання кількості смартфонів та соціальних мереж у поєднанні з технологічними можливостями, такими як інтелектуальні агенти та технології в готелях та на транспорті, ведуть до ймовірності того, що мандрівники майбутнього будуть пред'являти вищі вимоги до індустрії туризму.

Туристична галузь є піонером у використанні технологій, що автоматизували комунікації та бізнес-процеси. Однак, галузеві технології не встигають за поведінкою мандрівників, що змінюється, і вимогами ринку. У майбутньому доведеться працювати з такими потребами, які ми ще не знаємо, і пропонувати такі туристські продукти та послуги, які ще не винайдені. Способи, якими люди користуються Інтернетом, також швидко змінюються і частка мобільного зв'язку в онлайн постійно зростає. Користування мобільними телефонами становить майже половину часу, який люди проводять в Інтернеті.

Онлайн-сервіси дозволяють мандрівникам легко порівняти вартість самостійної організації поїздки та пропонованих туристських послуг, і на цій підставі здійснити вибір. Сучасний мандрівник намагається отримати максимальну вигоду з кожного рішення про покупку, маючи у своєму розпорядженні безліч інструментів для порівняння, від зіставлення цін досоціальних мереж та оглядів, орієнтованих на споживача. На сьогодні можна говорити про появу глобального туристичного продукту, що представляє сукупну пропозицію багатьох учасників міжнародного туристичного ринку, готових до продажу будь-якої миті часу будь-якому покупцеві, незалежно від територіальної приналежності та форми власності [3, с. 38]. Сучасна мобільність трансформує економіку туристського ринку, створюючи цифрові бізнес-моделі взаємодії із споживачем.

Найбільший вплив на купівельну поведінку мандрівників мають платформи соціальних мереж, які займають переважаючі позиції в рейтингу найбільш відвідуваних вебсайтів у світі. Активне використання соціальних мереж у різних регіонах світу можна порівняти з динамікою міжнародних прибутків [1].

Нова модель купівельної поведінки мандрівників передбачає зміну сприйняття туристського продукту, що трансформується під впливом розвитку засобів комунікацій та соціальних платформ. Послідовно вибудовуються такі етапи формування нової моделі взаємин із споживачами на ринку туристських послуг [2; 3]:

1. Змінюються взаємини туристичного підприємства з кінцевими споживачами. Завдяки використанню інформаційних платформ та соціальних мереж вони стають постійними;

2. Туристичний продукт підлаштовується під відомі, отримані на основі даних, потреби клієнта та стає індивідуальним;

3. При зростаючій онлайн-доступності туристичного контенту індивідуальні запити споживача стають частиною туристичного продукту;

4. Стає стандартом «безшовна» модель подорожі, коли споживач управляє, контролює та оцінює весь комплекс туристичного продукту та вимагає від постачальників послуг безпроблемної взаємодії та огляду стану свого рахунку у режимі реального часу.

Нову модель споживання туристичних послуг та нове купівельне сприйняття туристичного продукту – «включеність» споживача, слід враховувати туристичним підприємствам у своїй продуктивній та

комунікаційній політиці. Сучасний мандрівник споживає усвідомлено, бере участь у розв'язанні екологічних проблем, вимагає, щоб індустрія гостинності інвестувала у сталий розвиток, і вже починає уникати постачальників послуг, які не відповідають високим екологічним стандартам.

Отже, центральне місце в кожній новій тенденції грає зміна потреб та купівельної поведінки мандрівників:

1. Розуміння цінностей сталого розвитку та усвідомлене споживання, формують нові цінності споживача туристичних послуг, виражені у відповідальному споживанні, участі в екологічній діяльності та спільному використанні;

2. Цифрові технології, що застосовуються у повсякденному житті, змінили систему споживання туристських послуг, з'явилися нові моделі купівельної поведінки. Цифровізація у туризмі призвела до зростання частки самостійних подорожей та до персоналізації туристського досвіду;

3. Споживач є об'єктом та суб'єктом комунікацій в «економіці вражень». Сприймає всі компоненти подорожі як можливість набуття унікального досвіду та вражень.

4. Окремий споживач стає провідником думок внаслідок регулярного обміну емоціями та особистим досвідом через соціальні мережі, що призводить до виникнення такого явища як «особистість – медіа»;

5. Зростання поінформованості та накопичення досвіду подорожей призвели до зміни формату поїздок, які стали спонтанними, частими та короткостроковими, націленими на особистий досвід та автентичність;

6. Сучасний мандрівник цінує індивідуальні послуги та очікує від туристичних підприємств надання продуктів та послуг з урахуванням свого попереднього досвіду.

Список використаних джерел:

1. *Богашко О. Л. Використання сучасних цифрових технологій у маркетингу. Актуальні проблеми маркетингового менеджменту в умовах інноваційного розвитку економіки : Матеріали VIII Міжнародної наук.-практ. конф. здобувачів та молодих вчених (Луцьк, 26 березня 2021 р.) / відп. ред. Войтович С. Я. Луцьк : ІВВ Луцького НТУ, 2021. С. 309-311.*

2. *Богашко О. Л. Менеджмент туристичної індустрії як базис створення інноваційного конкурентоспроможного тур продукту. Інноваційний розвиток економіки: проблеми та перспективи. Збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції 29 вересня 2016 року. Умань: ВПЦ «Візаві». 2016. С. 113-116.*

3. *Григор'єва Т. І. Сучасні тенденції розвитку ринку туристських послуг в умовах глобалізації економіки. Науковий вісник МДПТ. 2018. 6(56).С. 32-40.*

Наукове видання

**РОЗВИТОК ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД: ПРАВОВІ,
ЕКОНОМІЧНІ ТА СОЦІАЛЬНІ АСПЕКТИ**

II МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ

Тези доповідей учасників
міжнародної науково-практичної конференції

Технічний редактор: А.В. Ключник

Комп'ютерна верстка: О.А. Лівандовська

Формат 60x84 1/16. Ум. друк. арк. 15,25.

Тираж 50 прим. Зам. № __

Надруковано у видавничому відділі
Миколаївського національного аграрного університету

54020, м. Миколаїв, вул. Георгія Гонгадзе, 9
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 4490 від 20.02.2013 р.