

ISSN 2310-9513

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE

ВІСНИК

**Харківського національного університету
імені В. Н. Каразіна**

**Серія «Міжнародні відносини. Економіка.
Країнознавство. Туризм»**

The Journal

of V. N. Karazin Kharkiv National University

**Series International Relations. Economics.
Country Studies. Tourism**

Випуск / Issue 20

**Започатковано 2013 р.
Published since 2013**

Харків – 2024 – Kharkiv

УДК: 327+33+908](062.552)

Засновник: Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

Рік заснування: 2013

Періодичність: двічі на рік

Висвітлюються результати наукових досліджень у галузі міжнародних відносин, світового господарства та міжнародних економічних відносин, економіки, туризму та готельного господарства.

Для науковців, викладачів, аспірантів та студентів.

Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм» є науковим фаховим виданням з економічних наук, категорія «Б», спеціальності 051, 073, 292 (наказ МОН України № 409 від 17.03.2020).

*Затверджено до друку рішенням Вченої ради
Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна
(протокол № 24 від 25 листопада 2024 р.)*

Головний редактор: *В.В. Гончаренко* – доктор економічних наук, професор, ХНУ імені В.Н. Каразіна

Заступники головного редактора:

В. В. Резніков – доктор наук з держуправління, кандидат економічних наук, доцент, ХНУ імені В.Н. Каразіна.

Н. А. Казакова – кандидат географічних наук, доцент, ХНУ імені В.Н. Каразіна.

А. Ю. Парфінченко – кандидат історичних наук, доцент, ХНУ імені В.Н. Каразіна.

Відповідальний секретар: *Г. І. Гапоненко* – кандидат економічних наук, доцент, ХНУ імені В.Н. Каразіна.

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ

Н.В. Антонюк – доктор історичних наук, професор, Львівський національний університет імені Івана Франка

І.М. Грабинський – доктор економічних наук, професор, Львівський національний університет імені Івана Франка

О.А. Довгаль – доктор економічних наук, професор, ХНУ імені В.Н. Каразіна

О.О. Любіцева – доктор географічних наук, професор, академік АН вищої освіти України, Київський національний університет імені Тараса Шевченка

І.Ю. Матюшенко – доктор економічних наук, професор, ХНУ імені В.Н. Каразіна

М.М. Рижков – доктор політичних наук, професор, Інститут міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

С.А. Циганов – доктор економічних наук, професор, Інститут міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

І.В. Шкодін – доктор економічних наук, професор, ХНУ імені В.Н. Каразіна

С.О. Якубовський – доктор економічних наук, професор, Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

МІЖНАРОДНА РЕДАКЦІЙНА РАДА

Dang Van Phan, PhD, Associate Professor, Mekong University, Vietnam

Salah Gacim, PhD (Economics), Professor, University Ibn Zohr – Agadir, Morocco

Jakub Koralewski, D.Sc. (Historical Sciences) Wyższa Szkoła Hotelarstwa i Gastronomii w Poznaniu, Poland

Ewald Mittelstädt, Dr., Dr. h. c., Professor, South Westphalia University of Applied Science, Nordrhein-Westfalen, Germany

William H. Meyers, Dr., Professor, University of Missouri-Columbia, USA

Tanova Petia, Dr. of Economics, Associate Professor, Frederick University of Cyprus, Cyprus

Vesselin Popovski, D.Sc., Professor, Centre for the Study of United Nations, Jindal Global University, India

Адреса редакційної колегії:

61022, м. Харків, пл. Свободи, 6, факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу

Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна, ауд. 366а

тел. (057) 707 53 06, www.irtb.karazin.ua, www.periodicals.karazin.ua/irtb, meo.vestnik@karazin.ua

Автори опублікованих матеріалів несуть повну відповідальність за добір, точність, достовірність наведених даних, фактів, цитат, інших відомостей.

Статті пройшли внутрішнє та зовнішнє рецензування.

Ідентифікатор медіа у Реєстрі суб'єктів у сфері медіа: R30-04457 (Рішення № 1538 від 09.05.2024 р Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення. Протокол № 15)

© Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, оформлення, 2024

UDC: 327+33+908](062.552)
Founder: V. N. Karazin Kharkiv National University
Year of foundation: 2013
Frequency: twice a year

The results of scientific research in the field of international relations, world economy and international economic relations, economy, tourism and hotel industry are covered.
For scientists, teachers, graduate students and students.

The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University Series International Relations. Economics. Country Studies. Tourism is a scientific professional publication in economics, category "B", specialty 051, 073, 292 (order of the Ministry of Education and Science of Ukraine № 409 from 17.03.2020).

*Approved for publication by the Academic Council
of V. N. Karazin Kharkiv National University
(protocol No 24 dated 25 November, 2024)*

Editor-in-Chief: *Vladyslav Goncharenko*, D.Sc. (Economics), Professor, V.N. Karazin Kharkiv National University

Deputy Editor-in-Chief:

Valeriy Ryzhnikov, D.Sc. (Public Administration), PhD in Economics, Associate Professor, V.N. Karazin Kharkiv National University

Nadija Kazakova, PhD (Geography), Associate Professor, V.N. Karazin Kharkiv National University

Anatoliy Parfinenko, Ph.D (History), Associate Professor, V.N. Karazin Kharkiv National University

Assistant Editor: *Hanna Haponenko*, Ph.D (Economics), Associate Professor, V.N. Karazin Kharkiv National University

EDITORIAL BOARD

Nataliya Antonyuk, D.Sc. (Historical Sciences), Professor, Ivan Franko National University of Lviv

Igor Hrabynskiy, D.Sc. (Economics), Professor, Ivan Franko National University of Lviv

Olena Dovgal, D.Sc. (Economics), Professor, V.N. Karazin Kharkiv National University

Olga Lyubitseva, D.Sc. (Geographic Sciences), Professor, Member of the Academy of Science of Ukraine, Taras Shevchenko National University of Kyiv

Igor Matyushenko, D.Sc. (Economics), Professor, V.N. Karazin Kharkiv National University

Mykola Ryzhkov, D.Sc. (Political studies), Professor, Institute of International Relations, Taras Shevchenko National University of Kyiv

Sergiy Tsyganov, D.Sc. (Economics), Professor, Institute of International Relations, Taras Shevchenko National University of Kyiv

Iryna Shkodina, D.Sc. (Economics), Associate Professor, V.N. Karazin Kharkiv National University

Serhiy Yakubovsky, D.Sc. (Economics), Professor, Odessa I.I. Mechnikov National University

INTERNATIONAL EDITORIAL BOARD

Dang Van Phan, PhD, Associate Professor, Mekong University, Vietnam

Salah Gacim, PhD (Economics), Professor, University Ibn Zohr – Agadir, Morocco

Jakub Koralewski, D.Sc. (Historical Sciences) Wyższa Szkoła Hotelarstwa i Gastronomii w Poznaniu, Poland

Ewald Mittelstädt, Dr., Dr. h. c., Professor, South Westphalia University of Applied Science, Nordrhein-Westfalen, Germany

William H. Meyers, Dr., Professor, University of Missouri-Columbia, USA

Petia Tanova, Dr. of Economics, Associate Professor, Frederick University of Cyprus, Cyprus

Vesselin Popovski, D.Sc., Professor, Centre for the Study of United Nations, Jindal Global University, India

Editorial Board Address:

61022, Kharkiv, Sq. Svobody, 6, Faculty of International Economic Relations and Tourism Business
V. N. Karazin Kharkiv National University, room 366a
tel. (057) 707 53 06, www.irtb.karazin.ua, www.periodicals.karazin.ua/irtb, meo.vestnik@karazin.ua

The authors of the published materials are fully responsible for the selection, accuracy, reliability of the data, facts, quotations and other information.

Articles have been double-blindly reviewed.

Media identifier in the Register of the field of Media Entities: R30-04457 (Decision № 1538 dated May 9, 2024 of the National Council of Television and Radio Broadcasting of Ukraine, Protocol № 15)

© V. N. Karazin Kharkiv National University, design, 2024

ЗМІСТ

СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

В.А. Варвашенко ЦИРКУЛЯРНА ЕКОНОМІКА ЯК НАПРЯМ РЕАЛІЗАЦІЇ КОНЦЕПЦІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ.....	6
Б.Г. Логвиненко ДИПЛОМАТИЧНІ ЕКСПЕДИЦІЇ ЕПОХИ ІМПЕРІЇ МІН ЯК ПРИКЛАД ЕКОНОМІЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ ТА ГЕОЕКОНОМІЧНИХ ІНІЦІАТИВ СУЧАСНОЇ КИТАЙСЬКОЇ НАРОДНОЇ РЕСПУБЛІКИ.....	15
Г.А. Петров ІСПАНСЬКІ КООПЕРАТИВИ ЯК СКЛАДОВА СОЦІАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ ЄС.....	22

ЕКОНОМІКА

С.М. Кобзан, О.Є. Поморцева, В.В. Паньків ГЕОІНФОРМАЦІЙНИЙ АНАЛІЗ ВПЛИВУ РЕМОНТНО-БУДІВЕЛЬНИХ РОБІТ НА ІНВЕСТИЦІЙНУ ПРИВАБЛИВІСТЬ НЕРУХОМОСТІ.....	32
А.С. Поліванцев ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ ЛОГІСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ УКРАЇНИ.....	41

ДОСЛІДЖЕННЯ ТУРИЗМУ ТА ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

Г.І. Гапоненко, О.В. Євтушенко, І.М. Шамара ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМУ В КИТАЇ: ДОСВІД ДЛЯ УКРАЇНИ.....	52
Г.І. Гапоненко, О.В. Євтушенко, І.М. Шамара, А.Р. Святий ДІЛОВИЙ ТУРИЗМ В УКРАЇНІ: ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ В ПІСЛЯВОЄННИЙ ЧАС.....	60
С.Р. Мороз ОСОБЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ САНАТОРНО-КУРОРТНОЇ СФЕРИ.....	74
О.В. Никига, О.В. Романчук, Р.С. Коваль, М.В. Данилевич, Ю.О. Калимон САМОГУБСТВА ВІДОМИХ КУХАРІВ МИНУЛИХ ЕПОХ: FRANÇOIS VATEL, JAMES HEMINGS ТА CLEMENS WILMENROD.....	81
І.М. Шамара, Ю.О. Курдюкова РОЗРОБКА ПСИХОЛОГІЧНОЇ ТРЕНІНГОВОЇ ПРОГРАМИ УПРАВЛІННЯ КОНФЛІКТАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ «ВІДПОЧИНОК НА ВСІ СТО».....	89
С.І. Лиман МОВОЮ ТВОРІВ ТА ТУРИСТИЧНИХ ПОДОРОЖЕЙ : ДО 70-РІЧЧЯ ДОКТОРА ЕКОНОМІЧНИХ НАУК, ПРОФЕСОРА ГЕОРГІЯ ПАВЛОВИЧА СКЛЯРА.....	98

CONTENTS

THE WORLD ECONOMY AND INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS

V. Varvashenko CIRCULAR ECONOMY AS A DIRECTION FOR IMPLEMENTING THE CONCEPT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT.....	6
B. Lohvynenko MING EMPIRE DIPLOMATIC EXPEDITIONS AS AN EXAMPLE OF ECONOMIC DIPLOMACY AND GEOECONOMICS INITIATIVES OF THE PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA.....	15
H. Petrov SPANISH COOPERATIVES AS A COMPONENT OF EU SOCIAL ECONOMY.....	22

ECONOMY

S. Kobzan, O. Pomortseva, V. Pankiv GEOINFORMATION ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF REPAIR AND CONSTRUCTION WORKS ON THE INVESTMENT ATTRACTIVENESS OF REAL ESTATE.....	32
A. Polivantsev PRIORITIES FOR THE DEVELOPMENT OF LOGISTICS INFRASTRUCTURE IN UKRAINE.....	41

TOURISM AND HOSPITALITY RESEARCH

H. Haponenko, O. Yevtushenko, I. Shamara FEATURES OF CULTURAL TOURISM DEVELOPMENT IN CHINA: EXPERIENCE FOR UKRAINE.....	52
H. Haponenko, O. Yevtushenko, I. Shamara, A. Sviatyi BUSINESS TOURISM IN UKRAINE: DEVELOPMENT PROSPECTS IN THE POST-WAR PERIOD.....	60
S. Moroz FEATURES OF THE INNOVATIVE DEVELOPMENT OF THE SPA INDUSTRY.....	74
O. Nykyha, O. Romanchuk, R. Koval, M. Danylevych, Yu. Kalymon SUICIDES OF FAMOUS CHEFS OF THE PAST: FRANÇOIS VATEL, JAMES HEMINGS, AND CLEMENS WILMENROD.....	81
I. Shamara, Ju. Kurdiukova DEVELOPMENT OF A PSYCHOLOGICAL TRAINING PROGRAM FOR CONFLICT MANAGEMENT AT THE ENTERPRISE «VIDPOCHINOK NA VSI STO».....	89
S. Lyman IN THE LANGUAGE OF WORKS AND TOURIST TRAVELS: TO THE 70TH ANNIVERSARY OF DOCTOR OF ECONOMIC SCIENCES, PROFESSOR HEORHIY PAVLOVICH SKLYAR.....	98

**СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО
І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ
ВІДНОСИНИ**

DOI: 10.26565/2310-9513-2024-20-01
УДК 330.33.014.2:502.171

ЦИРКУЛЯРНА ЕКОНОМІКА ЯК НАПРЯМ РЕАЛІЗАЦІЇ КОНЦЕПЦІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Варвашенко Владислав Андрійович

Аспірант кафедри міжнародних економічних відносин та логістики

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

майдан Свободи, 4, м. Харків, Україна, 61022

e-mail: varvashenkovladkarazin@gmail.com

ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0004-4969-6667>

У статті зазначено, що циркулярна економіка є невід’ємною складовою концепції сталого розвитку. Вона спрямована на створення економічної системи, де ресурси використовуються максимально ефективно, з мінімальним впливом на довкілля. В контексті сталого розвитку, циркулярна економіка виступає як інноваційний підхід до досягнення економічної, екологічної та соціальної стійкості. Предметом дослідження є циркулярна економіка як ключовий елемент у досягненні цілей сталого розвитку. Метою статті є вивчення досвіду європейських країн в сфері застосування моделі циркулярної економіки та обґрунтування необхідності переходу вітчизняної економіки до сталих практик розвитку. Основоположим у процесі дослідження є діалектичний підхід. Крім нього використано системний, комплексний, міждисциплінарний підходи; метод аналізу наукових публікацій; методи якісного та кількісного аналізу даних. Отримано наступні результати. Виконано порівняльний аналіз лінійної та циркулярної моделей економіки. Розглянуто практику впровадження основних принципів циркулярної економіки у діяльності європейських країн. Висновки. Наразі Україна активно впроваджує принципи циркулярної економіки, які є ключовим компонентом Європейської зеленої угоди. Європейський Союз надав Україні кілька програм фінансування для підтримки переходу на модель циркулярної економіки. Але незважаючи на наявність важливих програмних документів та активного руху в напрямку впровадження сталих практики, в Україні ще не сформувалася цілісна політика підтримки циркулярної економіки. З огляду на те, що наша країна розпочала процес перемовин про вступ до Європейського Союзу, доцільно брати за основу принципи Європейського зеленого курсу при формуванні рішень, спрямованих на забезпечення сталого відновлення. Особливу увагу варто приділяти принципам циркулярного переходу національної економіки.

Ключові слова: сталий розвиток, циркулярна економіка, принципи циркулярної економіки, моделі циркулярної економіки в європейських країнах.

Як цитувати: Варвашенко В.А. Циркулярна економіка як напрям реалізації концепції сталого розвитку. *Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм»*. 2024. № 20. С. 6–14. DOI: <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2024-20-01>

In cites: Varvashenko V. (2024). Circular economy as a direction for implementing the concept of sustainable development. *The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series International Relations. Economics. Country Studies. Tourism*, (20), 6–14. <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2024-20-01> (in Ukrainian)

Постановка проблеми. Революційні інновації та кліматичні імперативи змінюють все, крім основ економіки та управління. У світі спостерігається висока турбулентність довкілля, обумовлена зростаючим планетарним навантаженням, виснаженням природних ресурсів, значним екологічним слідом, необхідністю постпандемічного та повоєнного відновлення економіки. У цих умовах парадигма сталого розвитку стає найбільш життєстійкою та сполучною концептуальною платформою, на яку доведеться спертися всім країнам, галузям та корпораціям, щоб протистояти волатильності середовища та вийти з кризи.

Циркулярна економіка є ключовим елементом у досягненні цілей сталого розвитку. Вона пропонує системний підхід до управління ресурсами, який враховує економічні, екологічні та соціальні аспекти. Впровадження принципів циркулярної економіки сприяє стійкому розвитку, забезпечуючи раціональне використання ресурсів, зменшення відходів та підвищення якості життя.

Циркулярна економіка відкриває нові перспективи для сталого розвитку економіки країни та підвищення конкурентоспроможності місцевих виробників. Серед численних переваг цієї економічної моделі можна виділити наступні:

- стимулювання екологічної модернізації виробництва;
- захист від дефіциту ресурсів та нестабільних цін на них;
- запобігання утворенню відходів та високий рівень їх переробки та утилізації;
- економія енергії завдяки замкнутому виробничому циклу;
- зменшення негативного впливу на навколишнє середовище.

Важливими елементами циркулярної економіки є принципи, що називаються R-імперативи. Спочатку було виділено 3 ключові сигнатури R (3R): reduce (скорочення обсягів використовуваних ресурсів) – reuse (повторне використання) – recycle (створення вторинної сировини). Пізніше в концепції були враховані всі стадії життєвого циклу продукції та способи організації розумного споживання, трансформували принципи у 9R [7] (див.рис.1).

Починаючи з 2019 року, організація Circle Economy Foundation [8] у звітах Circularity Gap Reports надає аналіз і теорію глобального стану циркулярності. Відповідно до звіту Circularity Gap Report 2024, циркулярна економіка стає все більш популярною, але не приносить результатів [13].

Циркулярна економіка зараз надзвичайно відома: кількість дискусій, дебатів і статей про неї зросла майже втричі за останні п'ять років. На жаль, темпи глобальної циркулярності падають. Частка вторинних матеріалів, які споживає світова економіка, фактично зменшилася з 9,1% у 2018 році до

7,2% у 2023 році – падіння на 21% за п'ять років [13] (рис.2).

При цьому загальна кількість матеріалів, що використовує світова економіка, продовжує зростати: за шість останніх років людство спожило понад пів трильйона тон матеріалів – майже стільки ж, скільки за 20 століття. Отже незважаючи на досягнення циркулярною економікою статусу «мегатренду», цілі, що ставляться ще не перетворено на дії на місцях. Потрібно зазначити, що побудова економічної системи згідно з концептом циркулярної економіки здатна забезпечити, за прогнозами, світовий приріст ВВП до 7% на рік. Отже без сміливих, термінових дій переходу до циркулярної економіки світ не досягне таких соціальних та екологічних цілей, як скорочення викидів та збільшення використання вторинних матеріалів.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. За останні п'ять років обсяг дискусій, дебатів і статей на цю тему майже потроївся, що відображає підвищену обізнаність і інтерес в циркулярності. Найбільш відомими публікаціями зарубіжних авторів, що дозволяють зрозуміти сучасний стан галузі досліджень, є праці А. Туладхар та ін [14], Д. Райке та ін [12], Ф. Бломсма та ін. [6]. Автори одного з найвідоміших досліджень сутнісних характеристик циркулярної економіки Дж. Кірчхер, Д. Райке, М. Хеккерт [10] проаналізували 114 існуючих визначень циркулярної економіки. В наукових публікаціях можна знайти ще кілька сотень визначень. Термін «циркулярна економіка» часто використовується нарівні з термінами «циклічна економіка», «економіка замкнутого циклу». Ці поняття є синонімами.

В наш час багато українських науковців досліджують питання становлення та розвитку циркулярної економіки в Україні в контексті євроінтеграції та переходу до сталого розвитку. Серед них: С. Горбаченко, Л. Квасній, Ю. Ломага, О. Мельник, І. Плїш, І. Татомир, М. Руда, Т. Яремчук та інші. Такі дослідники, як М. Злотнік, О. Іванов, О. Козлова, О. Колесніченко, М. Потїп вивчають особливості перероблення відходів та провадження методів циркулярної економіки в умовах війни в Україні.

Метою статті є вивчення досвіду європейських країн в сфері застосування моделі циркулярної економіки та обґрунтування необхідності переходу від чизняної економіки до сталих практик розвитку.

Методологія дослідження. Основоположним у процесі дослідження є діалектичний підхід. Крім нього використано системний, комплексний, міждисциплінарний підходи; метод аналізу наукових публікацій; методи якісного та кількісного аналізу даних.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасній людині, що виступає споживачем великої кількості товарів та послуг, надається можливість їх постійного вибору, обумовленого критеріями, що постійно змінюються – від базових потреб до масо-

вого споживання. У процесі еволюції та диверсифікації індустріальна економіка суворо дотримується своєї головної особливості – лінійної моделі споживання ресурсів за принципом «вилучити – зробити – викинути» («take – make – waste») [6]. В умовах даної моделі виробництва споживач отримує гото-

вий товар, виготовлений із певної кількості сировини, і згодом, після виконання свого призначення, має бути утилізований. Слід зазначити, що кількість необґрунтовано викинутих і недовикористаних продуктів збільшується, витісняючи природне місце існування людини.



Рис. 1. Принципи циркулярної економіки та їх характеристика Складено автором за джерелом: [7]
Fig. 1. Principles of circular economy and their characteristics Compiled by the author based on the source: [7]

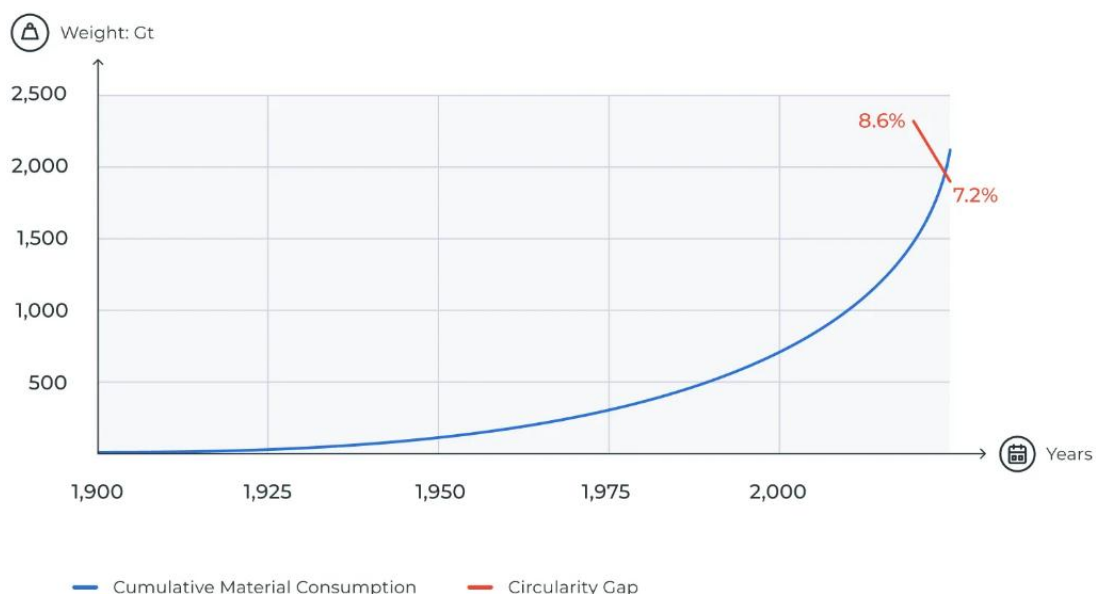


Рис. 2. Темпи розвитку споживання в світовій економіці та уповільнення розвитку циркулярної економіки в 2023 р. [13]
Fig. 2. The pace of consumption development in the global economy and the slowdown in the development of the circular economy in 2023 [13]

В якості альтернативи розвитку економічної системи світовою спільнотою визнано модель циркулярної економіки, яка виключає використання токсичних хімічних речовин, що перешкоджають повторному використанню, та спрямована на повне вилучення відходів через покращену розробку (дизайн) матеріалів, виробів, систем та бізнес моделей. Циркулярна економіка характеризується як складна економічна система, що є відновною чи регенеративною за задумом і структурою, їй властивий замкнутий характер, який замінює концепцію «кінця терміну служби» на концепцію «відновлення та переходу до використання відновлюваних джерел енергії» [3; 5; 6; 8; 10].

Основні особливості лінійної та замкнутої моделей економіки представлені в таблиці 1.

Лідерами-ініціаторами впровадження циркулярної економіки виступають, як правило, країни, що безпосередньо схильні до найбільш сильного впливу з боку проблем, що виникають (глобальне потепління, демографічна криза, екологічні катастрофи і т.д.). Ретроспектива пошуку показує, що пряме законодавче закріплення циркулярної економіки трапляється на державному рівні вкрай рідко (табл. 2).

Загалом в європейських країнах, з прийняттям стратегії сталого розвитку світовим співтовариством, існують різноманітні законодавчі передумо-

Таблиця 1

Порівняльна характеристика лінійної та замкнутої моделей економіки

Table 1

Comparative characteristics of linear and closed-loop economic models

Ознака порівняння	Циркулярна економіка (Економіка замкнутого циклу)	Лінійна економіка
Суб'єкт	Споживач як невід'ємна частина нашого суспільства та природи.	Споживач, який переслідує виключно максимізацію своїх вигод.
Основна мета	Досягнення екологічної рівноваги за умов сталого економіко-соціального зростання добробуту населення планети при максимізації ефективності життєвого циклу різноманітних ресурсів, товарів та послуг.	Отримання максимально можливого економічного прибутку, в той час, коли питанням екології не приділяється належної уваги. Добробут населення планети зростає вкрай нерівномірно, відбувається значне соціальне розшарування.
Цілісність системи	Взаємопов'язаність, триєдність економіки, екології та соціуму.	Ринок виступає у ролі цілісної системи.
Тип природокористування	Той, що виробляє ресурси.	Той, що споживає ресурси.
Взаємини суспільства та природи	Активне впровадження екологізації у виробничі процеси. Зниження антропогенного навантаження на екосистеми.	Навколишнє середовище активно перетворюється, зростає антропогенне навантаження на екосистеми, що породжує екологічну кризу планетарного масштабу.
Використовувані ресурси	Взаємодія фінансових, інформаційних, інтелектуальних, трудових та ін. ресурсів у процесі отримання та використання товарів із вторинних ресурсів переробки.	Видобування та використання природних ресурсів, як правило без урахування заподіяної антропогенною діяльністю екологічної шкоди.
Об'єм відходів	Поступове зменшення до повного зникнення через застосування нових підходів, доступних у процесі технологічного розвитку.	Постійне зростання відходів виробництва і споживання, обсяг яких призводить до глобальної екологічної проблеми.
Переважаючий тип виробництва	Розвиток і створення наукомістких, інноваційних та інтелектуальних видів виробництва.	Трудомістке виробництво з низьким рівнем інноваційної активності.

Складено автором за джерелами: [11; 12; 14]

Compiled by the author based on sources: [11; 12; 14]

Таблиця 2

Законодавче закріплення циркулярної економіки у європейських країнах

Table 2

Legislative support for the circular economy in European countries

Рік	Країна	Назва нормативно-правового документу
2012	Німеччина	Акт про циркулярну економіку.
2015	ЄС	Пакет заходів щодо циркулярної економіки.
2016	Фінляндія	Фінська дорожня карта циркулярної економіки 2016-2025 років.
2016	Нідерланди	Загальнонаціональна програма циркулярної економіки Нідерландів до 2050 р.
2017	ЄС	Європейська платформа для зацікавлених сторін із циркулярної економіки.
2017	ЄС	Стандарт BS 8001:2017 «Впровадження принципів кругової економіки в організації».
2018	ЄС	Європейська стратегія із пластику в циркулярній економіці.
2018	Нідерланди	Дорожня карта з циркулярної економіки.

Складено автором за джерелами: [5; 7; 9; 11; 13]

Compiled by the author based on sources: [5; 7; 9; 11; 13]

ви екологічного характеру, які можна розцінити як позитивні індикатори динаміки у бік екологізації промислового розвитку. У світі існує понад 500 компаній у різних країнах, що затвердили бізнес-стратегію циркулярної економіки та розвиваються на принципах екологічності.

Широка практика застосування «зелених» технологій та принципів екологічності як елементів впровадження циркулярної економіки представлена в таблиці 3.

Зазвичай підтримка і фінансування циркулярних бізнес-проектів здійснюється за рахунок самих компаній, банків, фондів та інвесторів, а також завдяки венчурному і приватному акціонерному капіталу і краудфандингу (crowdfunding).

В Європі існує багато програм, що фінансують інноваційні проекти, включаючи циркулярні, надаючи їм значні кошти. Наприклад, одним з провідних інвесторів у проекти циркулярної економіки є Європейський інвестиційний банк (ЄІБ). ЄІБ забезпечує консультаційну підтримку, оцінюючи можливості фінансування конкретних циркулярних проектів і підбираючи оптимальні умови кредитування. Проекти, які занадто малі для окремих інвестиційних позик, можуть отримувати підтримку через посередницькі кредити.

Європейський фонд стратегічних інвестицій (ЕФСІ), здійснює фінансування в науковій дослідженні та інновації та підтримує малий і середній бізнес. Програма «InnovFin – EU Finance for Innovators» надає фінансування проектам з високим рівнем ризику за умови наявності у циркулярному проекті технологічних інновацій [9].

Потрібно окремо зазначити, що програми ЄС доповнюються інвестиціями на національному рівні за допомогою різних інструментів, які пропонуються агентствами розвитку на макро- мезо- та мікро-рівні (наприклад, Tekes у Фінляндії, Invitalia в Італії, Нідерландське агентство підприємництва, Innovate UK тощо) [9].

В умовах сучасної України, яка протистоїть зовнішній військовій агресії, сталий розвиток стає надзвичайно важливим. Циркулярна економіка пропонує ефективні рішення для відновлення та розвитку територіальних громад, відіграючи важливу роль у їхній трансформації до сталості.

Наразі наша країна активно впроваджує принципи циркулярної економіки, які є ключовим компонентом Європейської зеленої угоди. Це включає заходи зі зменшення відходів, підвищення рівня переробки та повторного використання матеріалів, а також підтримку екологічних технологій та інновацій [1].

Європейський Союз надав Україні кілька програм фінансування для підтримки переходу на модель циркулярної економіки, таких як Європейські структурні інвестиційні фонди, Horizon 2020 та

LIFE. Крім того, Європейський інвестиційний банк (ЄІБ) пропонує фінансову та консультаційну допомогу для проектів у сфері ЦЕ через Європейський фонд стратегічних інвестицій та програму «Фінансування інноваторів ЄС» (InnovFin). У 2021 році була запущена масштабна програма Single Market Programme (SMP) [4].

Проект «Циркулярна економіка – сприяння сталим моделям виробництва та споживання в Україні», який фінансується ЄС, має на меті допомогти Україні в розробці Стратегії циркулярної економіки, яка відповідає цілям сталого розвитку та Європейського Зеленого курсу для раціонального використання ресурсів. Цей проект включає аналіз економічних, екологічних та соціальних аспектів, а також розробку стратегій для впровадження інноваційних технологій і бізнес-моделей [4].

Все більше українських компаній починають впроваджувати принципи циркулярної економіки у своїй діяльності. Вони розробляють нові бізнес-моделі, що базуються на повторному використанні матеріалів, рециклінгу та зменшенні відходів. Важливим аспектом розвитку циркулярної економіки є підвищення обізнаності населення та бізнесу щодо її переваг. В Україні провадяться освітні програми, тренінги та семінари, що сприяють поширенню знань про циркулярну економіку.

Але потрібно зазначити, що незважаючи на наявність важливих програмних документів та активного руху в напрямку впровадження сталих практик, в Україні ще не сформувалася цілісна політика підтримки циркулярної економіки. Експерти оцінюють рівень розвитку галузей, характерних для циркулярної економіки в Україні, як дуже низький або навіть відсутній. Це пов'язано насамперед з недостатньою інфраструктурою для переробки відходів, відсутністю стимулів для бізнесу, низьким рівнем обізнаності населення.

Також за даними Київської школи економіки (KSE), обсяг прямої шкоди, завданої Україні військовими діями станом на січень 2024 р. становить 155 мільярдів доларів США. Найбільше постраждали житловий сектор, транспорт, енергетика, торгівля та промисловість [2].

Перехід до циркулярної економіки є важливим кроком для України на шляху до сталого розвитку та економічного відновлення, особливо в умовах війни. Війна ставить перед країною серйозні виклики, проте вона також надає унікальні можливості для впровадження принципів циркулярної економіки, що сприятиме довгостроковій стабільності та процвітання. Для успішного переходу до цієї моделі розвитку необхідно реалізувати низку стратегічних заходів.

На нашу думку, основним завданням на шляху становлення сталого розвитку економіки є підтримка партнерства між державою, бізнесом та гро-

Таблиця 3

**Практика застосування моделі циркулярної економіки
у діяльності європейських країн та підприємств**

Table 3

Practice of applying the circular economy model in the activities of European countries and enterprises

Країна	Заходи, що реалізуються в межах циркулярної економіки
Фінляндія	Розроблено Дорожню карту з переходу на принципи циркулярної економіки. Написано електронну книгу Circular Economy Playbook. Прийнято Закон про охорону довкілля. Здійснюється грантове фінансування проєктів у галузі циркулярної економіки. Особлива увага приділяється рециклінговим технологіям. Інвестиційним фондом TEKES виділено 200 млн євро на фінансування «циркулярних» проєктів. Фонд SITRA сприяє переходу до вуглецево-нейтральної економіки. Виробництво целюлозного біоетанолу компанією North Europea Bio Tech Oy. Компанії Ponsse, SR-Harvesting, Swappie, Taitonetti, 3StepIt займаються скупкою непрацюючої техніки для отримання корисних деталей.
Нідерланди	Мета – стати лідером серед країн щодо впровадження принципів циркулярної економіки, що реалізується кампанією «Netherlands as a Circular Hotspot». Активна діяльність в цьому напрямку здійснюється Нідерландською агенцією підприємництва. Функціонує он-лайн платформа з кадастру матеріалів у сфері нерухомості Madaster. Royal DSM займаються розробками у сфері здоров'я та харчування та створили технологію целюлозного біоетанолу. Компанією Philips активно просувається концепт принципу послуги як товару, розроблено та впроваджено в життя програму Circular Lighting з освітлення. Компанією BMA Ergonomics здійснюється виробництво офісних стільців, придатних для переробки. Розпочато виробництво смартфонів із тривалим життєвим циклом та самозамінними деталями компанії «Fairphone». Започатковано стартап Bundles з оренди пральних машин. VDL Group та DAF випустили перший електричний поїзд та електроавтобус. Виробник текстильної продукції Reblend займається переробкою відходів текстилю на нову тканину. Розроблено інноваційну модель розвитку міст з переходу на економіку замкнутого циклу, наприклад, еко-квартал «Парк-2020».
Велика Британія	Країна-лідер з «циркулярних» інвестицій. Запущено національну програму Інвестиційного фонду циркулярної економіки. Здійснює роботу приватна інвестиційна компанія Circularity Capital. Національна програма промислового симбіозу представлена проєктом International Synergies. Реалізація замкнутого циклу переробки харчових пластмас інноваційною компанією Advanced Sustainable Developments. Урядова програма зі стимулювання маловідходних виробництв Waste and Resources Action Program. Фонд Earth Angel Investors здійснює діяльність у напрямку зелених та циркулярних проєктів. Розроблено стандарт BS 80101:2017 як посібник із впровадження практик ресурсозбереження. Відзначається діяльність Unilever як одного з перших представників циркулярної моделі економіки.
Франція	Посідає друге місце у світі за кількістю патентів у галузі циркулярної економіки. Відбувається впровадження принципів замкнутих циклів на заводах Renault (автомобілебудування), OuatecoBa Sailbags 727 (переробка вітрил), Alstom та HealthHub (автомобілебудування), Michelin (виробництво шин). В країні надаються «екологічні кредити» для приватних домогосподарств.
Шотландія	Перша країна, що вступила в союз CircularEconomy 100 (CE 100) для просування інновацій. Відмічається високий рівень екологічної освіти населення, що сприяє вторинному використанню продуктів у побутовій діяльності, наприклад Шотландський університет ремануфактурингу (SIR).
Німеччина	Країна-лідер з «циркулярних» інвестицій та кількості патентів у даній галузі. Просування стандарту EMAS та його реалізація у виробничих процесах за допомогою матеріальних потоків забезпечили країні світове лідерство у секторі промислового виробництва. Компанія Veolia працює за принципом bottle to bottle: відходи різного виду пляшок стають новими товарами.
Данія	Обмін побічними продуктами серед компаній, переробка невикористаної біомаси на добрива, цикли компаній Novo Nordisk, Novozymes, DONGEnergy, Statoil. Унікальний приклад промислового симбіозу – Калуннборг – повністю замкнута система використання ресурсів.
Бельгія	Компанія Solvay прагне розробляти найкращі технології, що забезпечують стійку мобільність та підвищують ефективність використання ресурсів. Виробництво матеріалів та спеціальних хімікатів (понад 2000 найменувань продукції), розумна техніка та залучення робочих місць у сфері екологічних інновацій.
Норвегія	Функціонує понад 30 інноваційних кластерів в галузі інженерії, харчовій, екологічній, нафтогазовій, туристичній, морській, енергетичній та металургійній галузях. Створюються нові кластерні ініціативи в альтернативній енергетиці, біотехнологіях та біофармацевтиці.
Чехія	Найменша кількість харчових відходів серед країн ЄС.
Швеція	Діяльність компанії IKEA.

Складено автором за джерелами: [5; 7; 9; 11; 13]

Compiled by the author based on sources: [5; 7; 9; 11; 13]

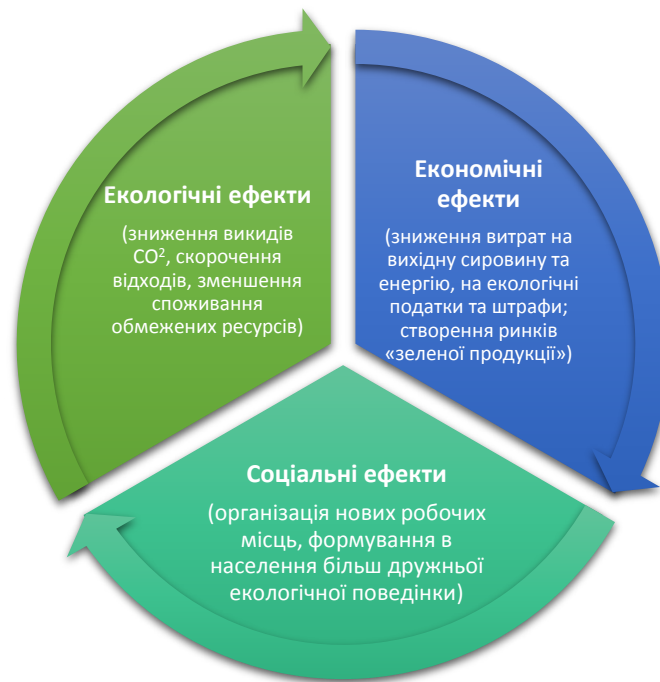


Рис. 3. Позитивні ефекти від переходу до моделі циркулярної економіки
Складено автором
Fig. 3. Positive effects of the transition to a circular economy model
Compiled by the author

мадянським суспільством для ефективного впровадження принципів циркулярної економіки.

Для забезпечення циркулярної економіки необхідно залучити інвестиції у відновлювані джерела енергії, щоб зменшити залежність від викопних видів палива. Розвиток інфраструктури для переробки та повторного використання матеріалів створить умови для ефективної циркуляції ресурсів. Це сприятиме не лише екологічній стабільності, але й економічному зростанню через створення нових робочих місць та інноваційних бізнес-моделей.

Сприяння розвитку технологій, які допомагають зменшити відходи та підвищити ефективність використання ресурсів, є ключовим аспектом переходу до циркулярної економіки. Необхідно створити спеціальні програми підтримки для підприємств, що впроваджують циркулярні рішення, забезпечуючи їм доступ до фінансових ресурсів та консультативної допомоги.

Запровадження податкових пільг, грантів та інших фінансових стимулів для підприємств, що впроваджують циркулярні практики, заохотить бізнес до інвестування у проекти, спрямовані на зменшення відходів та підвищення ефективності використання ресурсів. Це сприятиме розвитку циркулярної економіки на національному рівні.

Висновки. Перевагами переходу до даної моделі, на нашу думку, є те, що цей процес дозволить досягти таких екологічних ефектів, як зниження викидів CO₂, скорочення відходів, зменшення споживання обмежених ресурсів. До економічних ефектів належать: зниження витрат на вихідну сировину та енергію, на екологічні податки та штрафи; створення ринків «зеленої продукції». До соціальних ефектів можна віднести організацію нових робочих місць, формування в населення більш дружньої екологічної поведінки (рис.3).

Однак до складу наслідків входять і негативні екстерналії, такі як скорочення робочих місць на підприємствах, що спеціалізуються на видобутку первинних матеріалів, зниження доходів ресурсодобувних країн, підвищення рівня токсичності відходів шляхом переробки. Можна відзначити, що такі недоліки переважно відносяться до перехідного періоду і є наслідками менш розвинених економік.

Отже циркулярна економіка в Україні перебуває на етапі становлення. Вона відкриває нові можливості для стійкого розвитку, зменшення впливу на довкілля та підвищення економічної ефективності. Для успішного впровадження цієї моделі необхідна тісна співпраця між усіма учасниками процесу – державою, бізнесом, науковцями та громадськістю.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Європейський Зелений Курс. URL: <https://ukraine-eu.mfa.gov.ua/posolstvo/galuzeve-spivrobotnictvo/klimat-yevropejska-zelena-ugoda>
2. Загальна сума збитків, завдана інфраструктурі України, зросла до майже \$155 млрд – оцінка KSE Institute станом на січень 2024 року. URL: <https://kse.ua/ua/about-the-school/news/zagalna-suma-zbitkiv-zavdana-infrastrukturi-ukrayini-zrosla-do-mayzhe-155-mlrd-otsinka-kse-institute-stanom-na-sichen-2024-roku/>
3. Рекомендації щодо пілотування циркулярної економіки в Україні. К.: Центр ресурсоефективного та чистого виробництва, 2024. 37 с. URL: <http://www.recpc.org/wp-content/uploads/2024/04/Guidelines-on-piloting-circular-economy-in-Ukraine.pdf>
4. У Мінекономіки відбулася зустріч міжвідомчої робочої групи з питань розвитку циркулярної економіки. 31.05.2024. URL: <https://www.me.gov.ua/News/Detail?lang=uk-UA&id=a7c1b842-52f5-4068-8723-cb821efd0f0d&title=UMinekonomiki>
5. Andres Alcayaga, Melanie Wiener, Erik G. Hansen Towards a framework of smart-circular systems: An integrative literature review. *Journal of Cleaner Production*. 2019. p. 622-634. 10.1016/j.jclepro.2019.02.085.
6. Blomsma F., Brennan G. The Emergence of Circular Economy: A New Framing Around Prolonging Resource Productivity. *Journal of Industrial Ecology*. 2017. 21(3), pp. 603–614.
7. CEO Guide to the Circular Economy. URL: <https://www.wbcsd.org>.
8. Circle Economy Foundation. URL: <https://www.circle-economy.com/funding>
9. The Circularity Gap Report. 2024. URL: <https://circularity-gap.world/2024>
10. European Remanufacturing Network. URL: <https://www.remanufacturing.eu>.
11. Kirchherr J., Reike D., Hekkert M. Conceptualizing the circular economy: An analysis of 114 definitions. *Resources, conservation and recycling*. 2017. № 127. pp. 221–232. Elsevier. <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3037579>
12. Maier H. Wachstumsaus der Sicht der Ökologischen Ökonomie. p. 345. Zwei Sichtweisen auf das Problem: Neoklassisch Umweltökonomik versus Ökologische Ökonomie. Metropolis, 1999.
13. Reike D., Vermeulen W. J. V., Witjes S. The Circular Economy: New or Refurbished as Ce 3.0? – Exploring Controversies in the Conceptualization of the Circular Economy Through a Focus on History and Resource Value Retention Options. *Resources, Conservation and Recycling*. 2018. № 135, pp. 246–264.
14. Tuladhar, A., Iatridis, K., Dimov, D. History and Evolution of the Circular Economy and Circular Economy Business Models. In: A. Stefanakis, & I. Nikolaou (Eds.). *Circular Economy and Sustainability: Environmental Engineering, Policy, and Management*. 2021. 1 ed., Vol. 1, pp. 187–192. Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-819817-9.00031-4>

Науковий керівник: доктор економічних наук, професор Матюшенко І.Ю.

Стаття надійшла до редакції 06.07.2024

Стаття рекомендована до друку 06.08.2024

Vladyslav Varvashenko, Postgraduate student of the Department of International Economic Relations and Logistics, V. N. Karazin Kharkiv National University, Svobody sq., 4, Kharkiv, Ukraine, 61022, e-mail: varvashenkovladkarazin@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0004-4969-6667>

CIRCULAR ECONOMY AS A DIRECTION FOR IMPLEMENTING THE CONCEPT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT

The article states that the circular economy is an integral part of the concept of sustainable development. It is aimed at creating an economic system where resources are used as efficiently as possible, with minimal impact on the environment. In the context of sustainable development, the circular economy acts as an innovative approach to achieving economic, environmental and social sustainability. The subject of the study is the circular economy as a key element in achieving sustainable development goals. The aim of the article is to study the experience of European countries in the application of the circular economy model and to justify the need for the domestic economy to transition to sustainable development practices. The dialectical approach is fundamental in the research process. In addition, a systemic, comprehensive, interdisciplinary approach was used; the method of analyzing scientific publications; methods of qualitative and quantitative data analysis. The following results were obtained. A comparative analysis of linear and circular models of the economy was performed. The practice of implementing the basic principles of the circular economy in the activities of European countries was considered. Conclusions. Currently, Ukraine is actively implementing the principles of the circular economy, which are a key component of the European Green Deal. The European Union has provided Ukraine with several funding

programs to support the transition to a circular economy model. However, despite the presence of important program documents and active movement towards the implementation of sustainable practices, Ukraine has not yet developed a comprehensive policy to support the circular economy. Given that our country has begun the process of negotiations on joining the European Union, it is advisable to take the principles of the European Green Deal as a basis for formulating decisions aimed at ensuring sustainable recovery. Particular attention should be paid to the principles of the circular transition of the national economy.

Keywords: *sustainable development, circular economy, principles of the circular economy, circular economy models in European countries.*

REFERENCES

1. European Green Deal. Available at: <https://ukraine-eu.mfa.gov.ua/posolstvo/galuzeve-spivrobitnictvo/klimat-yevropejska-zelena-ugoda> (in Ukrainian)
2. Total damage to Ukraine's infrastructure has increased to almost \$155 billion – KSE Institute estimate as of January 2024. Available at: <https://kse.ua/ua/about-the-school/news/zagalna-suma-zbitkiv-zavdana-infrastrukturi-ukrayini-zrosla-do-mayzhe-155-mlrd-otsinka-kse-institute-stanom-na-sichen-2024-roku/> (in Ukrainian)
3. Rekomendatsii shchodo pilotuvannya tsyrkuliarnoi ekonomiky v Ukraini [Recommendations for piloting the circular economy in Ukraine]. K.: Tsentr resursoefektyvnoho ta chystoho vyrobnytstva, 2024. 37 s. Available at: <http://www.recpc.org/wp-content/uploads/2024/04/Guidelines-on-piloting-circular-economy-in-Ukraine.pdf> (in Ukrainian)
4. A meeting of the interdepartmental working group on the development of the circular economy was held at the Ministry of Economy. 05/31/2024. Available at: <https://www.me.gov.ua/News/Detail?lang=uk-UA&id=a7c1b842-52f5-4068-8723-cb821efd0f0d&title=UMinekonomiki> (in Ukrainian)
5. Andres Alcayaga, Melanie Wiener, & Erik G. Hansen (2019) Towards a framework of smart-circular systems: An integrative literature review. *Journal of Cleaner Production*. pp. 622-634. 10.1016/j.jclepro.2019.02.085.
6. Blomsma F., Brennan G. (2017) The Emergence of Circular Economy: A New Framing Around Prolonging Resource Productivity. *Journal of Industrial Ecology*. 21(3), pp. 603–614.
7. CEO Guide to the Circular Economy. Available at: <https://www.wbcsd.org>.
8. Circle Economy Foundation. Available at: <https://www.circle-economy.com/funding>
9. The Circularity Gap Report. 2024. Available at: <https://circularity-gap.world/2024>
10. European Remanufacturing Network. Available at: <https://www.remanufacturing.eu>.
11. Kirchherr J., Reike D., & Hekkert M. (2017) Conceptualizing the circular economy: An analysis of 114 definitions. *Resources, conservation and recycling*. 127, pp. 221–232. Elsevier. <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3037579>
12. Maier H. (1999) Wachstum aus der Sicht der Ökologischen Ökonomie. Zwei Sichtweisen auf das Problem: Neoklassisch Umweltökonomik versus Ökologische Ökonomie. Metropolis.
13. Reike D., Vermeulen W. J. V., & Witjes S. (2018) The Circular Economy: New or Refurbished as Ce 3.0? – Exploring Controversies in the Conceptualization of the Circular Economy Through a Focus on History and Resource Value Retention Options. *Resources, Conservation and Recycling*. 135, pp. 246–264.
14. Tuladhar, A., Iatridis, K., & Dimov, D. (2021) History and Evolution of the Circular Economy and Circular Economy Business Models. In: A. Stefanakis, & I. Nikolaou (Eds.). *Circular Economy and Sustainability: Environmental Engineering, Policy, and Management*. 1 ed., Vol. 1, pp. 187–192. Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-819817-9.00031-4>

Academic supervisor: Doctor of Economic Sciences, Professor I.Yu. Matyushenko

The article was received by the editors 06.07.2024

The article is recommended for printing 06.08.2024

DOI: 10.26565/2310-9513-2024-20-02
УДК 339.97:341.7](510)

ДИПЛОМАТИЧНІ ЕКСПЕДИЦІЇ ЕПОХИ ІМПЕРІЇ МІН ЯК ПРИКЛАД ЕКОНОМІЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ ТА ГЕОЕКОНОМІЧНИХ ІНІЦІАТИВ СУЧАСНОЇ КИТАЙСЬКОЇ НАРОДНОЇ РЕСПУБЛІКИ

Логвиненко Богдан Григорійович

аспірант кафедри міжнародних економічних відносин та логістики

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

майдан Свободи, 4, м. Харків, 61022

e-mail: b.logvynenko@gmail.com

ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-2721-2540>

Розглянуто історичну іпостась сучасної геоекономічної стратегії Китайської Народної Республіки (КНР) на прикладі дипломатичних експедицій XV століття китайських мандрівників Чжен Хе, Ішиха та Чен Чена у призмі політекономічного та історико-матеріалістичного підходу. Предметом дослідження статті є історичний процес мінського Китаю з розповсюдження власного впливу через дипломатичні місії та експедиції, а також сучасна модель економічної дипломатії та геоекономічної стратегії КНР. Мета полягає у компаративному дослідженні географії та методів впливу емісарів і послів мінського Китаю зі сучасними геоекономічними ініціативами КНР у міжнародному поділі праці та світовому ринку. Завданнями роботи є визначення географії історичних інтересів китайської економіки та державного апарату; формулювання принципів та особливостей ведення зовнішньоекономічної політики мінського та сучасного Китаю; виведення об'єктивних причин історичного процесу та сучасних ініціатив Китаю. У ході дослідження отримано наступні результати: визначено базис геоекономічної стратегії сучасної КНР, інструменти економічної дипломатії та м'якої сили Китаю у відносинах із сусідами; проаналізовано принципи та механізми передумов для виникнення сучасних ініціатив Китаю на світовій арені; розглянуто предметні показники зовнішньоторговельного співробітництва Китаю з країнами, що знаходяться у географічній близькості до Китаю та маршрутів вищезазначених експедицій. Висновки: отримані результати дали можливість предметно розглянути витоки геоекономічних ініціатив сучасної КНР як синергію сьогоденних інституційних інструментів впливу, об'єктивних торговельно-економічних інтересів та буржуазної «національної міфології».

Ключові слова: міжнародні економічні відносини, економічна дипломатія, Китай, міжнародна торгівля.

Як цитувати: Логвиненко Б.Г. Дипломатичні експедиції епохи імперії Мін як приклад економічної дипломатії та геоекономічних ініціатив сучасної Китайської Народної Республіки. *Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм»*. 2024. № 20. С. 15–21. DOI: <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2024-20-02>

In cites: Lohvynenko B. (2024). Ming empire diplomatic expeditions as an example of economic diplomacy and geoeconomics initiatives of the People's Republic of China. *The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series International Relations. Economics. Country Studies. Tourism*, (20), 15–21. <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2024-20-02> (in Ukrainian)

Постановка проблеми: Сучасна геостратегія Китайської Народної Республіки (КНР) виражається синтезом сучасного втілення ринкових інтересів та традиціями тисячолітньої історії китайської державності. Одним із вагомих прикладів спадковості китайської економічної стратегії є дипломатичні експедиції часів імператорської династії Мін під час правління імператорів Юнле й Сюаньде на початку XV століття. Могутність китайської економіки та політична стабільність часів ранньої Мін відкрила можливості проведення глобальних досліджень та місій з метою налагодження «данницьких» відносин із менш розвиненими сусідами, демонстрацію престижу та сили Піднебесної, а також потенційне перенаправлення торгівельних потоків саме до Китаю, як найбільшої та наймогутнішої імперії світу. Пройшовши через «століття приниження», корумпований ізоляціонізм Цін, революції та криваву війну з Японією, а також налагодивши ефективну економіку й модель державного управління, сучасний Китай у вигляді КНР уперше за довгі століття формує самостійні принципи ведення зовнішньої політико-економічної діяльності на засадах «конфуціанської гармонії», декларативної розбудови партнерських відносин із сусідами та зацікавленими регіонами у межах ініціатив «Одного Поясу та Одного Шляху» та морського Шовкового шляху, що є надзвичайно важливою тематикою для дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій: для дослідження такої тематики, як історичний розвиток китайської дипломатії використано публікації та праці китайських дослідників мовою оригіналу. Так, у роботі [5], автором викладено основні події китайського морського експансіонізму, причини його розвитку та занепаду протягом імперського періоду. Статті [6] та [7] визначають особливості проведення експедицій Цжен Хе до Східної Азії, Східної Африки та Аравійського півострову, [10] вивчає подорожі Ішиха до Герату та Нургану, а [8] встановлює хронологічні зв'язки та значення подорожей Чень Чена.

Мета, завдання дослідження: Мета полягає у визначенні географії експедицій, об'єктивного оцінювання впливу даних історичних подій на розвиток дипломатії китайської державності, а також встановлення зв'язків подій історії Китаю з сучасними геоекономічними ініціативами КНР, що впроваджуються у міжнародному поділі праці та на світовому ринку. Завданнями роботи є визначення географії історичних інтересів китайської економіки та державного апарату; формулювання принципів та особливостей ведення зовнішньоекономічної політики мінського та сучасного Китаю; виведення об'єктивних причин історичного процесу та сучасних ініціатив Китаю.

Викладення основного матеріалу та результати дослідження: За часів китайської імперії Мін, на

період початку 15 століття, мала місце низка визначних подій китайської історії, що знайшла відгук у сучасній стратегії зовнішньоекономічної дипломатії Китайської Народної Республіки – мова йде про економіко-дипломатичні дослідницькі місії часів імператора Юнле, або Чжу Ді (також відомі, як подорожі так званого Золотого Флоту) навколишніми регіонами Південно-Східної Азії, Індійського океану та Східної Африки. Експедиції мінської держави мали на меті розширення сфери впливу китайської дипломатії, налагодження відносин між імператором та іншими народами на засадах Мандату Неба, за якого іноземні народи надавали формальний васалітет імператору, за що отримували дари та схильність імперії. Найбільш відомими мореплавцями були:

– Чжен Хе, або Сань Бао (郑和|三宝). Мусульманин народності хуей. Провів цілих сім подорожей Південно-Східною Азією, Індонезією, Південною Індією, узбережжям Східної Африки та Аравійського півострову [6];

– Ішиха (亦失哈). Будучи євнухом чжурчженьського походження, провів експедицію Маньчжурією та Північно-Східною Азією з метою залучення до васалітету місцевих монгольських, тюркських та тунгусо-маньчжурських кланів [10];

– Чень Чен (陈诚). Провів подорожі до регіону Центральної Азії та столиці держави Тимуридів Герату з метою налагодження відносин [8].

Чи не найголовнішою особливістю є те, що на момент XIV ст. жодна країна світу не мала настільки могутнього морського флоту, військових резервів та матеріально-технічної бази для активної колонізації регіонів світу – однак імперія Мін не тільки не скористалась цією нагодою, а й у майбутньому проігнорувала перспективність морської експансії, все більше звертаючись до політики ізоляціонізму. Більш того, після смерті імператора Сюаньде, майже всі наративні джерела та технічні документи про Золотий Флот було знищено [8, ст. 17]. Лише після воцаріння маньчжурської династії Цін, активного розвитку західного колоніального імперіалізму до китайців дійшли тенденції необхідності акценту на морському флоті, однак вже з метою захисту від загарбників, які ініціювали серію Опіумних воєн та початок сумнозвісного «століття приниження» – напівколоніального закабалення великої імперії Сходу.

Головною метою конфуціанської філософії часів імперського Китаю (як мінімум декларативною) є встановлення «гармонії та балансу» в світі, де під знаменами Мандату Неба усі держави «йдуть на поклон» до імператора Китаю не шляхом підкорення, насадження віри або мови, а шляхом династичних шлюбів між представниками правлячої династії та приближених аристократів, демонстрації сили, престижу та практичних переваг співробітництва саме з Піднебесною – еталоном цивілізації, доско-

налою формою влади на думку китайських можновладців.[5]

У свою чергу, інструментами впливу на данників виступають різноманітні методи, від підкупу та дипломатичної демонстрації величч імперії до агресивної інтервенції та анексії. Дипломатія та переконання були мірилом конфуціанського балансу та правильного налагодження відносин із оточуючим середовищем. Декларуючи зверхність імперії над «навколишніми варварами», китайські послы, вчителі та можновладці мали значно більший престиж при імператорському дворі, ніж генерали та завойовники. Вищезазначені Чжен Хе, Ішиха та Чень Чен під час подорожей одорювали правлячі еліти сусідніх країн, вимагаючи визнання імператорської влади священною та надсилання дарів у відповідь. Прагнення вирішувати усі задачі дипломатією не завжди втілювались у життя згідно правил конфуціанства. «Золотий Флот» Сань Бао являв собою не тільки величні кораблі з дарами, а й військову ескадру, що здатна завдати серйозної шкоди.[7][11]

Відносини із розвиненими цивілізаціями розвивались згідно наявності спільних інтересів та зіткнення оних у певних сферах діяльності. Так, розуміючи, що династію Тимуридів не вдасться «васалізувати», Чень Чен розробляв іншу, більш рівноправну стратегію взаємодії з цією державою під час своїх подорожей, таку, що нестиме користь у довгостроковій перспективі.

Із метою детального визначення географії дипломатичних експедицій представлено карту подорожей Чжен Хе, Ішиха та Чень Чена:

Дана мапа чітко відображає напрямки бажаної культурно-дипломатичної експансії інститутів китайської імперії за наступними ланками:

- 1) Південна – налагоджені торгівельні зв'язки проходять через економічні зони Індокитаю, Індонезії, південного Індостану, Персидської затоки, східного узбережжя Африки та Червоного моря;
- 2) Північна – економічне залучення регіонів заселення кочових племен чжурчженів, монголів, тунгусо-маньчжурських кланів тощо від північних кордонів Чжилі та Пекіну до Манчжурії та північно-азійського узбережжя і Сахаліну.

Об'єктивне походження зазначених маршрутів мотивоване географічними особливостями регіонів, сталими потоками торгівлі та капіталу упродовж століть, наявністю сильних суперників та розвинених народів, які виступатимуть як у ролі посередника, спільно з яким ці потоки налагоджуватимуться, так і у вигляді перепони, яку необхідно ліквідувати на шляху до отримання максимального прибутку із зовнішньої торгівлі.

Описавши історичні передумови становлення китайського експансіонізму, час переходити до сучасного становища. Задля аналогії та порівняння історичного досвіду та сьогоденних ініціатив КНР

відображено схему інтерактивну схему побудови ініціативи Поясу та Шляху (Belt and Road Initiative) від німецького дослідницького центру MERICS (Mercator Institute for China Studies):

Порівнюючи два періоди та дві ілюстрації, можна зробити висновок про природне тяжіння великих економік до найбільш вигідного та простого пошуку матеріально-ресурсних баз та ринків збуту готової продукції. На прикладі Китаю можна побачити першість матеріально-об'єктивних причин у розбудові геостратегічних та зовнішньоекономічних ініціатив – іншими словами, буде це мінський чи соціалістичний Китай, задля ефективного просування та реалізації інтересів зі сходу на захід морським шляхом будуть необхідними сталі та добросусідські відносини із В'єтнамом, Малайзією, Індонезією, М'янмою та Бангладеш; а задля перенаправлення ресурсів та капіталу з регіону Північно-Східної Азії необхідно мати чіткі інструменти впливу на регіональні економіки півночі Далекого Сходу. Головною відмінністю між мінським та комуністичним Китаєм у цьому питанні є гіркий урок «століття принижень» та втрата будь-якої впевненості у можливості перенаправити потоки міжнародного капіталу лише через «богообраність» китайської держави [3][5].

На початку ХХІ століття КНР активно наближується до статусу наддержави, а тому важливим елементом взаємодії з навколишнім світом є вдосконалення зовнішньополітичної стратегії. Виходячи із офіційних заяв найголовніших представників КПК, уряду КНР та безпосередньо Голови Сі Цзіньпіна, можна зробити висновок, що Китай націлений на відродження економічної дипломатії «школи Мін», за рахунок впровадження активних дипломатичних заходів, налагодження діалогу із країнами власного макрорегіону, встановлення позиції головного судді та центру сили [2][3]. Сучасна китайська зовнішньополітична стратегія визначається своєрідним синкретизмом вищевказаної стратегії доби Мін, помірним реваншизмом за «століття принижень», формальною комуністичною ідеологією та націоналістичною доктриною «великого відродження китайської нації». Саме заради досягнення регіонального домінування встановлюються торгівельні шляхи та напрямки глобальних інфраструктурних інвестиційних проєктів у межах «Одного Поясу та Одного Шляху» та «Морського Шовкового Шляху», які майже повністю копіюють напрямки експедицій Чжен Хе, Ішиха та Чень Чена – Південно-Східна Азія, Індонезія, Індія, східне узбережжя Африки, узбережжя Персидської затоки, а також регіони Центральної та Північно-Східної Азії.[2][5]

Сучасні інструменти впливу Китаю на навколишнє суспільство визначаються активним залученням державного капіталу до різноманітних інвестиційних проєктів, які мають цінність та важливість для

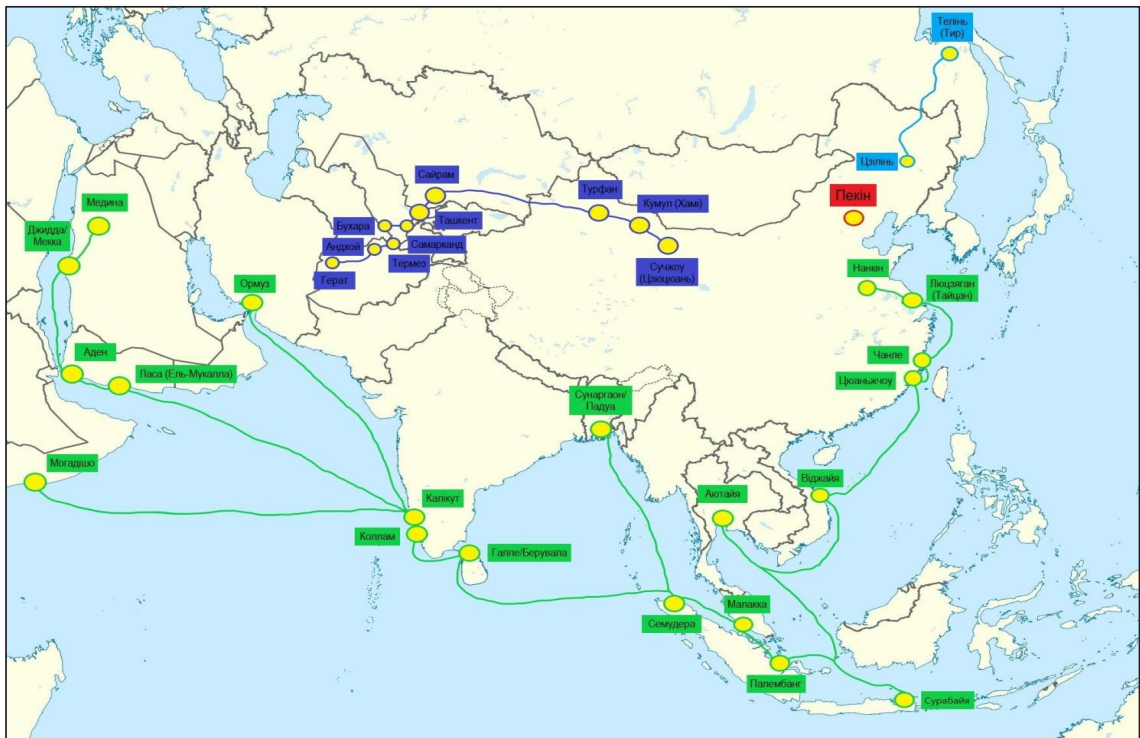


Рис. 1. Напрямки дипломатичних місій часів імператора Юнле: зеленим – експедиція Чжен Хе та його команди; голубим – подорож Ішиха; синім – місія Чень Чена
Розроблено автором за джерелами: [5; 6; 8; 9; 10]

Fig. 1. Directions of diplomatic missions during the Yongle Emperor's reign: green – the expedition of Zheng He and his team; blue – the journey of Yixi; blue – the mission of Chen Chen
Developed by the author based on sources: [5; 6; 8; 9; 10]

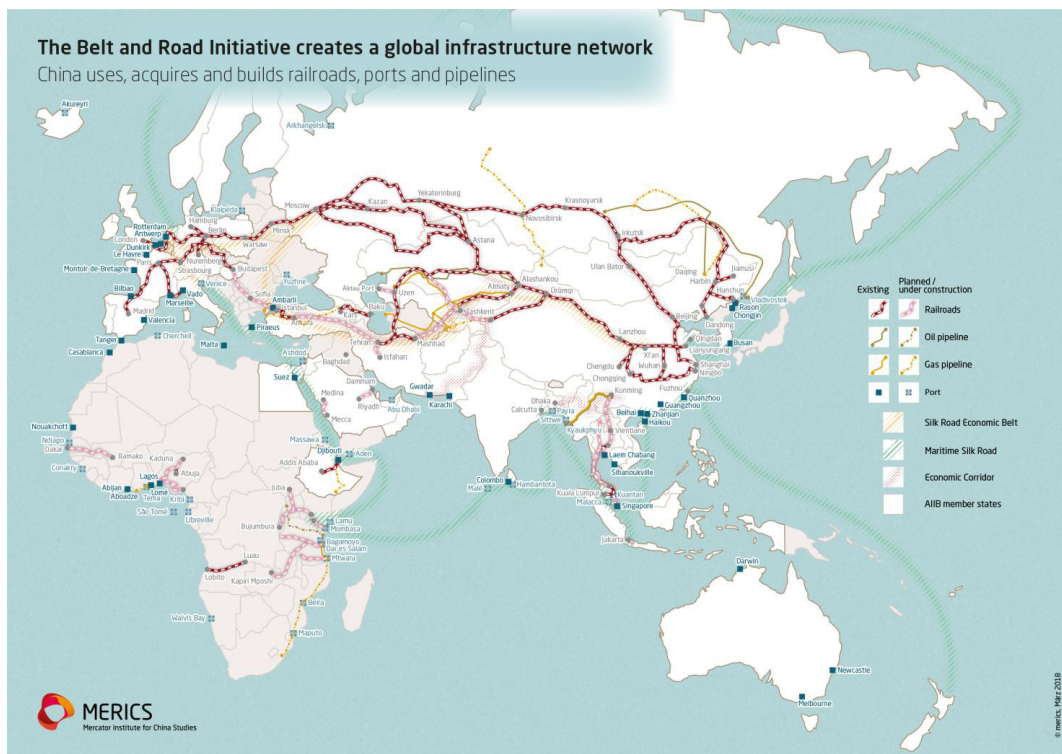


Рис. 2. Схема інфраструктурної геоекономічної ініціативи «Одного Поясу та Одного Шляху»
Джерело: [1; 2]

Fig. 2. Scheme of the infrastructure geo-economic initiative of the "One Belt and One Road"
Source: [1; 2]

Таблиця 1

Показники експорту\імпорту економіки КНР у регіонах Азії, Африки та Південної Америки

Table 1

Export/import indicators of the PRC economy in the regions of Asia, Africa and South America

Показники експорту, за регіонами, млрд. дол. США					Показники імпорту, за регіонами, трлн. дол. США				
Рік	Загальн. екп.	Азія	Африка	Півд. Америка	Рік	Загальн. імп.	Азія	Африка	Півд. Америка
2014	2430,00	1140,00	109,00	98,00	2014	1460,00	776,00	71,00	89,00
		47%	4%	4%			53%	5%	6%
2015	2360,00	1100,00	110,00	89,30	2015	1210,00	611,00	64,40	75,50
		47%	5%	4%			50%	5%	6%
2016	2220,00	1040,00	97,00	75,40	2016	1180,00	590,00	49,30	75,00
		47%	4%	3%			50%	4%	6%
2017	2420,00	1110,00	99,80	86,80	2017	1410,00	709,00	64,00	94,60
		46%	4%	4%			50%	5%	7%
2018	2630,00	1190,00	110,00	96,70	2018	1600,00	800,00	86,00	122,00
		45%	4%	4%			50%	5%	8%
2019	2610,00	1210,00	114,00	95,30	2019	1570,00	775,00	83,80	121,00
		46%	4%	4%			49%	5%	8%
2020	2650,00	1210,00	116,00	93,10	2020	1550,00	775,00	60,90	122,00
		46%	4%	4%			50%	4%	8%
2021	3340,00	1520,00	146,00	139,00	2021	1970,00	969,00	82,30	161,00
		46%	4%	4%			63%	5%	10%

Складено автором за джерелом: [1]

Compiled by the author based on the source: [1]

потенційного партнера. Наприклад, китайські інвестори мають значну силу на ринку будівництва країн Південно-Східної Азії, а також велику долю залучення до фінансово-кредитних послуг на інфраструктурні проекти в Африці [2][4]. Китайська економічна дипломатія виходить не з одночасного збагачення, яке властиве західному колоніалізму, а з довгострокової перспективи, за якої залежність від території формуватиметься не силою зброї, страхом або підкупом правлячої еліти, а сталими економічними зв'язками. Така стратегія нівелює можливість «розвернути» країну на кардинально протилежний курс шляхом кольорової революції або організованого державного перевороту – політична декларація не має значення, якщо головним партнером та контрагентом у будь-якому разі виступатиме один і той самий організований капітал.

Задля формування об'єктивного погляду на даний процес розглянемо об'єктивні показники реалізації економічної дипломатії – об'єми зовнішньоекономічного співробітництва з країнами регіонами світу, що складають основну частину світової економіки, за яку борються усі існуючі великі держави та наднаціональний капітал:

Вищезазначена таблиця розкриває кількісні показники економічного співробітництва Китаю із регіонами Азії, Африки та Південної Америки. Як ми можемо спостерігати, об'єми експорту КНР до регіонів протягом 2014-2019 коливались у визначених межах із домінуючою роллю «домашнього» азійського регіону – 1,1-1,2 трлн. дол. США, що складає 45-47% від загальних об'ємів експорту. У той самий час, експорт до перспективних та вільних ринків країн, що розвиваються на африканському на північноамериканському континентах розвивався із стагнацією – стабільні 4-5% від валового об'єму відповідно. Стрімкий ріст відбувся саме 2021 року – загальний експорт сягнув росту більш ніж 700 мільярдів дол. США, що є першим потужним стрибком за попередні 7 років, а експорт до Африки та Південної Америки залишився на показнику 4% та сягнув 146 та 139 млрд дол. США відповідно. Показники ж імпорту визначались такою ж стабільністю – 50-53% за азійським регіоном, 4-5% за Африкою та 6-8% за Латинською Америкою. 2021 рік також відзначився ростом загального імпорту, однак сягнув 400 млрд дол. США, доля азійського ринку сягнула 63%, Африка і Південна

Америка визначила ріст на 20 та 41 млрд дол. США та долю в 5 та 10 відсотків відповідно.[1][2]

Як ми бачимо, досягнення Китаю у сфері зовнішньоекономічного співробітництва із країнами власного регіону, Африки та Латинської Америки були відносно сталими за об'ємами та не відчували якогось потужного поштовху. Лише останніми роками значення Китаю в економіці цих країн радикально збільшилось та пододало стагнацію в об'ємах спільного товарообігу.

Висновки та перспективи: необхідно визначити історичну відмінність китайської державної філософії від загальноєвропейської – за бажання, китайські колонізатори могли б окупувати усі регіональні формування Азії, відкрити Новий Світ та побудувати аналог Британської Імперії на ціле століття раніше за європейців, однак сукупність культурно-ментальних та об'єктивних інституційно-господарських причин і факторів призвели до занепаду активної дипломатичної діяльності та ідеї китайського морського експансіонізму. Конфуціанські доктрини «гармонії та порядку» сформували аутентичні багаторівневі методи впливу на оточуючі народи шляхом економічної дипломатії, м'якої сили та опосередкованого тиску (хоч далеко не завжди вони втілювались подібним

чином). Одночасно із цим, досвід «століття принижень», значний вплив ідей Сунь Ісяня, наукового марксизму та сучасної ревізійної ідеології «великого відродження китайської нації» оформили новітній етап втілення сучасної геоекономічної стратегії Китаю, впроваджуючи традиційні методи впливу новими інструментами та шляхами. Втілення ж подібних ідей у вимірі зовнішньоекономічного співробітництва межах розглянутих регіонів Азії, Африки та Південної Америки не визначались значними досягненнями або визначним ростом. Після виходу Китаю на світовий рівень на початку 21 століття процеси збільшення товарообігу країни зі міжнародним ринком зазнавали застою, і лише на межі 2020-2021 років, із відновленням активних економічних відносин після активної фази епідемії Covid-19 китайська економіка відобразила потужний стрибок в об'ємах експорту та помірний ріст імпорту. Перспективи дослідження розвитку китайської економічної дипломатії визначаються необхідністю систематизованого розбору дипломатичних конструктів пост-імперського Китаю, КР часів Чан Кайші та КНР часів Мао Цзедуна, через слабку залученість українських китаєзнавців та політекономів до вивчення вищезазначених проблематик.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. China (CHN) Exports, Imports, and Trade Partners – The Observatory of Economic Complexity. URL: <https://oec.world/en/profile/country/chn?subnationalFlowSelector=flow1&yearSelector1=2021&yearlyTradeFlowSelector=flow0>
2. Mapping Belt and Road Initiative: this is where we stand – Merics. URL: <https://www.merics.org/en/tracker/mapping-belt-and-road-initiative-where-we-stand>
3. Strengthen cooperation to advance the Belt and Road Initiative – CPC Central Committee Bimonthly Qiushi. URL: http://en.qstheory.cn/2022-07/18/c_772041.htm
4. 习近平出席第三次“一带一路”建设座谈会并发表重要讲话 – 中国政府网 URL: http://www.gov.cn/xinwen/2021-11/19/content_5652067.htm
5. Levathes L. (1996) When China ruled the seas: the treasure fleet of the Dragon Throne, 1405-1433. New York: Oxford University Press, 1996. 252 p.
6. 廉亚明. 《郑和航海图》里的南阿拉伯海岸港口, 《海洋史研究》. 2022. 年(1), 100-115, 共16页。
7. 宋正海、陈传康. 郑和航海为什么没有导致中国人去完成“地理大发现”, 《自然辩证法通讯》, 1983(1)年, 25-31, 共8页。
8. 熊小飞、冀开运. 杰出的“丝路”外交家—陈诚, 《商洛学院学报》. 2015. 年(3), 80-84, 共5页。
9. 薛克翹. 郑和下西洋二事考, 《海交史研究》. 2019年(2). 15-20, 共6页
10. 赵文生. 亦失哈十下奴儿干的历史意义, 《哈尔滨学院学报》. 2018年. (11), 1-6, 共6页。
11. 朱亚非. 郑和外交成就之思考—纪念郑和下西洋600周年, 《山东师范大学学报: 人文社会科学版》. 2005年(5). 76-79, 共4页。

Науковий керівник: доктор з державного управління, кандидат економічних наук, професор Резніков В.В.

Стаття надійшла до редакції 15.10.2024

Стаття рекомендована до друку 17.11.2024

Bogdan Lohvynenko, Postgraduate student of the Department of International Economic Relations and Logistics, V.N. Karazin Kharkiv National University, Svobody sq., 4, Kharkiv, Ukraine, 61022, e-mail: b.logvynenko@gmail.com, ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-2721-2540>

MING EMPIRE DIPLOMATIC EXPEDITIONS AS AN EXAMPLE OF ECONOMIC DIPLOMACY AND GEOECONOMICS INITIATIVES OF THE PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA

The historical hypostasis of the modern geoeconomic strategy of the People's Republic of China (PRC) is considered, using the example of the diplomatic expeditions of the 15th century by the Chinese travelers Zheng He, Yishiha, and Cheng Cheng in the prism of a political economic and historical materialist approach. The subject of the article is the historical process of Ming China spreading its influence throughout diplomatic missions and expeditions, as well as the modern model of economic diplomacy and geoeconomic strategy of the PRC. The aim is to conduct a comparative study of the geography and methods of influence of emissaries and ambassadors of Ming China with modern geoeconomic initiatives of the PRC in the international division of labor and the world market. The objectives of the work are to determine the geography of historical interests of the Chinese economy and state apparatus; to formulate the principles and features of conducting foreign economic policy of Ming and modern China; to deduce the objective reasons for the historical process and modern initiatives of China. The following results were obtained in the course of the study: the basis of the geoeconomic strategy of the modern PRC, the instruments of economic diplomacy and soft power of China in relations with its neighbors determined; the principles and mechanisms of the prerequisites for the emergence of modern Chinese initiatives on the world stage analyzed; the objective indicators of China's foreign trade cooperation with countries located in geographical proximity to China and the routes of the above-mentioned expeditions considered. Conclusions: the results obtained made it possible to objectively consider the origins of the geoeconomic initiatives of the modern PRC as a synergy of current institutional instruments of influence, objective trade and economic interests and bourgeois-based "national mythology".

Keywords: *international economic relations, economic diplomacy, China, international trade.*

REFERENCES

1. China (CHN) Exports, Imports, and Trade Partners – The Observatory of Economic Complexity. URL: <https://oec.world/en/profile/country/chn?subnationalFlowSelector=flow1&yearSelector1=2021&yearlyTradeFlowSelector=flow0>
2. Mapping Belt and Road Initiative: this is where we stand – Merics. URL: <https://www.merics.org/en/tracker/mapping-belt-and-road-initiative-where-we-stand>
3. Strengthen cooperation to advance the Belt and Road Initiative – CPC Central Committee Bimonthly Qiushi. URL: http://en.qstheory.cn/2022-07/18/c_772041.htm
4. Xí Jìnpíng chūxí dì sān cì “Yìdài Yīlù” jiànshè zuòtán huì bìng fābiǎo zhòngyào jiǎnghuà [Xi Jinping attended the third symposium on the construction of the Belt and Road Initiative and delivered an important speech] – Zhōngguó zhèngfǔ wǎng [Official website of the Chinese Government] URL: http://www.gov.cn/xinwen/2021-11/19/content_5652067.htm
5. Levathes L. (1996) When China ruled the seas: the treasure fleet of the Dragon Throne, 1405-1433. New York: Oxford University Press.
6. Lián Y.M. (2022) “Zhèng Hé hángǎi tú” lǐ de nán ālābó hǎi'àn gǎngkǒu. [South Arabian Coast Ports in “Zheng He hangtai tu.”] “Hǎiyángshǐ yánjiū” [Maritime History Research], vol. 1, pp. 100-115.
7. Sòng Z.H., Chén C.K. (1983). Zhèng Hé hángǎi wéi shén me méiyǒu dǎozhì Zhōngguó rén qù wánchéng “Dìlǐ Dà Fāxiàn” [Why Zheng He's voyages did not lead the Chinese to complete the “Great Geographical Discovery”]. “Zìrán biànzhèngfǎ tōngxùn” [Journal of Dialectics of Nature], vol. 1, pp. 25-31.
8. Xióng X.F., Jì K.Y. (2015) Jiéchū de “sīlù” wàijiāojiā – Chén Chéng. “Shāngluò xuéyuán xuébào”, vol. 3, pp. 80-84.
9. Xuē K.Q. (2019) Zhèng Hé xià xīyáng èr shì kǎo [Study of the Two Voyages of Zheng He to the West]. “Hǎijiāoshǐ yánjiū” [Journal of Maritime History], vol. 2, pp.15-20.
10. Zhào W.S. (2018) Yì Shīhā shí xià nú ér gàn de lìshǐ yìyì [Historical significance of Yishiha's tenth expedition to Nurgan]. “Hā'ěrbīn xuéyuán xuébào” [Journal of Harbin University], vol. 11, pp. 1-6.
11. Zhū Y.F. (2005) Zhèng Hé wàijiāo chéngjiù zhī sīkǎo—jìniàn Zhèng Hé xià xīyáng 600 zhōunián [Reflections on Zheng He's diplomatic achievements: Commemorating the 600th anniversary of Zheng He's voyages to the West]. “Shāndōng shīfàn dàxué xuébào: Rénwén shèhuì kēxué bǎn” [Journal of Shandong Normal University: Humanities and Social Sciences], vol. 5, pp. 76.

Academic supervisor: Doctor of Public Administration, PhD in Economics, Professor V.V. Ryznikov

The article was received by the editors 15.10.2024

The article is recommended for printing 17.11.2024

DOI: 10.26565/2310-9513-2024-20-03
УДК 346.27:330.342.146:334.73(460)

SPANISH COOPERATIVES AS A COMPONENT OF EU SOCIAL ECONOMY

Heorhii Petrov

Postgraduate student of the Department of
International Economic Relations and Logistics
V. N. Karazin Kharkiv National University
Svobody sq., 4, Kharkiv, Ukraine, 61022,
e-mail: heorhii.petrov@student.karazin.ua
ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-1413-8997>

The article is devoted to the study of Spanish cooperatives as an important element of the social economy of the European Union, in particular, their role in ensuring economic efficiency and social responsibility. The subject of the study is the functioning of Spanish cooperatives in the context of current socio-economic challenges, in particular, their impact on employment, development of local communities and implementation of sustainable development goals. The purpose of the article is to analyse the legal regulation, mechanisms of state support and integration of Spanish cooperatives into the European economic system. The objectives of the study are to examine the diversity of forms of cooperatives, their economic performance, and to assess their resilience during crises such as the 2008 financial crisis and the COVID-19 pandemic. The methods used in the article include the analysis of legislative acts, statistical data, as well as a review of scientific works of domestic and foreign researchers, which allows to form a comprehensive picture of the functioning of the cooperative sector. The results of the study show that Spanish cooperatives account for about 6% of the country's GDP and create more than 300,000 jobs, while demonstrating significant resilience during economic crises. In particular, during the COVID-19 pandemic, cooperatives retained most of their jobs and demonstrated high adaptability to new conditions. The conclusions of the article emphasise the importance of Spanish cooperatives as a model for social entrepreneurship in other EU countries, highlighting the need for further development of legal regulation and support mechanisms for this sector to ensure sustainable development and overcome social inequality. The article also offers recommendations for harmonising national legislation with European standards and developing international cooperation in the field of social economy.

Keywords: *Economic efficiency, Cooperatives, Legal regulation, Social economy, Sustainable development, Resilience*

Як цитувати: Петров Г.А. Іспанські кооперативи як складова соціальної економіки ЄС. *Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм»*. 2024. № 20. С. 22–30. DOI: <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2024-20-03>

In cites: Petrov H. (2024). Spanish cooperatives as a component of EU social economy. *The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series International Relations. Economics. Country Studies. Tourism*, (20), 22–30. <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2024-20-03>

Formulation of the problem. In the context of the transformation of the European economic system and the search for effective models of socially oriented entrepreneurship, the study of Spanish cooperatives as an integral component of the EU's social economy is particularly relevant. This relevance stems from their ability to successfully combine economic efficiency with social responsibility and democratic governance principles. Spain's cooperative movement, exemplified by successful cases like the Mondragon Corporation, demonstrates effective mechanisms for addressing socio-economic challenges through the creation of stable jobs, equitable income distribution, and active support for local community development. This is especially significant given the contemporary challenges facing the European Union, including the need to overcome social inequality, ensure sustainable development, and increase employment levels. Despite the extensive body of research on the cooperative movement, several aspects of the functioning of Spanish cooperatives within the EU's social economy remain insufficiently explored. These include the legal regulation of cooperative activities and its harmonization with European legislation, mechanisms for state support of the cooperative sector and their potential implementation in other EU member states, the impact of cooperatives on regional socio-economic development, and their role in achieving the strategic sustainable development goals of the European Union. These gaps underscore the necessity for a comprehensive study of Spanish cooperatives as a key element of the EU's social economy and a valuable source of experience for fostering social entrepreneurship in other countries.

Analysis of recent researches. The development of Spanish cooperatives within the context of the EU's social economy has garnered significant attention from researchers, who examine various aspects of this topic. Blagoycheva, Andreeva, and Yolova (2020) investigated the theoretical foundations of social economy functioning and its role in sustainable development. Meanwhile, Chaves and Monzón (2018) analyzed new economic paradigms, including social innovations and corporate social responsibility, and Chaves-Avila and Gallego-Bono (2020) focused on transformational policies for achieving the Sustainable Development Goals. Important contributions to the study of gender aspects were made by Bastida et al. (2020), who explored the role of cooperatives in bridging the gender gap in entrepreneurship. This was complemented by the research of Castro Núñez et al. (2020) on gender equality in the context of the 2030 Agenda, as well as the work of Martinez-Leon et al. (2020) on the relationship between leadership styles and gender in Spanish cooperatives. Bretos, Díaz-Foncea, and Marcuello (2020) highlighted international expansion as a catalyst for social impact, providing insights into the international dimensions of social enterprises. Macías Ruano and Manso (2019) examined

the legal regulation of the social economy, while Meliá-Martí et al. (2023) addressed cross-border cooperation issues among cooperatives. Sopelana et al. (2022) presented a model of organizational change in Spanish industrial cooperatives, demonstrating the multifaceted and comprehensive nature of research on Spanish cooperatives as a vital component of the EU's social economy. Among Ukrainian researchers, Honcharenko and Panteleimonenko (2020) analyzed the conceptual aspects of the term "social economy," emphasizing its significance for modern Ukrainian economic science. Their work is essential for understanding the conceptual foundations of the social economy within a broader international context. Furthermore, Honcharenko et al. (2019) examined the prospects for developing cooperatives in the information technology sector, shedding light on innovative aspects of the cooperative movement that resonate with the Spanish experience.

Summary of the basic research material. Cooperatives represent a vital component of the social economy in many countries around the globe. In the European Union, the concept of the social economy emerged primarily as a response to the need for a more inclusive and equitable economic model [1], capable of effectively integrating market mechanisms with social objectives [2]. This concept is grounded in principles such as democratic governance, prioritization of individuals over capital, reinvestment of profits for social purposes, and ensuring the sustainable development of communities [3]. The European Union recognizes the social economy as a critical sector comprising diverse organizational forms —cooperatives, mutual societies, associations, foundations, and social enterprises — that collectively account for approximately 8% of the EU's GDP and provide employment to over 13.6 million Europeans [19].

The institutionalization of the social economy concept within the EU has been facilitated through the adoption of key policy documents, including the Social Action Plan 2021 and the European Action Plan for the Social Economy, which define strategic directions for the sector's development and support mechanisms [8]. A distinctive feature of the European social economy model is its strong connection to the concept of sustainable development and the circular economy [7]. Social economy organizations play a pivotal role in achieving the EU's sustainable development goals [1], particularly by creating «green» jobs, fostering environmentally responsible production, and implementing innovative social practices [2, 13].

An essential aspect of the social economy is the ability of its enterprises to respond effectively to societal challenges and crises. This was particularly evident during the COVID-19 pandemic, where they demonstrated significant resilience and adaptability, maintaining jobs and ensuring the provision of critical social services. At the EU level, a comprehensive support system for the social economy has been

established, encompassing financial instruments (e.g., InvestEU, ESF+ programs), legislative initiatives aimed at improving the regulatory environment for social enterprises, measures to enhance their visibility and market access, and the promotion of social innovations.

The EU places considerable emphasis on fostering international cooperation within the social economy, sharing best practices among member states, and creating favorable conditions for scaling successful social enterprises [4, 9]. At the same time, maintaining the diversity of national social economy models is regarded as essential, allowing the specific socio-economic development characteristics of various EU regions to be considered and local challenges to be addressed effectively [11].

The current stage of social economy development in the EU is characterized by an increasing role in processes of digital and green transformation, an expansion of social enterprises' activity domains, and deeper integration into the broader European economic framework. Special attention is devoted to advancing social innovation, enhancing the competitiveness of social economy enterprises, and their contribution to addressing global challenges, such as climate change, social inequality, and demographic issues [7]. The European Commission considers the social economy a vital instrument for implementing the European Green Deal and ensuring a fair transition to a climate-neutral economy.

The legal regulation of cooperative activities in Spain is characterized by a complex multi-level structure, encompassing both national legislation and regional regulations of autonomous communities. The foundational document is the 1978 Spanish Constitution, which, in Article 129.2, establishes the obligation of the state to promote the development of cooperatives through appropriate legislation [14]. At the national level, the primary legal framework is the Law on Cooperatives (Ley 27/1999) [17], which sets out general principles for the establishment and functioning of cooperatives, defines their organizational and legal forms, outlines the rights and responsibilities of members, and regulates management and economic activities. Complementing this law is the Law on the Fiscal Regime of Cooperatives (Ley 20/1990) [18], which governs the taxation of cooperative enterprises and establishes tax incentives to stimulate the development of the cooperative sector.

A distinctive feature of Spain's legal system for cooperatives is the existence of extensive regional legislation. Each autonomous community has its own cooperative law that reflects local socio-economic conditions and traditions of the cooperative movement [14]. Such decentralization allows for a more flexible adaptation of legal norms to the specific needs of individual regions and fosters the development of diverse forms of cooperative activities [10]. For instance, the Basque Country's Cooperative Law,

where the Mondragon Corporation is based, includes specific provisions regarding worker cooperatives and mechanisms for their support, contributing significantly to the success of the cooperative movement in this region [20].

Another critical aspect of legal regulation is the integration of Spanish cooperative legislation into the European legal framework [8]. Spain has implemented key EU directives and regulations concerning cooperative activities, including the Regulation on the European Cooperative Society (SCE) [9]. This integration facilitates cross-border activities of Spanish cooperatives and enhances their participation in European cooperative networks [16]. Furthermore, national legislation provides mechanisms for promoting international cooperation and establishing cooperative associations, strengthening the position of Spanish cooperatives in the European market [4].

The modern development of legal regulation for cooperatives in Spain is marked by a trend toward legislative modernization to address new economic challenges and technological changes [7]. Special attention is given to digitalization in cooperative activities, the development of new cooperative forms (such as platform and social cooperatives) [2], improvement of corporate governance mechanisms, and strengthening the protection of cooperative members' rights [1, 3]. Another key focus is enhancing the legal framework to support social innovation and sustainable development within the cooperative sector, aligning with broader European priorities for social economy development [19].

Spain's cooperative system is notable for its wide variety of organizational forms and types of activities, reflecting the multifaceted nature of the country's social economy [17]. According to national legislation, several main types of cooperatives can be identified: worker cooperatives (*cooperativas de trabajo asociado*), the most common form based on the shared labor of members; consumer cooperatives (*cooperativas de consumidores y usuarios*), which unite consumers to meet their needs; agricultural cooperatives (*cooperativas agrarias*), key players in the agrarian sector; housing cooperatives (*cooperativas de viviendas*), which provide affordable housing; credit cooperatives (*cooperativas de crédito*), offering financial services; and social cooperatives (*cooperativas de iniciativa social*), focused on delivering social services and integrating vulnerable populations.

Integrated cooperative groups occupy a special place within Spain's cooperative sector, with the Mondragon Corporation being the most prominent example [20]. These groups are complex organizational structures that include production, financial, educational, and social cooperatives united under a shared development strategy and governance system. They exhibit a high level of internal integration, enabling significant synergies and resilience in times of economic crisis. A notable feature of these groups is the presence of

their own educational and research institutions, which promote continuous innovation and enhance workforce skills.

The structural organization of Spanish cooperatives is based on principles of democratic governance and active member participation in decision-making processes [15]. Key governing bodies include the general assembly of members, which determines strategic directions; the board of directors, responsible for operational management; and the supervisory board, which oversees cooperative activities. A notable feature is the existence of social councils, which ensure that the interests of workers and local communities are taken into account. Most cooperatives also maintain well-developed internal funds, including mandatory reserve funds and funds for education and the promotion of the cooperative movement.

At the regional level, Spanish cooperatives unite in federations and confederations [11], which represent their interests to authorities and foster inter-cooperative collaboration. The largest organization is the Spanish Confederation of Worker Cooperatives (Confederación Española de Cooperativas de Trabajo Asociado, COCETA), which encompasses regional federations of worker cooperatives. Sectoral associations, such as the National Confederation of Agricultural Cooperatives (Cooperativas Agro-alimentarias) and the Spanish Confederation of Housing Cooperatives (Confederación de Cooperativas de Viviendas de España, CONCOVI), also play a crucial role. These organizations coordinate cooperative activities, provide advisory support, organize training, and facilitate knowledge exchange at both national and international levels.

Recent years have witnessed the emergence of new forms of cooperatives [2], particularly in the digital economy, renewable energy, and social services sectors [1, 7]. These innovative cooperatives often combine traditional cooperative principles with new business models and technological solutions, enabling them to address contemporary social and environmental challenges effectively. Special attention is being given to the development of platform cooperatives, which offer alternatives to conventional sharing platforms, and energy cooperatives, which promote the transition to renewable energy sources.

The economic performance of Spanish cooperatives demonstrates a significant contribution to the national economy and the country's social sphere [3, 13]. According to the Spanish Confederation of Cooperatives, the sector encompasses over 20,000 cooperative enterprises, providing direct employment to more than 300,000 people and generating approximately 6% of the country's GDP. Notably, cooperatives have shown remarkable resilience during economic crises; for example, during the 2008–2009 financial crisis and the COVID-19 pandemic, the cooperative sector experienced significantly lower job losses compared to traditional enterprises, underscoring the effectiveness of the

cooperative model in ensuring stable employment. Approximately 80% of jobs in cooperatives are permanent, and wage levels on average exceed industry standards by 5–10%.

In terms of sectoral impact, agricultural cooperatives [16] have the most substantial economic influence, accounting for about 60% of the country's agricultural production and involving over a million members. Their combined annual turnover exceeds €30 billion, with a significant share attributed to agricultural exports. Industrial and service cooperatives, particularly in the Basque Country, where the Mondragon Corporation is located, exhibit high levels of innovative activity and productivity. Mondragon, the largest cooperative association, generates annual revenues exceeding €12 billion, employs over 80,000 workers, and invests heavily in research and development (approximately 2% of its turnover).

Financial indicators of the cooperative sector reflect stable development and effective resource management [21]. The average return on equity for cooperatives is 8–10%, with a significant portion of profits (at least 20%) allocated to mandatory reserve funds, ensuring financial sustainability. Credit cooperatives, a vital part of Spain's financial sector, display strong reliability and asset quality, with combined assets exceeding €120 billion and serving more than 10 million clients. A distinctive feature of financial management in cooperatives is their substantial investments in social projects and educational programs, which average 10% of net profits.

Investment activity among Spanish cooperatives is characterized by a growing trend [9], particularly in technological modernization, digitalization, and ecological transformation. Over the past five years, capital investments have increased by 25%, with a significant share directed toward «green» technologies and energy-efficient solutions. Innovative activity is also high, with approximately 40% of cooperatives regularly implementing technological or organizational innovations, surpassing the national average. Export activities are expanding, with annual export growth rates of 5–7%, and cooperative products reaching over 120 countries worldwide.

The socio-economic impact of cooperatives includes substantial contributions to local communities and regional economies. On average, 70% of the added value created by cooperatives remains in their operational regions, promoting sustainable territorial development [8, 9]. Cooperatives also demonstrate higher levels of gender equality, with women holding approximately 40% of leadership positions [6, 15], significantly above the national average. Moreover, investments in employee training and development are notable, with cooperatives allocating an average of 2.5% of payroll for these purposes, one of the highest rates among European countries.

The social impact of Spanish cooperatives is multifaceted and characterized by a systematic approach

to addressing societal challenges [3, 7]. Primarily, cooperatives play a pivotal role in providing quality employment and fostering an inclusive labor market. A distinctive feature of the cooperative model is its prioritization of job retention over profit maximization [2, 5, 20]. During crises, cooperatives employ adaptive measures such as temporary wage reductions, work-hour redistribution, and internal workforce mobility instead of layoffs [1]. Additionally, they actively promote the employment of vulnerable groups, including youth, women, individuals with disabilities, and the long-term unemployed, offering not only jobs but also opportunities for professional development and social integration.

In education and professional development, cooperatives implement comprehensive training programs for their members. A notable example is the Mondragon Corporation's educational system, which encompasses its own university, vocational schools, and research centers [20]. Cooperatives invest substantial resources in human capital development, ensuring continuous employee training and skill alignment with modern labor market demands. Furthermore, they engage in public education initiatives, disseminating knowledge about the cooperative movement, social entrepreneurship, and sustainable development principles to the broader population.

Cooperatives significantly contribute to local community development and territorial cohesion. Through democratic governance and member participation in decision-making, they address local needs and resolve pressing regional challenges [4, 11]. They serve as key partners to local governments in implementing social projects, developing infrastructure, and delivering essential services. Their influence is particularly pronounced in rural areas, where cooperatives often act as primary employers and socio-economic hubs, countering depopulation and territorial decline.

In the realm of social innovation, cooperatives exhibit significant potential for developing and implementing novel approaches to societal challenges [2, 7, 22]. Key areas of focus include social housing, inclusive education, environmentally sustainable production and consumption, alternative energy, and the circular economy [1]. A growing trend is the development of platform cooperatives, which offer socially responsible alternatives to traditional sharing economy models [7], ensuring fair labor conditions and equitable income distribution. Cooperatives also foster social dialogue and partnerships, contributing to fairer and more inclusive economic relationships.

A special emphasis is placed on the role of cooperatives in promoting gender equality and empowering women. The cooperative sector demonstrates higher rates of female participation in governance and decision-making compared to traditional businesses [2, 6, 15]. They ensure equal pay

and create conditions for balancing work and family life. Many cooperatives run dedicated programs to support women's entrepreneurship and leadership, challenging gender stereotypes and discrimination in the economic sphere. Additionally, cooperatives often pioneer progressive social practices, such as extended parental leave, flexible work schedules, and support for working parents.

Spanish cooperatives' innovative practices play a vital role in developing the European Union's social economy. Spain's rich cooperative tradition is epitomized by the Mondragon Corporation (MCC), the world's largest worker cooperative [14, 20]. The innovative nature of Spanish cooperatives is evident in their governance and profit-sharing models, wherein employees are also business owners. This unique framework combines economic efficiency with social responsibility.

A key aspect of innovation in Spanish cooperatives lies in their adoption of technological advancements. Many cooperatives actively invest in new technologies, process digitization, and product innovation. For instance, agricultural cooperatives use advanced crop management systems, drones for field monitoring, and precision farming technologies [16]. Industrial cooperatives are integrating automated production lines and embracing Industry 4.0 principles, enhancing competitiveness while maintaining a socially oriented management model.

Education and human capital development are integral to Spanish cooperatives' innovative approach. They establish training centers, collaborate with universities and research institutions, and reinvest a significant portion of their profits in employee education and skill development. This approach enables cooperative members to continually enhance their qualifications and adapt to labor market changes. Furthermore, Spanish cooperatives actively engage in international cooperation, forming networks for knowledge exchange and joint innovation projects with other EU cooperatives [4, 11, 19], spreading best practices and strengthening the social economy at a European scale.

In social innovation, Spanish cooperatives develop new models for social protection and member support [7, 13]. These include creating their own pension systems, health insurance schemes, and social assistance programs. Many also implement innovative environmental practices, promoting "green" technologies and sustainable development. This comprehensive approach to innovation—technological, social, and managerial—positions Spanish cooperatives as a cornerstone of the EU social economy and a model of successfully combining economic efficiency with social equity.

The Mondragon Corporation (MCC) serves as an exemplary case of successful cooperative model implementation on an industrial scale [20].

Established in 1956 in the Basque city of Mondragón, the corporation has become the world's largest worker cooperative and the tenth-largest company in Spain. A key to MCC's success lies in its innovative organizational structure, which is founded on democratic governance and social responsibility. Every employee is a co-owner of the enterprise, participates in major decision-making processes, and receives profit shares proportional to their contribution to overall outcomes.

Mondragon's integrated development approach includes not only industrial enterprises but also financial institutions, educational establishments, and research centers [20]. The cooperative's bank, Laboral Kutxa, ensures financial stability and investment in new projects. Mondragon University trains highly skilled professionals and conducts research across various fields. This integrated structure enables MCC to be a self-sufficient system, effectively responding to market challenges and ensuring sustainable development.

During economic crises, Mondragon demonstrates exceptional resilience due to its unique system of internal solidarity [9, 20]. Instead of laying off employees during downturns, the cooperative employs workforce redistribution across its enterprises, temporary collective wage reductions, and other social protection measures. A significant portion of profits (around 40%) is reinvested in enterprise development and job creation, ensuring job security and social stability even during challenging economic periods.

Mondragon is also a initiator in innovative corporate governance and social responsibility practices [7, 20]. The corporation adheres to a principle of limiting pay disparities between top and bottom earners (usually a maximum ratio of 1:6), fostering social equity and collective cohesion. It actively promotes gender equality, supports young professionals, and integrates vulnerable groups. Environmental responsibility and the adoption of "green" technologies in production are also central to its operations.

The experience of the Mondragon Cooperative Corporation (MCC) is of significant importance for the development of the EU's social economy. Its model illustrates the feasibility of successfully combining economic efficiency with social equity and democratic governance principles. MCC regularly shares its expertise with other cooperatives and social economy organizations by conducting training programs and providing consultations. This exchange of knowledge and practices promotes the spread of the cooperative model and strengthens the social economy not only in Spain but throughout the European Union.

In addition to the renowned Mondragon Corporation, Spain boasts numerous other successful cooperative enterprises. A prominent example is Eroski, the second-largest supermarket retail chain in Spain. Eroski operates on cooperative principles of democratic governance and fair profit distribution among employee-shareholders [17, 18]. The company

exemplifies how the cooperative model can thrive in the retail sector.

Another notable example is the Confederation of Spanish Cooperative Credit Unions (FEDEPE), which encompasses approximately 65 cooperative banks across the country [21]. This cooperative credit system ensures access to financial services for communities, small businesses, and rural populations, thereby fostering regional development. FEDEPE's cooperative banks have demonstrated stability and reliability even during economic crises.

Spanish agricultural cooperatives are also a vital component of the country's social economy [16]. For instance, Grupo AN, the world's largest olive cooperative, unites over 70,000 farmers. It offers members favorable prices for materials, joint product marketing, and profit-sharing. Such cooperatives support small family farms and contribute to sustainable rural development.

Despite their successes, Spanish cooperatives face several challenges. One key issue is ensuring continuity and workforce renewal. Many cooperatives, particularly in agriculture, have aging and shrinking memberships, jeopardizing their long-term sustainability.

Another challenge is adapting cooperative models to contemporary market conditions [8, 19]. Globalization, digitalization, and changing consumer preferences require cooperatives to continually modernize business processes, implement innovations, and identify new market niches. Cooperatives must balance traditional principles with flexibility to remain competitive.

Additionally, Spanish cooperatives encounter legal and regulatory barriers that complicate their development [14, 17, 18]. Legislative improvements are necessary to better accommodate the unique characteristics of the cooperative sector and foster its growth. Furthermore, access to financing and investment remains a challenge for many cooperatives.

Despite these challenges, Spanish cooperatives continue to demonstrate resilience, adapt to changing environments, and explore new avenues for growth. Their experiences and innovative practices provide valuable contributions to the EU's social economy.

Looking ahead, Spanish cooperatives have significant growth potential. One key area is their further integration into the EU's social economy. With their focus on sustainable development, democratic governance, and social responsibility, Spanish cooperatives are increasingly attracting attention from European institutions.

Cooperatives can play a crucial role in addressing contemporary socio-economic issues [3, 22], such as inequality, unemployment, and rural decline. Close collaboration with government authorities and access to grant programs and EU social funds will enable cooperatives to expand their activities and enhance their impact.

Digitalization and innovation also open new opportunities for Spanish cooperatives [2, 4, 16]. By

adopting modern technologies, developing e-commerce, and creating new business models, cooperatives can enhance their competitiveness and reach broader markets. At the same time, they can become leaders in social innovation, integrating technological progress with social needs.

Interest in cooperative models among younger generations is also growing, ensuring generational renewal in the cooperative sector. Supporting education, training, and mentorship for young cooperators will be crucial for the sustainable development of Spanish cooperatives.

The findings of this study. Thus, the research indicates that Spanish cooperatives constitute an essential component of the European Union's social economy. They exemplify the successful combination of economic efficiency with social equity, rooted in principles such as democratic governance, prioritizing people over capital, and reinvesting profits into social objectives.

The Spanish cooperative model is characterized by a diversity of organizational forms, the integration of production, financial, and educational institutions, as well as high levels of innovation, resilience to crises, and social impact. The most prominent example is the Mondragon Cooperative Corporation, which serves as a benchmark for the cooperative movement in Europe.

Despite certain challenges, such as ensuring generational renewal, adapting to market changes, and addressing regulatory issues, Spanish cooperatives possess significant development potential. Their integration into the EU's social economy, adoption of innovations, and engagement with younger generations will enable cooperatives to enhance their contribution to addressing pressing socio-economic issues.

In conclusion, Spanish cooperatives hold immense potential to become a cornerstone of the EU's social economy, effectively combining business efficiency with the principles of social justice and sustainable development.

REFERENCES

1. Honcharenko, V. V., Panteleimonenko, A. O. (2020). Discussion aspects of using the term "social economy" in modern Ukrainian economic science. *Istoriia narodnoho hospodarstva ta ekonomichnoi dumky Ukrainy*, (53), 83–102. <https://doi.org/10.15407/ingedu2020.53.083> (in Ukrainian).
2. Bastida, M., Pinto, L. H., Blanco, A. O., & Cancelo, M. (2020). Female Entrepreneurship: Can Cooperatives Contribute to Overcoming the Gender Gap? A Spanish First Step to Equality. *Sustainability*, 12(6), 1–17. <https://doi.org/10.3390/su12062478>.
3. Blagoycheva, H., Andreeva, A., & Yolova, G. (2020). Social Economy in the Context of Sustainable Development and Social Inclusion (Economic and Legal Aspects). *Economic Studies Journal, Bulgarian Academy of Sciences - Economic Research Institute*, (5), 79–98. <http://surl.li/eoiqnf>.
4. Bretos, I., Díaz-Foncea, M., & Marcuello, C. (2020). International Expansion of Social Enterprises as a Catalyst for Scaling Up Social Impact Across Borders. *Sustainability*, 12(8), 3262. <https://doi.org/10.3390/su12083262>.
5. Buendía-Martínez, I., Hidalgo-López, C., & Brat, E. (2020). Are Cooperatives an Employment Option? A Job Preference Study of Millennial University Students. *Sustainability*, 12(17), 1–32. <https://doi.org/10.3390/su12177210>.
6. Castro Núñez, R. B., Bandeira, P., & Santero-Sánchez, R. (2020). Social Economy, Gender Equality at Work and the 2030 Agenda: Theory and Evidence from Spain. *Sustainability*, 12(12), 1–19. <https://doi.org/10.3390/su12125192>.
7. Chaves, R., & Monzón, J. L. (2018). La Economía Social Ante los Paradigmas Económicos Emergentes: Innovación Social, Economía Colaborativa, Economía Circular, Responsabilidad Social Empresarial, Economía del Bien Común, Empresa Social y Economía Solidaria. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 93, 5–50. <https://doi.org/10.7203/CIRIEC-E.93.12901> (in Spanish).
8. Chaves-Avila, R., & Gallego-Bono, J. R. (2020). Transformative Policies for the Social and Solidarity Economy: The New Generation of Public Policies Fostering the Social Economy in Order to Achieve Sustainable Development Goals. The European and Spanish Cases. *Sustainability*, 12(10), 4059. <https://doi.org/10.3390/su12104059>.
9. Chaves-Avila, R., & Monzón-Campos, J. L. (2018). Best Practices in Public Policies Regarding the European Social Economy Post the Economic Crisis. *European Economic and Social Committee*. <https://www.eesc.europa.eu/sites/default/files/files/qe-04-18-002-en-n.pdf>.
10. Colino, C., & del Pino, E. (2017). The Financial and Political Crisis of Spanish Federalism: Transformation or Erosion? In R. Eccleston & R. Krever (Eds.), *The Future of Federalism* (pp. 198–223). Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781784717780.00017>.
11. Esparza-Masana, R. (2020). Analysis of European Interregional Cooperation under Interreg Programmes: The Case of Spain. *Investigaciones Regionales - Journal of Regional Research, Asociación Española de Ciencia Regional*, (47), 5–28. <http://surl.li/ankyaa>.
12. Honcharenko V., Panteleimonenko A., Pozhar A., Stetsenko V. (2019) Cooperatives in IT sector: theoretical and practical aspects. *Periodicals of Engineering and Natural Sciences (PENS)*. - Vol. 7, No. 2, pp.597-607. <http://surl.li/kzzetb>.
13. Lazkano, L., & Beraza, A. (2019). Social Accounting for Sustainability: A Study in the Social Economy. *Sustainability*, 11(24), 1–12. <https://doi.org/10.3390/su11246894>.

14. Macías Ruano, A. J., & Manso, J. R. P. (2019). The Development of Legislation on the Social Economy in Continental Western Europe. *Resources*, 8(3), 154. <https://doi.org/10.3390/resources8030154>.
15. Martinez-Leon, I. M., Olmedo-Cifuentes, I., Martínez-Victoria, M. C., & Arcas-Lario, N. (2020). Leadership Style and Gender: A Study of Spanish Cooperatives. *Sustainability*, 12(12), 1-23. <https://doi.org/10.3390/su12125107>.
16. Meliá-Martí, E., Meira, D., Martínez, J. C., & Bertuzzi, R. (2023). Cross-Border Cooperation: A Response to the Challenges Facing Agri-Food Cooperatives in Southern European Countries. *Annals of Public and Cooperative Economics*, 94(3), 981-1006. <https://doi.org/10.1111/apce.12430>.
17. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. (1999). *Ley No. 27/1999, de 16 de julio, de Cooperativas*. Boletín Oficial del Estado, No. 170. <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-1999-15074>
18. Ministerio de Economía y Hacienda. (1990). *Ley 20/1990, de 19 de diciembre, sobre Régimen Fiscal de las Cooperativas*. Boletín Oficial del Estado. <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-1990-30947>
19. Social Economy Europe. (2018). The Future of EU Policies for the Social Economy: Towards a European Action Plan. <https://www.cases.pt/wp-content/uploads/2018/11/SEEAAction-Plan-for-Social-Economy.pdf>.
20. Sopelana, A., Kunc, M., Rivera, O., Aranceta, J., & Rodríguez Castellanos, A. (2022). Modelling the Dynamics of Organisational Change in a Spanish Industrial Cooperative. *Journal of the Operational Research Society*, 73(3), 455-466. <https://doi.org/10.1080/01605682.2020.1860659>.
21. Vergara, E. (2022). Spain: Deposit Guarantee Funds. *Journal of Financial Crises*, Yale Program on Financial Stability (YFPS), 4(2), 592-605. <http://surl.li/mxtlci>.
22. Villalba-Eguiluz, U., & Pérez de Mendiguren, J. C. (2019). La Economía Social y Solidaria como Vía para el Buen Vivir. *Revista Iberoamericana de Estudios de Desarrollo*, 8(1), 106-136. https://doi.org/10.26754/ojs_ried/ijds.338 (in Spanish).

Academic supervisor: Doctor of Economic Sciences, Professor V.V. Honcharenko

The article was received by the editors 16.10.2024

The article is recommended for printing 17.11.2024

Петров Георгій Андрійович, аспірант кафедри міжнародних економічних відносин та логістики, Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, майдан Свободи, 4, м. Харків, Україна, 61022, e-mail: heorhi.petrov@student.karazin.ua, ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-1413-8997>

ІСПАНСЬКІ КООПЕРАТИВИ ЯК СКЛАДОВА СОЦІАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ ЄС

Стаття присвячена дослідженню іспанських кооперативів як важливого елемента соціальної економіки Європейського Союзу, зокрема їхній ролі в забезпеченні економічної ефективності та соціальної відповідальності. Предметом дослідження є функціонування іспанських кооперативів у контексті сучасних соціально-економічних викликів, зокрема їх вплив на зайнятість, розвиток місцевих громад та реалізацію цілей сталого розвитку. Метою статті є аналіз правового регулювання, механізмів державної підтримки та інтеграції іспанських кооперативів у європейську економічну систему. Завданнями дослідження є вивчення різноманітності форм кооперативів, їх економічних показників, а також оцінка їхньої стійкості під час кризових явищ, таких як, наприклад, пандемія COVID-19. Методи, використані в статті, включають аналіз законодавчих актів, статистичних даних, а також огляд наукових праць вітчизняних і зарубіжних дослідників, що дозволяє сформулювати комплексне уявлення про функціонування кооперативного сектору. Результати дослідження свідчать про те, що іспанські кооперативи забезпечують близько 6% ВВП країни та створюють понад 300 000 робочих місць, при цьому демонструючи значну стійкість під час економічних криз. Зокрема, під час пандемії COVID-19 кооперативи зберегли більшість робочих місць та продемонстрували високу адаптивність до нових умов. Висновки статті підкреслюють важливість іспанських кооперативів як моделі для соціального підприємництва в інших країнах ЄС, акцентуючи на необхідності подальшого розвитку правового регулювання та механізмів підтримки цього сектору для забезпечення сталого розвитку та подолання соціальної нерівності. Стаття також пропонує рекомендації щодо гармонізації національного законодавства з європейськими стандартами та розвитку міжнародного співробітництва в сфері соціальної економіки.

Ключові слова: Економічна ефективність, Кооперативи, Правове регулювання, Соціальна економіка, Сталий розвиток, Стійкість

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Гончаренко В.В., Пантелеймоненко А.О. Дискусійні аспекти використання терміна «Соціальна економіка» в сучасній українській економічній науці. *Історія народного господарства та економічної думки України. Збірник науко-*

вих праць Інституту економіки та прогнозування НАН України. 2020. № 53. С.83-102. DOI: <https://doi.org/10.15407/ingedu2020.53.083>

2. Bastida M., Pinto L. H., Blanco A. O., Cancelo M. Female Entrepreneurship: Can Cooperatives Contribute to Overcoming the Gender Gap? A Spanish First Step to Equality. *Sustainability*. 2020. Vol. 12(6). P. 1-17. DOI: <https://doi.org/10.3390/su12062478>

3. Blagoycheva H., Andreeva A., Yolova G. Social Economy in the Context of Sustainable Development and Social Inclusion (Economic and Legal Aspects). *Economic Studies Journal, Bulgarian Academy of Sciences - Economic Research Institute*. 2020. Issue 5. P. 79-98. URL: <http://surl.li/eoqnf>

4. Bretos I., Díaz-Foncela M., Marcuello C. International Expansion of Social Enterprises as a Catalyst for Scaling Up Social Impact Across Borders. *Sustainability*. 2020. Vol. 12(8). P. 3262. DOI: <https://doi.org/10.3390/su12083262>

5. Buendía-Martínez I., Hidalgo-López C., Brat E. Are Cooperatives an Employment Option? A Job Preference Study of Millennial University Students. *Sustainability*. 2020. Vol. 12(17). P. 1-32. DOI: <https://doi.org/10.3390/su12177210>

6. Castro Núñez R. B., Bandeira P., Santero-Sánchez R. Social Economy, Gender Equality at Work and the 2030 Agenda: Theory and Evidence from Spain. *Sustainability*. 2020. Vol. 12(12). P. 1-19. DOI: <https://doi.org/10.3390/su12125192>

7. Chaves R., Monzón J. L. La Economía Social Ante los Paradigmas Económicos Emergentes: Innovación Social, Economía Colaborativa, Economía Circular, Responsabilidad Social Empresarial, Economía del Bien Común, Empresa Social y Economía Solidaria. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*. 2018. Vol. 93. P. 5-50. DOI: <https://doi.org/10.7203/CIRIEC-E.93.12901>

8. Chaves-Avila R., Gallego-Bono J. R. Transformative Policies for the Social and Solidarity Economy: The New Generation of Public Policies Fostering the Social Economy in Order to Achieve Sustainable Development Goals. The European and Spanish Cases. *Sustainability*. 2020. Vol. 12(10). P. 4059. DOI: <https://doi.org/10.3390/su12104059>

9. Chaves-Avila R., Monzón-Campos J. L. Best Practices in Public Policies Regarding the European Social Economy Post the Economic Crisis. *European Economic and Social Committee*. 2018. URL: <https://www.eesc.europa.eu/sites/default/files/files/qe-04-18-002-en-n.pdf>

10. Colino C., del Pino E. The Financial and Political Crisis of Spanish Federalism: Transformation or Erosion? The Future of Federalism / R. Eccleston, R. Krever (eds.). Edward Elgar Publishing, 2017. P. 198-223. DOI: <https://doi.org/10.4337/9781784717780.00017>

11. Esparza-Masana R. Analysis of European Interregional Cooperation under Interreg Programmes: The Case of Spain. *Investigaciones Regionales - Journal of Regional Research, Asociación Española de Ciencia Regional*. 2020. Issue 47. P. 5-28. URL: <http://surl.li/ankyaa>

12. Honcharenko V., Panteleimonenko A., Pozhar A., Stetsenko V. Cooperatives in IT sector: theoretical and practical aspects. *Periodicals of Engineering and Natural Sciences (PENS)*. 2019. Vol. 7, No. 2 pp. 597-607. URL: <http://surl.li/kzzeth>

13. Lazkano L., Beraza A. Social Accounting for Sustainability: A Study in the Social Economy. *Sustainability*. 2019. Vol. 11(24). P. 1-12. DOI: <https://doi.org/10.3390/su11246894>

14. Macías Ruano A. J., Manso J. R. P. The Development of Legislation on the Social Economy in Continental Western Europe. *Resources*. 2019. Vol. 8(3). P. 154. DOI: <https://doi.org/10.3390/resources8030154>

15. Martínez-León I. M., Olmedo-Cifuentes I., Martínez-Victoria M. C., Arcas-Lario N. Leadership Style and Gender: A Study of Spanish Cooperatives. *Sustainability*. 2020. Vol. 12(12). P. 1-23. DOI: <https://doi.org/10.3390/su12125107>

16. Meliá-Martí E., Meira D., Martínez J. C., Bertuzzi R. Cross-Border Cooperation: A Response to the Challenges Facing Agri-Food Cooperatives in Southern European Countries. *Annals of Public and Cooperative Economics*. 2023. Vol. 94(3). P. 981-1006. DOI: <https://doi.org/10.1111/apce.12430>

17. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (Міністерство сільського господарства, рибальства та продовольства Іспанії). (1999). *Ley No. 27/1999, de 16 de julio, de Cooperativas* [Закон № 27/1999 від 16 липня 1999 року про кооперативи]. Boletín Oficial del Estado, No. 170. URL: <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-1999-15074>

18. Ministerio de Economía y Hacienda (Міністерство економіки та фінансів Іспанії). (1990). Закон 20/1990 від 19 грудня про фінансовий режим кооперативів. *Boletín Oficial del Estado*. URL: <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-1990-30947>

19. Social Economy Europe. The Future of EU Policies for the Social Economy: Towards a European Action Plan. 2018. URL: <https://www.cases.pt/wp-content/uploads/2018/11/SEEACTION-Plan-for-Social-Economy.pdf>

20. Sopelana A., Kunc M., Rivera O., Aranceta J., Rodríguez Castellanos A. Modelling the Dynamics of Organisational Change in a Spanish Industrial Cooperative. *Journal of the Operational Research Society*. 2022. Vol. 73(3). P. 455-466. DOI: <https://doi.org/10.1080/01605682.2020.1860659>

21. Vergara E. Spain: Deposit Guarantee Funds. *Journal of Financial Crises, Yale Program on Financial Stability (YPFS)*. 2022. Vol. 4(2). P. 592-605. URL: <http://surl.li/mxtlci>

22. Villalba-Eguiluz U., Pérez de Mendiguren J. C. La Economía Social y Solidaria como Vía para el Buen Vivir. *Revista Iberoamericana de Estudios de Desarrollo*. 2019. Vol. 8(1). P. 106-136. DOI: https://doi.org/10.26754/ojs_ried/iids.338

Науковий керівник: доктор економічних наук, професор Гончаренко В.В.

Стаття надійшла до редакції 16.10.2024

Стаття рекомендована до друку 17.11.2024

EKOHOMIKA

DOI: 10.26565/2310-9513-2024-20-04
УДК 332.7+338.5

ГЕОІНФОРМАЦІЙНИЙ АНАЛІЗ ВПЛИВУ РЕМОНТНО-БУДІВЕЛЬНИХ РОБІТ НА ІНВЕСТИЦІЙНУ ПРИВАБЛИВІСТЬ НЕРУХОМОСТІ

Кобзан Сергій Маркович

кандидат технічних наук, доцент

доцент кафедри земельного адміністрування та геоінформаційних систем

Харківський національний університет міського господарства імені

О.М. Бекетова, Україна, вулиця Чоноглазівська, 17, м. Харків, 61022

e-mail: s.kobzan@gmail.com

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-5257-8117>

Поморцева Олена Євгенівна

кандидат технічних наук, доцент

доцент кафедри економічної кібернетики та прикладної економіки

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, Україна

майдан Свободи, 4, м. Харків, 61022

e-mail: olenapomortseva@karazin.ua

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-4746-0464>

Паньків Володимир Володимирович

аспірант кафедри економічної кібернетики та прикладної економіки

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, Україна

майдан Свободи, 4, м. Харків, 61022

e-mail: volodymyr.pankiv@karazin.ua

ORCID: <http://orcid.org/0009-0006-6194-2140>

У статті розглядається актуальна проблема інвестування на ринку первинної нерухомості. Предметом дослідження є ринок житлової нерухомості по різних регіонах України. Метою статті є дослідження житлової нерухомості на первинному ринку України в залежності від її стану. Саме вид ремонту значно впливає на кінцеву вартість квартири у новобудові. Співвідношення вартості квартири без ремонтних робіт та вартості подальшого ремонту, а також регіон, де розташована квартира зможе надати відповідь на доцільність вкладання коштів стейкхолдером. Таку велику низку факторів неможливо врахувати без використання геоінформаційних систем, які надають змогу як накопичувати та обробляти великі масиви даних, так і використовувати просторову прив'язку. Завданням статті є дослідження змін вартості оренди та продажу м² первинного ринку житлової нерухомості в залежності від міста України та вплив різних видів ремонту на вартість нерухомості. А також визначення ставки капіталізації по регіонах, які досліджувалися. При проведенні дослідження були використані загальнонаукові методи системного аналізу та методи геостатистики для проведення трансформації даних з дискретної до континуальної форми представлення при обробці масивів даних по різних видах нерухомості. В роботі використовується метод прямої капіталізації для визначення норми прибутку. У ході дослідження було побудовано картограми по різних містах України щодо середньої вартості та орендної ставки м² нерухомості на первинному ринку. Досліджено вплив різних видів ремонту на вартість нерухомості. Визначено ставку капіталізації по регіонах, що досліджувалися. Зроблено висновки щодо перспектив інвестування на ринку житлової нерухомості, а також варіантів інвестування у нерухомість різних міст України та отримання максимальної доходності. Результати, отримані авторами, будуть корисними стейкхолдерам, ріелторам, оцінювачам та іншим фахівцям ринку для проведення розрахунків дохідності на первинному ринку нерухомості.

Ключові слова: нерухомість, інвестування, дохід, норма прибутку, первинний ринок нерухомості, метод прямої капіталізації.

Як цитувати: Кобзан С.М., Поморцева О.Є., Паньків В.В. Геоінформаційний аналіз впливу ремонтно-будівельних робіт на інвестиційну привабливість нерухомості. *Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм»*. 2024. № 20. С. 32–40. DOI: <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2024-20-04>

In cites: Kobzan S., Pomortseva O. & Pankiv V. (2024). Geoinformation analysis of the influence of repair and construction works on the investment attractiveness of real estate. *The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series International Relations. Economics. Country Studies. Tourism*, (20), 32–40. <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2024-20-04> (in Ukrainian)

Постановка проблеми. Залежність ринкової вартості нерухомості від її стану є питанням, яке постійно розглядається не тільки стейкхолдерами, а й іншими фахівцями ринку [1, 2]. Актуальним питанням з точки зору стейкхолдера є наступне – що вигідніше купити, нерухомість з ремонтом, або без нього і виконати ремонтні роботи пізніше? Для чіткої відповіді на питання оцінювачу необхідно зібрати та обробити великий масив даних та провести певні розрахунки, які виконуються у межах порівняльного та дохідного підходів [3, 4].

Актуальність дослідження полягає у використанні геоінформаційних систем (ГІС) при дослідженні великого об'єму статистичної інформації та визначенні дохідності по містах України за допомогою методу прямої капіталізації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням процесів, які відбуваються на ринку нерухомості України, займаються такі вчені, як Шалаєв В.М., Воронін В.О., Лянце Е.В., Мамчин М.М., Драпиковський О.І, Іванова І.Б., Гусельников А.С. [5 – 9].

Багато дослідників у наш час звертають увагу на зміни на ринку нерухомості, які можуть впливати на поведінку інвесторів. Використання ГІС для накопичення та візуалізації даних здатне зробити більш передбачуваним та прогнозованим майбутній прибуток стейкхолдера [10].

Деякі дослідження зосереджені саме на вивченні динаміки ремонту помешкань. Оцінювалися вподобання користувачів під час ремонту, пріоритети, вартість, продуктивність, дизайн і аспекти планування. Результати показали, що вартість є суттєвим фактором у прийнятті рішень щодо реконструкції. Тим не менш, комбіновані елементи ефективності, планування та дизайну виявилися вирішальними. Дослідження виявило сильну перевагу оптимізації простору. Отримані результати дають змогу зрозуміти який вид ремонту більше користується попитом у користувача. Тобто ремонт відповідає з одного боку потребам користувачів, з другого – тенденціям ринку [11].

Визначення реальної ціни житлової нерухомості є актуальною проблемою ринку нерухомості. Експерти-оцінювачі ринку нерухомості оцінюють нерухомість, враховуючи такі характеристики, як тип нерухомості та житлова площа. Після цього ідуть внутрішні характеристики, такі як стан, освітленість, мальовничі краєвиди та допоміжні зручності. Після розглядаються зовнішні характеристики, такі як близькість послуг та інфраструктури. Деякі науковці пропонують новий підхід, який враховує як внутрішні, так і зовнішні характеристики, у тому числі географічну (тобто територіальну) компоненту [12].

Багато авторів звертають увагу на війну в Україні, яка мала дуже значні політичні та економічні наслідки не лише для країн східноєвропейського регіону,

а й для світу в цілому. Зміни на ринках нерухомості різних країн і міст різноманітні і стосуються як кількості угод, так і цін. Зміни відбулися в ціноутворенні житлової нерухомості на ринках продажу та оренди. Дослідження були проведені на прикладі польського міста Щецина, яке досліджувалося у розрізі адміністративних районів та було оцінено вплив початку війни на ринок нерухомості [13].

У деяких роботах пропонується для більш точної оцінки нерухомості використовувати не тільки геоінформаційні системи, а й системи підтримки прийняття рішень. Таке сполучення надасть змогу розпізнавати найбільш ризиковані міські райони (на прикладі міста Рим) з точки зору стейкхолдера. Інноваційний внесок представлений аналізом нерухомості, проведеним у субмуніципальному масштабі з використанням як кількісних, так і якісних даних щодо нерухомості [14].

Мета та завдання статті. В статті проведені дослідження первинного ринку житлової нерухомості України за допомогою дохідного підходу. Для прискорення процесу збору та обробки великих масивів інформації було використано інформаційно-цифрові карти Інтернет порталів Dom.ria та OLX [15, 16], а також геоінформаційний портал УВЕКОН [17].

Метою статті є дослідження житлової нерухомості на первинному ринку України в залежності від її стану за допомогою геоінформаційних систем.

Завдання дослідження:

1. Дослідження змін вартості оренди та продажу м² первинного ринку житлової нерухомості в залежності від міста України.
2. Дослідження впливу різних видів ремонту на вартість нерухомості по містах України.
3. Визначення ставки капіталізації по регіонах, які досліджуються.
4. Визначення впливу ремонтних робіт на вартість м² на ринку первинної нерухомості як показника при інвестуванні.

Виклад основного матеріалу.

Використання геоінформаційних систем при проведенні досліджень первинного ринку нерухомості

На даний час основними видами ремонтів, що найбільш часто проводяться на ринку нерухомості України є наступні:

1. Косметичний ремонт.
2. Середній або капітальний ремонт.
3. Євроремонт ремонт.
4. Дизайнерський ремонт.

Інформація про вартість різних видів ремонту базується на проведених дослідженнях усереднених цінових показників з Інтернет порталів [15 – 17]. Також враховано експертну думку фахівців ріелторських та будівельних компаній [19]. Слід зазначити, що вартість проведення ремонтно-будівельних робіт на ринку первинної нерухомості

залежить від багатьох суб'єктивних та об'єктивних факторів [20, 21].

Для проведення подальших досліджень необхідно чітко визначити види ремонтних робіт.

Косметичний ремонт – це оновлення інтер'єру, коли серйозні конструктивні зміни не потрібні. Найчастіше це фарбування або переклеювання шпалер, заміна плінтусів, реставрація підлоги або стелі. Як правило, він виконується швидко та є найбільш економним по вартості.

Середній (капітальний) ремонт – повне оновлення об'єкту нерухомості. Такий вид ремонту передбачає масштабне втручання: заміну старих комунікацій, сантехніки, електропроводки, вирівнювання стін і підлоги, заміну вікон і дверей.

Євроремонт передбачає повний капітальний ремонт із використанням якісних матеріалів та сучасного обладнання. Він орієнтований на створення стильного, сучасного інтер'єру з акцентом на комфорт та естетику.

Дизайнерський ремонт – це індивідуально розроблений проект під керівництвом професійного дизайнера. Враховується кожна деталь, розробляється унікальний дизайн інтер'єру, іноді з меблями, виготовленими на замовлення та з використанням складних декоративних елементів.

Середню вартість 1 м² нерухомості на первинному ринку України наведено на рисунку 1 [15, 17]. У проведеному дослідженні авторами зосередили свою увагу на наступних містах України – Харків, Львів, Івано-Франківськ. Можемо бачити, що вартість 1 м² у Львові складає 1102 \$, у Харкові 757 \$, у Івано-Франківську 846 \$. Потрібно відзначити, що максимальна вартість м² в Києві – 1330 \$, а мінімальна – 576 \$ в Миколаєві.

Для побудови картограм були використані методи геостатистики для проведення трансформації даних з дискретної до континуальної форми представлення при обробці масивів даних по різних видах нерухомості [22 – 25].

За допомогою даних з геопорталу «Увекон» по орендних ставках на нерухомість визначено, що у Харкові середня орендна ставка складає 4 \$, в Івано-Франківську – 8 \$, у Львові – 9 \$ за м² (рис. 2).

Маючи зібрану інформацію, можна розрахувати доходність по кожному з об'єктів нерухомості по досліджуваних регіонах. Для цього було використано середню вартість на первинному ринку та середні орендні ставки по регіонах. Таким чином було розраховано ставку капіталізації (норму повернення капіталу) при здійсненні різних видів ремонтно-будівельних робіт та здачі об'єкту нерухомості в оренду. Ці розрахунки допоможуть визначити кращий варіант інвестування для стейкхолдера.

Розрахунок ставки капіталізації

Для визначення доходу, який може отримати стейкхолдер у майбутньому, необхідно розрахувати

ставку капіталізації. Це надасть змогу спрогнозувати найкращий варіант інвестування та оптимальний варіант ремонту, який потрібно зробити, щоб отримати максимальну доходність. Доходність, яку отримає інвестор у майбутньому, можна визначити використовуючи наступні методи.

1. Метод прямої капіталізації.

$$V = \frac{NOI}{R} \quad (1)$$

де V – вартість житлової нерухомості;

NOI – дохід, отриманий від оренди нерухомості;

R – ставка капіталізації.

2. Метод дисконтування грошових потоків.

$$PV = \sum_{i=1}^n \frac{D_i}{(1+r)^i} + PVF_{n+1} \quad (2)$$

де PV – поточна вартість житлової нерухомості;

D_i – дохід отриманий від оренди нерухомості за i -й період;

r – норма прибутку;

n – прогнозований період дослідження.

У ході проведеного дослідження розрахуємо ставку капіталізації (R) (доходність) для житлової нерухомості на первинному ринку України, як співвідношення чистого операційного доходу, отриманого від платежів за оренду протягом року (12 місяців) та вартості нерухомості. Цей показник, фактично буде визначати рівень доходності житла або норму повернення капіталу стейкхолдеру [4].

$$R = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n \frac{NOI_i}{V_i} \quad (3)$$

де V – вартість житлової нерухомості;

NOI – дохід, отриманий від оренди нерухомості;

R – ставка капіталізації;

n – прогнозований період дослідження.

Виходячи з наведеного можна розрахувати ставку капіталізації та дослідити вплив вартості ремонтно-будівельних робіт на ринкову вартість нерухомості по досліджуваних регіонах України.

Для отримання результатів дослідження, спочатку було проаналізовано вартість первинної нерухомості без ремонту (рис. 3), а в подальшому, проведено узагальнення вартості ремонтно-будівельних робіт по кожному з видів нерухомості та ставок оренди.

Після збору та обробки отриманих даних було визначено доходність при здачі в оренду по кожному з об'єктів нерухомості. Розрахунки наведені в таблиці 1.

З наведених даних видно, що максимальна вартість м² житлової нерухомості на первинному ринку у Львові складає 1100 \$ США, а мінімальна – у Тернополі і дорівнює 650 \$ США. Що до максимальної орендної ставки, то її стейкхолдер може отримувати в містах Київ та Львів.

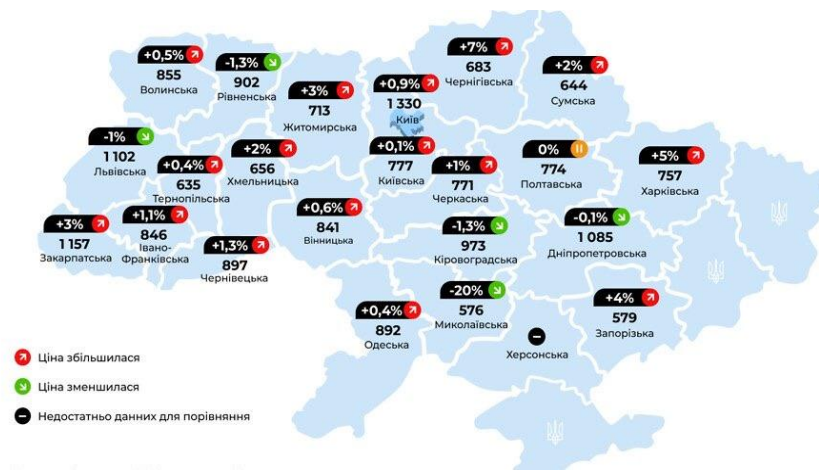


Рис. 1. Середня вартість м² на первинному ринку житлової нерухомості України
 Fig. 1. Average cost per m2 in the primary residential real estate market of Ukraine

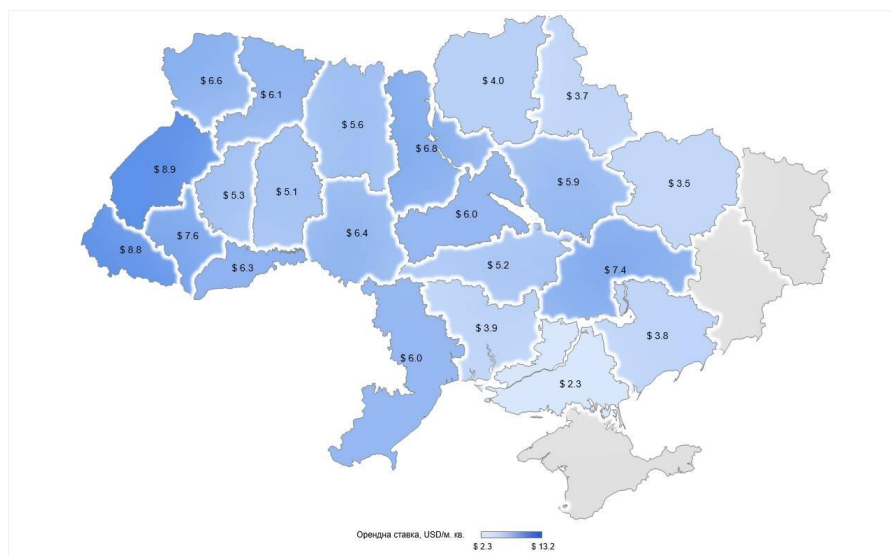


Рис. 2. Середня орендна ставка за м² нерухомості України
 Fig. 2. Average rental rate per m2 of real estate in Ukraine

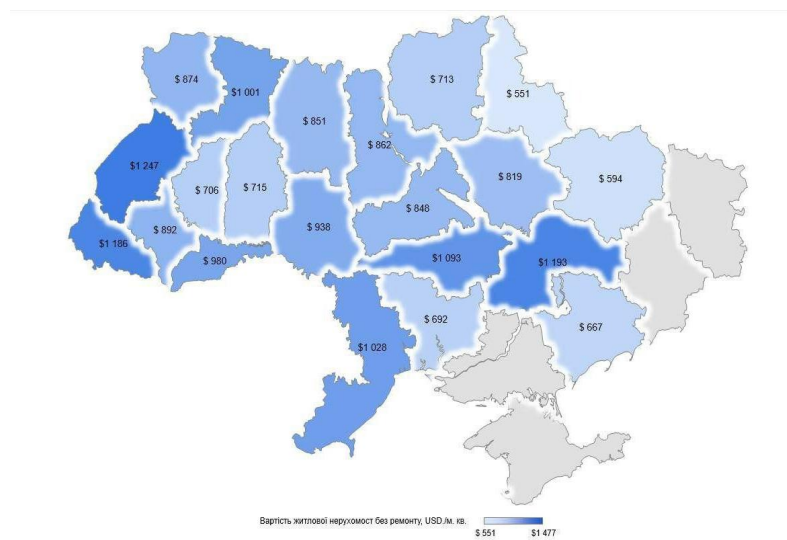


Рис. 3. Середня вартість м² первинної нерухомості без ремонту
 Fig. 3. Average cost per m2 of primary real estate without renovation

Таблиця 1

**Дослідження впливу вартості ремонтно-будівельних робіт на ринкову вартість нерухомості
(первинний ринок)**

Table 1

**Study of the impact of the cost of renovation and construction works on the market value of real estate
(primary market)**

Вид ремонту	Вартість житлової нерухомості без ремонту, \$/м2	Вартість ремонтно-будівельних робіт, \$/м2	Вартість житлової нерухомості з ремонтом, \$/м2	Орендні ставки, \$/м2	Дохідність, %
м. Харків					
Без ремонту (будівельний ремонт)	757				
Косметичний ремонт	-	150	800	4	6,0
Середній (капітальний ремонт)	-	200	900	5	6,7
Євроремонт / Дизайнерський	-	400	1200	7	7,0
м. Львів					
Без ремонту (будівельний ремонт)	1100	-			
Косметичний ремонт	-	200	1200	9	9,0
Середній (капітальний ремонт)	-	400	1500	10	8,0
Євроремонт / Дизайнерський	-	600 \$	1800	13	8,7
м. Київ					
Без ремонту (будівельний ремонт)	785				
Косметичний ремонт		400	1100	4	4,4
Середній (капітальний ремонт)		550	1300	5	4,6
Євроремонт		700	1500	9	7,2
Дизайнерський ремонт		1400	2200	14	7,6
м. Тернопіль					
Без ремонту (будівельний ремонт)	650-750\$				
Косметичний ремонт		200	800	3,5	5
Середній (капітальний ремонт)		400	1000	5	6
Євроремонт		600	1400	7	6
Дизайнерський ремонт		1000	1600	10	7,5
м. Чернівці					
Без ремонту (будівельний ремонт)	800				
Косметичний ремонт		150	950	4	5
Середній (капітальний ремонт)		250	1050	6	6,9
Євроремонт		350	1150	7,5	7,8
Дизайнерський ремонт		800\$	1300	8,3	7,7
м. Луцьк					
Без ремонту (будівельний ремонт)	1000				
Косметичний ремонт		250	1250	5	4,8
Середній (капітальний ремонт)		350	1300	7	6
Євроремонт		450	1400	8	6,9
Дизайнерський ремонт		600	1500	10	8

Результати дослідження.

1. Проведено дослідження змін вартості оренди та продажу м² первинного ринку житлової нерухомості по різних містах України та побудовано картограми.

2. Досліджено вплив різних видів ремонту на вартість нерухомості. Результати наведено у таблиці 1.

3. Визначено ставку капіталізації по регіонах, що досліджувалися.

4. Визначено вплив ремонтних робіт на вартість м² на ринку первинної нерухомості та зроблено висновки щодо найкращого варіанту інвестування.

Висновки.

1. У статті проведено дослідження первинного ринку нерухомості протягом 2024 року. З отрима-

них даних можна дійти висновку, що мінімальні вкладення в нерухомість при купівлі у Харкові, мінімальні ціни на ремонтно-будівельні роботи також спостерігаються в Харкові, але інвестор буде отримувати менший дохід у порівнянні з іншими регіонами України.

2. Максимальну доходність – приблизно 9%, інвестор може отримати у Львові при інвестуванні у квартиру з косметичним ремонтом.

3. Слід зазначити, що в залежності від виду проведеного ремонту, максимальний прибуток буде отриманий при виконанні євроремонті або дизайнерського ремонту – близько 7 – 9 %. Але інвестору потрібно буде вкладати значно більше грошей у порівнянні з косметичним ремонтом.

Автори висловлюють велику подяку за допомогу в проведенні дослідження ринку нерухомості України компанії RITM.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Павлов К. Ринок житлової нерухомості України у воєнний час. *Актуальні проблеми науки, освіти та суспільства: світові тенденції та регіональний аспект*. І Міжнародної науково-практичної конференції ГО «ІЕЕЕД», м. Луцьк, 20 березня 2024 року. Луцьк : ФОП Мажула Ю.М., с. 97-106.
2. Кобзан С.М., Поморцева О.Є. Будівництво та ринок нерухомості. Проблеми та тенденції. Publishing House «European Scientific Platform», «UKRLOGOS Group». 2020, с. 73-81.
3. Лапішко М.Л., Гохберг І.І. Особливості визначення ставки капіталізації для оцінки комерційної нерухомості в умовах неактивного ринку. *Financial and credit activity problems of theory and practice*. 1.14, 2013, с. 124-131.
4. Драпіковський О.І., Іванова І.Б., Смольнікова С.М. під редакцією Шалаєва В.М. Оцінка нерухомого майна. Підручник К.: Видавництво «Арт Економі», 2021. 430 с.
5. Воронін, В. О., Лянце, Е. В., Мамчин, М. М. Аналітика ринку нерухомості: методологія та принципи сучасної оцінки. Монографія. Львів: Магнолія, 2014. 304 с.
6. Шалаєв В. М., Іванова І. Б., Драпіковський О. І. Тенденції ринку нерухомості України: реалії та прогнози, 2007 – 2013. Монографія. К: Арт Економі. 2012. 240 с.
7. Воронін В.О., Зімін О.В., Галасюк В.В. Тенденції ринку нерухомості України. Реалії та прогнози. Криза 2008-20?? Київ: Арт Економі, 2009. 224 с.
8. Воронін В.О. Вартість нерухомості в умовах інфляції та девальвації. URL: <https://afo.com.ua/uk/news/2/858> (дата звернення: 10.12.2024).
9. Исследование рынка недвижимости по регионам Украины. URL: <https://olimp.net.ua/issledovanie-rynka-nedvizhimosti-po-regionam-ukrainy> (дата звернення: 10.12.2024).
10. Kobzan S., Pomortseva O. Real Estate Market of Ukraine. *Practical Aspects and Trends. SpringerBriefs in Geography*, 2023. 146 p. https://doi.org/10.1007/978-3-031-31248-9_1.
11. Chuloh Jung, Gamal El Samanoudy, Naglaa Sami Abdelaziz Mahmoud. Evolving dynamics of home renovation in Dubai: A case study of The Springs community. *Ain Shams Engineering Journal*, 2024. 15 (11). <https://doi.org/10.1016/j.asej.2024.103018>.
12. Barbara Cardone, Ferdinando Di Martino, Sabrina Senatore. Real estate price estimation through a fuzzy partition-driven genetic algorithm. *Information Sciences*, 2024. 667. <https://doi.org/10.1016/j.ins.2024.120442>.
13. Marcin Bas. The impact of the war in Ukraine on the residential real estate market on the example of Szczecin, Poland. *Procedia Computer Science*, 2024. 246. 3004-3013. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2024.09.371>.
14. Debora Anelli, Francesco Tajani. Spatial decision support systems for effective ex-ante risk evaluation: An innovative model for improving the real estate redevelopment processes. *Land Use Policy*, 2023. 128. <https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2023.106595>.
15. Dim.ria: web site. URL: https://dom.ria.com/uk/search/?excludeSold=1&category=1&realty_type=2&operation=1&state_id=1&price_cur=1&wo_dupl=1&sort=inspected_sort&firstInteraction=false&city_ids=1&client=searchV2&limit=20&type=list&ch=209_f_1,209_t_1,242_239,247_252 (date of the application: 10.12.2024).
16. Olx.ua: web site. URL: <https://www.olx.ua/uk/nedvizhimost/> (дата звернення: 10.12.2024).
17. Геопортал «Увекон»: web site. URL: <https://gisuvecon.com/main/geoportal/> (дата звернення: 10.12.2024).

18. Construction Review. URL: <https://stroyobzor.ua/ru/kharkov/news-industry/yaki-vidi-remontu-kvartir-proponuyut-u-kharkovi-ta-yaka-ikh-vartist-u-2024> (accessed 10.12.2024).
19. RITM: web site. URL: <https://ritm.group/> (дата звернення: 10.12.2024).
20. Кобзан С. М. Дослідження первинного ринку нерухомості. Комунальне господарство міст. 2021. №. 152. С. 95-101.
21. Şahin Onur, Gokasar, Ilgin. A Novel Perspective On The Analysis Of Residential Property Prices Near Transportation Investments: Wide-Range Vs Narrow-Range Factors. Computer and Decision Making: An International Journal. 2024. 1. 103-120. <https://doi.org/10.59543/comdem.v1i.10235>.
22. Mohamed M. El-Barmelgy, Lahmad M. Shalaby, Usama A. Nassar, Zshimaa M. Ali. The Impact of Urban Regeneration on Land Use in Land with High Urban Value – London VS Beirut. Computer and Decision Making. *An International Journal*. 2024. 1. 103-120. URL: [https://wseas.com/journals/eshc/2021/a04eshc-002\(2021\).pdf](https://wseas.com/journals/eshc/2021/a04eshc-002(2021).pdf) (accessed 10.12.2024). <https://doi.org/10.59543/comdem.v1i.10235>
23. Azzam M., Graw V., Meidler E., Rienow, A. Enhancing Property Valuation in Post-War Recovery: Integrating War-Related Attributes into Real Estate Valuation Practices. *Smart Cities*, 2024. 7. 1776-1801. <https://doi.org/10.3390/smartcities7040069>.
24. Balz F. F. User Cost of Housing Analysis of the German Real Estate Market. *Acta VŠFS-ekonomické studie a analýzy. ACTA VŠFS, University of Finance and Administration*, 2024. 18(1), 41-67. <http://dx.doi.org/10.37355/acta-2024/1-03/>.
25. Chen H., Hu L., Liu Z., Chen B. Spatial heterogeneity and interaction effect of urban blue and green spaces on housing prices. *International Journal of Strategic Property Management*, 2024. 28(5). 302–319. URL: <https://journals.vilniustech.lt/index.php/IJSPM/article/view/22232> (accessed 10.12.2024). <https://doi.org/10.3846/ijspm.2024.22232>

Стаття надійшла до редакції 23.09.2024

Стаття рекомендована до друку 25.10.2024

Sergiy Kobzan, Candidate of Technical Sciences (Ph. D.), Associate Professor, Associate Professor of the Department of Land Administration and Geographic Information Systems, O.M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv, Marshal Bazhanov Street 17, Kharkiv 61002, Ukraine, e-mail: s.kobzan@gmail.com, Phone number: 380 679464858, ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-5257-8117>

Olena Pomortseva, Candidate of Technical Sciences (Ph. D.), Associate Professor, Associate Professor of the Department of Economic Cybernetics and Applied Economics, V.N. Karazin Kharkiv National University, Svobody Sq. 4, Kharkiv 61022, Ukraine, e-mail: olenapomortseva@karazin.ua, Phone number: 380 0977560721, ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-4746-0464>

Volodymyr Pankiv, Doctoral Student of the Department of Economic Cybernetics and Applied Economics, V.N. Karazin Kharkiv National University, Svobody Sq. 4, Kharkiv 61022, Ukraine, e-mail: volodymyr.pankiv@karazin.ua, Phone number: 380685098834, ORCID: <http://orcid.org/0009-0006-6194-2140>

GEOINFORMATION ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF REPAIR AND CONSTRUCTION WORKS ON THE INVESTMENT ATTRACTIVENESS OF REAL ESTATE

The article considers the actual problem of investing in the primary real estate market. The subject of the research is the residential real estate market in different regions of Ukraine. The purpose of the article is to research residential real estate on the primary market of Ukraine, depending on its condition. The type of repair has a significant impact on the final cost of an apartment in a new building. The ratio of the cost of an apartment without repairs and the cost of further repairs, as well as the region where the apartment is located, can provide an answer to the expediency of investing funds by the stakeholder. Such a large number of factors cannot be taken into account without the use of geographic information systems, which enable both the accumulation and processing of large data sets and the use of spatial reference. The purpose of the article is to study the changes in the cost of renting and selling m² of the primary market of residential real estate depending on the city of Ukraine and the impact of different types of repairs on the real estate value. As well as determination of the capitalization rate by regions that were studied. During the research, general scientific methods of system analysis and geostatistics methods were used to transform data from a discrete to a continuous form of representation when processing arrays of data on various types of real estate. The work uses the direct capitalization method to determine the rate of return. During the research, cartograms were constructed for different cities of Ukraine regarding the average cost and rental rate per m² of real estate in the primary market. The influence of various types of

repairs on the value of real estate was studied. The capitalization rate was determined for the regions studied. Conclusions were drawn regarding the prospects for investing in the residential real estate market, as well as options for investing in real estate in different cities of Ukraine and obtaining maximum returns. The results obtained by the authors will be useful to stakeholders, realtors, appraisers and other market specialists for calculating returns on the primary real estate market.

Keywords: *real estate, investing, income, rate of return, primary real estate market, direct capitalization method.*

REFERENCES

1. Pavlov K. (2024). Rynok zhytlovoi nerukhomosti Ukrainy u voynnyj chas. Aktualni problemy nauky, osvity ta suspilstva: svitovi tendenciji ta rehionalnyj aspekt [The residential real estate market of Ukraine in wartime. Current problems of science, education and society: world trends and regional aspect]. I International scientific and practical conference of NGO «IEEEED», Lutsk, March 20, 2024. Lutsk: FOP Mazhula Yu.M., pp. 97-106. (in Ukrainian).
2. Kobzan S.M., Pomortseva O.E. (2020). Budivnytstvo ta rynek nerukhomosti. Problemy ta tendenciji. [Construction and the real estate market. Problems and trends]. Publishing House «European Scientific Platform», «UKRLOGOS Group». pp. 73-81. (in Ukrainian).
3. Lapishko M.L., Gokhberg I.I. (2013). Osoblyvosti vyznachennja stavky kapitalizaciji dlja ocinky komercijnoi nerukhomosti v umovakh neaktyvnogho rynku [Peculiarities of determining the capitalization rate for the valuation of commercial real estate in an inactive market]. Financial and credit activity problems of theory and practice. 1.14, pp. 124-131. (in Ukrainian).
4. Drapikovsky O.I., Ivanova I.B., Smolnikova S.M. edited by Shalae V.M. (2021). Ocinka nerukhomogho majna [Real estate valuation]. K.: Publishing house «Art Economy», 430 p. (in Ukrainian).
5. Voronin, V. O., Lyantse, E. V., Mamchyn, M. M. (2014). Analitika rynku nerukhomosti: metodologija ta pryncypy suchasnoi ocinky. [Real estate market analytics: methodology and principles of modern assessment]. Monograph. Lviv: Magnolia. 304 p. (in Ukrainian).
6. Shalae V. M., Ivanova I. B., Drapikovsky O. I. (2012). Tendenciji rynku nerukhomosti Ukrainy: realiji ta prohnozy, 2007 – 2013. [Trends in the Real Estate Market of Ukraine: Realities and Forecasts, 2007 – 2013]. Monograph. K: Art Economy, 240 p. (in Ukrainian).
7. Voronin V.O., Zimin O.V., Galasyuk V.V. (2009). Tendenciji rynku nerukhomosti Ukrainy. Realiji ta prohnozy. Kryza 2008-20?? [Trends in the real estate market of Ukraine. Realities and forecasts. Crisis 2008-20??] Kyiv: Art Economy, 224 p. (in Ukrainian).
8. Voronin V.O. The cost of real estate in conditions of inflation and devaluation: Available at: <https://afo.com.ua/uk/news/2/858> (дата звернення: 10.12.2024).
9. Research of the real estate market by regions of Ukraine. Available at: <https://olimp.net.ua/issledovanie-rynka-nedvizhimosti-po-regionam-ukrainy> (accessed 10.12.2024).
10. Kobzan S., Pomortseva O. (2023). Real Estate Market of Ukraine. Practical Aspects and Trends. SpringerBriefs in Geography 146 p. https://doi.org/10.1007/978-3-031-31248-9_1.
11. Chuloh Jung, Gamal El Samanoudy, Naglaa Sami Abdelaziz Mahmoud. (2024) Evolving dynamics of home renovation in Dubai: A case study of The Springs community. Ain Shams Engineering Journal. 15 (11). <https://doi.org/10.1016/j.asej.2024.103018>.
12. Barbara Cardone, Ferdinando Di Martino, Sabrina Senatore. (2024) Real estate price estimation through a fuzzy partition-driven genetic algorithm. Information Sciences. 667. <https://doi.org/10.1016/j.ins.2024.120442>.
13. Marcin Bas. (2024) The impact of the war in Ukraine on the residential real estate market on the example of Szczecin, Poland. Procedia Computer Science. 246. 3004-3013. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2024.09.371>.
14. Debora Anelli, Francesco Tajani. (2023) Spatial decision support systems for effective ex-ante risk evaluation: An innovative model for improving the real estate redevelopment processes. Land Use Policy. 128. <https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2023.106595>.
15. Dim.ria. Available at: <https://www.manageengine.com/log-management/cloud-security/2023-cloud-security-survey-report.html> (accessed 10.12.2024).
16. Olx.ua. Available at: <https://www.olx.ua/uk/nedvizhimost/> (accessed 10.12.2024).
17. «Uvekon» geoportal. Available at: <https://gisuvecon.com/main/geoportal/> (accessed 10.12.2024).
18. Construction Review. Available at: <https://stroyobzor.ua/ru/kharkov/news-industry/yaki-vidi-remontu-kvartir-proponuyut-u-kharkovi-ta-yaka-ikh-vartist-u-2024> (accessed 10.12.2024).
19. RITM. Available at: <https://ritm.group/> (accessed 10.12.2024).
20. Kobzan S.M. (2021). Doslidzhennja pervynnogho rynku nerukhomosti [Primary real estate market research]. Komunalne gospodarstvo mist [Municipal utilities], 152. 95-101 (in Ukrainian).
21. Şahin Onur, Gokasar, Ilgin. (2024). A Novel Perspective On The Analysis Of Residential Property Prices Near Transportation Investments: Wide-Range Vs Narrow-Range Factors. Computer and Decision Making: An International Journal. 1. 103-120. <https://doi.org/10.59543/comdem.v1i.10235>.
22. Mohamed M. El-Barmelgy, Lahmad M. Shalaby, Usama A. Nassar, Zshimaa M. Ali. (2024) The Impact of Urban Regeneration on Land Use in Land with High Urban Value – London VS Beirut. Computer and Decision Making. An International Journal. 1. 103-120. Available at: [https://wseas.com/journals/eshc/2021/a04eshc-002\(2024\)](https://wseas.com/journals/eshc/2021/a04eshc-002(2024)) (accessed 10.12.2024). <https://doi.org/10.59543/comdem.v1i.10235>

23. Azzam M., Graw V., Meidler E., Rienow, A. (2024) Enhancing Property Valuation in Post-War Recovery: Integrating War-Related Attributes into Real Estate Valuation Practices. *Smart Cities*. 7. 1776-1801. <https://doi.org/10.3390/smartcities7040069>.
24. Balz F. F. (2024) User Cost of Housing Analysis of the German Real Estate Market. *Acta VŠFS-ekonomické studie a analýzy*. ACTA VSFS, University of Finance and Administration. 18(1), 41-67. <http://dx.doi.org/10.37355/acta-2024/1-03/>.
25. Chen H., Hu L., Liu Z., Chen B. (2024) Spatial heterogeneity and interaction effect of urban blue and green spaces on housing prices. *International Journal of Strategic Property Management*. 28(5). 302–319. Available at: <https://journals.vilniustech.lt/index.php/IJSPM/article/view/22232> (accessed 10.12.2024). <https://doi.org/10.3846/ijspm.2024.22232>

The article was received by the editors 23.09.2024

The article is recommended for printing 25.10.2024

DOI: 10.26565/2310-9513-2024-20-05
УДК 339.564:656.073:338.49(477)

ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ ЛОГІСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ УКРАЇНИ

Поліванцев Андрій Сергійович

к.е.н., доцент кафедри міжнародних економічних відносин та логістики

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

майдан Свободи, 4, м. Харків, Україна, 61022

e-mail: polivantsev@karazin.ua

ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-4388-5595>

У статті досліджується стан та перспективи розвитку логістичної інфраструктури України, зокрема її ключових компонентів, викликів та стратегічних напрямів трансформації в умовах сучасних викликів, таких як війна та економічна нестабільність. Основна мета дослідження полягає у визначенні пріоритетів і стратегічних напрямів розвитку логістичної інфраструктури України для підвищення її конкурентоспроможності та інтеграції в глобальні ланцюги постачання. У роботі використано системний підхід, що передбачає аналіз поточного стану логістичної інфраструктури та застосування методів стратегічного планування для визначення ключових пріоритетів її розвитку. Аналіз побудовано на основі SWOT-методології, що дозволяє оцінити сильні та слабкі сторони, можливості та загрози для логістичної системи України. У статті визначено три ключові стратегічні вектори розвитку логістичної галузі: економічне зростання через зміцнення внутрішнього ринку, розширення ринку логістичних послуг та реалізація транзитного потенціалу країни. Зокрема, акцентовано увагу на таких заходах, як контейнеризація перевезень, інтеграція української залізничної мережі до європейської системи, розвиток мультимодальних транспортних хабів, модернізація внутрішньої інфраструктури та адаптація логістичних процесів до стандартів Транс'європейської транспортної мережі (TEN-T). Отримані результати можуть бути використані при формуванні державної стратегії розвитку транспортно-логістичної інфраструктури України, а також у діяльності підприємств, що займаються міжнародними перевезеннями та наданням логістичних послуг. Реалізація запропонованих заходів сприятиме інтеграції України в міжнародні ланцюги постачання, оптимізації логістичних витрат, підвищенню ефективності торговельних операцій та розкриттю транзитного потенціалу країни. Запропонований підхід забезпечує баланс між швидкими рішеннями та довгостроковими інфраструктурними ініціативами, необхідними для стабільного розвитку логістичної системи України.

Ключові слова: логістична інфраструктура, транзитний потенціал, мультимодальні коридори, міжнародна торгівля, контейнеризація, економічний розвиток.

Як цитувати: Поліванцев А.С. Пріоритети розвитку логістичної інфраструктури України. *Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм»*. 2024. № 20. С. 41–50. DOI: <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2024-20-05>

In cites: Polivantsev A. (2024). Priorities for the development of logistics infrastructure in Ukraine. *The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series International Relations. Economics. Country Studies. Tourism*, (20), 41–50. <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2024-20-05> (in Ukrainian)

Постановка проблеми. У сучасному глобалізованому світі логістична інфраструктура відіграє критично важливу роль у забезпеченні безперервного та ефективного руху товарів, що є основою економічної стабільності та конкурентоспроможності країни. Розуміння природи та компонентів логістичної інфраструктури дозволяє не лише пояснити, як товари досягають споживачів, але й визначити стратегічні напрямки її вдосконалення.

Розвиток логістичної інфраструктури є важливим чинником економічного зростання, що активно вивчається у сучасній науковій літературі. Логістика відіграє роль інтегратора між виробничими, торговельними та споживчими секторами, забезпечуючи ефективний рух товарів, послуг та інформації. Науковці зазначають, що логістична інфраструктура не лише полегшує внутрішню торгівлю, але й виступає основою інтеграції країни в глобальні економічні процеси [3].

Уявімо ситуацію, коли доставка товарів першої необхідності затримується через неефективність транспортування або відсутність відповідних складських потужностей. У таких умовах збої в логістиці можуть викликати дефіцит продукції, зростання витрат і навіть соціальну напруженість. У цифрову епоху, коли електронна комерція формує нові стандарти швидкості та доступності, розвинена логістична інфраструктура стає не просто перевагою, а необхідністю для зростання економіки та інтеграції у світові ринки.

Логістична інфраструктура є невидимим фундаментом, що забезпечує безперервний зв'язок між регіонами, країнами й континентами. Її надійність і ефективність значною мірою визначають конкурентоспроможність національної економіки в глобальних ланцюгах поставок. Саме тому створення

сучасної, адаптивної та стійкої логістичної інфраструктури є пріоритетом для України, яка прагне інтеграції у світові ринки та посилення своєї ролі у глобальній торгівлі [11].

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Згідно з класичними теоріями економічного зростання, розробленими Солоу та Ромером, інфраструктура є одним із базових факторів, що сприяє збільшенню продуктивності економіки. Сучасні дослідження підтверджують, що інвестиції в транспортні коридори, мультимодальні хаби та цифрові логістичні рішення мають прямий вплив на підвищення ефективності ланцюгів поставок. Зокрема, дослідження Н. Каличева показали, що покращення логістичної інфраструктури в країнах, що розвиваються, підвищує їхній експортний потенціал та сприяє скороченню витрат на міжнародну торгівлю [3].

Наукові підходи до визначення логістичної інфраструктури наголошують на її багатокомпонентності (рис. 1) та унікальних властивостях, що впливають на формування та функціонування цієї системи.

Логістична інфраструктура є фундаментальною складовою, що забезпечує ефективність міжнародної торгівлі та доступ до ринків. Надійні транспортні мережі та оптимізовані митні процедури сприяють зниженню торгових витрат і часових затримок, підвищуючи конкурентоспроможність національної продукції на глобальних ринках. Це не лише стимулює зростання експорту, але й розширює асортимент товарів і послуг для споживачів через імпорт. Розвинена логістична інфраструктура також відіграє ключову роль у залученні бізнесу, особливо малих і середніх підприємств (МСП), до глобальних ланцюгів створення вартості. Забезпечуючи доступ до міжнародних ринків і постачальників, МСП мо-

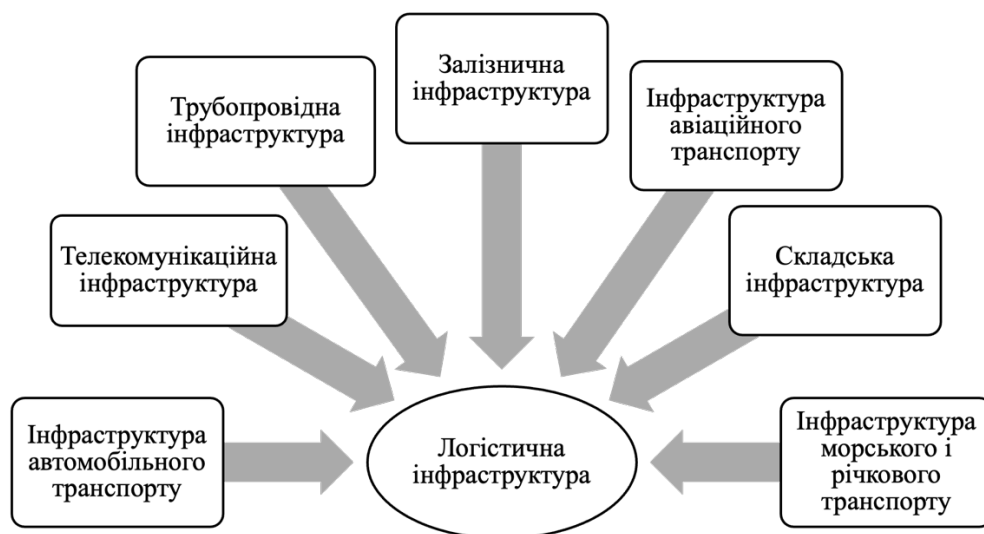


Рис. 1. Основні складові логістичної інфраструктури

Джерело: складено автором на основі [9]

Fig. 1. Main components of logistics infrastructure

Source: compiled by the author based on [9]

жуть спеціалізуватися на певних етапах виробництва, використовуючи свої порівняльні переваги та підвищуючи загальну конкурентоспроможність національної економіки.

Згідно з дослідженням GI Group Holding, якість транспортної інфраструктури є одним із ключових індикаторів у глобальному індексі конкурентоспроможності [4]. Країни з розвинутою логістикою, такі як Німеччина, Нідерланди та Сінгапур, демонструють вищі показники економічної стабільності завдяки ефективним транспортним системам, які мінімізують логістичні витрати та збільшують надійність поставок. Досягнення ефективної логістики у країнах, що розвиваються, визначається низкою критичних факторів, серед яких розвиток сучасної інфраструктури, оптимізація митних процедур, наявність кваліфікованої робочої сили та впровадження чітких і прозорих правил регулювання.

Дослідження Л. Горошкової, А. Бакурової, та інших, проведене із застосуванням моделі структурного рівняння, продемонструвало суттєві економічні переваги, пов'язані з високоякісною портовою інфраструктурою та підвищеною ефективністю логістичних систем. Науковці показали, що використання сучасних технологій і обладнання в портах дозволяє покращити ефективність логістики, що, у свою чергу, підвищує надійність операцій, зменшує ризик пошкодження вантажів, спрощує їх відстеження та пришвидшує доставку.

Додатковими умовами, які сприяють покращенню економічної ситуації, є низька інфляція, що забезпечує стабільність цін та передбачуваність витрат для населення і бізнесу. Це створює передумови для стимулювання інвестицій та довгострокового економічного зростання. Зростання рівня життя, яке відображається у доступі до якісних товарів, послуг, освіти та охорони здоров'я, сприяє самореалізації населення та підвищенню його продуктивності.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Політична та економічна стабільність виступають ключовими чинниками економічного розвитку. Упевненість населення та бізнесу у стабільному майбутньому заохочує інвестування, розвиток нових підприємств та прийняття інноваційних рішень. Водночас розвиток людського капіталу, що включає інвестиції у сферу освіти, охорони здоров'я та підвищення кваліфікації, є базисом для забезпечення сталого економічного зростання через підвищення продуктивності та ефективності робочої сили.

Таким чином, досягнення ефективної логістики та економічного зростання вимагає комплексного підходу, що поєднує розвиток інфраструктури, соціально-економічну стабільність та активну інтеграцію новітніх технологій і управлінських практик. На рисунку 2 представлено концептуальну модель, яка демонструє взаємозв'язок між економічним розвитком і логістичною інфраструктурою через механізми міжнародної торгівлі. Модель ілюструє, як розвиток логістичної інфраструктури сприяє підвищенню ефективності торговельних процесів, що, своєю чергою, позитивно впливає на обсяги міжнародної торгівлі та, зрештою, відображається на зростанні валового внутрішнього продукту (ВВП) країни.

Аналіз обсягів вантажних перевезень різними видами транспорту в Україні до та після початку бойових дій є критично важливим для оцінки стійкості та адаптивності логістичної інфраструктури. Згідно з даними Державної служби статистики України, у 2021 році обсяг перевезених вантажів становив 621,3 млн тонн. У 2022 році цей показник знизився на 48,8% — до 318,2 млн тонн, що свідчить про значний вплив воєнних дій на транспортну систему країни [22].

У 2023 році спостерігалось часткове відновлення: обсяг перевезених вантажів зріс на 3,3% порівняно з 2022 роком і становив 327,9 млн тонн. Проте

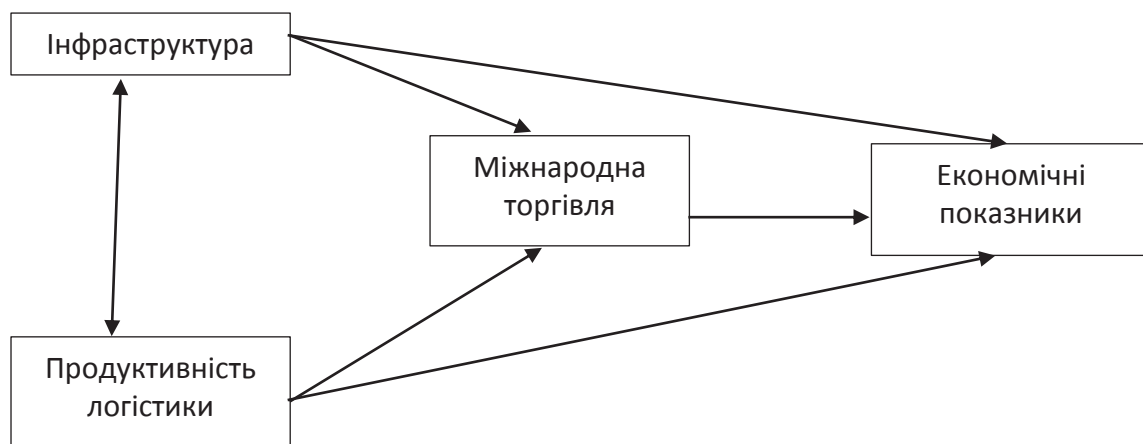


Рис. 2. Концептуальна модель взаємозв'язку економічного зростання та розвитку логістичної інфраструктури

Джерело: складено автором

Fig. 2. Conceptual model of the relationship between economic growth and logistics infrastructure development

Source: compiled by the author

цей показник все ще на 47,2% менший від рівня 2021 року, що підкреслює необхідність подальших зусиль для відновлення та модернізації логістичної інфраструктури. Залізничний та автомобільний транспорт залишаються домінуючими в структурі вантажних перевезень України. У 2023 році залізничним транспортом перевезено 148,4 млн тонн вантажів, що свідчить про поступове відновлення після значного спаду в 2022 році [22].

Індекс ефективності логістики (LPI) є інтегральним показником, що оцінює багатогранні аспекти функціонування логістичних систем країни. Цей показник включає такі ключові критерії, як ефективність митного контролю, якість транспортної інфраструктури, організацію міжнародних перевезень, а також швидкість, точність і прогнозованість доставки. Він є важливим інструментом для аналізу конкурентоспроможності логістичної інфраструктури в глобальних ланцюгах поставок. У 2023 році LPI України становив 2,70, що свідчить про певне зниження порівняно з 2014 роком – 2,98 [5]. Ця тенденція зумовлена як внутрішніми, так і зовнішніми викликами, зокрема впливом військових дій, економічної нестабільності та адаптацією до нових глобальних стандартів логістики. Разом із тим, деякі складові показників демонструють позитивні зрушення. Наприклад, покращився ранг за якістю торговельної та транспортної інфраструктури, можливістю відстежувати та простежувати вантажі, а також за компетентністю логістичних послуг. Водночас спостерігається зниження оцінки частоти своєчасної доставки та загального рівня ефективності логістики.

Кореляційний аналіз між показниками логістичної інфраструктури та експортно-імпоротною діяльністю України за період 2014–2023 років демонструє стійкий позитивний зв'язок. Найвищі коефіцієнти кореляції між розвитком логістичної інфраструктури та зростанням зовнішньоторговельних потоків спостерігалися у 2016 році. У 2023 році цей зв'язок дещо ослаб, що пояснюється змінами в глобальному середовищі та впливом військового стану. Проте більшість показників все ще підтримують помірну до сильну позитивну кореляцію (табл. 1).

Війна суттєво вплинула на логістичну систему України, спричинивши значні втрати, зокрема падіння на 43 позиції в рейтингу якості транспортної інфраструктури. Попри це, логістика України виявила адаптивність, завдяки заходам, таким як перенаправлення вантажів на сухопутні маршрути та розвиток дунайського порту для обходу морської блокади. Однак війна також виявила критичні слабкі сторони, зокрема у сфері складської логістики.

Розвиток логістичної інфраструктури України в сучасних умовах значною мірою залежить від геополітичної ситуації, рівня економічної стабільності та доступності інвестицій. Сценарний аналіз дозво-

ляє розглянути можливі траєкторії її розвитку, що відображають різні сценарії: оптимістичний, реалістичний та песимістичний.

1. Оптимістичний сценарій передбачає успішне завершення військових дій, активне залучення міжнародної допомоги та стабілізацію економіки. У цьому випадку Україна має можливість стати важливим логістичним вузлом у Східній Європі. Реалізація такого сценарію передбачає інтеграцію до Транс'європейської транспортної мережі (TEN-T), модернізацію портової інфраструктури, розвиток мультимодальних транспортних хабів та впровадження цифрових платформ для обміну інформацією в логістичних процесах. Активна співпраця з міжнародними фінансовими установами дозволить розширити нові торговельні коридори, зокрема через Дунайський регіон. Очікується, що це сприятиме зростанню ВВП на 4-5% щорічно, зниженню логістичних витрат на 20-25% та підвищенню міжнародного рейтингу логістичної ефективності України.

2. Реалістичний сценарій передбачає поступове відновлення економіки після завершення військових дій за умов обмежених ресурсів. У цьому випадку модернізація транспортної інфраструктури буде зосереджена на ключових коридорах, які забезпечують торгівлю з ЄС. Регіональні логістичні хаби в Західній Україні стануть важливими центрами для обробки вантажів. Часткова реконструкція пошкодженої інфраструктури дозволить відновити транспортні мережі, проте збережуться певні бюрократичні бар'єри, які обмежуватимуть ефективність логістики. У результаті зростання ВВП очікується на рівні 2-3% щорічно, з частковим зниженням витрат для експортерів та імпортерів.

3. Песимістичний сценарій передбачає тривалі військові дії, політичну нестабільність та низький рівень інвестицій. У такому випадку пошкоджена інфраструктура залишатиметься не відновленою, а міжнародні перевізники уникатимуть співпраці через високі ризики. Транзитний потенціал України буде суттєво знижено, оскільки товарні потоки переорієнтуються на обхідні маршрути. Це спричинить економічну стагнацію з мінімальним зростанням ВВП, збільшенням логістичних витрат та втратою позицій у міжнародних рейтингах.

Отже, оптимістичний сценарій є найбільш бажаним, однак його реалізація залежить від стабілізації геополітичної ситуації та активного залучення міжнародних партнерів. Реалістичний сценарій є більш ймовірним у сучасних умовах і передбачає поступове відновлення з обмеженими ресурсами. Песимістичний сценарій демонструє ризики, яких можна уникнути завдяки системному підходу до реформування логістичної системи. Цей аналіз підкреслює важливість стратегічного планування та інвестицій для забезпечення стійкого економічного зростання України.

Для системного аналізу викликів і можливостей логістичної інфраструктури в умовах війни доцільно провести SWOT-аналіз, представлений у таблиці 2.

SWOT-аналіз логістичної системи України акцентує увагу на ключових перевагах, таких як стратегічне географічне розташування, кваліфікована робоча сила та існуючі торговельні відносини з країнами ЄС та СНД. Ці аспекти створюють значний потенціал для розвитку. Водночас виявлено низку критичних проблем, зокрема пошкодження інфраструктури через військові дії, застарілі логістичні системи та неефективне регулювання, які обмежують можливості повноцінної інтеграції у глобальні ланцюги поставок.

Реалізація національної стратегії розвитку логістичної інфраструктури здійснюється через імплементацію положень Угоди про асоціацію з ЄС, що передбачає адаптацію національного законодавства до європейських стандартів. Основними завданнями в цьому контексті є:

1. Інтеграція міжнародних правових норм у регулювання логістичних операцій, що сприятиме гармонізації з регуляторною політикою ЄС.
 2. Впровадження кращих світових практик управління ланцюгами поставок для підвищення ефективності руху товарів.
 3. Розвиток контейнерних перевезень через покращення інфраструктури та співпрацю з міжнародними контейнерними перевізниками.
 4. Розробка методологій для оцінки ефективності логістики, створення системи моніторингу та обліку відповідних показників.
 5. Гармонізація законодавства з міжнародними рекомендаціями та стандартами, зокрема COT, ЄЕК ООН, ЄС та ЄАЕС.
 6. Підвищення кваліфікації персоналу та вдосконалення стандартів обслуговування відповідно до міжнародних норм.
- Ця стратегія спрямована на інтеграцію України у глобальні логістичні мережі, підвищення конкурен-

Таблиця 1

Кореляційна матриця показників логістичної інфраструктури та експорту і імпорту України у 2014-2023 рр.

Table 1

Correlation matrix of indicators of logistics infrastructure and exports and imports of Ukraine in 2014-2023

Показники	Експорт (середній показник)	Імпорт (середній показник)
Частота, з якою вантажі досягають вантажоодержувача протягом запланованого часу	0,86	0,88
Частота, з якою вантажі досягають вантажоодержувача в запланований час	0,85	0,87
Якість торговельної та транспортної інфраструктури	0,86	0,88
Якість торговельної та транспортної інфраструктури	0,86	0,88
Легкість організації міжнародних перевезень за конкурентними цінами	0,82	0,85
Можливість відстежувати та простежувати вантажі	0,80	0,79
Компетентність та якість логістичних послуг	0,80	0,83
Ефективність процесу митного оформлення	0,82	0,82
Загальний індекс LPI	0,85	0,87

Джерело: розраховано автором за матеріалами [22], [5]
Source: calculated by the author based on materials [22], [5]

Таблиця 2

SWOT-матриця розвитку логістичної інфраструктури України

Table 2

SWOT matrix for the development of Ukraine's logistics infrastructure

Сильні сторони	Слабкі сторони
Стратегічне розташування між Європою та Азією	Пошкодження інфраструктури через війну
Кваліфікована робоча сила	Застарілі логістичні системи та технології
Потенціал портів Чорного моря	Висока залежність від іноземних інвестицій
Інтеграція у європейські торговельні ланцюги	Неефективні митні та прикордонні процедури
Конкурентоспроможний експортний потенціал	Обмежені можливості складської логістики
Можливості	Загрози
Модернізація інфраструктури за підтримки міжнародних партнерів	Тривала війна та безпекові ризики
Інтеграція в глобальні ланцюги поставок	Порушення торговельних маршрутів
Автоматизація та цифровізація логістики	Економічна нестабільність та інфляція
Розвиток дунайських портів і сухопутних маршрутів	Міграція кваліфікованих кадрів
Розширення електронної комерції	Залежність від імпортованих енергоресурсів

Джерело: складено автором
Source: compiled by the author

госпроможності її транспортної інфраструктури та сприяння сталому економічному розвитку країни.

Для забезпечення ефективного обміну інформацією на національному та міжнародному рівнях необхідно виконати такі завдання:

1. Впровадження електронного документообігу, що сприятиме оптимізації маршрутизації товарів у логістичних мережах.

2. Розробка єдиної цифрової логістичної платформи України з її інтеграцією в міжнародні інформаційні системи, що забезпечить прозорість та інтеграцію процесів.

3. Адаптація цифрової інфраструктури транспортних коридорів до глобальних інформаційних стандартів для підвищення їхньої конкурентоспроможності.

4. Уніфікація протоколів обміну інформацією між учасниками логістичних процесів, що зменшить втрати часу та ризики помилок.

5. Використання електронних форм комерційних і транспортних документів у міжнародному переміщенні вантажів, що сприятиме спрощенню бюрократичних процедур.

6. Розвиток систем електронної торгівлі логістичними послугами, що покращить доступ до сервісів та їхню ефективність.

Розвиток логістичної інфраструктури та створення мультимодальних логістичних центрів вимагає реалізації наступних завдань:

1. Розвиток інфраструктури мультимодальних логістичних центрів, які інтегруватимуться у національні та міжнародні ланцюги поставок.

2. Планування інфраструктури з урахуванням територіального розвитку транспортних вузлів (залізничних станцій, портів, аеропортів, терміналів) відповідно до принципів інтермодальності.

3. Інтеграція інфраструктури у глобальні ланцюги поставок та транспортні коридори з перспективою розвитку до 2030 року.

4. Розширення термінальної та складської інфраструктури для підтримки зростання контейнерних перевезень.

5. Комплексний підхід до модернізації логістичної інфраструктури, включаючи її фінансування та програмне забезпечення.

6. Модернізація транспортних ресурсів та впровадження інноваційних рішень відповідно до Цілей сталого розвитку ООН.

Ці завдання формують підґрунтя для створення ефективних програм і стратегій фінансування, які забезпечать стійкий розвиток логістичної системи України. На рисунку 3 наведено ключові чинники розвитку національної логістичної системи.

Розробка стратегічних цілей національної логістичної системи України базується на трьох ключових векторах, що визначають можливі сценарії розвитку галузі:

Сприяння економічному зростанню через розвиток національного ринку товарів та послуг.

Розвиток ринку логістичних послуг шляхом залучення інноваційних рішень.

Максимізація транзитного потенціалу країни завдяки модернізації інфраструктури та створенню нових транспортних коридорів.

На рис. 4 представлено дворівневий підхід до стратегічного розвитку логістичної системи України, який поєднує короткострокові заходи з довгостроковими інфраструктурними ініціативами. Цей підхід спрямований на досягнення стійкості та конкурентоспроможності логістичної галузі у глобальному масштабі.

Впровадження спеціальних об'їзних смуг для вантажівок є важливим кроком у зменшенні заток і пришвидшенні переміщення товарів, що підвищить ефективність транспортної інфраструктури. Для забезпечення безперервності торговельних потоків необхідно оптимізувати обробку документів та митних процедур, створюючи умови для їх цілодобового функціонування. Це мінімізує затримки та підвищить швидкість обігу товарів. Важливим пріоритетом також є розвиток контейнеризації, зокрема переведення зернових перевезень на контейнерні системи, що забезпечить оперативність перевантаження між українськими та європейськими залізничними платформами, підвищуючи інтеграцію в міжнародні транспортні коридори. Для стимулювання торговельної активності необхідно залучити міжнародні фінансові установи та кредитні агентства, які можуть надати додаткові гарантії для транспортних компаній ЄС. Це сприятиме зменшенню ризиків та стимулюватиме міжнародних перевізників до активного співробітництва з українським ринком.

Висновки. Отже, довгострокові інфраструктурні ініціативи мають забезпечити економічну інтеграцію України з Європейським Союзом. Одним із ключових напрямів є адаптація української залізничної мережі до стандартів європейської колії, що сприятиме безперешкодному переміщенню вантажів і посиленню взаємозв'язку транспортних мереж. Покращення судноплавності Рейн-Дунайського коридору відкриє додаткові можливості для водних вантажних перевезень, забезпечуючи доступ до критично важливих транспортних маршрутів.

Розвиток внутрішньої транспортної інфраструктури, включаючи модернізацію доріг, мостів та залізничних колій, є передумовою для ефективного функціонування внутрішніх логістичних систем. Створення сучасних логістичних центрів у стратегічно важливих регіонах, таких як Львівська, Рівненська та Закарпатська області, підвищить ефективність обробки та розподілу вантажів, сприяючи активізації торгівлі з країнами ЄС.

Інтеграція України до Транс'європейської транспортної мережі (TEN-T) дозволить безпосередньо

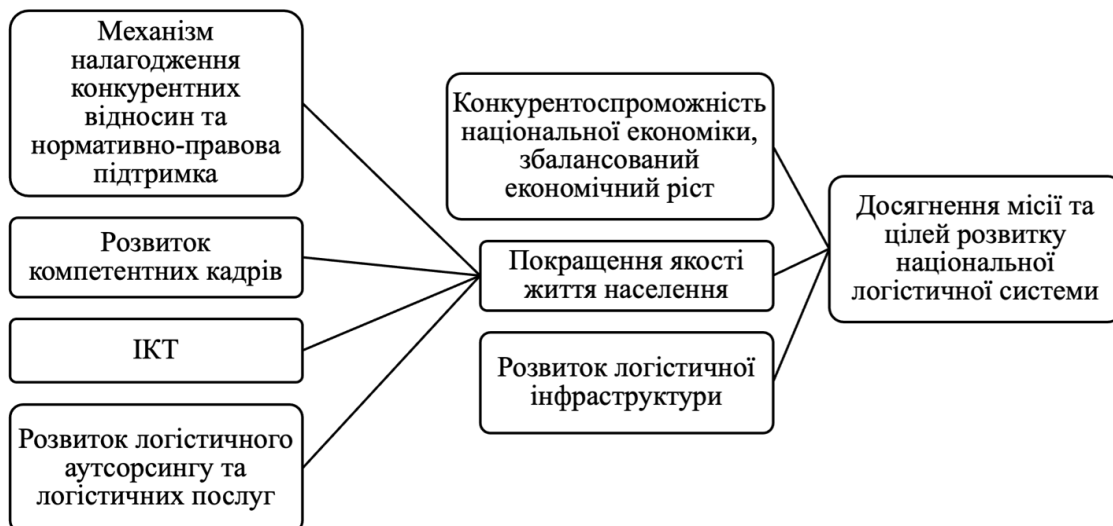


Рис. 3. Ключові чинники розвитку логістичної системи України

Джерело: складено автором

Fig. 3. Key factors in the development of the logistics system of Ukraine

Source: compiled by the author

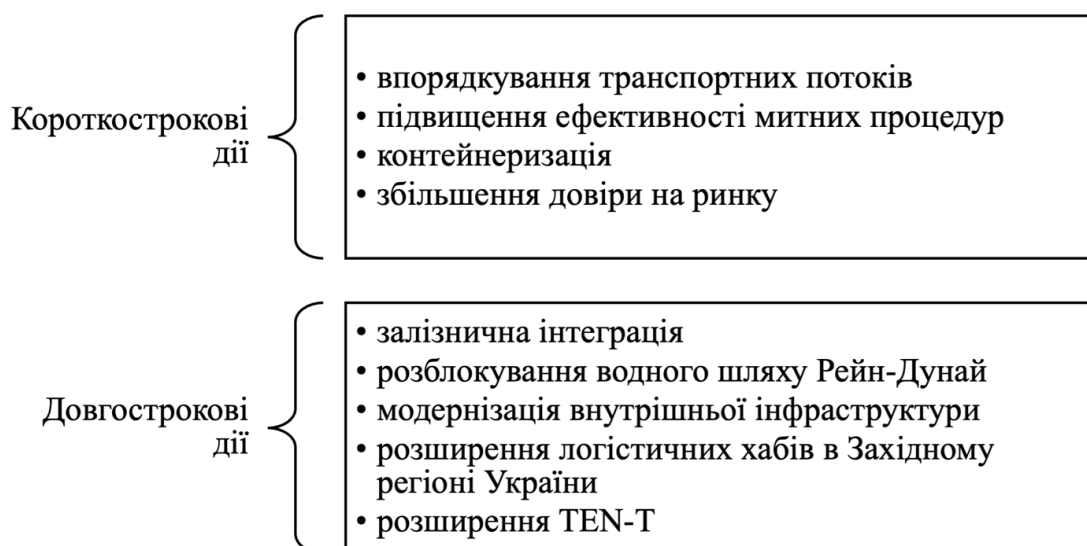


Рис. 4. Комплексний підхід до розвитку логістичної інфраструктури України

Джерело: складено автором

Fig. 4. Integrated approach to the development of logistics infrastructure in Ukraine

Source: compiled by the author

підключитися до розгалуженої європейської транспортної інфраструктури, що посилить економічні зв'язки та торговельну співпрацю. Цей процес має включати впровадження єдиних тарифних ставок, розширення пільгових умов для вантажів, що прямують до Транскаспійського міжнародного

транспортного маршруту, та розвиток поромного сполучення з Туреччиною і Грузією. Реалізація цих заходів сприятиме інтеграції України в глобальні ланцюги постачання, збільшенню транзитного потенціалу та зміцненню економічної співпраці з міжнародними партнерами.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Gameliak I. P., Dmytrychenko A. M., Vakarchuk I. M. Philosophy of applied reliability and safety of Ukraine new transport infrastructure. *Intellectualization of Logistics and Supply Chain Management*. 2021. Vol. 6, №1. P. 23–36. DOI: <https://doi.org/10.46783/smart-scm/2021-6-2>.

2. Hryniv N. T., Ravlikovska A. A. Restructuring logistics under martial law in Ukraine. *Academic Visions*. 2022. №13. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.7411975>.
3. Kalycheva N. Ye. The role of transport and logistics systems in ensuring sustainable economic development. *Bulletin of Transport and Industry Economics*. 2017. №58. P. 103–109. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vetp_2017_58_14 (дата звернення: 26.11.2024).
4. Logistics Global HR Trends. *GI Group Holding*. 2023. URL: <https://www.gigroupholding.com/wp-content/uploads/2022/11/Logistics-Global-HR-Trends.pdf> (дата звернення: 26.11.2024).
5. Logistics Performance Index (LPI). *World Bank*. URL: [https://databank.worldbank.org/source/logistics-performance-index-\[lpi\]](https://databank.worldbank.org/source/logistics-performance-index-[lpi]) (дата звернення: 26.11.2024).
6. Maliuta L., Rudan V., Balushevskiy K. Problems and perspectives of the development of transport logistics in Ukraine under the conditions of martial state. *Economic Analysis*. 2023. Vol. 33. P. 153–164. DOI: <https://doi.org/10.35774/econa2023.03.153>.
7. Ministry of Economic Development and Trade of Ukraine. Sustainable Development Goals: Ukraine. National Report. 2017. URL: <https://www.kmu.gov.ua/storage/app/sites/1/natsionalna-dopovid-csr-Ukrainy.pdf> (дата звернення: 26.11.2024).
8. National Council for the Restoration of Ukraine from the Consequences of War. Draft Recovery Plan for Ukraine. Materials of the Working Group «Restoration and Development of Infrastructure». 2022. URL: <https://www.kmu.gov.ua/storage/app/sites/1/recoveryrada/ua/restoration-and-development-of-infrastructure.pdf> (дата звернення: 26.11.2024).
9. Sakalasuriya M., Haigh R., Amaratunga D. A conceptual framework to analyse consequences of post conflict reconstruction interventions. *Procedia Engineering*. 2018. Vol. 212. P. 894–901. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.proeng.2018.01.115>.
10. Smerichevska S., Shtyk Y., Strizhov O. Analysis of the state and development trends of the transport infrastructure of Ukraine. *Digital Economy and Economic Security*. 2023. №9. P. 56–62. DOI: <https://doi.org/10.32782/dees.9-10>.
11. Tubis A., Kopustinskas V., Simola K. Creating Safe and Resilient Logistic Systems: Proceedings of the 59th ESReDA Seminar. *EUR 31120 EN. Luxembourg: Publications Office of the European Union*, 2022. DOI: <https://doi.org/10.2760/056276>.
12. Горошкова Л., Бакурова А., Сумець О., Триснюк В., Шумейко В. Математичне моделювання транспортно-логістичної інфраструктури для повоєнного відновлення України. *Екологічна безпека та природокористування*. 2024. Т. 50, № 2. С. 142–156. DOI: <https://doi.org/10.32347/2411-4049.2024.2.142-156>.
13. Лоза С. Інвестування транспортної галузі як основа відновлення економіки країни. *Modeling the Development of the Economic Systems*. 2023. №1. С. 200–211. DOI: <https://doi.org/10.31891/mdes/2023-7-28>.
14. Лучникова Т. П., Тарновська І. В., Воробйов Є. В. Адаптація транспортних підприємств України до умов воєнного стану. *Бізнес Інформ*. 2023. №1. С. 116–122. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2023-1-116-122>.
15. Маматова Т. В., Назар С. К. Забезпечення стійкості транспортно-логістичної інфраструктури в Україні: нормативне підґрунтя, виклики та перспективи. *Дніпровський науковий часопис публічного управління, психології, права*. 2024. №3. С. 59–63. DOI: <https://doi.org/10.51547/ppp.dp.ua/2024.3.9>.
16. Мороз С., Левченко С. Логістична галузь України: економічне значення галузі, втрати та перспективи розвитку в умовах війни. *Development Service Industry Management*. 2023. № 3. С. 75–82. DOI: [https://doi.org/10.31891/dsim-2023-3\(11\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2023-3(11)).
17. Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на 2021–2027 роки : Постанова Кабінету Міністрів України № 695 від 05.08.2020 р. . URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/695-2020-п#Text> (дата звернення: 26.11.2024).
18. Про затвердження Національної економічної стратегії на період до 2030 року : Постанова Кабінету Міністрів України № 179 від 03.03.2021 р. . URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/179-2021-п#Text> (дата звернення: 26.11.2024).
19. Про схвалення Національної транспортної стратегії України на період до 2030 року : Розпорядження Кабінету Міністрів України № 430-р від 30.05.2018 р. . URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/430-2018-п#n13> (дата звернення: 26.11.2024).
20. Про Цілі сталого розвитку України на період до 2030 року : Указ Президента України № 722 від 30.09.2019 р. . URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/722/2019#Text> (дата звернення: 26.11.2024).
21. Пусева М. Стратегічні напрями відновлення та розвитку транспортної інфраструктури України. *Економіка та суспільство*. 2023. №49. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-49-37>.
22. Транспорт України 2023. *Державна служба статистики України*. URL: https://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2024/zb/10/zb_Trans_23.pdf (дата звернення: 26.11.2024).
23. Червякова В. Організаційно-методологічні підходи до післявоєнного відновлення транспортно-логістичної інфраструктури України. *Журнал європейської економіки*. 2024. Т. 22, №4. С. 597–622. URL: <https://jeej.wunu.edu.ua/index.php/ukjee/article/view/1725> (дата звернення: 26.11.2024).

Стаття надійшла до редакції 10.10.2024

Стаття рекомендована до друку 11.11.2024

Andriy Polivantsev, PhD, Associate Professor at the Department of International Economic Relations and Logistics, V.N. Karazin Kharkiv National University, Svobody sq., 4, Kharkiv, Ukraine, 61022, e-mail: polivantsev@karazin.ua, ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-4388-5595>

PRIORITIES FOR THE DEVELOPMENT OF LOGISTICS INFRASTRUCTURE IN UKRAINE

The article explores the current state and prospects for the development of Ukraine's logistics infrastructure, focusing on its key components, challenges, and strategic directions for transformation under modern challenges such as war and economic instability. The primary goal of the study is to identify the priorities and strategic directions for the development of Ukraine's logistics infrastructure to enhance its competitiveness and integration into global supply chains. The research employs a systematic approach, which includes analyzing the current state of logistics infrastructure and applying strategic planning methods to determine key development priorities. The analysis is based on the SWOT methodology, enabling the assessment of strengths, weaknesses, opportunities, and threats for Ukraine's logistics system. The article identifies three key strategic vectors for the development of the logistics sector: fostering economic growth by strengthening the domestic market, expanding the logistics services market, and realizing the country's transit potential. Particular attention is given to measures such as containerization of freight transport, integration of Ukraine's railway network into the European system, development of multimodal transport hubs, modernization of internal infrastructure, and adaptation of logistics processes to the standards of the Trans-European Transport Network (TEN-T). The results obtained can be applied in the formation of a national strategy for the development of Ukraine's transport and logistics infrastructure, as well as in the activities of enterprises engaged in international transportation and logistics services. The implementation of the proposed measures will contribute to Ukraine's integration into international supply chains, optimization of logistics costs, improvement of trade operations efficiency, and unlocking the country's transit potential. The proposed approach ensures a balance between immediate solutions and long-term infrastructure initiatives, which are essential for the stable development of Ukraine's logistics system.

Keywords: *logistics infrastructure, transit potential, multimodal corridors, international trade, containerization, economic development.*

REFERENCES

1. Gameliak, I. P., Dmytrychenko, A. M., & Vakarchuk, I. M. (2021). Philosophy of applied reliability and safety of Ukraine new transport infrastructure. *Intellectualization of Logistics and Supply Chain Management*, 6(1), 23–36. <https://doi.org/10.46783/smart-scm/2021-6-2>
2. Hryniv, N. T., & Ravlikovska, A. A. (2022). Restructuring logistics under martial law in Ukraine. *Academic Visions*, 13. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7411975>
3. Kalycheva, N. Ye. (2017). The role of transport and logistics systems in ensuring sustainable economic development. *Bulletin of Transport and Industry Economics*, 58, 103–109. Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vetp_2017_58_14 (accessed 26.11.2024)
4. GI Group Holding. (2023). Logistics Global HR Trends. Available at: <https://www.gigroupholding.com/wp-content/uploads/2022/11/Logistics-Global-HR-Trends.pdf> (accessed 26.11.2024)
5. World Bank. (n.d.). Logistics Performance Index (LPI). Available at: <https://databank.worldbank.org/source/logistics-performance-index-lpi> (accessed 26.11.2024)
6. Maliuta, L., Rudan, V., & Balushevskiy, K. (2023). Problems and perspectives of the development of transport logistics in Ukraine under the conditions of martial state. *Economic Analysis*, 33, 153–164. <https://doi.org/10.35774/econa2023.03.153>
7. Ministry of Economic Development and Trade of Ukraine. (2017). Sustainable Development Goals: Ukraine. National Report. Available at: <https://www.kmu.gov.ua/storage/app/sites/1/natsionalna-dopovid-csr-Ukrainy.pdf> (accessed 26.11.2024)
8. National Council for the Restoration of Ukraine from the Consequences of War. (2022). Draft Recovery Plan for Ukraine. Materials of the Working Group "Restoration and Development of Infrastructure". Available at: <https://www.kmu.gov.ua/storage/app/sites/1/recoveryrada/ua/restoration-and-development-of-infrastructure.pdf> (accessed 26.11.2024)
9. Sakalasuriya, M., Haigh, R., & Amaratunga, D. (2018). A conceptual framework to analyse consequences of post conflict reconstruction interventions. *Procedia Engineering*, 212, 894–901. <https://doi.org/10.1016/j.proeng.2018.01.115>
10. Smerichevska, S., Shtyk, Y., & Strizhov, O. (2023). Analysis of the state and development trends of the transport infrastructure of Ukraine. *Digital Economy and Economic Security*, 9, 56–62. <https://doi.org/10.32782/dees.9-10>
11. Tubis, A., Kopustinskas, V., & Simola, K. (2022). Creating Safe and Resilient Logistic Systems: Proceedings of the 59th ESReDA Seminar. *EUR 31120 EN*. Luxembourg: Publications Office of the European Union. <https://doi.org/10.2760/056276>
12. Goroshkova, L., Bakurova, A., Sumets, O., Trysniuk, V., & Shumeiko, V. (2024). Matematychni modeliuvannia transportno-lohistychnoi infrastruktury dlia povoyennoho vidnovlennia Ukrainy [Mathematical modeling of transport and logistics in-

frastructure for post-war reconstruction of Ukraine]. *Ecological Safety and Nature Management*, 50(2), 142–156. (in Ukrainian). <https://doi.org/10.32347/2411-4049.2024.2.142-156>

13. Loza, S. (2023). Investuvannia transportnoi haluzi yak osnova vidnovlennia ekonomiky krainy [Investments in the transport industry as a basis for the recovery of the country's economy]. *Modeling the Development of the Economic Systems*, 1, 200–211. (in Ukrainian). <https://doi.org/10.31891/mdes/2023-7-28>

14. Luchnykova, T. P., Tarnovska, I. V., & Vorobiov, Ye. V. (2023). Adaptatsiia transportnykh pidpriemstv Ukrainy do umov voiennoho stanu [Adaptation of Ukrainian transport enterprises to the conditions of martial law]. *Business Inform*, 1, 116–122. (in Ukrainian). <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2023-1-116-122>

15. Mamatova, T. V., & Nazar, S. K. (2024). Zabezpechennia stiikosti transportno-lohistychnoi infrastruktury v Ukraini: normatyvne pidgrunttia, vyklyky ta perspektyvy [Ensuring the sustainability of transport and logistics infrastructure in Ukraine: Normative basis, challenges, and prospects]. *Dnipro Scientific Journal of Public Administration, Psychology, Law*, 3, 59–63. (in Ukrainian). <https://doi.org/10.51547/ppp.dp.ua/2024.3.9>

16. Moroz, S., & Levchenko, S. (2023). Lohistychna haluz Ukrainy: ekonomichne znachennia haluzi, vtraty ta perspektyvy rozvytku v umovakh viiny [The logistics industry of Ukraine: Economic significance, losses, and development prospects under martial law]. *Development Service Industry Management*, 3, 75–82. (in Ukrainian). [https://doi.org/10.31891/dsim-2023-3\(11\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2023-3(11))

17. Cabinet of Ministers of Ukraine. (2020). Pro zatverdzhennia Derzhavnoi stratehii rehionalnoho rozvytku na 2021–2027 roky : Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy № 695 vid 05.08.2020 r [On the approval of the State Strategy for Regional Development for 2021–2027: Resolution № 695 dated August 5, 2020]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/695-2020-n#Text> (accessed 26.11.2024)

18. Cabinet of Ministers of Ukraine. (2021). On the approval of the National Economic Strategy for the period up to 2030: Resolution № 179 dated March 3, 2021. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/179-2021-n#Text> (accessed 26.11.2024)

19. Cabinet of Ministers of Ukraine. (2018). Pro zatverdzhennia Natsionalnoi ekonomichnoi stratehii na period do 2030 roku : Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy № 179 vid 03.03.2021 r. [On the approval of the National Transport Strategy of Ukraine for the period up to 2030: Order № 430-p dated May 30, 2018]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/430-2018-p#n13> (accessed 26.11.2024)

20. President of Ukraine. (2019). On the Sustainable Development Goals of Ukraine for the period up to 2030: Decree № 722 dated September 30, 2019. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/722/2019#Text> (accessed 26.11.2024)

21. Puseva, M. (2023). Stratehichni napriamy vidnovlennia ta rozvytku transportnoi infrastruktury Ukrainy [Strategic directions for the restoration and development of Ukraine's transport infrastructure]. *Economy and Society*, 49. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-49-37>

22. Transport of Ukraine 2023. (2023). State Statistics Service of Ukraine. Available at: https://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2024/zb/10/zb_Trans_23.pdf (accessed 26.11.2024)

23. Chervyakova, V. (2024). Orhanizatsiino-metodolohichni pidkhody do pisliavoiennoho vidnovlennia transportno-lohistychnoi infrastruktury Ukrainy [Organizational and methodological approaches to post-war restoration of transport and logistics infrastructure in Ukraine]. *Journal of European Economy*, 22(4), 597–622. (in Ukrainian). Available at: <https://jeej.wunu.edu.ua/index.php/ukjee/article/view/1725> (accessed 26.11.2024)

The article was received by the editors 10.10.2024

The article is recommended for printing 11.11.2024

ДОСЛІДЖЕННЯ ТУРИЗМУ ТА ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

DOI: 10.26565/2310-9513-2024-20-06
УДК 338.48-6:7/8](510)

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМУ В КИТАЇ: ДОСВІД ДЛЯ УКРАЇНИ

Гапоненко Ганна Ігорівна

канд. екон. наук, доцент,
доцент кафедри світової політики,
дипломатії та туристичного бізнесу
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
майдан Свободи, 4, м. Харків, Україна, 61022
e-mail: a.i.gaponenko@karazin.ua
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8998-4795>

Євтушенко Олена Віталіївна

канд. екон. наук, доцент,
доцент кафедри світової політики,
дипломатії та туристичного бізнесу
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
майдан Свободи, 4, м. Харків, Україна, 61022
e-mail: evevtushenko@karazin.ua
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9729-1435>

Шамара Ірина Миколаївна

канд. екон. наук, доцент,
доцент кафедри світової політики,
дипломатії та туристичного бізнесу
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
майдан Свободи, 4, м. Харків, Україна, 61022
email: shamara@karazin.ua
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2431-9185>

У статті розглядаються особливості розвитку культурного туризму в Китайській Народній Республіці (КНР), яка є однією з провідних країн світу у сфері збереження культурної спадщини та інтеграції її в туристичну індустрію. Предметом статті є особливості розвитку культурного туризму Китаю. Метою статті є дослідження успіху Китаю в розвитку культурного туризму з всебічним вивченням потенційних можливостей для українського туристичного ринку. Завдання, які були поставлені для досягнення мети, полягають в наступному: вивчити ключові чинники, що сприяють успішному розвитку туристичної індустрії в КНР, зокрема державну політику, інфраструктурні проекти, цифровізацію та охорону культурної спадщини; визначити роль проектів, таких як «Один пояс, один шлях», у просуванні культурного туризму на міжнародному рівні та розвитку культурного обміну; сформулювати рекомендації щодо впровадження успішних китайських практик в українській туристичній індустрії, включно з розвитком інфраструктури, цифрових технологій та культурних проектів. В основі методології дослідження лежать історико-культурні, соціокультурні, порівняльні та статистичні підходи. Основні результати дослідження. Проаналізовано ключові чинники успішного розвитку культурного туризму в Китаї, зокрема державну політику, стратегічне планування, інфраструктурні проекти та активну цифровізацію культурної сфери. Особливу увагу приділено ініціативі «Один пояс, один шлях», яка сприяє міжнародному культурному обміну та популяризації китайської культури у світі. Здійснено порівняльний аналіз між китайським досвідом і можливостями для України, де культурний туризм має значний потенціал. Визначено перспективи впровадження кращих практик Китаю для розвитку українського культурного туризму. Висновки. Україна має всі шанси досягти схожих результатів, адаптуючи китайські практики до своїх умов. Інвестиції у збереження культурної спадщини, розвиток інфраструктури та створення тематичних продуктів допоможуть нашій країні стати більш привабливою для міжнародних туристів.

Ключові слова: культурний туризм, Китай, туристична індустрія, культурна спадщина, досвід, Україна, стратегія розвитку, ініціатива «Один пояс, один шлях».

Як цитувати: Гапоненко Г.І., Євтушенко О.В., Шамара І.М. Особливості розвитку культурного туризму в Китаї: досвід для України. *Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм»*. 2024. № 20. С. 52–59. DOI: <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2024-20-06>

In cites: Haponenko H., Yevtushenko O., & Shamara I. (2024). Features of cultural tourism development in China: experience for Ukraine. *The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series International Relations. Economics. Country Studies. Tourism*, (20), 52–59. <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2024-20-06> (in Ukrainian)

Постановка проблеми. Китай – це країна, де сучасність і стародавні традиції співіснують у гармонії, створюючи унікальне середовище для розвитку культурного туризму. Завдяки багатій історії, що нараховує понад п'ять тисяч років, і численним культурним надбанням, Китай став однією з найбільш привабливих країн для туристів з усього світу.

Одним із найвідоміших символів Китаю є Велика китайська стіна, яка вражає своїми масштабами та інженерними рішеннями. Це одна з найпопулярніших пам'яток серед туристів, що демонструє військову міць та архітектурний геній давніх часів. Не менш захоплюючою є Терракотова армія у місті Сіань, створена для охорони імператора Цинь Шихуана в потойбічному світі. Відвідини цього археологічного комплексу дозволяють глибше зрозуміти велич імператорської епохи.

Китай відомий своєю багатогранною культурою, яка включає чайну церемонію, каліграфію, гончарство та бойові мистецтва. Культурний туризм часто супроводжується участю в майстер-класах із цих традиційних ремесел. Наприклад, у місті Цзіндечжень туристи можуть створити власні вироби з фарфору, а в Ханчжоу дізнатися секрети приготування чаю лунцзін.

Китайські свята, такі як Свято весни (Китайський Новий рік) чи Фестиваль середини осені, також приваблюють мільйони відвідувачів. Під час цих подій можна побачити традиційні танці, спробувати місцеву кухню та насолодитися святковою атмосферою.

Країна є батьківщиною таких філософських і релігійних вчень, як конфуціанство, даосизм і буддизм. Храми, монастирі та пагоди розкидані по всій країні. Наприклад, Храм Неба в Пекіні є місцем, де імператори молилися про гарний врожай, а гора Емейшань – священна буддистська вершина, відома своїми монастирями і духовною атмосферою.

Сучасні китайські мегаполіси, такі як Шанхай, Гонконг та Пекін, гармонійно доповнюють культурний досвід туристів. Тут можна побачити інноваційну архітектуру, відвідати світові музеї та виставки. Наприклад, Шанхайський музей вражає багатством артефактів, а Гонконгський музей історії пропонує інтерактивні експозиції.

Китай – це приклад країни, яка вдало використовує свою багату історичну, культурну та природну

спадщину для розвитку туризму. Завдяки тисячолітній історії, багатству традицій, сучасним технологіям та стратегічному підходу до розвитку туристичної інфраструктури, Китай став однією з провідних країн у сфері культурного туризму. Україна, маючи власний унікальний культурний потенціал, може взяти на озброєння досвід Китаю для підвищення своєї туристичної привабливості.

Аналіз останніх наукових досліджень. Дослідження феномену культурного туризму Китаю викладено в працях зарубіжних і вітчизняних науковців: Лина Чжонг, Биху Ву, Моррісон М., Мальська М. П., Антонюк Н. В., Ганич Н. М., Сизикін А. М., Широкова А. В. та ін.

Метою статті є дослідження успіху Китаю в розвитку культурного туризму з всебічним вивченням потенційних можливостей для українського туристичного ринку.

В основі **методології дослідження** лежать історико-культурні, соціокультурні, порівняльні та статистичні підходи.

Виклад основного матеріалу. За останні десятиліття громадяни Китаю стали свідками безпрецедентного підвищення рівня життя, викорінення абсолютної бідності та будівництва суспільства середньої заможності. Бажання подорожей продовжує зростати та ширитись серед китайців, які прагнуть підвищити якість свого життя.

Тим часом зростаючий туристичний сектор Китаю завдяки своїй відкритості також надає значні можливості для розширення взаємного навчання та обмінів між цивілізаціями. У 2023 р. Китай відвідали 82,03 млн. зарубіжних туристів, у той час як самі жителі Піднебесної здійснили 100,96 млн. виїзних поїздок. У 2023 р. витрати туристів з Китаю на поїздки за кордон досягли \$196,5 млрд, випередивши США (\$150 млрд), Німеччину (\$112 млрд), Велику Британію (\$110 млрд) та Францію (\$49 млрд) [9].

Згідно з даними Всесвітньої туристичної організації, в минулому році Китай повернув собі позицію глобального лідера щодо витрат на міжнародний туризм, оскільки Азіатсько-Тихоокеанський регіон продовжує відновлюватися після наслідків пандемії. США, які у 2022 р. очолювали рейтинг країн із витрат міжнародних мандрівників, спустилися на друге місце. У той же час витрати міжнародних туристів склали трохи більше ніж 406 млрд юанів

(\$56 млрд), що майже на 58% нижче допандемічних показників [11].

Обсяг китайського ринку туризму та готельного бізнесу оцінюється в 2024 р. в 420,80 млрд. доларів США і, як очікується, досягне 554,41 млрд. доларів США до 2029 року, при цьому середньорічний темп зростання складе 5,67% протягом прогнозованого періоду (2024-2029 рр.) [9] (рис.1).

За даними звіту про економічний вплив (EIR) за 2024 рік, проведеного Всесвітньою радою з туризму та подорожей (WTTC), внесок туристичного сектору Китаю в національну економіку досягне рекордних 12,62 трлн юанів (\$1,7 трлн) до кінця року [8] (рис.2).

У 2023 році загальний внесок індустрії подорожей і туризму становив близько 7,3 відсотка від загального ВВП Китаю. Це дорівнювало понад 9,2 трлн юанів або приблизно 1,3 трлн доларів США, що на 24% менше порівняно з рівнем 2019 р. За оцінками, внесок індустрії подорожей і туризму у ВВП країни зросте до 9,6 відсотка в 2024 році [8] (рис.3).

У 2023 р. в індустрії подорожей і туризму в Китаї було майже 77,5 мільйонів робочих місць, тоді як за оцінками в 2024 році їх кількість перевищувала 80 мільйонів. За прогнозами, рівень зайнятості в туристичному секторі Китаю цього року становитиме 10,6% від загальної кількості робочих місць у країні, що лише на 2% менше за показники 2019 року [8] (див. рис.4).

Ситуація із зайнятістю в китайській індустрії подорожей і туризму погіршилася під час пандемії COVID-19, однак, за прогнозами, кількість робочих місць зростатиме.

За період з 2012 по 2021 рр. середньорічний темп зростання доходів від внутрішнього туризму

становив 10,6%, а з 2012 по 2019 рік внутрішній турпотік подвоївся. Згідно з інформацією, наданою Міністерством культури та туризму Китаю, за підсумками 2023 р. сукупний показник туристичної галузі в Китаї становив 4,89 млрд осіб, що на 93,3% більше, ніж рік тому. Серед них кількість поїздок міських жителів становила 3,75 мільярда, що на 95% більше, ніж в 2022 р. Більше того, за рік мандрівники всередині країни витратили понад 4,91 трлн юанів (близько 691 млрд дол. США), що на 140,3% більше, ніж у 2022 році [6].

Витрати внутрішніх туристів минулого року також зростали повільніше і досягли трохи більше ніж 5 трлн юанів (\$690 млрд), що на 17,2% менше порівняно з рівнем 2019 року. Спільно з Oxford Economics, лідером у сфері глобального економічного аналізу, WTTC визначила, що витрати китайців на внутрішні подорожі у 2024 році також сягнуть нових висот і становитимуть 6,79 трлн юанів (\$940 млрд) [6].

Затримка у відкритті кордонів після пандемії COVID-19 стала однією з причин повільного відновлення сектору туризму в країні. Китай відновив прийом іноземних туристів лише у 2023 році, що значно вплинуло на динаміку відновлення галузі.

Потрібно зазначити, що Китай запровадив політику безвізового доступу для груп іноземних туристів з 41 країни (станом на 30 листопада 2024 р.). Уряд інвестує у розвиток туристичної інфраструктури, включаючи будівництво нових готелів, аеропортів та транспортних маршрутів. Китайські туристичні компанії отримують державну підтримку та фінансування для просування туризму у Китаї за кордоном [9].

Важливим зрушенням у туристичній сфері Китаю стало зростання інтересу до культурного

China Tourism and Hotel Market

Market Size in USD Billion

CAGR 5.67%

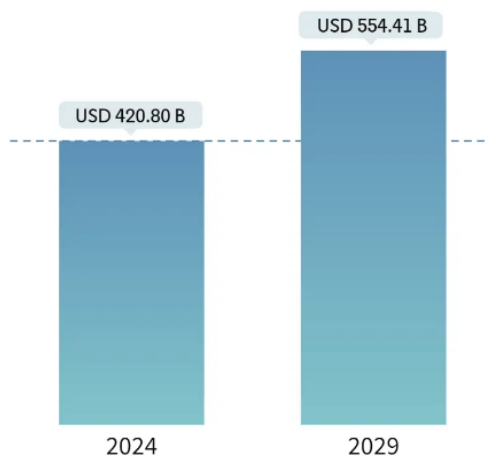


Рис.1. Прогноз зростання обсягу китайського ринку туризму та готельного бізнесу (2023 р. – базовий) [9]

Fig. 1. Forecast of growth of the volume of the Chinese tourism and hospitality market (2023 - baseline) [9]

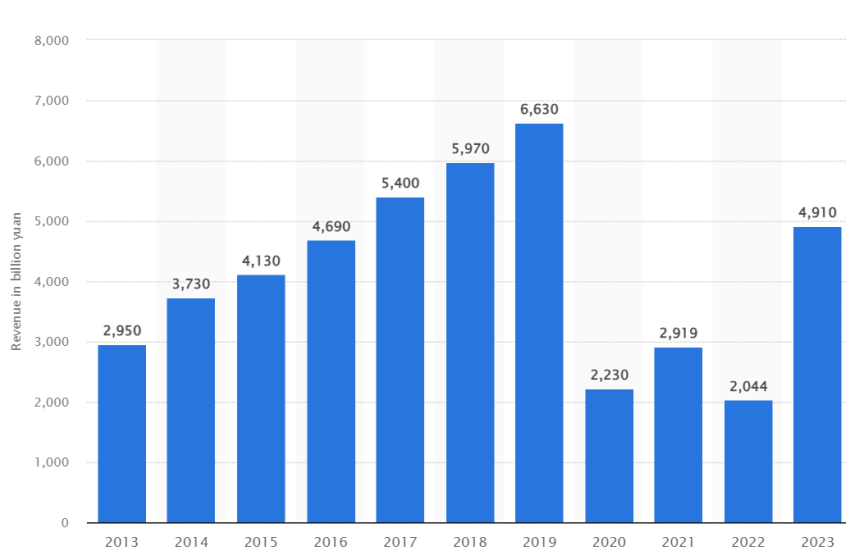


Рис.2. Дохід Китаю від туризму з 2013 по 2023 рік (у мільярдах юанів) [8]
Fig. 2. China's tourism revenue from 2013 to 2023 (in billion yuan) [8]

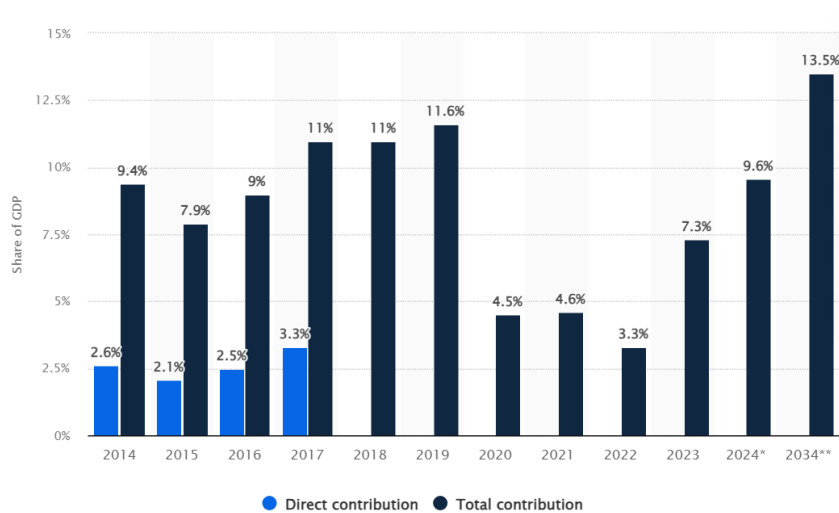


Рис.3. Частка індустрії подорожей і туризму у ВВП Китаю з 2014 по 2024 рік з прогнозом на 2034 рік [8]
Fig. 3. Share of travel and tourism industry in China's GDP from 2014 to 2024 with a forecast for 2034 [8]

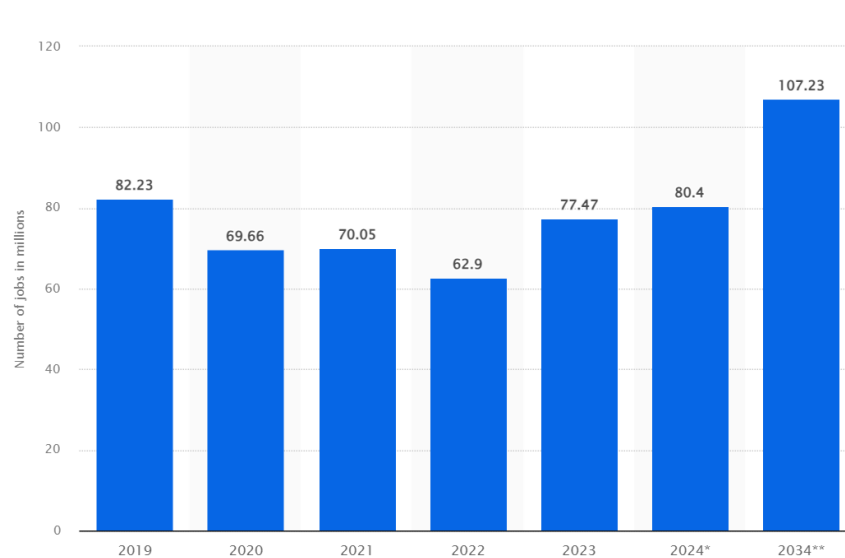


Рис.4. Загальна кількість робочих місць у сфері подорожей і туризму в Китаї з 2019 по 2024 роки з прогнозом на 2034 рік [8]
Fig. 4. Total number of travel and tourism jobs in China from 2019 to 2024 with a forecast for 2034 [8]

туризму, де традиційна спадщина гармонійно поєднується із сучасними форматами подорожей. Країна активно зберігає та популяризує свої багаті історичні й культурні надбання, а культурний туризм, що пропонує захопливий досвід та інтерактивну взаємодію, набуває ключового значення. Ця тенденція особливо помітна у сфері внутрішнього туризму, де мандрівники відвідують об'єкти спадщини та культурні пам'ятки, щоб краще пізнати багату історію та традиції Китаю.

Популярність об'єктів нематеріальної культурної спадщини, музеїв і стародавніх міст і вулиць, що добре збереглися, свідчить про стрімке зростання культурного та туристичного споживання по всій країні. Культурні та туристичні центри, що продовжують з'являтися, підкреслюють величезний потенціал і динаміку економічного розвитку Китаю. Спектр туристичних пам'яток виходить за рамки традиційних природних ландшафтів та культурних пам'яток і включає сільські райони, гірський туризм, об'єкти червоного туризму та тематичні парки.

Оскільки Китай прагне вдосконалювати сучасні туристичні системи та просувати розвиток високоякісного туризму, очікується, що споживання туристичних послуг відіграватиме важливу роль у підтримці внутрішнього попиту. Підраховано, що кожен зароблений в індустрії туризму 1 юань приносить 4,3 юаня доходу в суміжних галузях [9].

Крім того, розвиток культурної та туристичної індустрії є важливою складовою зусиль Китаю зі зміцнення культурної ідентичності. Цей сектор отримав значну увагу з боку уряду, про що свідчить План розвитку у сферах культури і туризму в період 14-ї п'ятирічки (2021-2025 рр.). Завдяки даній стратегії розвитку Китаю вдалося інтегрувати культуру і туризм, розширити пропозиції в галузі культурного туризму та підвищити їхню якість [6].

Потрібно також згадати ініціативу «Один пояс, один шлях» (Belt and Road Initiative, BRI). Це глобальний проєкт розвитку інфраструктури та економічного співробітництва, запропонований Китаєм у 2013 році, що спрямований на створення нових торговельних шляхів, які об'єднують Китай з країнами Азії, Європи, Африки та інших регіонів світу. Через 10 років після оголошення ініціативи BRI загальна сума участі в ньому перевищила позначку в 1 трлн дол. США, з приблизно 634 млрд дол. США у вигляді будівельних контрактів і 419 млрд дол. США у вигляді нефінансових інвестицій. На сьогодні до проєкту «Один пояс, один шлях» приєдналося понад 150 країн і міжнародних організацій. Він охоплює країни Азії, Африки, Європи, Латинської Америки, а також Океанії [10].

Проєкт має на меті наступні напрямки:

1. Розвиток інфраструктури: будівництво доріг, залізничних мереж, портів, аеропортів, трубопроводів і цифрових магістралей.

2. Підтримка економічної інтеграції: поглиблення співпраці в торгівлі, інвестиціях, фінансах та технологіях.

3. Зміцнення культурних і освітніх зв'язків: обмін студентами, спільні культурні проєкти та туристичні ініціативи.

4. Сприяння сталому розвитку: спільне вирішення екологічних проблем і впровадження «зелених» технологій у рамках будівництва інфраструктурних проєктів.

В контексті нашої статті потрібно зазначити, що така ініціатива має значний культурний вплив завдяки популяризації культурної спадщини та традиційних зв'язків, які існували за часів стародавнього Шовкового шляху. Країни-учасниці активно проводять культурні обміни, мистецькі заходи, освітні програми та спільні проєкти в туризмі.

Україна бере участь у проєктах, пов'язаних з ініціативою BRI, як важливий транзитний вузол між Азією та Європою. Це відкриває можливості зокрема для: розширення економічного співробітництва; залучення інвестицій у транспортну та логістичну інфраструктуру; розвитку культурного туризму та просування української культурної спадщини в межах глобальних ініціатив [5].

Китай організовує безліч масштабних міжнародних подій та фестивалів, таких як Фестиваль льодових та снігових скульптур у Харбіні, Міжнародний автосалон у Пекіні тощо. Китай активно просуває свій туристичний продукт у соціальних мережах та онлайн-платформах, таких як WeChat та Weibo, щоб залучити більше іноземних туристів [12].

Процвітаючий туристичний ринок підтримується, окрім інших факторів, покращеною інфраструктурою, збільшенням доходів мешканців та впровадженням інноваційних турпродуктів. Цифровізація туристичного досвіду є новим аспектом споживання, оскільки такі технології, як доповнена та віртуальна реальність, а також ШІ, легко інтегруються у сценарії споживання, сприяючи тим самим отриманню нових захоплюючих та інтерактивних вражень.

Дослідження показали, що цифровізація економіки суттєво вплинула на розвиток туризму в Китаї, забезпечуючи зручніші умови для мандрівників та підвищуючи ефективність роботи туристичних компаній та державних органів управління туризмом. Однією з головних змін, привнесених цифровими технологіями у туризм, стало спрощення процесу планування подорожі та бронювання послуг. Завдяки розвитку мобільних додатків, онлайн-бронюванню та хмарним технологіям, туристи можуть швидко зручно вибирати та купувати тури, квитки на літаки та готелі. Це дозволяє компаніям з туризму швидко реагувати на зміни попиту та адаптуватися до нових вимог споживачів.

Завдяки розвитку віртуальної реальності (VR) та доповненої реальності (AR), туристи можуть по-

ринуті у різні місця Китаю, не виходячи з дому. Це приваблює нових туристів, які не можуть із фінансових чи інших причин відвідати Китай особисто. Також цифровізація допомогла державним органам управління туризмом покращити моніторинг та управління туристською інфраструктурою, що призвело до більш ефективного використання ресурсів та підвищення якості туристських послуг. Завдяки цифровим технологіям знижуються витрати на маркетинг та рекламу для компаній, а також підвищується рівень конкуренції на ринку туризму.

Отже Китай має багатий досвід розвитку культурного туризму, який може бути корисним для України. Ось кілька ключових напрямів, які можуть бути застосовані (табл.1).

Україна може адаптувати ці практики, враховуючи свої унікальні особливості, що зробить її привабливішою для внутрішніх і зовнішніх туристів.

Наша країна має багату історію, але багато пам'яток залишаються недооціненими через недостатнє фінансування або відсутність інфраструктури. Використання сучасних технологій, як-от інтерактивні експозиції чи VR-тури, допоможе зробити українські музеї більш привабливими для туристів. Наприклад, унікальні замки Західної України можна популяризувати за допомогою доповненої реальності.

В Україні доцільно створювати туристичні маршрути, орієнтовані на конкретні теми, такі як козаць-

ка історія, традиційна кухня чи святкові фестивалі. Наприклад, фестивалі борщу або майстер-класи з виготовлення писанок можуть стати аналогами китайських чайних або каліграфічних турів.

Китай активно використовує соціальні мережі та міжнародні виставки для популяризації своєї культури. Україна також може розвивати цифровий туризм, створюючи яскравий контент для просування свого культурного надбання на світовій арені.

Китайський досвід у створенні доступної та зручної інфраструктури може бути корисним для України. Поліпшення транспортного сполучення між туристичними об'єктами, створення сучасних готелів і кафе сприятиме підвищенню комфорту для відвідувачів.

Висновки. Китай залишається одним із провідних напрямків культурного туризму у світі. Останніми роками країна продовжує відкривати свої багаті історичні та культурні надбання для туристів, поєднуючи традиції із сучасними тенденціями, що робить подорожі незабутніми. Після тривалого обмеження через пандемію COVID-19 Китай відкрився для туристів, роблячи акцент на безпеці та якості послуг. Введення гібридних програм – поєднання віртуальних і фізичних турів – дозволяє залучити більше туристів, адаптуючись до їхніх уподобань. Китайський досвід культурного туризму демонструє, що успіх полягає у поєднанні

Таблиця 1

Напрямки розвитку культурного туризму: досвід Китаю для України

Table 1

Directions for the development of cultural tourism: China's experience for Ukraine

№ з/п	Напрямок	Заходи, що застосовуються в Китаї	Перспективні заходи в Україні
1	Збереження та популяризація культурної спадщини	Китай активно інвестує у відновлення історичних пам'яток, реставрацію старовинних міст та створення туристичних зон навколо культурних об'єктів.	Відновлення замків, фортець та інших історичних пам'яток, таких як Кам'янець-Подільська фортеця чи Львівський історичний центр. Проведення фестивалів, ярмарків, які популяризують національну культуру.
2	Інтеграція сучасних технологій	Китай активно використовує технології доповненої реальності (AR) та віртуальної реальності (VR) для популяризації культурних об'єктів. Наприклад, застосунки, які дозволяють «відвідати» музей або історичну пам'ятку онлайн.	Впровадження віртуальних турів по Києво-Печерській Лаврі, Софії Київській або музеям.
3	Розробка тематичних туристичних маршрутів	У Китаї створюють маршрути навколо однієї теми, наприклад, Шовковий шлях. Це дає можливість залучити туристів, які цікавляться конкретною темою.	Маршрути за темами, як-от «Шлях козацтва», «Замки Західної України», «Гуцульський колорит».
4	Акцент на гастрономічному туризмі	Китай інтегрує локальну кухню у культурний досвід. Наприклад, фестивалі їжі, майстер-класи з приготування національних страв.	Популяризація борщу, вареників, кулішу через кулінарні тури або фестивалі.
5	Ефективне маркетингове просування	Китай використовує соціальні мережі, відеоплатформи (наприклад, TikTok) і співпрацює з туристичними агентствами для реклами культурного туризму.	Активне просування туристичних об'єктів в Instagram, YouTube, TikTok. Залучення інфлюенсерів для популяризації туристичних маршрутів.
6	Розвиток інфраструктури	Китай інвестує в сучасні транспортні системи (швидкісні поїзди, які спрощують доступ до культурних центрів).	Покращення доріг, залізничного сполучення до культурних об'єктів. Наприклад, модернізація залізничної лінії до Карпат.

Складено авторами
Compiled by the authors

історичної спадщини, сучасних технологій та ефективної організації. Україна має всі шанси досягти схожих результатів, адаптуючи китайські практики до своїх умов. Інвестиції у збереження культур-

ної спадщини, розвиток інфраструктури та створення тематичних продуктів допоможуть нашій країні стати більш привабливою для міжнародних туристів.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Атаманчук З. А. Формування мережевої туристичної індустрії як форма глобальної інтеграції країн. *Економічний простір*. 2019. № 141. С. 49-64.
2. Гапоненко Г. І., Євтушенко О. В., Шамара І. М., Сичугова І. С. Сталій розвиток етнографічного туризму як засіб збереження та повоєнного відновлення етнокультурної спадщини України. *Бізнес Інформ*. 2023. №10. С. 216-226. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2023-10-216-226>
3. Гапоненко Г. І., Лістратенко Д. А., Євтушенко О. В., Шамара І. М. Екологізація туристичної діяльності як фактор сталого розвитку регіонів України. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія: Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм*. 2023. № 18. С. 52-61. <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2023-18-06>
4. Державне Агентство Розвитку Туризму. URL: <https://www.tourism.gov.ua/>
5. Європейські перспективи китайського проекту «Один пояс, один шлях». Національний інститут стратегічних досліджень. URL: <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/mizhnarodni-vidnosyny/yeuropeyski-perspektyvy-kytayskoho-proektu-odyn-poyas-odyn>
6. Китай опублікував новий п'ятирічний план розвитку культури і туризму. URL: <https://ukrainian.cri.cn/culture/3425/20210604/672215.html>
7. Особливості формування та реалізації туристичної політики держави: міжнародний, національний, регіональний досвід: Монографія / кол. авт., за ред. А. Ю. Парфіненка. Х.: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2013. 280 с.
8. Travel and Tourism Industry In China – Statistics & Facts. *Statista*. URL: <https://www.statista.com/topics/1210/tourism-industry-in-china/#editorsPicks>
9. Ministry of Culture and Tourism of China. URL: <http://en.chinaculture.org/ministry.html>
10. China's Belt and Road Initiative (BRI). URL: <https://eng.yidaiyilu.gov.cn/>
11. UNWTO Tourism Highlights. URL: <https://www.unwto.org>
12. World travel and tourism council (WTTC). URL: <https://www.wttc.org/>

Стаття надійшла до редакції 25.06.2024

Стаття рекомендована до друку 27.07.2024

Hanna Haponenko, Ph.D (Economics), Associate Professor, V. N. Karazin Kharkiv National University, Svobody sq., 4, Kharkiv, Ukraine, 61022, e-mail: a.i.gaponenko@karazin.ua; ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8998-4795>

Olena Yevtushenko, Ph.D (Economics), Associate Professor, V. N. Karazin Kharkiv National University, Svobody sq., 4, Kharkiv, Ukraine, 61022, e-mail: evetushenko@karazin.ua; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9729-1435>

Irina Shamara, Ph.D (Economics), Associate Professor, V. N. Karazin Kharkiv National University, 4, Svobody Sq., Kharkov, Ukraine, 61022, email: shamara@karazin.ua; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2431-9185>

FEATURES OF CULTURAL TOURISM DEVELOPMENT IN CHINA: EXPERIENCE FOR UKRAINE

The article examines the features of the development of cultural tourism in the People's Republic of China (PRC), which is one of the leading countries in the world in the field of cultural heritage preservation and its integration into the tourism industry. The subject of the article is the features of the development of cultural tourism in China. The purpose of the article is to study China's success in the development of cultural tourism with a comprehensive study of potential opportunities for the Ukrainian tourism market. The tasks that were set to achieve the goal are as follows: to study the key factors contributing to the successful development of the tourism industry in the PRC, in particular, state policy, infrastructure projects, digitalization and protection of cultural heritage; to determine the role of projects such as "One Belt, One Road" in promoting cultural tourism at the international level and developing cultural exchange; to formulate recommendations for the implementation of successful Chinese practices in the Ukrainian tourism industry, including the

development of infrastructure, digital technologies and cultural projects. The research methodology is based on historical-cultural, socio-cultural, comparative and statistical approaches. Main results of the study. The key factors of the successful development of cultural tourism in China are analyzed, in particular, state policy, strategic planning, infrastructure projects and active digitalization of the cultural sphere. Special attention is paid to the “One Belt, One Road” initiative, which promotes international cultural exchange and popularization of Chinese culture in the world. A comparative analysis is carried out between the Chinese experience and opportunities for Ukraine, where cultural tourism has significant potential. The prospects for implementing China’s best practices for the development of Ukrainian cultural tourism are determined. Conclusions. Ukraine has every chance of achieving similar results by adapting Chinese practices to its conditions. Investments in the preservation of cultural heritage, infrastructure development and the creation of thematic products will help our country become more attractive to international tourists.

Keywords: *cultural tourism, China, tourism industry, cultural heritage, experience, Ukraine, development strategy, One Belt, One Road initiative.*

REFERENCES

1. Atamanchuk Z. A. (2019) Formuvannia merezhevoi turystychnoi industrii yak forma hlobalnoi intehtratsii krain [Formation of a network tourism industry as a form of global integration of countries]. *Ekonomichnyi prostir*. 141, 49-64. (in Ukrainian)
2. Haponenko H. I., Yevtushenko O. V., Shamara I. M., & Sychuhova I. S. (2023) Stalyi rozvytok etnografichnoho turyzmu yak zasib zberezhennia ta povoiennoho vidnovlennia etnokulturnoi spadshchyny Ukrainy [Sustainable development of ethnographic tourism as a means of preserving and post-war restoration of the ethnocultural heritage of Ukraine]. *Biznes Inform*. 10, 216–226 <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2023-10-216-226> (in Ukrainian)
3. Haponenko H.I., Listratenko D. A., Yevtushenko O. V., & Shamara I. M. (2023) Ekolohizatsiia turystychnoi diialnosti yak faktor staloho rozvytku rehioniv Ukrainy [Ecologization of tourist activities as a factor of sustainable development of regions of Ukraine]. *Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho universytetu imeni V. N. Karazina. Seriya: Mizhnarodni vidnosyny. Ekonomika. Krainoznavstvo. Turyzm*. 18, 52-61. <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2023-18-06> (in Ukrainian)
4. State Tourism Development Agency. Available at: <https://www.tourism.gov.ua/> (in Ukrainian)
5. European Perspectives of the Chinese Project “One Belt, One Road”. National Institute for Strategic Studies. Available at: <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/mizhnarodni-vidnosyny/evropeyski-perspektyvy-kytayskoho-proektu-odyn-poyas-odyn> (in Ukrainian)
6. China releases new five-year plan for culture and tourism development. Available at: <https://ukrainian.cri.cn/culture/3425/20210604/672215.html> (in Ukrainian)
7. Parfinenko, A. Yu. (Ed.). (2013) Osoblyvosti formuvannia ta realizatsii turystychnoi polityky derzhavy: mizhnarodnyi, natsionalnyi, rehionalnyi dosvid: Monohrafiia [Peculiarities of the formation and implementation of the state’s tourism policy: international, national, regional experience: Monograph]. Kh.: KhNU imeni V. N. Karazina. (in Ukrainian)
8. Travel and Tourism Industry In China – Statistics & Facts. *Statista*. Available at: <https://www.statista.com/topics/1210/tourism-industry-in-china/#editorPicks>
9. Ministry of Culture and Tourism of China. Available at: <http://en.chinaculture.org/ministry.html>
10. China’s Belt and Road Initiative (BRI). Available at: <https://eng.yidaiyilu.gov.cn/>
11. UNWTO Tourism Highlights. Available at: <https://www.unwto.org>
12. World travel and tourism council (WTTC). Available at: <https://www.wttc.org/>

The article was received by the editors 25.06.2024

The article is recommended for printing 27.07.2024

DOI: 10.26565/2310-9513-2024-20-07
УДК 338.486

ДІЛОВИЙ ТУРИЗМ В УКРАЇНІ: ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ В ПІСЛЯВОЄННИЙ ЧАС

Гапоненко Ганна Ігорівна

канд. екон. наук, доцент,
доцент кафедри світової політики,
дипломатії та туристичного бізнесу
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
майдан Свободи, 4, м. Харків, Україна, 61022
e-mail: a.i.gaponenko@karazin.ua
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8998-4795>

Євтушенко Олена Віталіївна

канд. екон. наук, доцент,
доцент кафедри світової політики,
дипломатії та туристичного бізнесу
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
майдан Свободи, 4, м. Харків, Україна, 61022
e-mail: evetushenko@karazin.ua
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9729-1435>

Шамара Ірина Миколаївна

канд. екон. наук, доцент,
доцент кафедри світової політики,
дипломатії та туристичного бізнесу
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
майдан Свободи, 4, м. Харків, Україна, 61022
email: shamara@karazin.ua
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2431-9185>

Святий Антон Романович

магістр кафедри світової політики,
дипломатії та туристичного бізнесу
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
майдан Свободи, 4, м. Харків, Україна, 61022
email: antonsvatoj228@gmail.com

Сучасний діловий туризм є важливою складовою як бізнес-діяльності, так і сфери подорожей і туризму. Щодня мільйони людей здійснюють подорожі різної тривалості й відстані з діловими цілями, і щороку в світі відбувається понад 100 мільйонів таких бізнес-подорожей. У цій галузі сформувалися асоціації, наукові та освітні установи, спеціалізовані видання та навчальні посібники, а також стабільна організаційна структура з професійним управлінням. Країни, орієнтовані на розвиток туризму, розробили й активно впроваджують державні програми підтримки для стимулювання ділового туризму. Основною метою ділового туризму є підвищення ефективності бізнесу, розширення ринкових можливостей, стимулювання інновацій та укріплення ділових зв'язків. Предметом дослідження є аналіз сучасного стану, проблем та перспектив розвитку ділового туризму в Україні. Мета дослідження полягає у визначенні ділового туризму як перспективного напрямку розвитку туризму України. Використовуються загальнонаукові методи дослідження: системний, описовий, порівняльний та структурно-логічний аналіз. У ході дослідження були отримані наступні результати: виявлено основні тенденції, проблеми та перспективи розвитку ділового туризму в Україні. На думку авторів, після війни Україна стане центром для проведення численних міжнародних конференцій, присвячених відновленню та відбудові, економічному співробітництву та новітнім технологіям. Проведення таких заходів, зокрема у сфері інвестицій, відновлювальних технологій, екології та інновацій, допоможе залучити широке

коло міжнародних партнерів та сприятиме розвитку ділового туризму. Висновки: обґрунтовано доцільність розробки шляхів просування України як привабливого напрямку для ділового туризму. Цифрові технології здатні значно полегшити процеси організації поїздок, зменшити витрати, підвищити ефективність та створити нові можливості для міжнародної співпраці. Враховуючи ці тенденції, Україна має потенціал стати важливим гравцем у глобальному бізнес-туризмі, якщо вдасться подолати існуючі бар'єри та максимально ефективно впровадити інновації.

Ключові слова: діловий туризм, місе-туризм, бізнес, конгресно-виставковий туризм, інсентив-туризм, мобільний додаток.

Як цитувати: Гапоненко Г.І., Євтушенко О.В., Шамара І.М., Святій А.Р. Діловий туризм в Україні: перспективи розвитку в післявоєнний час. *Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм»*. 2024. № 20. С. 60–73. DOI: <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2024-20-07>

In cites: Haponenko H., Yevtushenko O., Shamara I., & Sviaty A. (2024). Business tourism in Ukraine: development prospects in the post-war period. *The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series International Relations. Economics. Country Studies. Tourism*, (20), 60–73. <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2024-20-07> (in Ukrainian)

Постановка проблеми. Сучасний діловий туризм характеризується великою різноманітністю форм, видів і різновидів, але при цьому відсутністю єдиного універсального підходу до його класифікації. Згідно з класичним науковим підходом, виокремлюють два основні сегменти ділового туризму:

Класичні ділові поїздки – це, зазвичай, індивідуальні поїздки, які здійснюються «діловим туристом» з метою виконання професійних завдань як у робочий, так і в позаробочий час за межами постійного місця проживання.

МІСЕ-туризм – це вид ділового туризму, орієнтований на участь у заходах за основними напрямками. Абревіатура МІСЕ розшифровується як: Meetings (зустрічі), Incentives (інсентив-заходи), Conventions (конференції), Exhibitions (виставки) [6].

Зустрічі (Meetings) охоплюють організацію нарад, переговорів з партнерами, семінарів, тренінгів для дилерів та інших бізнес-зустрічей.

Заохочувальні подорожі (Incentives) – це види туристичних поїздок, через які компанії виражають подяку своїм співробітникам, клієнтам, партнерам і іншим зацікавленим сторонам.

Конференції (Conferences) – це заходи, які включають збори, семінари, симпозіуми та виставки, де важливими вимогами є високі стандарти та досягнення.

Події (Events) – це організація турів, корпоративних свят, виїзних заходів та виставок, що мають на меті створення неповторної атмосфери, незабутніх вражень і взаємодії між учасниками. Вони сприяють розвитку співробітництва, командного духу і підтримці корпоративної культури [2, с.16-17].

Організація поїздок у сегменті МІСЕ є складнішою, ніж для класичних ділових подорожей. Для планування МІСЕ-заходів зазвичай залучають спеціалізовані організації, які займаються організацією таких заходів. Однією з основних характеристик МІСЕ-подорожей є велика кількість учасників, в той

час як класичні ділові заходи зазвичай мають обмежену кількість учасників. Тому класичні ділові поїздки зазвичай є індивідуальними і їх організація є менш складною.

Аналіз досліджень та публікацій. Згідно з даними Association of Corporate Travel Executives, більшість ділових туристів – це чоловіки (приблизно 65%), віком від 25 до 54 років. За рівнем освіти, відповідно до даних The Global Business Travel Association, 45% ділових туристів мають вищу освіту, 36% — середню спеціальну освіту, а 19% — кваліфікацію відповідного профілю.

Професійний портрет ділового туриста може варіюватися залежно від країни його походження. Наприклад, за даними дослідження Global Business Travel Association, ділові туристи з Європи зазвичай вирізняються високим рівнем освіти та віком старше 40 років. Натомість ділові туристи з Азії та Тихоокеанського регіону зазвичай є молодшими та мають відносно нижчий рівень освіти. У той же час ділові туристи зі США виділяються високим рівнем доходу, частішим використанням новітніх технологій та підвищеним попитом на якісні та комфортні туристичні послуги.

Проблеми теоретичного обґрунтування, аналізу та визначення шляхів удосконалення організації ділового туризму були досліджені такими вітчизняними вченими, як І. Андренко, С. Галасюк, В. Друк, Р. Грабар, С. Кузик, О. Бейдик, О. Бордун, Н. Титова. Крім того, питання розвитку туризму в Україні, включно з аспектами ділового туризму, розглядали такі науковці, як А.Ю. Парфінченко, І.М. Шамара, С.О. Юрченко, Ю.В. Згурська.

Мета статті полягає у виявленні основних тенденцій, проблеми та перспективи розвитку ділового туризму в Україні та розробці шляхів просування України як привабливого напрямку для ділового туризму.

Виклад основного матеріалу. Вивчення концепції ділового туризму дає підстави припустити,

що в сучасному розумінні цей термін відповідає поняттю «ділова подорож» або «business travel», яке використовується в міжнародній практиці. Водночас термін «Business travel» в англомовній літературі відображає вже розвинену індустрію. Отже, діловий туризм можна визначити як сукупність відносин і явищ, які виникають під час поїздок людей в робочий час, основною метою яких є участь у ділових зустрічах, конгресах, конференціях, виставках, ярмарках та інсентив-заходах за межами їх звичного місця проживання та роботи [2, с.13].

Аналіз стану ділового туризму в Україні неможливий без врахування терміну «діловий туризм» в національному законодавстві. Однак, на жаль, цей термін відсутній через застарілість і неповноту закону «Про туризм».

У законі України «Про туризм» поняття туризму визначається наступним чином: «туризм – тимчасовий виїзд особи з місця проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці, куди особа від'їжджає» [1].

Аналізуючи термін, зазначений у законодавстві, та враховуючи особливості ділових подорожей, можна сформулювати визначення ділового туризму в контексті українського законодавства. «Діловий туризм – це тимчасовий виїзд особи з місця проживання з професійно-діловою метою без здійснення оплачуваної діяльності в місці призначення».

Світовий ринок ділового туризму демонструє безпрецедентну траєкторію зростання. Очікується, що до кінця 2027 року його обсяг досягне 1 764,6 млрд доларів США, а середньорічний темп зростання становитиме 8,6% протягом прогнозованого періоду 2020-2027 рр., згідно з даними Verified Market Research. Це зростання пояснюється рядом факторів, таких як зростання потреб підприємств залишатися конкурентоспроможними, поява мобільних технологій і збільшення кількості ділових мандрівників.

Ділові подорожі стають все більш важливим сегментом індустрії туризму. Готелі та авіакомпанії надають свої послуги діловим мандрівникам, а посередники будують корпоративну модель, орієнтовану на B2B. Але раціональна організація ділового туризму досі залишається невирішеною проблемою для багатьох східноєвропейських компаній.

Якщо поглянути на динаміку зростання кількості ділових поїздок в країнах-лідерах ділового туризму, то можемо побачити, що в 2023 р. впевнено нарощували обсяги ділових подорожей Китай, Індія та Німеччина (рис.2.).

У 2023 році Азіатсько-Тихоокеанський регіон був найбільшим регіоном на ринку ділових подорожей (рис.2.3).

Ринок ділових подорожей переживає потужне зростання завдяки технологічному прогресу, сплес-

ку глобальних виставок і розширенню транснаціональних корпорацій. Оскільки компанії продовжують інвестувати в ділові поїздки та використовувати інновації, ринок буде процвітати та розвиватися в найближчі роки.

За даними Deloitte, у 2024 році ключовими драйверами зростання індустрії ділових подорожей стало повернення офлайн-подій і міжнародних подорожей. На рис. 4 наведено основні ринки ділового туризму в світі станом на 2024 р.

За даними Державного агентства розвитку туризму (ДАРТ), українська туристична галузь продовжує поступове відновлення, зокрема завдяки зростанню внутрішнього туризму та поверненню іноземних відвідувачів, серед яких урядові делегації, міжнародні бізнес-представники та волонтерські організації.

Протягом 2023 року доходи туристичних компаній зросли на понад 18% від рівня 2021 року. У 2024 році галузь продовжила своє зростання, продемонструвавши приріст на майже 29% у першому півріччі в порівнянні з аналогічним періодом попереднього року.

У столиці України нараховується 817 туристичних компаній, що становить 38,9% від загальної кількості по країні. Львівщина займає друге місце за кількістю компаній — 229, або 10,9% від загальної кількості. За цей період область отримала 1,1 мільярда гривень доходу, що дорівнює 19,1% від загального обсягу. Третє місце утримує Івано-Франківська область: там працює 69 компаній (3,3% від усіх в Україні), а прибуток регіону досяг 852,2 мільйона гривень, що складає 15% загального доходу галузі.

У ДАРТ повідомляють, що в розпал туристичного сезону гостям часто бракує місць для проживання, тому будівництво нових готельних комплексів триває навіть у воєнний час. Як зазначає Forbes, зараз в Україні будується понад 80 готелів — це більше, ніж було перед підготовкою до Євро-2012.

Кількість готелів (+9,1%), мотелів (+10,7%) та хостелів (+28,7%) показує позитивну динаміку і продовжує зростати, незважаючи на негативний вплив бойових дій — від початку війни в Україні було зруйновано або пошкоджено 12 готелів (рис.6).

Станом на середину 2024 року завантаженість готельних номерів в Україні досягла 34-38%, а в популярних регіонах, таких як Львівська, Івано-Франківська та Закарпатська області, вона перевищує 60-70%, що співставно з показниками провідних туристичних центрів світу (рис.7).

Незважаючи на труднощі, туристичний сектор України демонструє високий рівень стійкості та значний потенціал для подальшого зростання. З 2024 по 2026 рік планується реалізація щонайменше 45 нових проєктів готельно-апартаментних комплексів на 6 670 номерів, а також будівництво



Рис. 1. Глобальний ринок ділового туризму, прогноз до 2030 р. [8]
Fig. 1. Global business tourism market, forecast until 2030 [8]

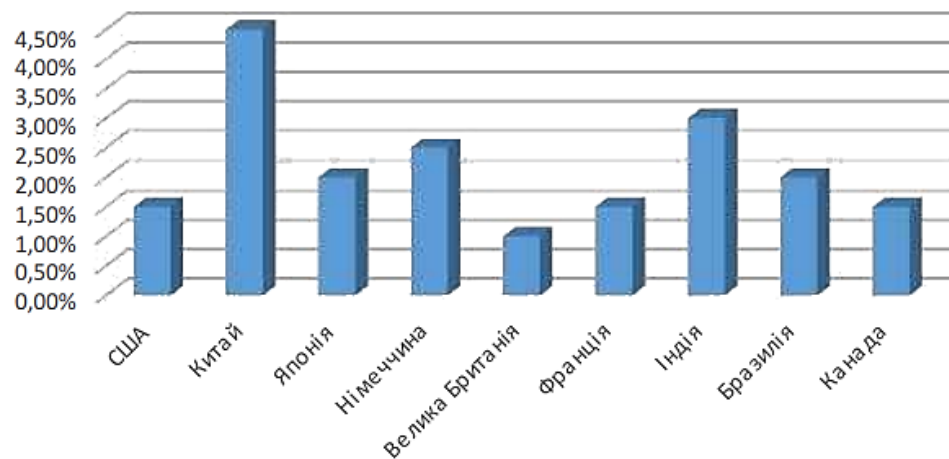


Рис.2. Зростання кількості ділових подорожей, 2023 р. в порівнянні з 2019 р. [8]
Fig. 2. Growth in the number of business trips, 2023 compared to 2019 [8]



Рис. 3. Глобальний ринок ділових подорожей, 2023 р. [8]
Fig. 3. Global business travel market, 2023 [8]

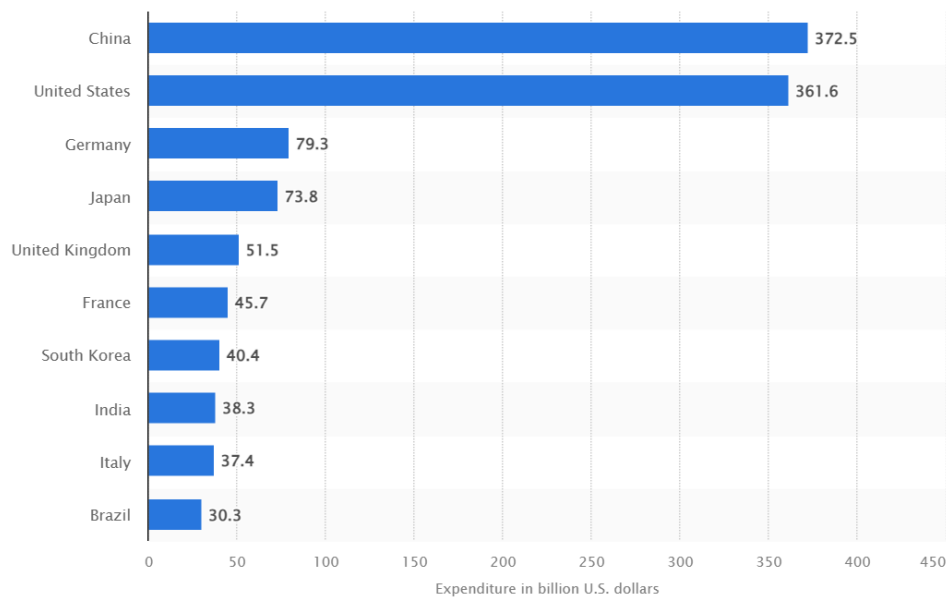


Рис.4. Провідні ринки ділового туризму в усьому світі в 2024 р. на основі загальних витрат на подорожі [10]
Fig. 4. Leading business travel markets worldwide in 2024 based on total travel spend [10]

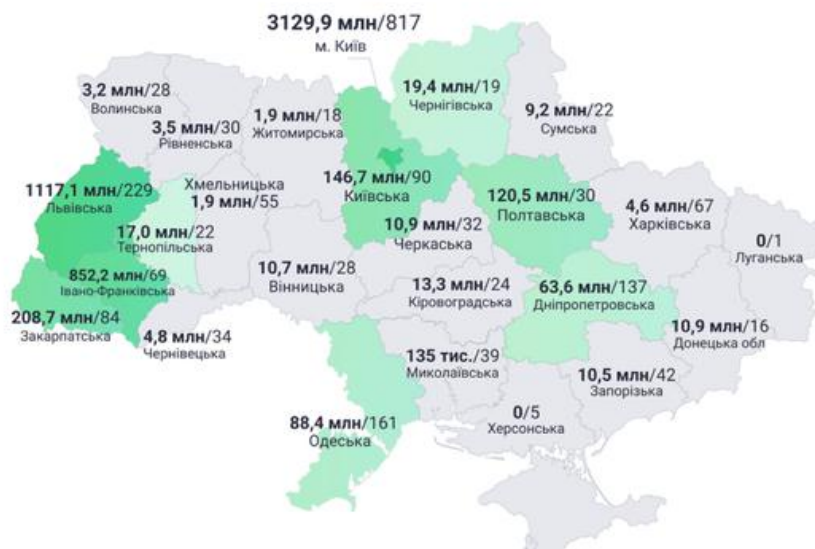


Рис. 5. Згенерований чистий дохід компаній в секторі туризму за I півріччя 2024 р. [4]
Fig. 5. Generated net income of companies in the tourism sector for the first half of 2024 [4]



Рис.6. Розподіл діючих готелів в Україні, 2024 р. [5]
Fig. 6. Distribution of operating hotels in Ukraine, 2024 [5]

Таблиця 1

Топ-10 найдоходніших компаній в секторі туризму (за чистим доходом), за I півріччя 2024 р.

Table 1

Top 10 most profitable companies in the tourism sector (by net income), for the first half of 2024

№ з/п	Суб'єкт господарської діяльності	Регіон	Чистий дохід, млн грн	Приріст чистого доходу, %
1	ТОВ «Парктур» оператор курорту Буковель	Івано-Франківська обл.	376,4	30,6% ↑
2	ТОВ «МДЦ» готель Hilton	м. Київ	302,5	15,8% ↑
3	ТОВ «ОПТИМА ХОТЕЛ МЕНЕДЖМЕНТ» група готелів	м. Київ	217,3	11,2% ↑
4	ТОВ «ЗІРКА БУКОВЕЛЮ» Radisson Blu	Івано-Франківська обл.	216,6	18,4% ↑
5	ТОВ «ГОТЕЛЬ МЕНЕДЖМЕНТ» InterContinental Kyiv	м. Київ	207,1	0,5% ↑
6	ТОВ «УКРХОТЕЛІНВЕСТ КОМПАНІ» готелі ibis	м. Київ	176,0	73,2% ↑
7	ТОВ «І-ТРЕВЕЛС» busfor.ua, e-travels, blablacar	м. Київ	164,7	2,5% ↑
8	ТОВ «САССК» Radisson Blu Hotel Kyiv	м. Київ	146,1	53,7% ↑
9	ТОВ «АДРІАТИК ТРЕВЕЛ» туристичний оператор	Львівська обл.	144,0	79,7% ↑
10	ТЗОВ «РІКСОС-ПРИКАРПАТТЯ» Rixos-Prykarpattya, Трускавець	Львівська обл.	143,6	7,3% ↑

Складено авторами за джерелом: [5]
Compiled by the authors based on the source: [5]

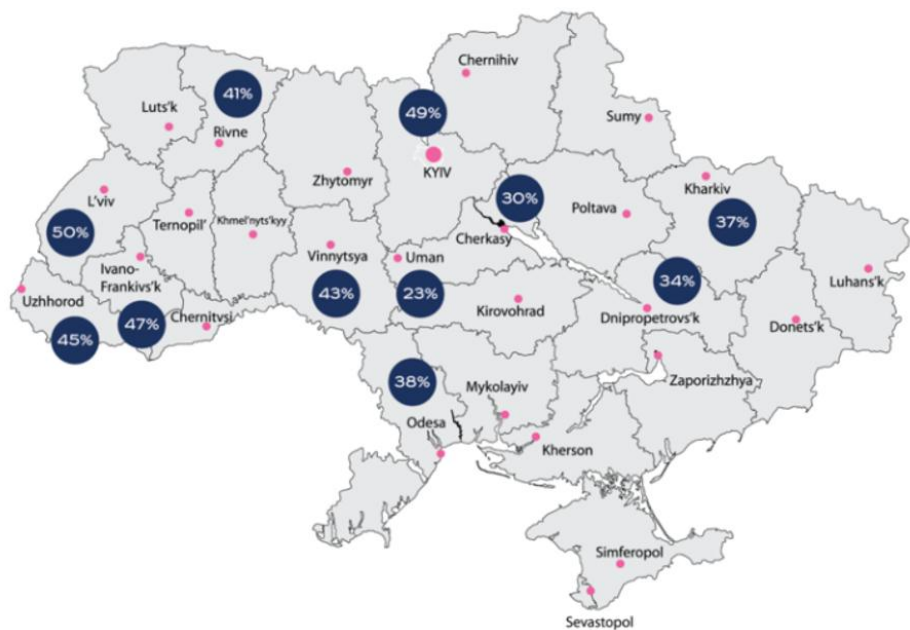


Рис.7. Заповнюваність готелів в регіонах країни, 2024 р. [5]
Fig. 7. Hotel occupancy in the regions of the country, 2024 [5]

108 котеджних містечок готельного типу на 3 097 будинків.
Згідно з даними порталу conference-service.com.ua, в Україні наразі функціонує щонайменше 242 готелі, які пропонують послуги для бізнес-туризму. Проте, лише 18% цих готелів відповідають міжнародним стандартам якості в сегменті комфорту бізнес-класу. Переважна більшість таких готелів розташована у Києві, а також в основних регіональ-

них центрах країни, таких як Одеса, Львів, Харків та Дніпро (рис. 8). Це свідчить про помітну нерівномірність у розподілі готелів, що відповідають високим стандартам.
Як видно з рисунку, основна частина бізнес-готелів зосереджена в регіонах з високою діловою активністю — Київській (27%), Одеській (24%) та Львівській (14%) областях, які разом охоплюють 65% від загальної кількості таких готелів.

Аналіз розміщення конференц-залів при готелях показує схожу картину з ситуацією навколо готелів високого класу для бізнес-туристів (рис. 9.).

Варто зазначити, що й в інших регіонах України наявні виставкові зали, прес-центри та бізнес-готелі з досить значною місткістю. Наприклад, у Харкові у 2021 році функціонувало понад 40 конференц-залів, які можуть вміщати від 30 до 500 осіб, а також декілька великих виставкових локацій, зокрема Міська галерея, ПВЦ «Радмір Експохол» і Палац Спорту.

Сьогодні в Харкові та загалом в Україні обмежені можливості для проведення бізнес-заходів через складну ситуацію, викликану повномасштабною війною. Внаслідок постійної загрози обстрілів і ракетних ударів, більшість бізнес-центрів, готелів та конференц-залів були змушені або тимчасово припинити роботу, або використовувати приміщення для гуманітарних потреб і укриттів.

Для аналізу слабких місць та загроз, а також визначення перспектив і сильних сторін ділового туризму в Україні було проведено SWOT-аналіз даного сегменту (див. табл. 2.).

Проведений SWOT-аналіз показує, що розвиток ділового туризму в Україні стикається з низкою серйозних перешкод, що обмежують його конкурентоспроможність та ефективність (рис.10).

Однією з головних проблем залишається нестача продуманої стратегії брендингу та просування країни на міжнародному ринку. Інформація про Україну та її туристичні можливості все ще недостатньо представлена за кордоном.

Щоб підвищити впізнаваність України в світовому туристичному співтоваристві, необхідно працювати над формуванням позитивного іміджу, активно виходити на глобальні інформаційні майданчики.

Діловий туризм може стати поштовхом для економічного підйому, адже він приносить не тільки

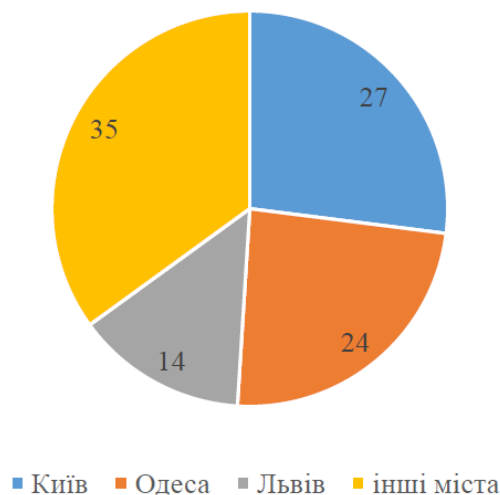


Рис. 8. Частка бізнес-готелів в містах ділової активності України, 2023 р. [3]
Fig. 8. Share of business hotels in cities of business activity in Ukraine, 2023 [3]

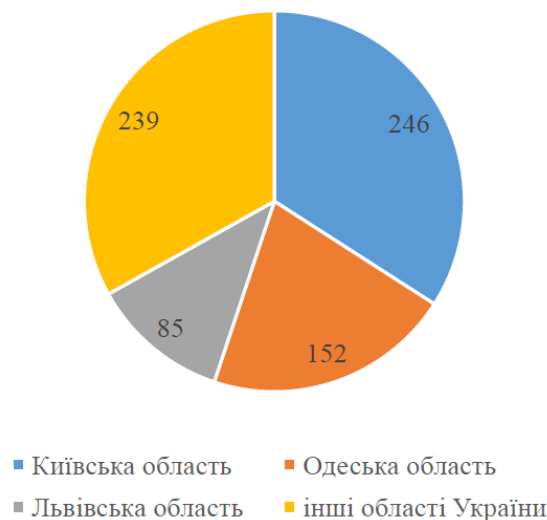


Рис. 9. Кількість виставкових залів для проведення MICE заходів в регіонах України, 2023 р. [3]
Fig. 9. Number of exhibition halls for holding MICE events in the regions of Ukraine, 2023 [3]

Таблиця 2

SWOT- аналіз ділового туризму в Україні

Table 2

SWOT analysis of business tourism in Ukraine

Сильні сторони (S)	Слабкі сторони (W)
1. Розвинений комплекс інфраструктурних об'єктів у великих містах України (колективних засобів розміщення, ресторанів, парків, зон відпочинку та ін.) 2. Наявність необхідного інструментарію для проведення виставок, семінарів, відряджень та різних фестивалів для розвитку MICE та ділового виду туризму. 3. Конкурентні та навіть нижчі ціни на туристичні послуги у порівнянні з Європою. 4. Присутність на території країни різних великих міжнародних компаній , які можуть впливати на рівень ділового туризму. 5. Відмінне географічне положення та наявність міжнародних шляхів сполучення 6. Наявність історико-культурних та природно- рекреаційних туристичних ресурсів для розвитку ділового туризму та туризму в цілому. 7. Сприятливий екологічний стан.	1. Проведення військових дій на території країни. 2. Зношеність обласних і районних доріг, слабкість транспортної інфраструктури. 3. Недостатня інформованість та відсутня маркетингова компанія для туризму в цілому так і ділової сфери ,як на зовнішньому ринку так і на внутрішньому. 4. Недостатня кількість спеціальних закладів розміщення 5. Недостатній рівень якості сервісів у закладах розміщення. 6. Низький рівень забезпеченості сфери ділового туризму професійними кадрами. 7. Відсутність політичної уваги і державної політики з розвитку та підтримки галузі. 8. Відсутність наукової інформації, статистики, застарілі методи дослідження туризму
Можливості (O)	Загрози (T)
1. Великий простір для маркетингового просування ділового туризму 2. Велика увага та залучення інвестицій в місця де буде поширений діловий туризм 3. Популяризація України, як країни через війну , всебічна увага та популяризація до українців, української культури, тощо. 4. Висока інвестиційна привабливість через відносну дешевизну факторів виробництва 5. Можливість формування якісних туристичних продуктів у різних видах туризму, з використанням наявних ресурсів 6. Збільшення ринкового попиту та пропозицій на туризм у Світі, в особливості до менш досліджених регіонів 7. Залучення ділових туристів та організація до проведення заходів в Україні.	1. Невідповідність сучасного сектору ділового туризму України потребам ділової туристичної сфери у світі. 2. Подовження військового стану в країні та загроза постійної військової агресії з боку рф. 3. Низький рівень платоспроможності населення через низькі доходи з основних економічних галузей. 4. Ігнорування цього виду туризму з боку держави через дефіцит бюджетних коштів на розвиток на наявність більш суттєвих нагальних проблем у післявоєнний час. 5. Низька конкурентоспроможність у сфері ділового туризму по відношенню до країн Європи. 6. Можливість повторення епідеміологічних ситуацій в майбутньому.

Складено авторами
Compiled by the authors

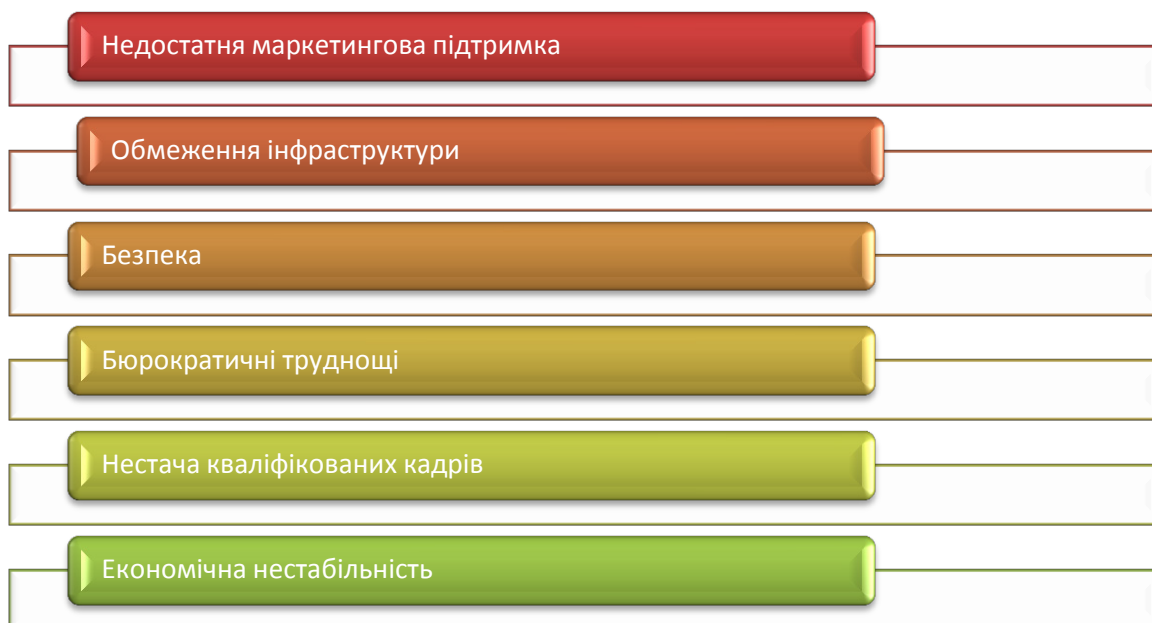


Рис.10. Ключові проблеми ділового туризму в Україні

Складено авторами

Fig. 10. Key problems of business tourism in Ukraine

Compiled by the authors

фінансові ресурси, а й нові ідеї, технології та міжнародний досвід, необхідний для якісного відновлення України.

Диверсифікація туристичних ділових продуктів в Україні є перспективним напрямом для розвитку індустрії та підвищення її конкурентоспроможності на міжнародному ринку. Сьогодні український ринок ділового туризму здебільшого зосереджений на традиційних послугах — конференціях, виставках, бізнес-зустрічах та ін. Однак сучасні тенденції вимагають більшої гнучкості та інновацій у цьому секторі.

Однією з можливостей є розширення спектру послуг, що можуть бути адаптовані до різних потреб бізнесу. Наприклад, поєднання бізнес-зустрічей із культурними чи екологічними турами відкриває нові горизонти.

У сучасному світі діджиталізація стає ключовим фактором, що визначає розвиток різних секторів економіки. Діловий туризм, як важлива частина глобальних економічних процесів, також не стоїть осторонь від цієї тенденції.

Наприклад, у липні 2023 р. BCD Travel запустила GetGoing (рис.3.2), цифрову платформу для малого та середнього бізнесу в США. GetGoing поєднує бронювання за допомогою самообслуговування з експертною підтримкою, пропонуючи автоматизацію політики, звітування та функції безпеки мандрівників, таким чином спрощуючи управління подорожами та оптимізуючи витрати.

У сучасних умовах війни в Україні розвиток бізнесу потребує адаптації до численних викликів, які виникають перед підприємцями та працівниками.

Зміни у транспортній інфраструктурі, обмеження мобільності, ризики безпеки — всі ці фактори суттєво ускладнюють ділові подорожі та ведення бізнес-діяльності. На цьому тлі створення мобільного додатку, що сприятиме бізнес-подорожам, стає не просто актуальним, а й необхідним. Такий додаток може стати ключовим інструментом для організації, оптимізації та підтримки ділових подорожей в умовах воєнного стану.

Війна суттєво впливає на бюджетні можливості бізнесу, і оптимізація витрат на подорожі стає критично важливою. Мобільний додаток може пропонувати економічні варіанти для проживання, харчування та пересування, допомагаючи обрати оптимальний варіант відповідно до бюджету компанії. Крім того, зручний облік витрат у додатку дає можливість прозоро контролювати фінанси під час відряджень, полегшує звітність для бухгалтерії і дозволяє зменшити зайві витрати. Усе це сприяє збереженню фінансової стабільності компаній і підтримці економічної діяльності, що є особливо важливим для українських підприємств під час війни.

Першим і найважливішим завданням мобільного додатку для бізнес-подорожей є надання актуальної інформації про безпеку. Під час війни ризик виникнення небезпечних ситуацій значно зростає, тому додаток може стати джерелом оперативних даних про стан доріг, транспортні маршрути, зони можливих обстрілів чи інші небезпечні ділянки. Створення такого інструменту не лише відповідає запиту часу, але й робить вагомий внесок у стабільність та розвиток українського бізнесу.

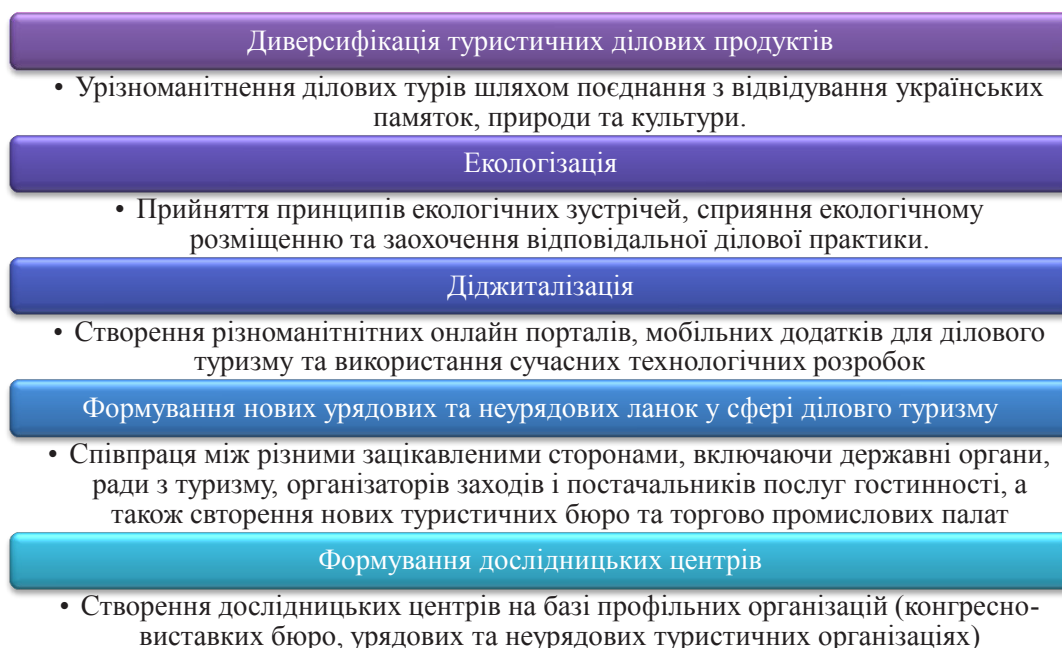


Рис. 11. Перспективні напрями розвитку ділового туризму в Україні

Складено авторами

Promising directions for the development of business tourism in Ukraine
Compiled by the authors

«BizNavigator» – це додаток для активізації та оптимізації ділових подорожей та надання інструментів для зручного планування і ведення бізнес-активностей під час поїздок. Він може стати єдиним рішенням для бізнес-мандрівників, яке об'єднує функції логістики, організації подій, фінансового обліку та навігації. На рис. 12. наведено лого мобільного додатку.

Основні функції мобільного додатку:

1. Організація подорожей (автоматичне створення маршрутів і нагадувань, вбудованих у календар, із синхронізацією рейсів, готелів, таксі та зустрічей; інтеграція з популярними сервісами бронювання: Booking, Airbnb, Uber, Aviasales; автопошук і бронювання коворкінгів та конференц-залів поруч із місцем перебування користувача).

2. Мережевий нетворкінг (система пошуку ділових контактів у місті поїздки через інтеграцію з LinkedIn або іншими професійними мережами; сповіщення про майбутні ділові події, конференції та виставки поруч із місцезнаходженням користувача, можливість запису та планування участі; функція «Запланувати зустріч» для зручного узгодження часу та місця з новими партнерами).

3. Рекомендації на основі штучного інтелекту (персоналізовані пропозиції ресторанів для ділових зустрічей, готелів, культурних місць для відпочинку після роботи; рекомендації на основі попередніх поїздок і уподобань користувача).

4. Фінансовий менеджмент (сканування чеків і автоматичне збереження витрат, інтеграція з бухгалтерськими сервісами для звітності; опція обліку добових та інших витрат, які потім можна зручно експортувати для бухгалтерії).

5. Навігація та інтеграція з картами (офлайн-карти з позначками важливих локацій (готелі, ресторани, місця зустрічей); інтерактивна мапа з підказками щодо місць для швидкого обіду, кави, відпочинку між зустрічами).

6. Безпека та підтримка (надає актуальну інформацію про візові та інші вимоги, що змінюються; функція екстреного контакту з консульствами та службами підтримки в країні перебування).

На нашу думку, «BizNavigator» зробить бізнес-подорожі більш комфортними та організованими, допомагаючи заощадити час і мінімізувати стрес від планування. Додаток буде корисний як підприємцям, так і менеджерам, які часто подорожують. Можливі варіанти монетизації: преміум-підписка з додатковими функціями (наприклад, персональні асистенти, VIP-підтримка), партнерська програма з готелями, ресторанами та сервісами перевезень, корпоративні пакети для компаній із великою кількістю працівників у відрядженнях.

Завдяки своєму зручному та багатофункціональному інтерфейсу «BizNavigator» допоможе бізнес-туристам зосередитися на роботі, надаючи



Рис. 12. Логотип мобільного додатку «BizNavigator»
Складено авторами

Fig. 12. Logo of the mobile application «BizNavigator»
Compiled by the authors



Рис. 13. Візуал мобільного додатку «BizNavigator»
Складено авторами

Fig. 13. Visual of the mobile application «BizNavigator»
Compiled by the authors

всі необхідні інструменти для організації поїздки, зручного пересування та керування витратами в одному додатку. На рис.13 представлено візуал мобільного додатку, що є зручним у користуванні та максимально функціональним.

Мобільний додаток «BizNavigator» допоможе бізнес-туристам вирішити низку типових проблем, з якими вони стикаються під час ділових подорожей (табл.3.).

Завдяки «BizNavigator» бізнес-туристи зможуть значно покращити ефективність своїх поїздки, зменшити стрес і приділяти більше уваги своїм діловим завданням.

Базовий бюджет на розробку додатку «BizNavigator» складе від 70 700 до 121 000 USD на перший рік, включаючи запуск і річну підтримку.

Для оцінки доходу від мобільного додатку «BizNavigator» за перший рік його роботи розглянемо можливі джерела монетизації та зробимо базовий розрахунок потенційного доходу.

1. Підписки (модель SaaS):

– Платні підписки для доступу до додаткових функцій (наприклад, функції безпеки, розширені можливості планування, персоналізовані рекомендації).

– Розглянемо три основні пакети: базовий, стандартний і преміум.

2. Партнерські програми та реклама. Співпраця з готелями, авіакомпаніями, ресторанами, транспортними компаніями та іншими підприємствами. Додаток може отримувати комісію за кожне бронювання або замовлення, зроблене через платформу.

3. Корпоративні пакети. Пакети підписок для компаній, що надають своїм співробітникам доступ до додатку під час ділових поїздки.

Припущення для розрахунків:

– Кількість завантажень: 50 000 за рік.

– Конверсія в платні підписки: 5% від загальної кількості користувачів.

– Середня ціна підписки:

• Базова — 5 USD/місяць.

• Стандартна — 10 USD/місяць.

• Преміум — 20 USD/місяць.

– Кількість користувачів партнерських сервісів: 15% від загальної кількості користувачів.

– Середній дохід від партнерства: 10 USD на користувача за рік.

– Кількість користувачів корпоративного пакету: 10 компаній по 50 користувачів у кожній.

Таблиця 3

Типові проблеми з якими стикаються бізнес-туристи та проблеми їх вирішення завдяки додатку «BizNavigator»

Table 3

Typical problems faced by business tourists and how to solve them thanks to the BizNavigator application

Проблема	Пояснення	Рішення
Складність планування маршруту	Багатьом бізнес-туристам важко синхронізувати рейси, бронювання готелів, заплановані зустрічі та вільний час	«BizNavigator» автоматично синхронізує всі етапи подорожі в одному місці — з інтеграцією календаря, нагадуваннями про заплановані зустрічі та даними про бронювання.
Пошук місць для зустрічей і роботи	Знайти зручний коворкінг, конференц-зал або місце для зустрічі у незнайомому місті може бути складно та відбирає час.	Додаток надає варіанти поруч із поточним місцезнаходженням користувача з функцією бронювання коворкінгів, залів для переговорів та інших необхідних локацій
Фінансовий облік витрат	Контроль витрат під час подорожі, зберігання чеків для звітності — це часто проблемна і часозатратна задача для бізнес-туристів	«BizNavigator» включає функцію сканування чеків і автоматичного збереження витрат, а також зручний фінансовий облік, який можна експортувати для бухгалтерії
Складнощі у створенні ділових зв'язків у новому місці	Пошук нових контактів і можливостей для бізнесу в незнайомому місті може бути обмеженим і вимагати підготовки заздалегідь	Додаток допомагає знаходити потенційні контакти через інтеграцію з професійними мережами та рекомендує актуальні ділові події, такі як конференції та виставки
Організація дозвілля і культурна адаптація	Бізнес-туристам часто бракує часу і можливостей на пошук місць для культурного відпочинку або місцевих ресторанів для ділових зустрічей	Завдяки рекомендаціям на основі штучного інтелекту, додаток пропонує варіанти ресторанів, культурних місць і заходів, які відповідають смакам користувача, економлячи час на пошук
Актуальна інформація про вимоги для в'їзду та безпека	Постійні зміни візових вимог і правил безпеки особливо в умовах воєнного стану можуть зробити подорож непередбачуваною	«BizNavigator» автоматично оновлює інформацію про вимоги для в'їзду, протоколи безпеки та надає доступ до екстрених контактів консульств у випадку потреби
Ефективна організація і мінімізація стресу	Бізнес-подорожі можуть бути стресовими через постійну зміну середовища, необхідність швидко орієнтуватися у нових місцях і одночасно працювати	Додаток забезпечує зручний інтерфейс з доступом до всіх інструментів в одному місці, допомагаючи зосередитися на основних завданнях без зайвих турбот

Складено авторами

Compiled by the authors

– Ціна корпоративного пакета: 1000 USD/рік для 50 користувачів.

Розрахунок доходу:

1. Доходи від підписок

Кількість платних користувачів: $50\,000 \cdot 5\% = 2\,500$

Розподіл підписок:

• Базова (50%) = $1\,250 \text{ користувачів} \cdot 5 \text{ USD} \cdot 12 \text{ місяців} = 75\,000 \text{ USD}$

• Стандартна (30%) = $750 \text{ користувачів} \cdot 10 \text{ USD} \cdot 12 \text{ місяців} = 90\,000 \text{ USD}$

• Преміум (20%) = $500 \text{ користувачів} \cdot 20 \text{ USD} \cdot 12 \text{ місяців} = 120\,000 \text{ USD}$

Загальний дохід від підписок: $75\,000 + 90\,000 + 120\,000 = 285\,000 \text{ USD}$

2. Доходи від партнерських програм

Кількість користувачів, що користуються партнерськими послугами**: $50\,000 \cdot 15\% = 7\,500$

Середній дохід від партнерських програм: $7\,500 \cdot 10 \text{ USD} = 75\,000 \text{ USD}$

3. Доходи від корпоративних пакетів

Кількість компаній: 10

Дохід від корпоративних пакетів: $10 \text{ компаній} \cdot 1\,000 \text{ USD} = 10\,000 \text{ USD}$

При реалізації цих моделей монетизації орієнтовний дохід від мобільного додатку «BizNavigator» за перший рік роботи становитиме близько 370 000 USD. Цей прогноз може змінюватися в залежності від маркетингової стратегії, рівня конверсії у платні підписки та кількості партнерських угод.

Отже в підсумку потрібно зазначити, що мобільний додаток «BizNavigator» здатен значно покращити досвід ділових мандрівників завдяки своїм численним перевагам. Однією з основних переваг «BizNavigator» є здатність оптимізувати час ділового мандрівника. За допомогою додатку можна буде швидко перевірити наявність вільних номерів у готелях, забронювати квитки на транспорт і навіть отримати рекомендації по ресторанах для зустрічей з бізнес-партнерами. Це дозволить зосередитися на важливих аспектах ділової діяльності, залишаючи організаційні питання на додаток.

Висновки. Після війни очікується значний вплив міжнародної допомоги для відбудови інфраструктури та відновлення економіки. Це створить нові умови для організації бізнес-заходів, інвестиційних форумів та конференцій. Світова спільнота, зацікавлена у підтримці відбудови України, буде стимулювати розвиток ділового туризму як

Таблиця 4
Загальний розрахунок витрат на створення додатку та підтримку його роботи протягом першого року

Table 4

Total cost estimate for app development and support during the first year

Категорія	Мінімальні витрати (USD)	Максимальні витрати (USD)
Дослідження і планування	3 000	7 000
UX/UI дизайн	5 000	9 000
Розробка	33 000	47 000
Розробка ключових функцій	7 000	15 000
Тестування	4 000	9 000
Запуск та розгортання	10 500	15 500
Підтримка та оновлення (рік)	7 000	15 000
Додаткові витрати	1200	3500
Загальна сума	70 700	121 000

Складено авторами

Compiled by the authors

Таблиця 5
Прогнозований загальний дохід за рік від функціонування додатку «BizNavigator»

Table 5

Projected total revenue per year from the operation of the BizNavigator application

Джерело доходу	Дохід (USD)
Підписки	285 000
Партнерські програми	75 000
Корпоративні пакети	10 000
Загальний дохід	370 000

Складено авторами

Compiled by the authors

платформи для кооперації і обміну досвідом. Прямі іноземні інвестиції у відбудову дозволять модернізувати інфраструктуру, включаючи готелі, конференц-зали, аеропорти та транспортні мережі, що сприятиме зростанню бізнес-подорожей до України.

Діджиталізація ділового туризму в Україні має великі перспективи. Цифрові технології здатні значно полегшити процеси організації поїздок, зменшити витрати, підвищити ефективність та створити нові можливості для міжнародної співпраці. Враховуючи ці тенденції, Україна має потенціал стати важливим гравцем у глобальному бізнес-туризмі, якщо вдасться подолати існуючі бар'єри та максимально ефективно впровадити інновації.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Закон України «Про туризм». *Відомості Верховної Ради*. 1995. № 31.
2. Андриченко І. Б. Діловий туризм: навч. посібник / Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків: ХНУМГ, 2014. 165 с.
3. Конференц-сервіс в Україні. URL: https://conference-service.com.ua/firms/type_1/
4. Проведення кількісних досліджень в'їзного туризму на пунктах пропуску через державний кордон. *Державне агентство з розвитку туризму*: Звіт. URL: <https://www.tourism.gov.ua/statistic>

5. Результати дослідження «Огляд готельного ринку України 2024» URL: <https://ribashotelsgroup.ua/blog/rezulytati-issledovaniya-obzor-gostinichnogo-rinka-ukraini-2024/>
6. Титова Н. В. Діловий туризм в Україні: основні проблеми розвитку та шляхи їхнього вирішення. *Економіка і менеджмент культури*. 2013. № 1. С. 67–74.
7. Юрченко С. О., Юрченко О. Є. Особливості розвитку ділового туризму на сучасному етапі *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія: Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм*. 2016. №5. С. 171-175.
8. Business tourism trends in 2024 URL: <https://travel-code.com/news/business-tourism-trends-in-2024>
9. Global Business Travel Association. URL: <https://www.gbta.org/global-business-travel-spending-is-coming-back-but-recent-headwinds-push-anticipated-full-recovery-into-2025-and-2026/>
10. Leading business tourism markets worldwide in 2024, based on total travel spending URL: <https://www.statista.com/statistics/225879/countries-ranked-by-total-business-travel-spending/>
11. Market value of the meetings industry worldwide in 2019, with forecasts until 2030. *Statista*. 2023. URL: <https://www.statista.com/statistics/1261183/market-size-meetings-industry-worldwide/>

Стаття надійшла до редакції 18.09.2024

Стаття рекомендована до друку 20.10.2024

Hanna Haponenko, Ph.D (Economics), Associate Professor, V. N. Karazin Kharkiv National University, Svobody sq., 4, Kharkiv, Ukraine, 61022, e-mail: a.i.gaponenko@karazin.ua; ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8998-4795>

Olena Yevtushenko, Ph.D (Economics), Associate Professor, V. N. Karazin Kharkiv National University, Svobody sq., 4, Kharkiv, Ukraine, 61022, e-mail: evytushenko@karazin.ua; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9729-1435>

Irina Shamara, Ph.D (Economics), Associate Professor, V. N. Karazin Kharkiv National University, 4, Svobody Sq., Kharkov, Ukraine, 61022, email: shamara@karazin.ua; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2431-9185>

Anton Sviatyi, Master, V. N. Karazin Kharkiv National University, Svobody sq., 4, Kharkiv, Ukraine, 61022, e-mail: antonsvatoj228@gmail.com

BUSINESS TOURISM IN UKRAINE: DEVELOPMENT PROSPECTS IN THE POST-WAR PERIOD

Modern business tourism is an important component of both business activities and the travel and tourism sector. Every day, millions of people travel for business purposes of various lengths and distances, and more than 100 million such business trips take place in the world every year. Associations, scientific and educational institutions, specialized publications and textbooks, as well as a stable organizational structure with professional management have been formed in this field. Countries focused on the development of tourism have developed and are actively implementing state support programs to stimulate business tourism. The main goal of business tourism is to increase business efficiency, expand market opportunities, stimulate innovation and strengthen business ties. The subject of the study is an analysis of the current state, problems and prospects for the development of business tourism in Ukraine. The purpose of the study is to identify business tourism as a promising direction for the development of tourism in Ukraine. General scientific research methods are used: systemic, descriptive, comparative and structural-logical analysis. The study yielded the following results: the main trends, problems and prospects for the development of business tourism in Ukraine were identified. According to the authors, after the war, Ukraine will become a center for holding numerous international conferences dedicated to recovery and reconstruction, economic cooperation and new technologies. Holding such events, in particular in the field of investment, renewable technologies, ecology and innovation, will help attract a wide range of international partners and promote the development of business tourism. Conclusions: the feasibility of developing ways to promote Ukraine as an attractive destination for business tourism is substantiated. Digital technologies can significantly facilitate the processes of organizing trips, reduce costs, increase efficiency and create new opportunities for international cooperation. Given these trends, Ukraine has the potential to become an important player in global business tourism if it manages to overcome existing barriers and implement innovations as effectively as possible.

Keywords: *business tourism, mice-tourism, business, congress and exhibition tourism, incentive tourism, mobile application.*

REFERENCES

1. Zakon Ukrainy «Pro turyzm» [Law of Ukraine «On Tourism»]. Vidomosti Verkhovnoi Rady. 1995. № 31. (in Ukrainian)
2. Andrenko I. B. (2014) Dilovyi turyzm: navch. posibnyk [Business tourism: a training manual]. Kharkiv. nats. un-t misk. hosp-va im. O. M. Beketova. Kharkiv: KhNUMH. (in Ukrainian)
3. Konferents-servis v Ukraini [Conference service in Ukraine]. Available at: https://conference-service.com.ua/firms/type_1/ (in Ukrainian)
4. Provedennia kilkisnykh doslidzhen viznogo turyzmu na punktakh propusku cherez derzhavnyi kordon [Conducting quantitative research on inbound tourism at state border crossing points]. Derzhavne ahenstvo z rozvytku turyzmu: Zvit. Available at: <https://www.tourism.gov.ua/statistic> (in Ukrainian)
5. Rezultaty doslidzhennia «Ohliad hotelnoho rynku Ukraïny 2024» [Results of the study “Ukrainian Hotel Market Review 2024”]. Available at: <https://ribashotelsgroup.ua/blog/rezulytati-issledovaniya-obzor-gostinichnogo-rinka-ukraini-2024/> (in Ukrainian)
6. Tytova N. V. (2013) Dilovyi turyzm v Ukraini: osnovni problemy rozvytku ta shliakhy yikhnoho vyrishennia [Business tourism in Ukraine: main development problems and ways to solve them]. *Ekonomika i menedzhment kultury*. 1. pp. 67-74. (in Ukrainian)
7. Yurchenko S. O., Yurchenko O. Ye. (2016) Osoblyvosti rozvytku dilovoho turyzmu na suchasnomu etapi [Features of tourism development at the present stage]. *Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho universytetu imeni V. N. Karazina. Serii: Mizhnarodni vidnosyny. Ekonomika. Krainoznavstvo. Turyzm*. 5. pp. 171-175. (in Ukrainian)
8. Business tourism trends in 2024 Available at: <https://travel-code.com/news/business-tourism-trends-in-2024>
9. Global Business Travel Association. Available at: <https://www.gbta.org/global-business-travel-spending-is-coming-back-but-recent-headwinds-push-anticipated-full-recovery-into-2025-and-2026/>
10. Leading business tourism markets worldwide in 2024, based on total travel spending. Available at: <https://www.statista.com/statistics/225879/countries-ranked-by-total-business-travel-spending/>
11. Market value of the meetings industry worldwide in 2019, with forecasts until 2030. Statista. 2023. Available at: <https://www.statista.com/statistics/1261183/market-size-meetings-industry-worldwide/>

The article was received by the editors 18.09.2024

The article is recommended for printing 20.10.2024

DOI: 10.26565/2310-9513-2024-20-08
УДК 338.48

ОСОБЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ САНАТОРНО-КУРОРТНОЇ СФЕРИ

Мороз Соломія Романівна

доктор філософії

викладач кафедри туризму

Львівський державний університет фізичної культури імені Івана Боберського

вул. Костюшка, 11, м. Львів, 79007

e-mail: m.solomiya22@ukr.net

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4742-6984>

Ключовим чинником підвищення конкурентоспроможності санаторно-курортних закладів є інноваційний розвиток. Розробка та впровадження інновацій є необхідною передумовою для тих санаторно-курортних закладів, які націлені на успішну діяльність. Визначено, що впровадження різного типу інновацій у діяльність санаторно-курортних закладів впливатиме на конкурентоспроможність не лише окремих закладів, але й на економічний розвиток регіону та країни в цілому. Мета статті полягає у обґрунтуванні особливостей інноваційного розвитку санаторно-курортної сфери. Для досягнення поставленої мети використано наступні методи дослідження: аналіз та синтез, порівняльний та узагальнення. Визначено, що інновації в санаторно-курортному господарстві передбачають не лише розробку та впровадження передових технологій, але й унікальних лікувально-оздоровчих послуг та продуктів, які сприяють підвищенню ефективності функціонування санаторно-курортних закладів. Встановлено, що сьогодні інноваційна діяльність у санаторно-курортному господарстві майже відсутня, за винятком сучасних оздоровчих комплексів. З огляду на це, впровадження інновацій є важливим елементом діяльності санаторно-курортних закладів, метою яких є підвищення їх конкурентоспроможності. Визначено, що сьогодні особливою популярністю користується нова інноваційна послуга — 3D-тур або віртуальний тур, який сприяє привабливості потенційних клієнтів та інвесторів, просуванню та підвищенню конкурентоздатності як окремого санаторно-курортного закладу, так курорту в цілому. Встановлено, що важливим чинником ефективної діяльності санаторно-курортних закладів є якість та рівень обслуговування, завдяки якому формується певний образ закладу. Тож важливим є постійне вдосконалення професійного рівня кадрів. Таким чином, для санаторно-курортного сегменту пріоритетним напрямом є інноваційна діяльність, а для успішного функціонування санаторно-курортних закладів необхідним є впровадження інновацій. Результати дослідження можуть доповнити та розширити спеціалізовані навчальні курси закладів вищої освіти, де ведуть підготовку кадрів для сфери туризму.

Ключові слова: санаторно-курортне господарство, інновації, інноваційний розвиток, конкурентоспроможність, туризм.

Як цитувати: Мороз С.Р. Особливості інноваційного розвитку санаторно-курортної сфери. *Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм»*. 2024. № 20. С. 74–80. DOI: <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2024-20-08>

In cites: Moroz S. (2024). Features of the innovative development of the spa industry. *The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series International Relations. Economics. Country Studies. Tourism*, (20), 74–80. <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2024-20-08> (in Ukrainian)

Постановка проблеми. Інноваційний розвиток є одним із ключових чинників підвищення конкурентоспроможності закладів санаторно-курортної сфери. Розробка та впровадження інновацій є важливим завданням, яке визначає кінцевий результат діяльності санаторно-курортних закладів — підвищення рівня задоволеності рекреантів і ефективності управлінських процесів. За цих обставин, інновації стають основним елементом подальшого успішного функціонування та розвитку закладів, які прагнуть досягнути бажаного економічного результату.

Закономірно, що впровадження різного типу інновацій у діяльність санаторно-курортних закладів позитивно та ефективно впливатиме на конкурентоспроможність не лише окремих закладів, але й на економічний розвиток регіону та країни в цілому.

Аналіз останніх публікацій за темою дослідження. Як вказано у наших попередніх публікаціях дослідження інноваційного розвитку санаторно-курортної сфери висвітлювалися у працях багатьох українських учених. Зокрема, М. Ковач обґрунтовує концептуальні основи інноваційного розвитку санаторно-курортного господарства [4], Л. Кравченко наголошує на необхідності впровадження інновацій як важливого чинника для конкурентних переваг на підприємствах [5], Н. Равлик розглядає основні напрямки, пов'язані з інноваційною діяльністю та їх роль для розвитку підприємства [10], О. Тарасенко обґрунтовує доцільність застосування нових інноваційних підходів менеджменту санаторно-курортних закладів [11]. Однак достатньо мінливий характер ринку санаторно-курортних послуг, особливо в сучасних конкурентних умовах потребує більш ґрунтовних досліджень.

Метою є дослідження особливостей інноваційного розвитку санаторно-курортної сфери.

Виклад основного матеріалу. У сучасних конкурентних умовах сфера санаторно-курортного господарства потребує розробки та впровадження інновацій у діяльність санаторно-курортних закладів, що є доволі прогресивним чинником, який сприятиме підвищенню їх конкурентоспроможності, рівня якості пропонованих послуг та розширенню кола потенційних клієнтів. Вважаємо, що інновації є необхідною передумовою для успішного функціонування українських санаторно-курортних закладів.

Як відомо, першим термін «інновація» став застосовувати Й. Шумпетер. Він стверджував, що інновації — це нова комбінація (поєднання) виробничих факторів, мотивована підприємницьким духом [1]. У сучасному розумінні інновація це — нова або вдосконалена технологія чи продукт, що впроваджується в практичну діяльність підприємства.

О. Давидова «інновацією в туризмі» вважає результат застосування новинки у туристичній інду-

стрії з підвищенням її ефективності та отримання, передусім, комерційного ефекту, що має забезпечити стійке функціонування та розвиток галузі [2].

Варто зазначити, що інновації в санаторно-курортному господарстві передбачають не лише розробку та впровадження передових технологій, але й унікальних лікувально-оздоровчих послуг та продуктів, які сприяють підвищенню ефективності функціонування санаторно-курортних закладів.

Вважаємо, що розробка та впровадження інновацій у сфері санаторно-курортного господарства відіграють вагомую роль для діяльності підприємства, націленого на конкурентоспроможність та збереження своїх позицій на ринку.

У своїх дослідженнях М. Ковач зазначає, що до основ інноваційного розвитку санаторно-курортного господарства належать:

- зростальні потреби населення в зміцненні здоров'я;
- гармонічне об'єднання привабливих умов відпочинку, оздоровлення й подорожей;
- небезпека втрати частини ринку;
- перехід від економіки пропозицій до економіки попиту;
- загострення конкуренції;
- необхідність стримувати виїзд населення регіону для отримання санаторно-курортних послуг [4].

Вважаємо, що постійне оновлення та удосконалення діяльності українських санаторно-курортних закладів шляхом розроблення та впровадження інновацій допоможе надавати дієві лікувально-оздоровчі послуги населенню, підвищити рівень якості обслуговування рекреантів та залучити не лише внутрішнього, але й іноземного туриста. Тож інноваційну діяльність необхідно впроваджувати не лише шляхом автоматизації обслуговування та надання послуг рекреантам, але й оновлення та реконструкції санаторно-курортних закладів.

М. Ковач також пропонує основні принципи, що впливають на інноваційний розвиток санаторно-курортного господарства:

- важливості;
- наступності;
- сталого розвитку;
- інформаційно-технологічного забезпечення;
- обов'язкової затребуваності;
- соціально-економічного зростання регіону;
- мінімуму капітальних вкладень;
- заміщення;
- заповнення існуючого вакууму [4].

Розвиток санаторно-курортного господарства потребує розроблення та впровадження інновацій і новітніх технологій, які спрямовані на збільшення ефективності діяльності закладів, розширення можливостей та вдосконалення процесу обслуговування. Незважаючи на кризові періоди в турис-

тичний галузі, які були спричинені війною на сході України у 2014 році, пандемією COVID-19 у 2020 році та повномасштабним вторгненням у 2022 році, останнім часом у розвитку санаторно-курортного господарства країни спостерігаються позитивні тенденції, що, зокрема, проявляється збільшенням кількості оздоровчих закладів та зростанням попиту на українські курортні програми. Водночас інноваційна діяльність у санаторно-курортному господарстві майже відсутня, за винятком сучасних оздоровчих комплексів. З огляду на це, впровадження інновацій є важливим елементом діяльності санаторно-курортних закладів, метою яких є підвищення їх конкурентоспроможності.

Вважаємо, що основою діяльності санаторно-курортного господарства, у першу чергу, є матеріально-технічна база без якої неможливе успішне функціонування галузі. До матеріально-технічної бази санаторно-курортного господарства належать заклади розміщення, оснащення для обслуговування та надання лікувально-оздоровчих послуг, транспортна доступність та комунікації, які здатні задовольнити потреби рекреантів. Тож в сучасних умовах інфраструктура санаторно-курортного господарства має бути модернізована відповідно до міжнародних стандартів якості, оскільки це є запорукою економічного успіху та розвитку як окремих санаторно-курортних закладів, так і курорту та регіону в цілому.

З урахуванням викладеного можемо стверджувати, що матеріально-технічна база відіграє важливу роль в організації санаторно-курортного лікування та оздоровлення. Відтак, оновлення матеріально-технічної бази закладів санаторно-курортного господарства матиме доволі позитивний ефект, зокрема впливатиме на підвищення ефективності роботи закладів та їхню привабливість, сприятиме розширенню кола потенційних клієнтів, економічному зростанню, залученню інвестицій та створенню комфортних умов для відвідувачів.

На сучасному етапі розвитку санаторно-курортного господарства Україна потребує інтенсивного впровадження технічних інновацій як у лікувально-оздоровчій сфері, так і у сфері обслуговування. Технічні інновації пов'язані з використанням нових видів обладнання й передових технологій у процесі розроблення, просування та надання санаторно-курортних послуг. Серед основних технічних інновацій у санаторно-курортному господарстві можемо виділити:

- інформаційні технології, які передбачають автоматизацію послуг від процесу бронювання номерів та путівок до лікувально-оздоровчих послуг;
- оснащення номерів смарт-технологіями;
- розробка мобільних додатків із повним переліком як основних, так і додаткових послуг, які надає заклад;

- використання соціальних мереж для просування послуг та розширення кола потенційних клієнтів;
- оновлення веб сайту закладу відповідно до тенденцій;
- віртуалізація як санаторно-курортних закладів, так і курортів.

Варто зауважити, що сьогодні особливою популярності набуває нова інноваційна послуга — 3D-тур (віртуальний тур), за допомогою якого можна віртуально перенестися та ознайомитися з бажаною дестинацією або закладом. Віртуальний тур є доброю можливістю просування та підвищення конкурентоздатності як курорту в цілому, так і певних закладів. Можна також стверджувати, що це чудовий спосіб для приваблення не лише потенційних клієнтів, а й інвесторів. Саме тому віртуальні тури мають низку переваг, серед яких:

- можливість здійснення туру в будь-який зручний для туриста час;
- віртуальний тур є абсолютно безкоштовною послугою (окрім оплати за інтернет);
- здійснення туру тільки за допомогою гаджетів — комп'ютера, планшета або телефона;
- доступність віртуальної подорожі незалежно від віку, соціального статусу та рівня доходів туриста;
- безпека віртуальної подорожі.

Одним із важливих чинників ефективної діяльності туристичного бізнесу, а отже, і санаторно-курортних закладів є якість і рівень обслуговування. Саме завдяки обслуговуванню формується образ закладу, тому сучасні тенденції розвитку суспільства передбачають нові вимоги підготовки персоналу. Найважливішим напрямом роботи кадрової політики є постійне вдосконалення професійного рівня кадрів. Завдання кадрової політики полягає у:

- постійному професійному розвитку персоналу, який передбачає проходження стажування, навчальних курсів, тренінгів, конференцій, роботу з тренером або наставником;
- самонавчанні і саморозвитку працівників;
- корпоративному вивченні іноземної мови;
- мотивації та додаткових перевагах для працівників, які передбачають премії, бонуси, надбавки до заробітної плати, професійне зростання, знижки на відпочинок у санаторно-курортних закладах, а також інсентив-туризм (заохочувальний туризм) — ділова поїздка, яку організовує підприємство для найліпших працівників [3].

Зважаючи на це, підвищення кваліфікації — це інвестиції, метою яких є розвиток і підвищення професійного рівня працівників та формування конкурентоздатного підприємства. На нашу думку, підвищення кваліфікації сприятиме:

- підвищенню рівня професіоналізму працівників;
- розширенню кола потенційних клієнтів;
- зростанню доходів закладу;

- зниженню плінності кадрів;
- підвищенню рівня обслуговування клієнтів, якнайбільше наближеного до стандартів.

Сьогодні санаторно-курортне господарство стрімко розвивається, тож в умовах загострення конкурентної боротьби основним чинником успішної діяльності закладів санаторно-курортної сфери є ефективний маркетинг, який здатний впливати як на постійних, так і потенційних клієнтів та спонукати їх до здійснення подорожі.

Серед ефективних інструментів маркетингу санаторно-курортних послуг пропонуємо:

1. Участь у різноманітних міжнародних туристичних заходах здатних формувати тривалі міжнародні ділові відносини. Основною метою таких масштабних міжнародних заходів є представлення природно-рекреаційного потенціалу курортів, перспективних оздоровчих напрямів відпочинку, презентація оздоровчих закладів, обмін думками та пропозиціями щодо подальшого розвитку сфери санаторно-курортного господарства, налагодження міжнародних ділових відносин між країнами-учасниками, можливість залучення інвестицій та потенційних іноземних клієнтів.

2. Організацію міжнародної рекламної діяльності для працівників туристичної сфери з метою просування локального туристично-рекреаційного продукту, унікальних оздоровчих маршрутів, послуг та українських санаторно-курортних закладів на міжнародних ринках.

3. Інтернет-маркетинг, який є невід'ємною частиною успішного розвитку сучасного туристичного бізнесу. Серед основних інструментів інтернет-маркетингу можемо виокремити такі:

- банери на сайтах — графічні зображення, які дають змогу розширити аудиторію потенційних клієнтів. Такий вид реклами допомагає підвищити впізнаваність курорту або ж конкретного санаторно-курортного закладу;

- створення вебсайту — візитівки закладу з повним переліком інформації про діяльність: ціни, спеціалізацію, лікувально-оздоровчі послуги, додаткові послуги, інфраструктуру, фото номерів, території тощо. Сайт також може слугувати місцем комунікації як керівництва закладу з клієнтами, так і клієнтів між собою за допомогою форуму або/та відгуків;

- реклама в пошукових системах за ключовими словами (оздоровчий заклад, готельно-оздоровчий комплекс, санаторно-курортне лікування, оздоровлення, відпочинок і т. д.). Завдання цього виду реклами полягає в показі рекламного оголошення в пошукових системах у разі запиту за ключовими словами;

- вихід на системи онлайн-бронювання (Booking.com, Hotels.com, Agoda.com). Системи онлайн-бронювання — це системи, які дають ціни, реальні фото номерів, а також повний перелік лікувально-оздоровчих і додаткових послуг. Бронювання в

таких системах здійснюють протягом однієї хвилини — клієнт безкоштовно бронює обраний номер та отримує лист-підтвердження;

- реклама на форумах — досить ефективний і ненав'язливий спосіб просування послуг та можливість охопити широку аудиторію потенційних клієнтів. Відвідувачі форуму також можуть бути носіями реклами конкретного оздоровчого закладу чи курорту, поширюючи інформацію на інших сайтах і в соціальних мережах;

- просування послуг через соціальні мережі або SMM («Фейсбук», «Інстаграм») — один із найефективніших видів реклами в інтернеті в результаті створення сторінок або спільнот із цікавим контентом про оздоровчий заклад або курорт;

- прихована реклама — інформація про конкретний оздоровчий заклад або курорт у вигляді звичайних статей без позначки «реклама». Таким чином, читачі не підозрюють про рекламне спрямування матеріалу;

- розсилання через електронну пошту та месенджери (вайбер, телеграм, ватсап) рекламних листів, які мають містити загальну інформацію, максимально чітку й конкретну.

4. Реклама на телебаченні, радіо та у друкованих виданнях — одна з ефективних класичних форм комунікації, що здатна охопити широку аудиторію потенційних клієнтів різних вікових груп.

Телевізійна реклама — один із найбільш вартісних видів поширення інформації. Телевізійна реклама може бути подана за допомогою двох способів: перший — у вигляді лаконічного короткотривалого відеоролика до 15 с або розгорнутого відеоролика до 30 с; другий — рухомий рядок — текст із основною інформацією про оздоровчий заклад: назва закладу, місце розташування, сайт, переваги відпочинку тощо.

Радіореклама, дає змогу охопити широку аудиторію, зокрема молодь, можливість обрати конкретний сегмент слухачів (автослухачів, молодь, людей старшого віку) та характеризується відносно невеликими ціновими тарифами.

Реклама у друкованих виданнях (газетах, журналах) у вигляді статей із текстом про переваги й можливості як регіону чи курорту, так і конкретного закладу.

5. Створення каталогів, зокрема онлайн-каталогів, та брошур санаторно-курортних закладів. Цей вид реклами є важливою частиною туристичної діяльності та презентацією певних закладів, курортів чи регіонів.

6. Створення сувенірної продукції. Сувенірна продукція є важливим інструментом просування послуг у туристичній індустрії [6].

На наш погляд, важливими стратегічними пріоритетами інноваційного розвитку санаторно-курортного господарства є такі:

- реконструкція наявних та будівництво нових санаторно-курортних закладів;
- оснащення номерів сучасними смарт-технологіями;
- автоматизація як сервісних, так і лікувально-оздоровчих послуг в закладах санаторно-курортної сфери;
- віртуалізація санаторно-курортних закладів;
- розроблення локальних оздоровчих маршрутів;
- формування професійного кадрового персоналу в закладах санаторно-курортної сфери (наявність у працівників відповідних навичок і готовність швидко й фахово обслуговувати рекреантів);
- створення позитивного іміджу санаторно-курортних закладів серед постійних та потенційних клієнтів;
- будівництво сучасних підприємств індустрії розваг (спортивних клубів, ковзанок, музеїв, кіно-театрів і тощо).

Висновки. Керівництво санаторно-курортних закладів в умовах ринкової економіки все більше

розуміє необхідність розробки та впровадження інновацій і пов'язану з цим економічну вигоду. Завдяки своєму унікальному природно-ресурсному потенціалу та збільшенню інтересу туристів до санаторно-курортного комплексу, Україна має всі підстави для ефективного інноваційного розвитку. Санаторно-курортна сфера сприяє економічному зростанню як регіону, так і країни в цілому, підвищенню та покращенню якості життя місцевого населення, створенню нових робочих місць та збільшенню доходів. Формування нових підходів, розробка та впровадження інновацій дозволить створити унікальний санаторно-курортний комплекс з сучасною інфраструктурою. Таким чином, для санаторно-курортного сегменту пріоритетним напрямом є інноваційна діяльність, а для успішного функціонування санаторно-курортних закладів необхідним є впровадження інновацій. Вважаємо, що інновації можуть бути своєрідним каталізатором економічного розвитку як певних санаторно-курортних закладів і курортів, так і регіону в цілому.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Башук Г. О. Державне регулювання інноваційних функцій підприємства України. *Ефективна економіка*. 2013. №8. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2244> (дата звернення: 25.07.2024).
2. Давидова О. Г. Особливості застосування інновацій у розвиток туристичної галузі України. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія «Економіка»*. 2015. № 7 (172). С. 65-69.
3. Голод А. П. та ін. Модернізація санаторно-курортного господарства як чинник маркетингової політики регіонального розвитку туризму. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія. Економічні науки*. 2022. №9. С.22-27.
4. Ковач М. Й. Концептуальні основи інноваційного розвитку санаторно-курортного господарства регіону. *Економіка і регіон*. 2011. С. 58–63.
5. Кравченко Л. А. Інноваційне забезпечення розвитку туристично-рекреаційного потенціалу регіону. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2011. №3. С. 7–11.
6. Мороз С. Р., Пітюлич М. І. Модернізація санаторно-курортного господарства як чинник розвитку соціального туризму. *Наукові записки Львівського університету бізнесу та права. Серія Економічна. Серія Юридична*. 2020. Вип. 27. С. 67-73.
7. Мороз С. Сучасні інструменти просування санаторно-курортних послуг. *III Всеукраїнська науково-практична конференція молодих учених, аспірантів і студентів з міжнародною участю*: зб. тез доп. (18 травня 2023 року, м. Львів). Львів, 2023. С. 492-494.
8. Мороз С. Р. Стратегічні пріоритети інноваційного розвитку санаторно-курортного господарства в Україні. *Економічний вісник Національного гірничого університету*. 2019. № 3. С. 52–57.
9. Стрікаленко Т. В., Д'яконова А. К., Коротич О. М. Інноваційна діяльність санаторно-курортних закладів: проблеми, варіанти вирішень, освіта. *Social and Economic Aspects of Education in Modern Society*. 2021. С. 48-55.
10. Равлик Н. В. Поняття інновацій та їх роль у розвитку підприємства. *Актуальні проблеми економіки*. 2015. №4. С. 215-219.
11. Тарасенко О. І. Необхідність інноваційної політики в санаторно-курортній сфері України. *Маркетинг інновацій і інновації у маркетингу*: зб. тез доп. VII Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Суми, 26-28 вересня 2013 р). Суми : ТОВ «ДД «Папірус», 2013. С. 267-268.

Стаття надійшла до редакції 27.08.2024

Стаття рекомендована до друку 29.09.2024

Solomiia Moroz, Doctor of Philosophy, Lecturer of Tourism Department, Lviv Ivan Bobersky State University of Physical Culture, 11, Kostyushka Str., Lviv, Ukraine, 79007, e-mail: m.solomiya22@ukr.net, Contact phone number: +38-093-028-62-84
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4742-6984>

FEATURES OF THE INNOVATIVE DEVELOPMENT OF THE SPA INDUSTRY

Innovative development is a key factor in increasing the competitiveness of spa facilities. The development and implementation of innovations is a necessary prerequisite for those spa resorts that aim for successful operations. It has been determined that the introduction of various types of innovations into the activities of spa facilities will affect the competitiveness not only of individual facilities, but also of the economic development of the region and the country as a whole. The purpose of the article is to substantiate the features of the innovative development of the spa industry. To achieve the goal, the following research methods analysis and synthesis, comparative and generalization were used. It has been determined that innovations in the spa industry involve not only the development and implementation of advanced technologies, but also unique medical and health services and products that contribute to increasing the efficiency of the functioning of spa facilities. It has been established that today there is almost no innovative activity in the spa industry, with the exception of modern health complexes. In view of this, the introduction of innovations is an important element of the activity of spa facilities, the purpose of which is to increase their competitiveness. It has been determined that today a new innovative service is particularly popular a 3D tour or virtual tour, which helps attract potential clients and investors, promote and increase the competitiveness of both an individual health resort and the resort as a whole. It has been established that an important factor in the effective operation of spa facilities is the quality and level of service, which forms a certain image of the facility. Therefore, it is important to constantly improve the professional level of personnel. Thus, for the spa segment, innovation is a priority, and for the successful functioning of spa institutions, the implementation of innovations is necessary. The results of the research can complement and expand the specialized training courses of higher education institutions, where personnel are trained for the field of tourism.

Keywords: *spa industry, innovations, innovative development, competitiveness, tourism.*

REFERENCES

1. Bashuk H. O. (2013) Derzhavne rehuliuвання innovatsiinykh funktsii pidpriemstva Ukrainy [State regulation of innovative functions of enterprises of Ukraine]. *Efficient economy*, no. 8. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2244>. (accessed 25.07. 2024). (in Ukrainian)
2. Davydova O. H. (2015) Osoblyvosti zastosuvannya innovatsii u rozvytok turystychnoi haluzi Ukrainy [Peculiarities of the application of innovations in the development of the tourist industry of Ukraine]. *Bulletin of Taras Shevchenko Kyiv National University. «Economy»*, no. 7 (172). pp.65-69. (in Ukrainian)
3. Holod A. P. et al. (2022) Modernizatsiya sanatorno-kurortnoho hospodarstva yak chynnyk marketynhovoyi polityky rehional'noho rozvytku turyzmu [Modernization of the sanatorium and resort economy as a factor in the marketing policy of regional tourism development]. *International scientific journal «Internauka». Series. Economic Sciences*. No. 9. P.22-27. (in Ukrainian)
4. Kovach M. Y. (2011) Kontseptualni osnovy innovatsiinoho rozvytku sanatorno-kurortnoho hospodarstva rehionu [Conceptual foundations of innovative development of the spa industry of the region.]. *Economy and the region*. pp. 58-63. (in Ukrainian)
5. Kravchenko L. A. (2011) Innovatsiine zabezpechennia rozvytku turystychno-rekreatsiinoho potentsialu rehionu [Innovative support for the development of the tourism and recreation potential of the region]. *Bulletin of the Khmelnytskyi National University*, no.3. pp. 7-11. (in Ukrainian)
6. Moroz S. R., Pityulych M. I. Modernizatsiya sanatorno-kurortnoho hospodarstva yak chynnyk rozvytku sotsial'noho turyzmu [Modernization of the spa industry as a factor in the development of social tourism]. *Scientific notes of the Lviv University of Business and Law. Economic Series. Legal Series*. Issue 27. P. 67-73. (in Ukrainian)
7. Moroz S. (2023) Suchasni instrumenty prosvuvannya sanatorno-kurortnykh posluh [Modern tools for the promotion of spa services]. Proceedings of the *Vseukrainska naukovo-praktychna konferentsia molodykh uchenykh, aspirantiv i studentiv z mizhnarodnoiu uchastiu (Ukraine, Lviv, May 18 2023)*, Lviv: LDUFC, pp. 492-494. (in Ukrainian)
8. Moroz S. R. (2019) Stratehichni priorytety innovatsiinoho rozvytku sanatorno-kurortnoho hospodarstva v Ukraini. *Ekonomichnyy visnyk Natsional'noho hirnychoho universytetu* [Strategic priorities of innovative development of the spa industry in Ukraine]. *Economic Bulletin of the National Mining University*, no. 3. pp. 52-57. (in Ukrainian)
9. Strikalenko T. V., Diakonova A. K., Korotych O. M. (2021). Innovatsiina diialnist sanatorno-kurortnykh zakladiv: problemy, varianty vyrishen, osvita [Innovative activity of sanatorium-resort establishments: problems, options for solutions, education]. *Social and Economic Aspects of Education in Modern Society*. pp. 48-55. (in Ukrainian)

10. Ravlyk N. V. (2015) Poniattia innovatsii ta yikh rol u rozvytku pidpriemstva [Concept of innovations and their role in enterprise development]. *Actual problems of the economy*, no.4. pp. 215-219. (in Ukrainian)

11. Tarasenko O. I. (2013) Neobkhdnist innovatsiinoi polityky v sanatorno-kurortnii sferi Ukrainy [The need for innovative policy in the spa industry of Ukraine]. Proceedings of the *Marketynh innovatsii i innovatsii u marketynhu (Ukraine, Sumy, September 26-28, 2013)*. Sumy: TOV «DD «Pa-pirus». pp. 267-268. (in Ukrainian)

The article was received by the editors 27.08.2024

The article is recommended for printing 29.09.2024

DOI: 10.26565/2310-9513-2024-20-09
УДК 179.7:641-057.2

САМОГУБСТВА ВІДОМИХ КУХАРІВ МИНУЛИХ ЕПОХ: FRANÇOIS VATEL, JAMES HEMINGS TA CLEMENS WILMENROD

Никига Оксана Василівна

доктор філософії (туризм)
викладач кафедри туризму
Львівський державний університет фізичної культури імені Івана Боберського
вул. Костюшка, 11, м. Львів, Україна, 79007
e-mail: nykyha1993@gmail.com
Контактний телефон: +38-097-952-14-03
<https://orcid.org/0000-0002-3492-7475>

Романчук Ольга Василівна

доктор педагогічних наук, професор,
завідувач кафедри української та іноземних мов
Львівський державний університет фізичної культури імені Івана Боберського
вул. Костюшка, 11, м. Львів, Україна, 79007
e-mail: olgabrvska@gmail.com
Контактний телефон: +38-067-967-65-51
<https://orcid.org/0000-0001-8215-9741>
Scopus ID: 57188569190

Коваль Ростислав Семенович

кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри української та іноземних мов
Львівський державний університет фізичної культури імені Івана Боберського
вул. Костюшка, 11, м. Львів, Україна, 79007
e-mail: kovalrostyslav@gmail.com
Контактний телефон: +38-067-940-93-25
<https://orcid.org/0000-0001-9284-7505>
Scopus ID: 57209249017

Данилевич Мирослава Василівна

доктор педагогічних наук, професор
в. о. завідувача кафедри туризму
Львівський державний університет фізичної культури імені Івана Боберського
вул. Костюшка, 11, м. Львів, Україна, 79007
e-mail: mdanylevych@ukr.net
<https://orcid.org/0000-0002-1285-392X>
Scopus ID: 56707328000

Калимон Юлія Олександрівна

кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри української та іноземних мов
Львівський державний університет фізичної культури імені Івана Боберського
вул. Костюшка, 11, м. Львів, Україна, 79007
e-mail: kalymon.yulia@gmail.com
Контактний телефон: +38-097-960-90-40
<https://orcid.org/0000-0002-0062-2382>
Scopus ID: 57804495100

Стаття присвячена вивченню життя, професійної діяльності та причин суїцидів таких відомих кухарів як François Vatel (1631–1671), James Hemings (1765–1801) та Clemens Wilmenrod (1906–1967). Встановлено, що француз François Vatel покінчив з життям через страх зазнати особистої невдачі. На думку Xavier Briffault та Margot Morgiève, його

імпульсивний вчинок тепер можна пояснити в рамках суїцидології, коли мова йде про перфекціонізм, вигорання, безсоння, виснаження, стрес, сором, приниження та відсутність соціальної підтримки, депресію тощо. François Vatel залишився у пам'яті як видатний організатор виняткових банкетів, пов'язаних з історією Франції, хоча шеф-кухарі й дорікають йому у тому, що він втратив контроль над собою та не зміг протистояти терміновості. Виявлено, що достовірної інформації про причини трагічного фіналу одного з творців сучасної американської кухні James Hemings, котрий здобув кулінарну освіту у Франції, немає. Німецький телевізійний кухар Clemens Wilmenrod, чий кулінарний шоу у 1950–1960 роках «Bitte, in zehn Minuten zu Tisch» користувалося шаленою популярністю, покінчив з життям після того, як йому діагностували рак шлунка. Передсмертної записки не було. Clemens Wilmenrod був відомий як «Don Clemente». Він брав до уваги дефіцит продуктів повоєнного часу, використовував консервовані овочі, соуси швидко приготування, кетчуп. У його рецептах знайшло відображення бажання німців того часу побачити світ та екзотичні країни. Свої рецепти він супроводжував вигаданими історіями у стилі Мюнхгаузена і запам'ятався химерними назвами страв. Самогубства завжди залишаються складною проблемою сфери охорони здоров'я. Сьогодні технології надають великі можливості втручання в психічне здоров'я, забезпечуючи, серед іншого, активні дії в реальному часі стосовно профілактики та запобігання самогубствам. Покращення оцінки ризику, наприклад, за допомогою комп'ютерного тестування та генетичного скринінгу, знаходиться в центрі перманентних досліджень. Можливо, завдяки сучасній медицині й технологіям цим кухарям вдалося б уникнути суїцидів.

Ключові слова: історія, самогубство, кухар, François Vatel, James Hemings, Clemens Wilmenrod.

Як цитувати: Никига О.В., Романчук О.В., Коваль Р.С., Данилевич М.В., Калимон Ю.О. Самогубства відомих кухарів минулих епох: François Vatel, James Hemings та Clemens Wilmenrod. *Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм»*. 2024. № 20. С. 81–88. DOI: <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2024-20-09>

In cites: Nykyha O., Romanchuk O., Koval R., Danylevych M., & Kalymon Yu. (2024). Suicides of famous chefs of the past: François Vatel, James Hemings, and Clemens Wilmenrod. *The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series International Relations. Economics. Country Studies. Tourism*, (20), 81–88. <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2024-20-09> (in Ukrainian)

Постановка проблеми. Професори Gustavo Turecki та David A. Brent зазначають, що самогубство є складною проблемою сфери охорони здоров'я глобального значення. Суїцидальна поведінка відрізняється серед статей, вікових груп, у географічних регіонах та соціально-політичних умовах, і є по-різному пов'язаною з різноманітними факторами ризику, що свідчить про етіологічну неоднорідність [14]. Хоча в клінічній практиці не існує ефективного алгоритму для прогнозування суїциду, покращене розпізнавання та розуміння клінічних, психологічних, соціологічних і біологічних факторів може допомогти виявити осіб із високим ризиком та посприяти у виборі лікування. Gustavo Turecki та David A. Brent наголошують на тому, що психотерапевтичне, фармакологічне або нейромодуюче лікування психічних розладів часто може запобігти суїцидальній поведінці. Окрім цього, регулярне спостереження психіатричними службами за людьми, котрі намагаються вчинити самогубство, є ключовим для запобігання суїцидальній поведінці в майбутньому [14]. Покращення оцінки ризику, наприклад, за допомогою комп'ютерного тестування та генетичного скринінгу, знаходиться в центрі перманентних досліджень [15].

У нашій попередній роботі ми проаналізували самогубства знаменитих шеф-кухарів сучасності, з-поміж котрих, зокрема, Anthony Bourdain (2018), Max Callegari (2020), Homaro Cantu (2015), Franco Colombani (1996), Marcel Keff (2021), Bernard Loiseau (2003), Pierre Milia (2014), Anthony Sedlak (2012), Taku Sekine (2020), Benoît Violier (2016) та Luciano

Zazzeri (2019), і виявили, що причинами їхніх суїцидів були депресія, емоційне виснаження та вигорання, економічна криза, падіння прибутків та зниження рейтингів, втрата коханої / близької людини, вплив реаліті-шоу, постійний тиск, ненормований робочий графік, невинувачення [1]. У пропонованій сьогодні статті ми розглянемо історії відомих кухарів минулого, а саме François Vatel (1631–1671), James Hemings (1765–1801) та Clemens Wilmenrod (1906–1967), котрі покінчили з життям.

Аналіз досліджень. Обраній нами тематиці присвячена низка праць провідних світових фахівців. Зокрема, Clementina Calero Ruiz проаналізувала життя кухаря François Vatel та його стосунки з французьким королівським двором у Версалі [5]. Vanina Muraro та Martín Alomo дослідили поняття сорому і честі у двох сферах – одна стосується лаканівського покликання на François Vatel, друга – сучасного всесвіту шефів високої кухні. Французький вислів “faire Vatel” / “померти від сорому” використав психоаналітик та психіатр Jacques Lacan у семінарі «Зворотний бік психоаналізу». Остання дія François Vatel, персонажа XVII століття, котрий, зіткнувшись зі своєю невдачею і, отже, втратою честі, ставить меч на ручку своїх дверей і вчиняє самогубство. Він буквально вмирає від сорому [13]. Reynald Abad на прикладі François Vatel проаналізував логістику, можливі причини затримок постачання та способи зберігання риби у ті часи [2]. Michael D. Garval у статті «Emulating Vatel: Portraitomanie, Celebrity, and Culinary Intermediality, 1880–1914» дослідив

те, яким чином ключові елементи кулінарного мистецтва фігурують у мистецтві візуальному, коли зображення François Vatel пов'язане з продуктами харчування, процесами приготування їжі, кухонним приладдям, мріями як професійних кухарів, так і аматорів [7]. Xavier Briffault та Margot Morgiève говорять про те, що імпульсивний вчинок François Vatel можна зрозуміти в сучасних рамках суїцидології – перфекціонізм, вигорання, безсоння, виснаження, стрес, сором, приниження та відсутність соціальної підтримки на тлі, можливо, депресії, прикордонного розладу особистості, імпульсивності [4]. Науковці запрошують нас уявити, як би діяв Vatel у випадку, коли мав би доступ до сьогодішніх засобів мобільного зв'язку, локалізації та автоматизованого аналізу [4]. Життя та професійна діяльність кухаря James Hemings представлена у працях американської дослідниці Lauren F. Klein [10; 11; 12], онлайн-публікаціях «The Story Of James Hemings, The Enslaved Chef Who Revolutionized American Cuisine» [6] та «James Hemings» [9]. Silvia Becker дослідила кулінарні шоу у Федеративній Республіці Німеччина та Німецькій Демократичній Республіці, порівнюючи програми Clemens Wilmenrod «Bitte in zehn Minuten zu Tisch» та Kurt Drummer «Der Fernsehkoch empfiehlt» [3]. Gerd Hallenberger у статті «Clemens Wilmenrod. Zeichen von Esskultur» говорить про те, що справжній талант Clemens Wilmenrod полягав не у мистецтві приготування їжі, а в тому, які назви він використовував для своїх страв [8]. Саме він розробив рецепт популярних гавайських тостів. Susanne Vollberg пише про те, що задоволення та смачна їжа завжди були центральними темами західнонімецького повсякденного життя, а першим телевізійним кухарем був Clemens Wilmenrod. У своїх рецептах він торкався бажання аудиторії побачити інші країни, його страви часто базувались на класичних рецептах, доповнених екзотичними інгредієнтами [16]. Окремих робіт українською мовою, присвячених François Vatel, James Hemings та Clemens Wilmenrod, нам не вдалося відшукати.

Мета статті полягає в аналізі їхньої професійної діяльності та причин фатальних вчинків.

Виклад основного матеріалу. Фактично, першим відомим кухарем, котрий покінчив з життям, був француз François Vatel (Fritz Karl Watel). Він народився у 1631 році. У 1653 році потрапив на роботу у якості помічника на кухні у замок Vaux-le-Vicomte, який саме в той час будувався. François був дуже активним та добрим організатором. У серпні 1661 року французький державний діяч Nicolas Fouquet запросив короля Louis XIV, королеву-матір Anne d'Autriche та увесь королівський двір на урочисте відкриття Vaux-le-Vicomte. François Vatel, котрий на той час був одночасно керівником протоколу та дворецьким, організував грандіозне свято та вечеру [2; 4; 5; 7; 13].

У квітні 1671 року принц Louis II de Bourbon-Condé / le Grand Condé після кількох років роботи над декором у замку Chantilly запросив Louis XIV та увесь Версальський двір на вечірку, яка мала на меті повернути йому прихильність короля. Святкова вечеру повинна була тривати три дні, з вечора 23 квітня до вечора 25 квітня, з трьома розкішними банкетами. Доля Louis II de Bourbon-Condé залежала від успіху цього свята і він покладався на свого тодішнього дворецького François Vatel. На усе про все Vatel мав лише 15 днів. Йому слід було підготувати вишукане меню та грандіозні інсценізації, які так любили король та його свита. Прийшло на 75 гостей більше, ніж очікувалося, на двох столах не вистачало печені. François Vatel, котрий не спав протягом кількох днів, відчув, що його репутація може похитнутися і повторював, що не зможе пережити цієї ганьби. Після обіду Louis II de Bourbon-Condé прийшов до нього, щоб запевнити у тому, що страви були найкращими і не надавати значення відсутності м'яса на двох столах. На вечеру у п'ятницю (пісний день та, до того ж, піст), Vatel вирішив запропонувати гостям рибу. Він мав постійних постачальників, зокрема, у Dieppe, найбільшому тогочасному порту Ла-Манша. Він також відправив своїх емісарів до інших портів. У п'ятницю, 24 квітня, François Vatel чекав на замовлену рибу до 4 години ранку. Але на цей час надійшло лише два кошики. До 8 години більше нічого не прибуло. Він сказав іншому дворецькому Gourville, що цього не переживе, адже може втратити честь та репутацію. Gourville посміявся з нього. За словами маркизи de Sévigné, François Vatel піднявся до своєї кімнати і тричі кинувся на свій меч, який був вклинений у дверях, саме у той момент, коли необхідне рибне замовлення прибуває до замку. Gourville поховав покійного непомітно, щоб не завадити закінченню свята [2; 4; 5; 7; 13].

На думку історика Auguste Jal (1795–1873), François Vatel, ймовірно, похоронили у неосвяченій могилі, оскільки Церква вважає самогубство великим гріхом, але свідоцтво про смерть, знайдене в архівах мерії Vineuil-Saint-Firmin, вказує на те, що він знайшов місце вічного спочинку на цвинтарі цього муніципалітету. François Vatel залишився у пам'яті як видатний організатор виняткових банкетів, пов'язаних з історією Франції, хоча шеф-кухарі й дорікають йому у тому, що він втратив контроль над собою та не зміг протистояти терміновості [2; 4; 5; 7; 13].

Xavier Briffault та Margot Morgiève розглядають вчинок François Vatel в контексті сучасних технологій та електронної системи охорони здоров'я. Зокрема, йому було б достатньо простого мобільного телефону, щоб зателефонувати постачальникам та дізнатися про їхнє розташування і час доставки. Якби вони мали GPS-смартфони, він міг би стежити за їхнім рухом у спеціальному додатку. Інтеграція

дорожнього руху в режимі реального часу надала б йому інформацію про час їхнього прибуття з точністю до кількох хвилин, а чіпи RFID на ящиках заспокоїли б його щодо кількості доставленої риби [4]. Науковці також моделюють ситуацію, коли б навіть ці засоби не змогли його заспокоїти, тоді б він зміг використати програми з керування стресом та різними розладами. Xavier Briffault та Margot Morgiève вказують на те, що лише нещодавно технологічний розвиток надав нові можливості втручання в психічне здоров'я [4]. Технологічний прогрес викликає великий ентузіазм – безліч пристроїв тепер дозволяють вживати профілактичних та активних дій у режимі реального часу. Вони пропонують безпрецедентні можливості для вдосконалення збору даних і втручання в функціонування людини. Ці технологічні розробки супроводжуються серйозними змінами в категоріях розуміння проблем психічного здоров'я [4]. Про François Vatel опублікували кілька книжок, зокрема, «La Vie de Vatel» (1929), яку написали Jean Moura та Paul Louvet, «Vatel ou la naissance de la gastronomie» (1999), авторами якої були Patrick Rambourg та Dominique Michel. У 2000 році вийшла історична костюмована драма «Vatel», яка розповіла про останні дні з життя великого кухаря, котрого зіграв Gérard Depardieu.

Кухар James Hemings (1765) народився і більшу частину свого життя прожив у рабстві. Він був зведеним братом Martha Wayles, дружини Thomas Jefferson, третього американського президента, одного з батьків-засновників США. Коли Martha і Thomas одружилися в 1772 році, право власності на James Hemings, його молодшу сестру Sarah / “Sally” (з котрою згодом він мав стосунки та, ймовірно, був батьком її дітей) та інших рабів перейшло до родини Jefferson. Малий James потрапив у садибу «Monticello» Thomas Jefferson у віці 9 років. Він швидко привернув увагу майбутнього президента [6; 9]. James займав незвичайну посаду в «Monticello». Як до зведеного дядька дітей Thomas Jefferson, до нього ставилися краще, ніж до інших поневолених людей. Йому було дозволено наймати себе на сусідніх фермах і залишати собі зарплату. Проте, згідно із законом, він усе ще розглядався як власність. У підлітковому віці James Hemings був “дуже обережний і старанний” [6; 9].

Thomas Jefferson, передбачаючи, що на своїх майбутніх вечереях прийматиме важливих дипломатів, без великих витрат хотів би мати висококласного кухаря. Він бачив у своєму рабі James ідеальну кандидатуру [6; 9]. Згодом Thomas Jefferson, отримавши посаду американського посла, узяв його з собою до Франції для того, щоб James вивчив мистецтво кулінарії. Після 3 років навчання James став головним кухарем у «Hôtel de Langeas», резиденції Jefferson, яка також функціонувала як посольство у Парижі. Частину заробітків James витрачав на репетитора з французької мови [6; 9].

У 1789 році він повернувся разом з Thomas Jefferson до США. У Філадельфії James Hemings готував обіди для багатьох відомих людей, зокрема, дипломатів та конгресменів. Кухар Hemings, ймовірно, знав про закон Пенсільванії, відповідно до якого, якщо “раба привезли в штат і він там залишався протягом 6 місяців, він міг вимагати своєї свободи”. Однак, немає достовірної інформації про те, чи він намагався її здобути в той час. Згодом, завдяки дотриманню умов угоди між Jefferson та Hemings (слід було навчити людину, на котру вказав Thomas Jefferson, а саме на брата James – Peter, кулінарії, і сам Jefferson повинен бути задоволений результатом), James у 1796 році був звільнений від “усіх повинностей та претензій на рабство”. Будучи вільною людиною, він подорожував, а згодом працював у Балтиморі [6; 9; 10; 11; 12].

Ставши президентом США, Thomas Jefferson захотів, щоб James Hemings знову повернувся до нього. Однак цьому не судилося статися. За деякий час він отримав інформацію, що James Hemings покінчив з життям. Трагедія трапилася у 1801 році. Однією з причин називають пияцтво, однак справжні обставини не були встановленими. Можливо, він зіштовхнувся з певними труднощами, отримавши свободу. James Hemings, разом з іншими тодішніми афроамериканськими кухарями створили американську кухню, яка сьогодні відома широкому загалу. Саме Hemings приписують використання багатьох французьких кулінарних стилів у колоніальній Америці та розроблення нових рецептів на основі французької кухні. Завдяки йому сьогодні є популярними макарони з сиром серед американців. Про особисте життя James Hemings відомо небагато – він не був одружений і не мав дітей [6; 9; 10; 11; 12].

З-поміж праць, присвячених йому, варто виокремити: «Free Some Day: The African American Families at Monticello» (2000), «The Hemingses of Monticello: An American Family» (2009), «Dinner at Mr. Jefferson's: Three Men, Five Great Wines, and the Evening that Changed America» (2009), «Thomas Jefferson's Crème Brûlée: How a Founding Father and His Slave James Hemings Introduced French Cuisine to America» (2012). Про нього у 2022 році вийшов також документальний фільм «James Hemings: Ghost in America's Kitchen». Історію життя, професійної діяльності та спадщини фактичного засновника американської кухні досліджують провідні кулінарні фахівці, з-поміж котрих відомий режисер, шеф-кухар, засновник «James Hemings Society» Ashbell McElveen.

Clemens Wilmenrod (справжнє ім'я – Carl Clemens Hahn), котрий народився у 1906 році, був першим німецьким телевізійним кухарем. Його вважають винахідником гавайських тостів, він запропонував рецепти фарша з цибулею та фаршированої мигдалем полуниці, зробив популярним румтопф /

ромовий горщик, а також запечену індичку на Різдво в Німеччині [3; 8; 16]. Він навчався у консерваторії міста Limburg an der Lahn, потім вивчав акторську майстерність у місті Düsseldorf у відомої німецької акторки та театральної діячки Louise Dumont. Згодом працював у таких містах як Stendal, Wiesbaden та Dresden. Брав участь у Другій світовій війні. У 1950 році почав працювати у театрі міста Wiesbaden. Тоді ж зустрів свою майбутню дружину Erika, того ж року одружився з нею. Згодом працював у театрах міст Lübeck та Hamburg [3; 8; 16].

У 1953–1964 роках Clemens Wilmenrod знімався у програмі «Bitte, in zehn Minuten zu Tisch», йому допомагала дружина Erika. Він був відомий як «Don Clemente» та носив фірмовий фартух із карикатурою, намальованою німецьким карикатуристом австрійсько-українського походження Mirko Szewczuk. Clemens Wilmenrod брав до уваги дефіцит продуктів повоєнного часу, використовував консервовані овочі, соуси швидкого приготування та кетчуп [3; 8; 16]. У його рецептах знайшло відображення бажання німців того часу побачити світ та екзотичні країни. Свої рецепти він супроводжував вигаданими історіями у стилі Мюнхгаузена і запам'ятався химерними назвами страв: «Arabisches Reiterfleisch» («м'ясо арабського вершника»), «Venezianischer Weihnachtsschmaus» («Венеціанське різдвяне свято»), «Päpstliches Huhn» («Папська курка»), «Zwiebelsuppe René» («цибулевий суп Рене») та інші [3; 8; 16].

У самого Clemens Wilmenrod виникла ідея створити кулінарну програму, коли він дивився одне з перших телешоу зі своєю дружиною Erika. Кажуть, що програма про рептилію, що виділяє слину, надихнула актора (а в жодному разі не досвідченого кухаря) на таку кулінарну ідею: «Коли я вперше відчув диво телебачення в Гамбурзі, ми побачили дослідника отрути з Берліна, який тримав жакливу ящірку з Мексики. Впритул. Все, що ви могли бачити, це руки дослідника, який поставив тварину для камери та видалив жакливу, блискучу воду з її щелеп. Потім він обережно поклав рептилію довжиною приблизно 30 см назад у скляну вітрину. Це було надзвичайно хвилююче» [3].

Після закінчення шоу вони з дружиною пішли до найближчого бару, і Clemens попросив її на мить уявити, що ця ящірка була б омлетом. Erika все зрозуміла. Саме так народилася ідея телевізійної кухні [3]. Концепт кулінарного шоу придумав Werner Pleister. Телевізійні продюсери змогли отримати початковий досвід із порадами та програмами для цільових груп протягом експериментального періоду. Ці форми мовлення були ідеальними для того, щоб надати глядачам допомогу в орієнтації під час соціальних потрясінь. Clemens Wilmenrod також планував збагатити свою кухню розважальними балачками. Ця ідея відповідає філософії програми

залучення глядачів через розважальні елементи (те, що за сьогоднішніми стандартами називають «інформаційно-розважальними»). У перші тижні та місяці кожна нова програма була ще одним експериментом для Werner Pleister, оскільки, насправді, дуже мало людей мали телевізори, однак ця цифра стрімко зростала [3].

На прем'єрі програми «Bitte, in zehn Minuten zu Tisch» 20 лютого 1953 року Clemens Wilmenrod всього за десять хвилин подав своїй аудиторії обід із чотирьох страв, який складався зі склянки фруктового соку та смаженого італійського омлету, телячої нирки зі змішаними консервованими овочами та мокко [3; 8; 16]. «Bitte, in zehn Minuten zu Tisch» було спрямоване насамперед на цільову аудиторію німецьких дружин, оскільки, вони відповідали за домашнє господарство, а отже, і за роботу на кухні. Це зробило його кулінарне шоу одним із перших серіалів, орієнтованих на цільову групу, в офіційній програмі німецького телебачення, яке можна віднести до програм порад [3; 8; 16]. «Bitte, in zehn Minuten zu Tisch» показували кожні два тижні в найкращий час у вечірній програмі, часто після «Tagesschau» («Огляд новин за день»), приблизно з 20:15 до 20:30. День і початок виходу в ефір часто змінювалися. За сучасними мірками кулінарна майстерність Clemens Wilmenrod не витримує жодної критики, проте свого часу передачі телевізійного кухаря змушували спорожніти вулиці німецьких міст і користувалися неймовірною популярністю. 16 травня 1964 року, після 185 епізодів, «Bitte, in zehn Minuten zu Tisch» припинило своє існування. Причини були різними – редактори «Bild» пишуть, що програму скасували, «щоб не втомлювати глядачів», інші говорять про високі вимоги до зарплати Clemens Wilmenrod [3; 8; 16]. Clemens Wilmenrod став одним із перших, хто своїм яскравим телевізійним іміджем та надзвичайною популярністю привернув пильну увагу рекламників і на платній основі пропагував кухонну техніку та продукти харчування. Наприклад, важливим приладдям був інфрачервоний гриль «Heinzelkoch», який також згадувався в титрах [3; 8; 16]. Він також активно публікував кулінарні книги з рецептами, які мали значний попит: «Es liegt mir auf der Zunge» (1954), «Clemens Wilmenrod bittet zu Tisch» (1956), «Wie in Abrahams Schoß. Brevier für Weltenbummler und Feinschmecker» (1958), «Französische Küche» (1963), «Im Fernsehen gekocht. Hundertundein Rezept von Clemens Wilmenrod» (1963).

12 квітня 1967 року Clemens Wilmenrod покінчив з життям вже після того, як йому діагностували рак шлунка. Передсмертної записки не було. Carl Clemens Hahn був похований у своєму рідному містечку Вільменрод (Willmenrod), на честь якого взяв собі псевдонім [3; 8; 16].

Фільм про його життя «Es liegt mir auf der Zunge» вийшов на екрани у 2009 році. Роль

Clemens Wilmenrod зіграв відомий німецький актор, продюсер та музикант Jan Josef Liefers, його дружини Erika – актриса та співачка Anna Loos, котрі є подружжям в реальному житті також. Про Clemens Wilmenrod за останній час опублікували низку книг, зокрема, «Don Clemente: Aus dem Leben des TV-Kochs Clemens Wilmenrod» (2021, автор Michael W. Caden), «Vom Elbbach an den Hindukusch: Geschichten aus der Feder des TV-Kochs Clemens Wilmenrod» (2021, автор Trude Koschatzky) та «Clemens Wilmenrod: Der erste deutsche Fernseh-Koch und der Erfinder des Toast Hawaii» (2021 та 2023, автор Roland W. Schulze).

Висновки. Кожна з проаналізованих нами статей зробила вагомий внесок в історію світової гастрономії, про них опубліковані численні дослідження, зняті документальні та художні фільми. François Vatel залишився у пам'яті як видатний організатор виняткових банкетів, пов'язаних з історією Франції. James Hemings, разом з іншими афроамериканськими кухарями створили американську кухню, яка сьогодні відома широкому загалу. Clemens Wilmenrod був першим телевізійним німецьким кухарем, котрий вів надзвичайно популярне кулінарне шоу.

Причиною самогубства François Vatel був особистий страх зазнати невдачі у найвідповідальніший момент, втрата, на його переконання, честі. Верифікованої інформації про суїцид James Hemings немає, серед ймовірних причин називають пияцтво та нездатність пристосуватися до отриманої свободи після років перебування у рабстві. Clemens Wilmenrod покінчив з життям після того, як йому діагностували рак. Передсмертної записки він не залишив.

Сьогодні технології надають великі можливості втручання в психічне здоров'я, забезпечуючи активні дії в реальному часі стосовно профілактики та запобігання самогубствам. Можливо, завдяки сучасній медицині й технологіям цим кухарям вдалося б уникнути суїцидів.

Перспективи подальших досліджень стосуватимуться вивчення професійної діяльності та ймовірних причин самогубства відомого американського шеф-кухаря та популяризатора молекулярної гастрономії Homaro Cantu, котрий мріяв про викорінення голоду на Землі, перемогу над діабетом 2-го типу, нові технології у харчуванні та широке застосування диво-ягоди (miracle berry / synsepalum dulcificum).

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Никига О. В., Романчук О. В., Коваль Р. С., Данилевич М. В., Калимон Ю. О. Самогубства відомих шеф-кухарів сучасності: історії та причини. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна, серія «Міжнародні відносини, економіка, країнознавство, туризм»*. 2023. № 18. С. 62-73.
2. Abad R. Aux origines du suicide de Vatel: les difficultés de l'approvisionnement en marée au temps de Louis XIV. *Dix-septième siècle*. 2002. 217. pp. 631–641. <https://doi.org/10.3917/dss.024.0631>.
3. Becker S. Kochsendungen in der Bundesrepublik Deutschland und der DDR. Clemens Wilmenrods „Bitte in zehn Minuten zu Tisch“ und Kurt Drummer's „Der Fernsehkoch empfiehlt“ im Vergleich (Nordwestdeutsche Hefte zur Rundfunkgeschichte, Heft 8, hrsg. v. Hans-Ulrich Wagner). Hamburg, 2010. 81 S. URL: <https://epub.sub.uni-hamburg.de/epub/volltexte/2018/76256/pdf/e8619a96b3c9cb717e12d74c0ec9d80bd311ed05.pdf>.
4. Briffault X., Morgiève M. François Vatel se serait-il suicidé s'il avait eu un smartphone? Potentiels de soin et conséquences épistémologiques des technologies mobiles en santé mentale. *Psychiatrie, Sciences humaines, Neurosciences*. 2017. Vol. 15 (3). pp. 47–70. <https://doi.org/10.3917/psn.153.0047>.
5. Calero Ruiz C. Vatel y otros arquitectos de sueños efímeros. Banquetes, sentidos y triunfi en las cortes europeas de la Época Moderna. *Revista Latente: Revista de Historia y Estética del Audiovisual*. 2011. Is. 9. pp. 45–58.
6. Carlton G. The Story Of James Hemings, The Enslaved Chef Who Revolutionized American Cuisine / ed. by Jaclyn Anglis. Published August 3, 2021, updated August 24, 2023. URL: <https://allthatsinteresting.com/james-hemings>. (дата звернення: 5.1.2024).
7. Garval M. D. Emulating Vatel: Portraitomanie, Celebrity, and Culinary Intermediality, 1880–1914. *L'Esprit Créateur*. 2019. 59 (1). pp. 47–65. <https://doi.org/10.1353/esp.2019.0003>.
8. Hallenberger G. Clemens Wilmenrod. Zeichen von Esskultur. *Montage AV. Zeitschrift für Theorie und Geschichte audiovisueller Kommunikation*. Nr. 2: Essen! Trinken! Feiern! 2001. Band 10. S. 123–129. URL: http://www.montage-av.de/pdf/102_2001/10_2_Gerd_Hallenberger_Clemens_Wilmenrod.pdf. (дата звернення: 5.1.2024).
9. James Hemings. URL: <https://www.monticello.org/research-education/thomas-jefferson-encyclopedia/james-hemings/> (дата звернення: 5.1.2024).
10. Klein L. F. An Archive of Taste: Race and Eating in the Early United States. Minneapolis and London: University of Minnesota Press, 2020. 256 p.
11. Klein L. F. Dinner-Table Bargains: Thomas Jefferson, James Madison, and the Senses of Taste. *Early American Literature*. 2014. 49 (2). pp. 403–433. <https://doi.org/10.1353/eal.2014.0034>.
12. Klein L. F. The Image of Absence: Archival Silence, Data Visualization, and James Hemings. *American Literature*. 2013. 85 (4). pp. 661–688. <https://doi.org/10.1215/00029831-2367310>.

13. Muraro V., Alomo M. ¿Vatel en el Siglo XXI? El fenómeno actual de los chefs de la alta cocina analizado como un universo de goce. *IX Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología XXIV Jornadas de Investigación XIII Encuentro de Investigadores en Psicología del MERCOSUR*. Facultad de Psicología – Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires. 2017. pp. 599–602. URL: <https://www.aacademica.org/000-067/949.pdf>. (дата звернення: 4.1.2024).

14. Turecki G., Brent D. A. Suicide and suicidal behaviour. *Lancet*. 2016, Mar 19, 387 (10024), pp. 1227–1239. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(15\)00234-2](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(15)00234-2).

15. Turecki G., Brent D. A., Gunnell D., O'Connor R. C., Oquendo M. A., Pirkis J., Stanley B. H. Suicide and suicide risk. *Nature Reviews Disease Primers*. 2019. 5 (1). 74. <https://doi.org/10.1038/s41572-019-0121-0>.

16. Vollberg S. Don't Smoke, Take Drink in Moderation, Do Walk a Lot and Do Not Gorge Yourself beyond Your Satiation: Health Education by Television in West Germany from the 1960s to the 1980s. *VIEW Journal of European Television History and Culture*. 2020. Vol. 9 (18). pp. 112–125. <http://dx.doi.org/10.25969/mediarep/15370>.

Стаття надійшла до редакції 05.07.2024

Стаття рекомендована до друку 08.08.2024

Oksana Nykyha, Doctor of Philosophy (Tourism), Lecturer of Tourism Department, Lviv Ivan Bobersky State University of Physical Culture, 11, Kostyushka Str., Lviv, Ukraine, 79007, e-mail: nykyha1993@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3492-7475>

Olha Romanchuk, Doctor of Science in Pedagogy, Professor, Head of the Department of Ukrainian and Foreign Languages, Lviv Ivan Bobersky State University of Physical Culture, 11, Kostyushka Str., Lviv, Ukraine, 79007, e-mail: olgabrvska@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8215-9741>, Scopus ID: 57188569190

Rostyslav Koval, PhD in Philology, Associate Professor, Ukrainian and Foreign Languages Department, Lviv Ivan Bobersky State University of Physical Culture, 11, Kostyushka Str., Lviv, Ukraine, 79007, e-mail: kovalrostyslav@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9284-7505>, Scopus ID: 57209249017

Myroslava Danylevych, Doctor of Science in Pedagogy, Professor, Acting Head of the Department of Tourism, Lviv Ivan Bobersky State University of Physical Culture, 11, Kostyushka Str., Lviv, Ukraine, 79007, e-mail: mdanylevych@ukr.net, <https://orcid.org/0000-0002-1285-392X>, Scopus ID: 56707328000

Yuliia Kalymon, PhD in Philology, Associate Professor, Ukrainian and Foreign Languages Department, Lviv Ivan Bobersky State University of Physical Culture, 11, Kostyushka Str., Lviv, Ukraine, 79007, e-mail: kalymon.yulia@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-0062-2382>, Scopus ID: 57804495100

SUICIDES OF FAMOUS CHEFS OF THE PAST: FRANÇOIS VATEL, JAMES HEMINGS, AND CLEMENS WILMENROD

The article is devoted to the study of life, professional activity and reasons for suicide of such famous chefs as François Vatel (1631–1671), James Hemings (1765–1801) and Clemens Wilmenrod (1906–1967). It has been established that the Frenchman François Vatel committed suicide due to the fear of personal failure. According to Xavier Briffault and Margot Morgiève, his impulsive act can now be explained within the framework of suicidality, when it comes to perfectionism, burnout, insomnia, exhaustion, stress, shame, humiliation and lack of social support, depression, etc. François Vatel is remembered as an outstanding organizer of exceptional banquets linked to the history of France, although hereafter chefs have been reproaching him for losing control of himself and not being able to resist urgency. There is no reliable information about the causes of the tragic end of one of the creators of modern American cuisine, James Hemings, who received a culinary education in France. German television chef Clemens Wilmenrod, whose cookery programme “Bitte, in zehn Minuten zu Tisch” was wildly popular in the 1950s and 1960s, died after being diagnosed with stomach cancer. There was no suicide note. Clemens Wilmenrod was known as “Don Clemente”. He took into account the shortage of post-war products, used canned vegetables, instant sauces, and ketchup. His recipes reflected the desire of the Germans of that time to see the world and exotic countries. He accompanied his recipes with Munchausen-style invented stories and was remembered by the whimsical names of the dishes. Suicides have always been a difficult issue in the field of health care. Today, technology provides great opportunities for mental health intervention, enabling, among other things, real-time proactive actions for suicide prevention. Improving risk assessment, for example through computer-based testing and genetic screening, is at the centre of ongoing research. Perhaps, thanks to modern medicine and technology, these chefs could have avoided suicide.

Keywords: *history, suicide, chef, François Vatel, James Hemings, Clemens Wilmenrod.*

REFERENCES

1. Nykyha, O., Romanchuk, O., Koval, R., Danylevych, M., & Kalymon, Yu. (2023). Suicides of famous chefs of today: stories and reasons. *The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series: International Relations. Economics. Country Studies. Tourism*. 18. pp. 62-73. <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2023-18-07>
2. Abad, R. (2002). Aux origines du suicide de Vatel: les difficultés de l'approvisionnement en marée au temps de Louis XIV. *Dix-septième siècle*. 217. pp. 631-641. <https://doi.org/10.3917/dss.024.0631>.
3. Becker, S. (2010). Kochsendungen in der Bunderepublik Deutschland und der DDR. Clemens Wilmenrods „Bitte in zehn Minuten zu Tisch“ und Kurt Drummers „Der Fernsehkoch empfiehlt“ im Vergleich (Nordwestdeutsche Hefte zur Rundfunkgeschichte, Heft 8, hrsg. v. Hans-Ulrich Wagner). Hamburg. 81. Retrieved from: <https://epub.sub.uni-hamburg.de/epub/volltexte/2018/76256/pdf/e8619a96b3c9cb717e12d74c0ec9d80bd311ed05.pdf>.
4. Briffault, X. & Morgiève, M. (2017). François Vatel se serait-il suicidé s'il avait eu un smartphone? Potentiels de soin et conséquences épistémologiques des technologies mobiles en santé mentale. *Psychiatrie, Sciences humaines, Neurosciences*. Vol. 15 (3), pp. 47-70. <https://doi.org/10.3917/psn.153.0047>.
5. Calero Ruiz, C. (2011). Vatel y otros arquitectos de sueños efímeros. Banquetes, sentidos y triunfo en las cortes europeas de la Época Moderna. *Revista Latente: Revista de Historia y Estética del Audiovisual*. Is. 9. pp. 45-58.
6. Carlton, G. The Story Of James Hemings, The Enslaved Chef Who Revolutionized American Cuisine / ed. by Jaclyn Anglis. Published August 3, 2021, updated August 24, 2023. Retrieved from: <https://allthatsinteresting.com/james-hemings>.
7. Garval, M. D. (2019). Emulating Vatel: Portraitomanie, Celebrity, and Culinary Intermediality, 1880-1914. *L'Esprit Créateur*. 59 (1), pp. 47-65. <https://doi.org/10.1353/esp.2019.0003>.
8. Hallenberger, G. (2001). Clemens Wilmenrod. Zeichen von Esskultur. *Montage AV. Zeitschrift für Theorie und Geschichte audiovisueller Kommunikation*. Nr. 2: Essen! Trinken! Feiern! Band 10. pp. 123-129. Retrieved from: http://www.montage-av.de/pdf/102_2001/10_2_Gerd_Hallenberger_Clemens_Wilmenrod.pdf.
9. James Hemings. Retrieved from: <https://www.monticello.org/research-education/thomas-jefferson-encyclopedia/james-hemings/>
10. Klein, L. F. (2013). The Image of Absence: Archival Silence, Data Visualization, and James Hemings. *American Literature*. 85 (4). pp. 661-688. <https://doi.org/10.1215/00029831-2367310>.
11. Klein, L. F. (2014). Dinner-Table Bargains: Thomas Jefferson, James Madison, and the Senses of Taste. *Early American Literature*. 49 (2). pp. 403-433. <https://doi.org/10.1353/eal.2014.0034>.
12. Klein, L. F. (2020). An Archive of Taste: Race and Eating in the Early United States. Minneapolis and London: University of Minnesota Press. 256 p.
13. Muraro, V. & Alomo, M. (2017). ¿Vatel en el Siglo XXI? El fenómeno actual de los chefs de la alta cocina analizado como un universo de goce. *IX Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología XXIV Jornadas de Investigación XIII Encuentro de Investigadores en Psicología del MERCOSUR*. Facultad de Psicología – Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires. pp. 599-602. Retrieved from: <https://www.aacademica.org/000-067/949.pdf>.
14. Turecki, G. & Brent, D. A. (2016). Suicide and suicidal behaviour. *Lancet*. 387 (10024), pp. 1227-1239. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(15\)00234-2](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(15)00234-2).
15. Turecki, G., Brent, D. A., Gunnell, D., O'Connor, R. C., Oquendo, M. A., Pirkis, J., & Stanley, B. H. (2019). Suicide and suicide risk. *Nature Reviews Disease Primers*. 5 (1). 74. <https://doi.org/10.1038/s41572-019-0121-0>.
16. Vollberg, S. (2020). Don't Smoke, Take Drink in Moderation, Do Walk a Lot and Do Not Gorge Yourself beyond Your Satiation: Health Education by Television in West Germany from the 1960s to the 1980s. *VIEW Journal of European Television History and Culture*. Vol. 9 (18). pp. 112-125. <http://dx.doi.org/10.25969/mediarep/15370>.

The article was received by the editors 05.07.2024

The article is recommended for printing 08.08.2024

DOI: 10.26565/2310-9513-2024-20-10
УДК 338.486

РОЗРОБКА ПСИХОЛОГІЧНОЇ ТРЕНІНГОВОЇ ПРОГРАМИ УПРАВЛІННЯ КОНФЛІКТАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ «ВІДПОЧИНОК НА ВСІ СТО»

Шамара Ірина Миколаївна

канд. екон. наук, доцент,
доцент кафедри світової політики,
дипломатії та туристичного бізнесу
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
майдан Свободи, 4, м. Харків, Україна, 61022
e-mail: shamara@karazin.ua
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2431-9185>

Курдюкова Юлія Олександрівна

магістр кафедри світової політики,
дипломатії та туристичного бізнесу
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна
майдан Свободи, 4, м. Харків, Україна, 61022
e-mail: kurdiukovajuli@gmail.com

З метою підвищення ефективності функціонування туристичних підприємств важливим стає використання сучасних підходів до управління конфліктами, які враховують психологічні аспекти взаємодії в колективі. Конфлікти, що виникають у цій галузі, можуть суттєво впливати на якість послуг, рівень задоволеності клієнтів і внутрішній клімат організації. Тому особливу увагу варто приділяти способам їхньої профілактики та вирішення. У дослідженні проаналізовано природу конфліктів у туристичних підприємствах, основні фактори, що їх зумовлюють, і розглянуто можливість зниження їх негативного впливу на діяльність організації. Акцент зроблено на застосуванні психологічних методів, таких як розвиток навичок активного слухання, удосконалення стратегій стрес-менеджменту та формування позитивного комунікаційного середовища. Розглянуто питання розв'язання конфліктів через медіацію та коучинг, що дозволяє мінімізувати їхню ескалацію. Дослідження базується на комплексному підході з використанням методів системного аналізу, анкетування, структурного моделювання та описового методу. У результаті було запропоновано практичні рекомендації для покращення управлінських рішень, спрямованих на формування сприятливого соціально-психологічного клімату в колективі та забезпечення стабільного розвитку підприємства. Предметом дослідження є психологічні аспекти управління конфліктами на туристичному підприємстві «Відпочинок на всі сто». Мета дослідження полягає в розробці заходів щодо покращення управління конфліктами на підприємстві «Відпочинок на всі сто». Використовуються загальнонаукові методи дослідження: системний, описовий, порівняльний та структурно-логічний аналіз. У ході дослідження були отримані наступні результати: проаналізовано психологічний клімат та виявлено основні причини виникнення конфліктних ситуацій на підприємстві «Відпочинок на всі сто». Висновки: обґрунтовано доцільність розробки психологічної тренінгової програми для покращення управління конфліктами на підприємстві «Відпочинок на всі сто» та визначено очікувані результати проведення тренінгової програми управління конфліктами на підприємстві

Ключові слова: туристична галузь, управління конфліктами, психологічні аспекти, медіація, стрес-менеджмент, комунікація, розвиток колективу.

Як цитувати: Шамара І.М., Курдюкова Ю.О. Розробка психологічної тренінгової програми управління конфліктами на підприємстві «Відпочинок на всі сто». *Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм»*. 2024. № 20. С. 89–97. DOI: <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2024-20-10>

In cites: Shamara I., Kurdiukova Ju. (2024). Development of a psychological training program for conflict management at the enterprise «Vidpochinok na vsi sto». *The Journal of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series International Relations. Economics. Country Studies. Tourism*, (20), 89–97. <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2024-20-10> (in Ukrainian)

Постановка проблеми. У сучасних умовах розвитку туристичної галузі ефективно управління персоналом є критично важливим для забезпечення конкурентоспроможності підприємств. Конфлікти, які виникають у процесі професійної діяльності, негативно впливають на продуктивність роботи, психологічний клімат у колективі та рівень задоволеності співробітників. Особливо це стосується підприємств туристичної сфери, таких як «Відпочинок на всі сто», де висока інтенсивність комунікацій і стресові ситуації створюють сприятливий ґрунт для виникнення міжособистісних і внутрішньоорганізаційних конфліктів.

Актуальність дослідження обумовлена необхідністю створення дієвих інструментів для управління конфліктами, що сприятимуть покращенню комунікації в колективі, розвитку емоційного інтелекту та формуванню гармонійного робочого середовища.

Аналіз досліджень та публікацій. Управління конфліктом – це процес активного впливу на конфлікт з метою його ефективного подолання. Мета управління конфліктом полягає в попередженні негативних наслідків конфлікту, забезпеченні конструктивного розв’язання суперечок та сприянні гармонійним взаєминам серед учасників конфлікту.

Дослідження психологічного клімату та його впливу на професійну діяльність знайшли відображення в роботах вітчизняних та зарубіжних авторів, а саме: А. Ю. Парфінєнка, І. М. Шамари, Г.І. Гапоненко, О. В. Євтушенко, методологічні основи дослідження конфліктів були відображені в працях таких науковців, як: Л. Козер, Д.В. Люсін, Н. Голл, Е. Гідденс, М. Фетіскін, В. Козлов, Г. Мануйлов та ін.

Мета статті полягає у розробці триденної психологічної тренінгової програми для покращення управління конфліктами на підприємстві «Відпочинок на всі сто».

Виклад основного матеріалу. Різниця в поглядах людей, їх різне сприйняття та оцінка подій часто стають причиною конфліктів. Якщо така ситуація загрожує досягненню мети хоча б однієї з осіб, виникає конфліктна ситуація. Управління конфліктами є складним процесом, який включає різноманітні етапи діяльності, такі як зображені на Рис. 1.[1].

Прогнозування конфліктів – це процес аналізу, оцінки та передбачення можливості виникнення та розвитку конфліктних ситуацій. Це включає у

себе оцінку факторів, що сприяють конфліктам, виявлення основних суперечностей, діагностику потенційних конфліктних ситуацій та прогнозування їхнього подальшого розвитку.

Прогнозування, а також профілактика та попередження, є важливими інструментами управління на початкових етапах виникнення соціальних суперечностей. Чим швидше ми виявимо проблемну ситуацію в соціальній взаємодії, тим менше зусиль потрібно буде зробити для її успішного вирішення. Прогнозування відіграє важливу роль у своєчасному виявленні соціальних суперечностей, а також у обґрунтованому припущенні їх виникнення і розвитку на основі конфліктних ситуацій [6].

Попередження конфлікту – це сукупність заходів і стратегій, спрямованих на запобігання виникненню конфлікту або зниження його інтенсивності.

Для проведення досліджень конфліктів в туризмі використовуються різні методи дослідження (Рис.2.), які ми розглянемо далі.

1. Метод експертних оцінок – використовується для збору та оцінки думок експертів в галузі туризму щодо конфліктних ситуацій.

2. Метод опитування – полягає у зборі даних за допомогою анкетування різних груп населення, що мають відношення до туризму.

3. Метод спостереження – полягає в спостереженні за конфліктними ситуаціями в туризмі та їх детальному аналізу.

4. Метод історичного аналізу – полягає в аналізі історичних джерел та дослідженні розвитку конфліктів у туризмі на протязі років. [1].

5. Соціально-психологічні опитування мають на меті виявлення соціально-психологічних аспектів конфліктів у взаємодії між людьми, як у особистих, так і у групових відносинах. Психологічні методи включають проведення тренінгів з розвитку емоційного інтелекту, формування культури взаємоповаги та застосування технік зниження стресу. Це сприяє розвитку навичок розуміння власних емоцій, емпатії та ефективного управління стресовими ситуаціями.

Для розробки тренінгової програми з управління конфліктами було необхідно провести детальний аналіз підприємства «Відпочинок на всі сто» та оцінити його психологічний клімат. Це дозволило визначити специфіку роботи колективу, виявити основні причини конфліктів і оцінити рівень емоцій-



Рис.1. Основні етапи управління конфліктами [1]
Fig. 1. Main stages of conflict management [1]

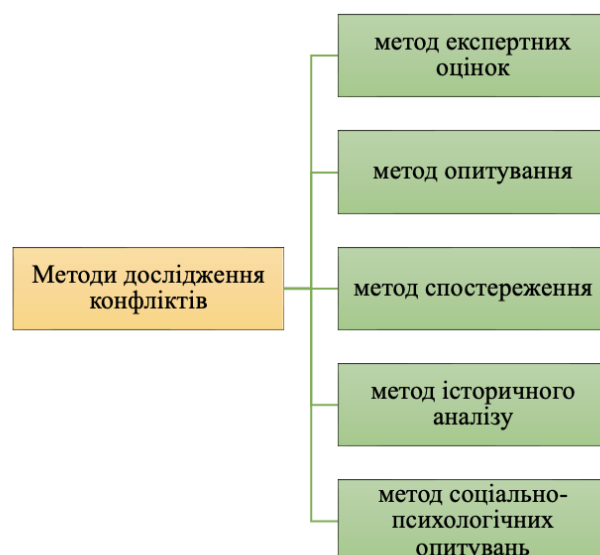


Рис.2. Методи дослідження конфліктів
Розроблено авторами за матеріалами: [1]
Fig. 2. Methods of conflict research
Developed by the authors based on materials: [1]

ного інтелекту працівників. Зібрана інформація стала основою для створення тренінгових модулів, які максимально відповідають потребам підприємства та спрямовані на покращення взаємодії в колективі.

Головний офіс підприємства «Відпочинок на всі сто» розташований у Харкові. Також є офіс у Києві та Одесі. Компанія спеціалізується на організації турів всередині України, тобто фокус на внутрішньому туризмі. Популярні напрямки Карпати, Закарпаття, Кам'янець-Подільський. Також пропонує закордонні подорожі до популярних туристичних країн, таких як Туреччина, Румунія, Болгарія, Греція та інші. Серед напрямків роботи можна виділити організацію турів вихідного дня, екскурсійних турів, корпоративних та індивідуальних подорожей. Компанія також пропонує послуги бронювання ж/д квитків та авіаквитків, страхування та оренду авто.

Підприємство пропонує тури середнього і економ-класу, орієнтуючись на широку аудиторію. Часто проводяться акції та знижки на популярні тури, що робить подорожі доступними для більшої кількості клієнтів.

У результаті аналізу діяльності туристичного підприємства «Відпочинок на всі сто» нами було зроблено висновок про необхідність проведення цільових опитувань, які допоможуть визначити ключові аспекти роботи з емоційним інтелектом і стійкістю до конфліктів серед співробітників. Зокрема, було вирішено використати такі методики: опитувальник емоційного інтелекту Д. Люсіна і Н. Холла, а також експрес-діагностику стійкості до конфліктів М. Фетискіна, В. Козлова і Г. Мануйлова. Ці опитування дозволяють не лише оцінити рівень сформованості емоційної компетентності та кон-

фліктостійкості, але й глибше зрозуміти основні психологічні особливості співробітників, які впливають на їхню ефективність у вирішенні конфліктів та взаємодії з клієнтами.

Результати дослідження емоційного інтелекту, оцінені за шкалами опитувальника «Емоційний інтелект» Д.В. Люсіна (ЕМІн), показують відсотковий рівень кожного з компонентів емоційного інтелекту серед респондентів-працівників підприємства «Відпочинок на всі сто», відповідно до тестових норм. Це дозволяє кількісно оцінити рівень розвитку ключових аспектів емоційного інтелекту у вибірці та визначити їхню відповідність загальноприйнятим нормам.

Загалом результати показують низький рівень розвитку емоційного інтелекту серед більшості респондентів, що відображається на кожній із шкал.

Для детальнішого аналізу емоційного інтелекту респондентів була використана діагностична методика Н. Холла. Високі бали за її шкалами свідчать про добре розвинені емоційні компетенції, такі як емоційна обізнаність, управління емоціями, самомотивація, емпатія та здатність розпізнавати емоції інших.

Результати діагностики емоційного інтелекту представлені в Табл. 1 та на Рис.3.

Рівні за шкалами визначаються так: 14 і більше – високий, 8-13 – середній, 7 і менше – низький. Інтегральний рівень емоційного інтелекту (сума балів за всіма шкалами) поділяється на три категорії: 70 і більше – високий, 40-69 – середній, 39 і менше – низький. Отримані результати емоційного інтелекту респондентів подано в таблиці (Табл. 2.) та зображено на гістограмі (Рис.4).

Загалом, результати показують, що основна частина респондентів володіє емоційними компетенціями на середньому рівні, проте в окремих аспектах, таких як управління своїми емоціями та самомотивація, переважають низькі показники.

Результати дослідження, отримані за допомогою двох діагностичних методик — опитувальників Д. В. Люсіна (ЕМІн) і Н. Холла, — демонструють схожі тенденції. Більшість респондентів мають низький або середній рівень розвитку компонен-

тів емоційного інтелекту за всіма шкалами. Це вказує на те, що значна частина вибірки володіє базовими вміннями у розпізнаванні та розумінні як власних емоцій, так і емоцій інших, а також частково усвідомлює причини виникнення цих емоцій. Водночас у них спостерігаються певні труднощі з ефективним управлінням власними емоційними станами та впливом на емоційні стани інших, що свідчить про потребу в подальшому розвитку цих компетенцій.

Таблиця 1

Рівні складових емоційного інтелекту у представників колективу підприємства за методикою Д. Люсіна

Table 1

Levels of emotional intelligence components in representatives of the company's team according to the method of D. Lyusin

Шкали	Дуже низьке значення	Низьке значення	Середнє значення	Високе значення	Дуже високе значення
МР Розуміння чужих емоцій	30%	40%	0%	20%	10%
МУ Управління чужими емоціями	30%	30%	30%	10%	0%
ВУ Управління своїми емоціями	50%	10%	30%	10%	0%
ВЕ Контроль експресії	50%	10%	30%	10%	0%
ВР Розуміння своїх емоцій	50%	30%	10%	10%	0%
MEI	30%	40%	0%	20%	10%
BEI	70%	10%	10%	10%	0%
PE	20%	50%	20%	0%	10%
UE	20%	20%	50%	0%	10%
3EI Загальний EI	50%	10%	30%	0%	10%

Складено авторами

Compiled by the authors

Таблиця 2

Рівні складових емоційного інтелекту у працівників «Відпочинок на всі сто» за результатами тестування Н. Холла

Table 2

Levels of emotional intelligence components in employees of «Vidpochinok na vsi sto» according to the results of N. Hall's testing

Рівень	Низький		Середній		Високий	
	К-сть осіб	у, %	К-сть осіб	у, %	К-сть осіб	у, %
Емоційна обізнаність	2	20%	7	70%	1	10%
Управління своїми емоціями	6	60%	2	20%	2	20%
Самомотивація	6	60%	2	20%	2	20%
Емпатія	4	40%	5	50%	1	10%
Управління емоціями інших людей	5	50%	4	40%	1	10%

Складено авторами

Compiled by the authors

Таблиця 3

Розподіл рівнів розвитку конфліктостійкості між респондентами «Відпочинок на всі сто»

Table 3

Distribution of levels of conflict tolerance development among respondents «Vidpochinok na vsi sto»

високий рівень конфліктності	рівень вираженою конфліктності	середній рівень конфліктостійкості	високий рівень конфліктостійкості;
10%	60%	30%	10%

Складено авторами

Compiled by the authors

Для вивчення ступеня вираженості конфліктності особистості ми застосували експрес-діагностику стійкості до конфліктів, розроблену М. Фетискіним, В. Козловим і Г. Мануйловим. Ця методика дозволяє визначити основні стратегії поведінки в умовах потенційного конфлікту, зокрема в міжособистісних суперечках, а також опосередковано оцінити рівень конфліктостійкості особистості. Відсотковий розподіл досліджуваних за рівнями вираженості конфліктності подано в Таблиці 3.

Аналіз рівнів конфліктостійкості показав, що більшість респондентів (60%) мають високий рівень

конфліктності, що свідчить про схильність до труднощів у міжособистісних ситуаціях. Третина (30%) демонструють середній рівень, що вказує на здатність частково конструктивно вирішувати конфлікти, а 10% мають високу конфліктостійкість, ефективно уникаючи суперечок і керуючи емоціями.

Отже, аналіз отриманих даних підтверджує, що рівень емоційного інтелекту більшості респондентів колективу «Відпочинок на всі сто» залишається на низькому та середньому рівнях, що відкриває можливості для розвитку цих навичок. Це є основним завданням запланованої тренінгової про-

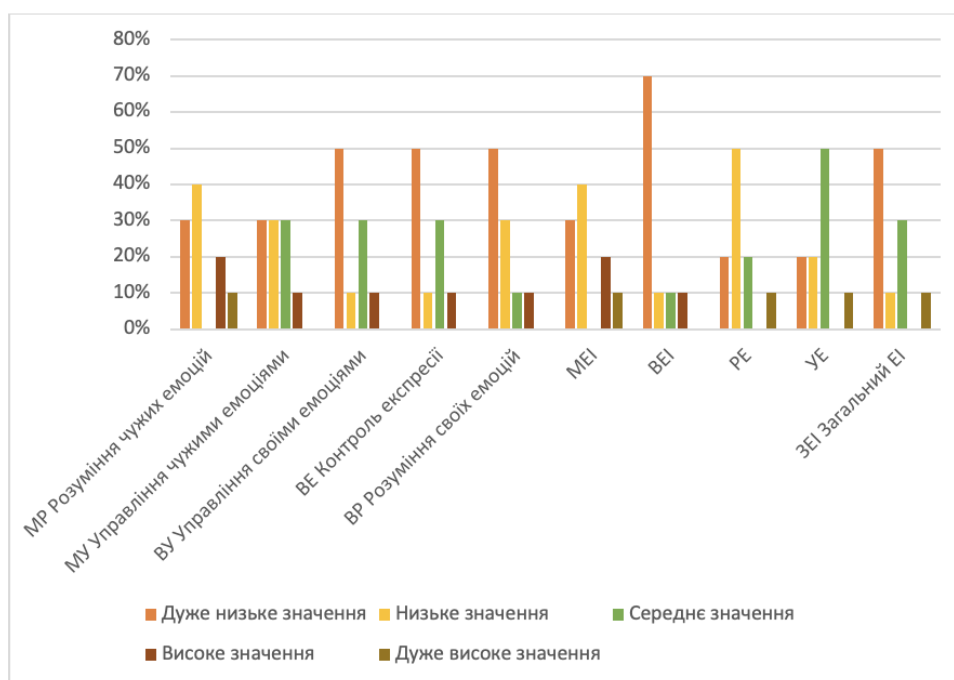


Рис.3. Гістограма результатів дослідження емоційного інтелекту працівників «Відпочинок на всі сто»
Розроблено авторами

Fig. 3. Histogram of the results of the study of emotional intelligence of employees «Vidpochinok na vsi sto»
Developed by the authors

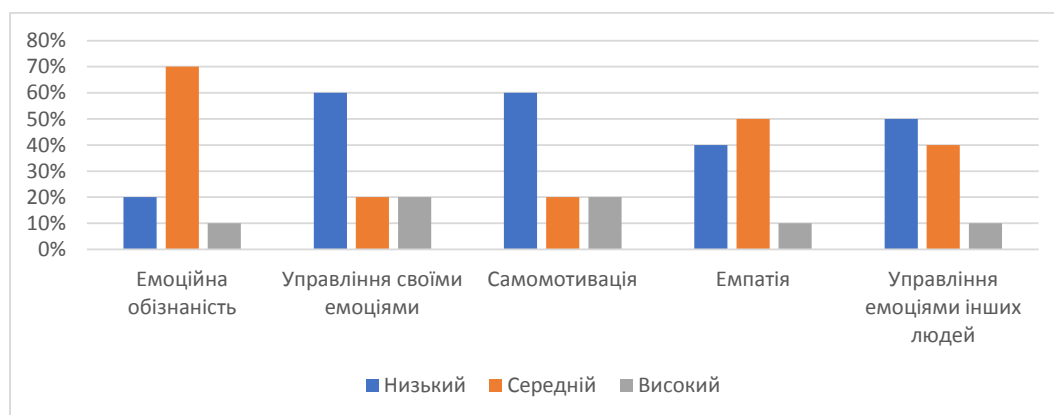


Рис.4. Групові результати співробітників «Відпочинок на всі сто» за методикою емоційного інтелекту Н. Холла
Розроблено авторами

Fig. 4. Group results of employees of «Vidpochinok na vsi sto» using the emotional intelligence method of N. Hall
Developed by the authors

Таблиця 4

Ключові заходи тренінгової програми

Table 4

Key activities of the training program

Діяльність		Деталі
День 1	Введення в емоційний інтелект (EI)	Теоретична частина: поняття, важливість EI у професійному середовищі, вплив на атмосферу в колективі.
	Розпізнавання власних емоцій та емоційних тригерів (вправи)	Практичні вправи з ідентифікації емоційних тригерів у роботі з клієнтами. Рольові ігри.
	Техніки саморегуляції: управління емоціями під час роботи з клієнтами	Опис технік саморегуляції. Вправи з диханням, контроль емоцій в стресових ситуаціях.
	Ідентифікація емоційних тригерів та розробка індивідуальних стратегій реагування	Обговорення ситуацій, де учасники повинні розпізнати свої тригери та розробити стратегії реагування.
	Розвиток емпатії та активного слухання	Рольова гра: активно слухати і показувати емпатію до потреб клієнта. Зворотний зв'язок.
День 2	Техніки контролю емоційних реакцій в стресових ситуаціях (дихальні вправи)	Вивчення технік для управління емоціями в складних ситуаціях. Практика дихання, розслаблення.
	Техніки самоконтролю та боротьби зі стресом	Рольова гра: як залишатися спокійним під час важливих дзвінків чи звернень клієнтів.
	Медитація та її роль у зниженні стресу перед важливими зустрічами	Вправи з медитації для підготовки до складних ситуацій, вивчення технік для зниження рівня стресу.
	Стратегії управління емоціями інших людей без конфліктів	Вивчення методів впливу на емоції клієнтів і колег, збереження спокою та підтримка позитивного клімату.
День 3	Контроль невербальних сигналів та їх вплив на взаємодію з клієнтами	Рольова гра: обслуговування клієнта з використанням позитивних невербальних сигналів.
	Створення позитивної атмосфери в колективі для підвищення мотивації та командного духу	Техніки побудови довіри та ефективної комунікації, які сприяють командній підтримці і мотивації.
	Емпатія та активне слухання в команді: рольові ігри	Рольова гра: ситуації в колективі, де важливо проявити емпатію та підтримати товаришів по роботі.
	Використання емоційних ресурсів для підвищення командної мотивації та ефективності	Вправи для підтримки командного духу, застосування емоційних ресурсів для покращення атмосфери на роботі.

Складено авторами

Compiled by the authors

Таблиця 5

Прогнозовані зміни показників відповідно до тесту емоційного інтелекту EmIn, тесту Н. Холла та експрес-діагностики рівня конфліктності

Table 5

Predicted changes in indicators according to the EmIn emotional intelligence test, N. Hall test and express diagnostics of the level of conflict

Методика	Показник	Поточний рівень	Прогнозоване покращення (%)	Очікуваний результат
Тест емоційного інтелекту EmIn	Самосвідомість	Середній	+25%	Високий
	Емоційна саморегуляція	Середній	+20%	Середній-високий
	Соціальна чутливість (емпатія)	Низький	+30%	Середній
	Управління емоціями інших	Середній	+15%	Середній-високий
	Мотивація	Середній	+20%	Середній-високий
Тест емоційного інтелекту Н.Холла	Емпатія	Низький	+35%	Середній
	Самоусвідомлення	Середній	+25%	Середній-високий
	Емоційна самоконтроль	Низький	+30%	Середній
	Міжособистісні навички	Середній	+20%	Високий
	Рівень конфліктності	Високий	-25%	Середній
Експрес-діагностика конфліктності	Агресивність	Високий	-20%	Середній
	Ступінь емоційної напруги	Середній	-15%	Низький
	Здатність до конструктивного вирішення конфліктів	Середній	+30%	Високий

Складено авторами

Compiled by the authors

грами, спрямованої на підвищення рівня емоційного інтелекту у групі.

Після проведення діагностики серед співробітників «Відпочинок на всі сто» було прийнято рішення про необхідність розробки та впровадження спеціального тренінгу. Основна мета тренінгу – розвиток емоційного інтелекту, що є критично важливим для ефективного спілкування та позитивної взаємодії з клієнтами і колегами. Програма спрямована на глибоке розуміння природи емоційного інтелекту та його ролі у внутрішньо особистісних і міжособистісних сферах, зокрема на усвідомлення і саморегуляцію власних емоцій, а також на розвиток здатності розуміти емоційні реакції інших. Крім того, акцент зроблено на вдосконаленні комунікативних навичок, розвитку емпатії та підвищенні стійкості до конфліктів, що дозволить співробітникам ефективніше взаємодіяти в команді та забезпечувати високу якість обслуговування клієнтів. При розробці тренінгу для підвищення емоційного інтелекту використовувалися методики Емін-Холла для діагностики, рольові ігри для покращення комунікації, вправи на саморегуляцію для зниження стресу та активне слухання для розвитку емпатії.

Триденна програма тренінгу (Табл. 4) з розвитку емоційного інтелекту (EI) побудована на основі трьох компонентів: когнітивної, емоційно-вольової та поведінкової складових, що допомагають учасникам глибше зрозуміти та контролювати свої емоції, а також навчитися впливати на емоційні стани інших.

Перший день тренінгу позитивно вплине на колектив «Відпочинок на всі сто», оскільки він буде спрямований на розвиток когнітивного аспекту емоційного інтелекту (EI), що є ключовим для ефективної взаємодії в команді. Знайомство з основами EI дозволить співробітникам краще усвідомити, як емоції впливають на їхню професійну діяльність і міжособистісні стосунки. Знання трьох компонентної моделі емоційного інтелекту допоможе глибше зрозуміти важливість кожної складової емоційного інтелекту, що сприятиме підвищенню ефективності спільної роботи. Вивчення навичок розпізнавання власних емоцій та емоцій інших дозволить співробітникам краще контролювати свої реакції, що допоможе уникнути конфліктів і непорозумінь у команді. Визначення емоційних тригерів і розробка стратегій для реагування на стрес покращить взаєморозуміння та атмосферу в компанії.

Другий день тренінгу буде корисним для колективу «Відпочинок на всі сто», оскільки він спрямований на розвиток емоційно-вольової складової, що дозволяє ефективно управляти емоціями в стресових ситуаціях. Опанування технік саморегуляції, таких як дихальні вправи та медитація, допоможе співробітникам зберігати спокій і раціональність навіть під час напружених моментів, що значно покращить їхню здатність приймати зважені рішення.

Навчання впливати на емоції інших без конфліктів створить сприятливу атмосферу для взаємодії в команді, знижуючи ризик емоційних спалахів та непорозумінь. Вправи з самоконтролю допоможуть співробітникам залишатися спокійними та врівноваженими, що позитивно вплине на ефективність роботи та взаєморозуміння в колективі.

Третій день тренінгу сприятиме розвитку емоційного інтелекту колективу «Відпочинок на всі сто», фокусуючись на покращенні навичок управління емоціями для ефективної комунікації в команді. Опанування технік контролю невербальних сигналів, таких як міміка, інтонація і жести, дозволить співробітникам краще передавати свої емоції і розуміти інших. Розвиток емпатії та активного слухання допоможе створити атмосферу взаєморозуміння, що підвищить якість взаємодії між працівниками. Наприкінці дня учасники навчатимуться створювати позитивну атмосферу в колективі, використовуючи емоційні ресурси для підтримки командного духу та мотивації, що покращить взаємодію та співпрацю в команді.

Очікується, що завдяки цьому тренінгу учасники навчатимуться краще розпізнавати свої емоції, керувати ними та розуміти емоційний стан інших, що сприятиме як індивідуальній ефективності, так і покращенню командної роботи.

Оцінка ефективності впровадження тренінгу буде проведена в експериментальній групі після завершення тренінгової програми шляхом повторного вимірювання за допомогою опитувальників для діагностики емоційного інтелекту за методикою Д. Люсіна та Н. Холла, а також за допомогою експрес-діагностики для визначення рівня конфліктостійкості. Прогнозовані результати ґрунтуються на попередніх дослідженнях у галузі розвитку емоційного інтелекту та оцінках ефективності аналогічних програм.

Узагальнений прогноз на покращення показників відповідно до тесту емоційного інтелекту Емін, тесту Н. Холла та експрес-діагностики рівня конфліктності відображені у Табл. 5. Ця таблиця відображає прогнозовані зміни основних показників за кожним з тестів після впровадження триденного семінару. У таблиці представлено поточні рівні розвитку ключових показників емоційного інтелекту та конфліктостійкості, оцінених за методиками Емін, Н. Холла та експрес-діагностики конфліктності, а також прогнозовані покращення після впровадження тренінгових програм.

Для тесту емоційного інтелекту Емін передбачається суттєве зростання рівнів самосвідомості, емоційної саморегуляції, соціальної чутливості (емпатії), управління емоціями інших та мотивації. Наприклад, рівень соціальної чутливості, який наразі низький, прогнозується покращити на 30%, досягнувши середнього рівня.

За тестом емоційного інтелекту Н. Холла очікується підвищення емпатії, самоусвідомлення, емоційного самоконтролю та міжособистісних навичок. Зокрема, емпатія, яка наразі знаходиться на низькому рівні, має зрости на 35% і досягти середнього рівня.

За результатами експрес-діагностики конфліктності прогнозується зниження рівня конфліктності, агресивності та емоційної напруги. Також передбачається значне зростання здатності до конструктивного вирішення конфліктів, зокрема, покращення цього показника на 30%, до високого рівня. Ці зміни спрямовані на загальне вдосконалення емоційних і комунікаційних навичок співробітників та зменшення негативного впливу конфліктів у колективі.

Очікується, що учасники семінару матимуть покращені навички комунікації, що призведе до зниження рівня конфліктності в колективі. Після тренінгу учасники зможуть більш усвідомлено вести дискусії, зважаючи на емоційний стан співрозмовників, що дозволить уникати багатьох конфліктів. Це позитивно вплине на робочий клімат, підвищивши загальний рівень довіри та взаємоповаги у колективі. У результаті проведення семінару учасники мають покращити свою здатність до самоусвідомлення та самоконтролю, що зменшить рівень стресу та конфліктів у команді. Крім того, покращення навичок емпатії та комунікації сприятиме створенню здорового робочого клімату і підвищенню

ефективності роботи. Це, у свою чергу, може позитивно вплинути на загальну атмосферу в організації та підвищити продуктивність співробітників.

Отже, успішне завершення тренінгу з розвитку емоційного інтелекту сприятиме не лише особистісному зростанню учасників, але й поліпшенню комунікаційних процесів в організації, що має довгостроковий позитивний ефект на її функціонування та результати роботи.

Висновки. Дослідження управління конфліктами на прикладі підприємства «Відпочинок на всі сто» підтвердило важливість врахування психологічних аспектів у роботі колективу. Основними причинами конфліктів виявилися низький рівень емоційного інтелекту, недостатня самотивація та складнощі в комунікації.

Розроблена програма тренінгу з розвитку емоційного інтелекту спрямована на формування навичок управління емоціями, ефективного спілкування та емпатії, що є критично важливим для роботи в туристичній сфері.

Запропоновані методи профілактики та вирішення конфліктів, орієнтовані на розвиток персоналу, дозволять знизити рівень конфліктності, покращити психологічний клімат у колективі й підвищити ефективність діяльності підприємства. Впровадження цих підходів сприятиме досягненню стратегічних цілей і забезпеченню стійкості бізнесу в конкурентному середовищі.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Зінчина О. Б. Конфліктологія: Навчальний посібник. Харків: ХНАМГ, 2007. 164 с.
2. Костюк А. В. Емоційний інтелект та шляхи його розвитку. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія Психологічні науки*. 2014. Вип. 2(1). С. 85-89.
3. Макарова М. В. Комунікації в туризмі: основи дослідження, види та шляхи розвитку. *Ефективна економіка*. 2017. № 1. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5832>.
4. Петрінко В.С. Конфліктологія: курс лекцій, енциклопедія, програма, таблиці: Навчальний посібник. Ужгород: Видавництво УжНУ «Говерла», 2020. 360 с.
5. Руденко О. М. Психологія соціально-культурного сервісу і туризм: Навчальний посібник для Вузів. URL: <https://infotour.in.ua/rudenko.htm>
6. Титаренко Д., Титаренко О. Конфліктологія: Навчальний посібник. Дакор. 2021. С. 212
7. Уманець О. О. Емоційний інтелект як показник цілісного розвитку особистості. *Психологія і суспільство*. 2004. № 3.
8. Управління конфліктами: методичні рекомендації до семінарських і практичних завдань для студентів усіх спеціальностей першого (бакалаврського) рівня / уклад. О. А. Єрмоленко, Х. Ф. Агавердієва, С. М. Голубев. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2019. 61 с. URL: <http://repository.hneu.edu.ua/bitstream/>
9. Юрченко С. О., Юрченко О. Є. Особливості розвитку ділового туризму на сучасному етапі. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія: Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм*. 2016. №5. С. 171-175.
10. DiScala J. E. 6 Common Business Travel Problems and Their Solutions. *Inc*. 2018. URL: <https://www.inc.com/john-discala/smart-ways-to-manage-these-6-common-business-travel-challenges.html>.

Стаття надійшла до редакції 18.10.2024

Стаття рекомендована до друку 19.11.2024

Irina Shamara, PhD (Economics), Associate Professor, V. N Karazin Kharkiv National University, 6, Svobody Sq., Kharkov, Ukraine, 61022, e-mail: shamara@karazin.ua; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2431-9185>

Julia Kurdiukova, Master, V. N. Karazin Kharkiv National University, Svobody sq., 6, Kharkiv, Ukraine, 61022, e-mail: kurdiukovajuli@gmail.com

DEVELOPMENT OF A PSYCHOLOGICAL TRAINING PROGRAM FOR CONFLICT MANAGEMENT AT THE ENTERPRISE «VIDPOCHINOK NA VSI STO»

In order to improve the efficiency of tourism enterprises, it is important to use modern approaches to conflict management that take into account the psychological aspects of interaction in the team. Conflicts that arise in this area can significantly affect the quality of services, the level of customer satisfaction and the internal climate of the organization. Therefore, special attention should be paid to methods of their prevention and resolution. The study analyzes the nature of conflicts in tourism enterprises, the main factors that determine them, and considers the possibilities of reducing their negative impact on the activities of the organization. The emphasis is on the application of psychological methods, such as the development of active listening skills, improving stress management strategies and creating a positive communication environment. The issue of resolving conflicts through mediation and coaching, which allows minimizing their escalation, is considered. The study is based on an integrated approach using the methods of system analysis, questionnaires, structural modeling and the descriptive method. As a result, practical recommendations were proposed for improving management decisions aimed at creating a favorable socio-psychological climate in the team and ensuring the stable development of the enterprise. The subject of the study is the psychological aspects of conflict management at the tourist enterprise «Vidpochinok na vsi sto». The purpose of the study is to develop measures to improve conflict management at the enterprise «Vidpochinok na vsi sto». General scientific research methods are used: systemic, descriptive, comparative and structural-logical analysis. The following results were obtained during the study: the psychological climate was analyzed and the main causes of conflict situations at the enterprise «Vidpochinok na vsi sto» were identified. Conclusions: the feasibility of developing a psychological training program to improve conflict management at the enterprise «Vidpochinok na vsi sto» is substantiated and the expected results of conducting a conflict management training program at the enterprise are determined.

Key words: *tourism industry, conflict management, psychological aspects, mediation, stress management, communication, team development.*

REFERENCES

1. Zinchina O. B. (2007) *Konfliktologiya: Navchalnij posibnik* [Conflictology: A Study Guide]. Harkiv: HNAMG.
2. Kostyuk A. V. (2014) Emocijnij intelekt ta shlyahi jogo rozvitku [Emotional intelligence and ways to develop it]. *Naukovij visnik Hersonskogo derzhavnogo universitetu. Seriya Psihologichni nauki*. Vyp. 2(1), 85–89.
3. Makarova M. V. (2017) *Komunikaciyi v turizmi: osnovi doslidzhennya, vidi ta shlyahi rozvitku* [Communications in tourism: research basics, types and development paths]. *Efektivna ekonomika*. 1. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5832>.
4. Petrisko V.S. (2020) *Konfliktologiya: kurs lektsiy, entsyklopediya, prohrama, tablytsi: Navchalnyy posibnyk* [Conflictology: course of lectures, encyclopedia, program, tables: Textbook]. Uzhgorod: Vidavnytvo UzhNU «Goverla».
5. Rudenko O. M. *Psihologiya socialno-kulturnogo servisu i turizmu: Navchalnij posibnik dlya Vuziv* [Psychology of socio-cultural service and tourism: A textbook for universities]. Available at: <https://infotour.in.ua/rudenko.htm>
6. Titarenko D., Titarenko O. (2021) *Konfliktologiya. Navchalnij posibnik* [Conflictology: Textbook]. Dakor.
7. Umanec O. O. (2004) *Emocijnij intelekt yak pokaznik cilisnogo rozvitku osobistosti* [Emotional intelligence as an indicator of holistic personality development]. *Psihologiya i suspilstvo*, 3.
8. Yermolenko, O. A., Agaverdiyeva, H. F., Golubyev, S. M. (2019) *Upravlinnya konfliktami: metodichni rekomendaciyi do seminarshykh i praktichnykh zavdan dlya studentiv usih specialnostey pershogo (bakalavrskogo) rivnya* [Conflict management: methodological recommendations for seminar and practical tasks for students of all specialties of the first (bachelor's) level]. Harkiv : HNEU im. S. Kuznecya. Available at: <http://repository.hneu.edu.ua/bitstream/>
9. Yurchenko S. O., Yurchenko O. Ye. (2016) *Osoblyvosti rozvytku dilovoho turyzmu na suchasnomu etapi* [Features of tourism development at the present stage]. *Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho universytetu imeni V. N. Karazina. Seriya: Mizhnarodni vidnosyny. Ekonomika. Krainoznavstvo. Turyzm*. 2016. 5. pp. 171–175. (in Ukrainian)
10. DiScala J. E. (2018) *6 Common Business Travel Problems and Their Solutions*. Inc. Available at: <https://www.inc.com/john-discala/smart-ways-to-manage-these-6-common-business-travel-challenges.html>.

The article was received by the editors 18.10.2024

The article is recommended for printing 19.11.2024

DOI: 10.26565/2310-9513-2024-20-11

УДК 378.6:33(477.53-25):929Скляр

МОВОЮ ТВОРІВ ТА ТУРИСТИЧНИХ ПОДОРОЖЕЙ : ДО 70-РІЧЧЯ ДОКТОРА ЕКОНОМІЧНИХ НАУК, ПРОФЕСОРА ГЕОРГІЯ ПАВЛОВИЧА СКЛЯРА

Лиман Сергій Іванович

доктор історичних наук, професор

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

майдан Свободи, 4, м. Харків, Україна, 61022

e-mail: s.lyman@karazin.uaORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0371-7181>

У статті розглядається біографія та науково-педагогічна діяльність відомого педагога вищої школи, професора, адміністратора, громадського діяча Г. П. Скляра, якому цього року виповнилося 70 років. Основний внесок у науку вчений зробив у таких галузях як туризмологія та економічний потенціал підприємств торгівлі споживчої кооперації. Цьому присвячено фундаментальні дослідження Г. П. Скляра, в тому числі його докторська дисертація «Економічні умови та протиріччя розвитку споживчої кооперації в перехідній економіці». Г. П. Скляр – досвідчений адміністратор та керівник, декан факультету підвищення кваліфікації, директор Міжгалузевого інституту підвищення кваліфікації та перепідготовки фахівців, завідувач кафедри туристичного та готельного бізнесу Полтавського університету економіки та торгівлі. Багаторічна науково-педагогічна, громадська, адміністративна діяльність Г. П. Скляра сприяла розвитку української науки та підготовці нових кадрів для економіки та туристичної сфери України.

Ключові слова: Г. П. Скляр, туристичний бізнес, туризмологія, споживча кооперація, Полтавський університет економіки та торгівлі.

21 грудня 2024 року виповнюється 70 років від дня народження відомого українського вченого, видатного педагога, визнаного фахівця у галузі туризмології та економічної теорії споживчої кооперації доктора економічних наук, професора Георгія Павловича Скляра.

Георгій Скляр народився у 1954 р. у Полтаві в робочій родині¹. Біографія її членів яскраво відображала особливості тих часів, зокрема політичні, економічні, демографічні, побутові реалії України. З багатодітних родин походили і батько Георгія Павловича полтавчанин Павло Григорович Скляр (1925-2000), і мати Жаннета Павлівна Скляр (1927-2015), народжена у Вінницькій області, причому якщо в батьківській родині було п'ятеро синів, у родині мами – п'ять дочок. За словами Г. П. Скляра, він отримав при народженні ім'я Георгій на честь батька Жаннети Павлівни кооператора Павла Андріановича Атаманчука і на прохання її матері фельдшерки Єфросинії Василівни. Можливо, саме факт діда і зумовив у майбутньому інтерес онука до теорії і практики кооперації.

На створення родини Скляр вплинули міграційні процеси, обумовлені подіями Другої світової війни. У 1942 р. Павло Скляр опинився як оstarбайтер у Німеччині, а після визволення військовими США – у госпіталі у Польщі. Такі факти біографії не дали Павлу можливості у подальшому вчитися у військовому училищі, про що мріяли багато з його однолітків. Але анкетна заборона на право носити офіцерські погони не поширювалася на обов'язок служити строкову службу. Після цієї служби на початку 1950-х років він повернувся до рідної Полтави, яка була вщент спалена при відступі нацистів у 1943 р. Тому в умовах істотних для багатьох полтавчан житлових проблем йому вдалося орендувати лише стару хату з долівкою. Павло Скляр почав працювати токарем на заводах міста. Пізніше, у 1975 році, він був нагороджений орденом «Знак Пошани». Про цей факт нагородження написав директор Полтавського заводу штучних алмазів і алмазного інструменту В. П. Барабан у книзі «Полтавські алмази» (1986 р.).

Матір Георгія Павловича Жаннета Павлівни ледь залишилася живою, коли вже 22 червня 1941 р. її

¹ Лиман С. І., Манжура О. В. Скляр Георгій Павлович. *Енциклопедія Сучасної України*. К., 2024. <https://esu.com.ua/article-883645>

батько П. А. Атаманчук під бомбами німецької авіації встиг відправити родину вантажівкою-«полуторкою» в евакуацію з м. Тербовля Тернопільської області, де з 1939 року був призначений новою владою на посаду головного бухгалтера райспоживспілки. Сам він, мобілізований в перший день війни, в званні капітан-інтенданта II рангу забезпечував потреби армії у паливно-мастильних матеріалах і пропав безвісти у 1942 р. Після евакуації і закінчення війни Жаннета Павлівна переїхала до Полтави, працювала на Полтавській взуттєвій фабриці контролером, згодом – інспектором відділу кадрів і разом із чоловіком виховувала сина Георгія. Батьки Г. П. Скляра, як й більшість їх однолітків, закінчили 7-річну школу, тому всіляко підтримували прагнення Георгія до освіти. Започатковану батьками традицію сімейних подорожей Георгій Павлович продовжує разом з сином Ростиславом та онуком Ігорем.

В рік народження Георгія фактично розпочиналася хрущовська відлига – нетривалий період спроб обмеженого реформування сталінського тоталітаризму. Це був дуже цікавий час не лише для дорослих, але й для дітей, які постійно чули все більш докладні, відверті та сміливі розповіді батьків, дідусів, бабусь та їх знайомих про реальні, а не «плакатні» події, про долю України, окремих родин та осіб. Ці розповіді доби дитинства водночас приваблювали і шокували, надихали та лякали, але формували власний погляд на суспільство, державу, світ, і на місце в них людини. Полтава післявоєнних часів дуже повільно змінювала свій зовнішній вигляд, перед очима постійно перебували тротуари з дошок, зруйновані війною помешкання, але залишалося й багато старовинних будівель, майже кожна з яких була пов'язана з певними подіями історії, літератури, мистецтва і наполегливо, хоч і мовчазно, доповнювала розповіді полтавчан.

Триповерховий житловий будинок, у якому у комунальних квартирах післявоєнної відбудови проживали працівники Полтавської взуттєвої фабрики, зокрема, родина Скляр, був до революції дохідним домом комерсанта Самойловича з крамницями, рестораном та гостьовими номерами. Поряд з цим історичним будинком, на відстані кварталу, розташувалися будівлі середньої школи № 3 (колишня Полтавська гімназія) та № 10 (збудований у 1922 р. народний дім В. Г. Короленка). Школа № 10 була розташована зовсім поруч з відкритим у 1903 р. відомим усім полтавчанам та гостям міста пам'ятником І. П. Котляревському. Викарбувані на пам'ятнику слова з «Наталки Полтавки» («Де згода в сімействі, де мир і тишина, щасливі там люди, блаженна сторона») відображають ментальну сут-

ність, стрижень полтавчан і українства в цілому. На погляд науковця Г. П. Скляра в Україні виключно важливе значення має родинна традиція – «...поки не зруйнована родина, живе і Україна». Проблема щастя в подорожах та блага туризму є одним з векторів сучасних наукових досліджень Г.П. Скляра.

Батьки вибрали для навчання Георгія середню школу № 10. Так сталося, що вже у перший день навчання фотокореспондент обласної газети «Зоря Полтавщини» зробив фото, розміщене у цій газеті 2 вересня 1962 р., а згодом у одному із залів Полтавського краєзнавчого музею (у будівлі колишнього Полтавського губернського земства). На передньому фото – 7-річний Георгій. Так, говорить з гумором Г. П. Скляр, він «став музейним експонатом і увійшов в історію». Під час навчання у школі Георгій набуває досвіду перших туристичних поїздок: разом з родиною до м. Київ на вихідні дні; в с. Минівку Полтавського району – на літні та зимові канікули, на гостину до старшого брата батька Сергія; разом з класом – до заповідника «Асканія-Нова» тощо.

Георгій Павлович зберіг і зберігає зараз взаємну любов та повагу до Полтави. Саме в цьому місті він у 1972 р. закінчив середню школу №10, а ще через 4 роки (1976) – Полтавський кооперативний інститут (нині Полтавський університет економіки і торгівлі, ПУЕТ). Навчання в інституті включало виробничі практики на підприємствах споживчої кооперації. Георгій Скляр виїзжав і проходив практику на плодоконсервних заводах і заготконторах у м. Красноград і м. Лозова Харківської області; м. Полтава і м. Кобеляки Полтавської області. Відмінник Георгій Скляр також займався студентською науковою роботою і в квітні 1976 р. виїздив для участі у конференції, що проводив Львівський торгово-економічний інститут, нині університет. Згодом, у 1979 р., Георгій став аспірантом цього відомого закладу з давніми науковими традиціями. В ПКІ-ПУСКУ-ПУЕТ Г. П. Скляр працює вже майже півстоліття: від 1976 року він – асистент кафедри економіки і організації заготівель сільськогосподарських продуктів і сировини, від 1989 року – старший викладач кафедри економіки і організації заготівель сільськогосподарських продуктів і сировини, від 1990 року – доцент кафедри економіки і організації заготівель сільськогосподарських продуктів і сировини, від 1991 року – декан факультету підвищення кваліфікації, від 1993 року – директор Міжгалузевого інституту підвищення кваліфікації та перепідготовки спеціалістів, від 2009 року – провідний науковий співробітник, від 2011 року – професор кафедри фінансів², від 2012 року – завідувач кафедри туристичного та готельного бізнесу. Навіть

² Полтавський університет економіки і торгівлі (1961-2011) : історичний нарис / укладач В. М. Артеменко. Полтава, 2011. С. 282, 286.

перелік цих посад – від асистента до завідувача кафедри, декана та директора інституту – є переконливим доказом високої управлінської компетентності Георгія Павловича, затребуваності його кращих якостей адміністратора, керівника в дуже складні часи, коли українська вища школа зазнала істотних організаційних, методичних, кадрових змін.

Логіка змін вимагала адаптації науково-педагогічних працівників до умов ринкової економіки, набуття власного і творчого запозичення закордонного досвіду організації навчального процесу, застосування інноваційних освітніх методик і технологій. З цією метою при Полтавському кооперативному інституті був створений науково-виробничий кооператив «Єврика», в якому Г. П. Скляр у 1993-1996 рр. займав посаду консультанта і був відповідальним за програми кооперативу в сфері освіти. У грудні 1994 р. кооператив виступив співзасновником Українсько-німецького Центру підприємництва «Полтава», у якому Г. Скляр працював директором навчальних і консультативних програм (1994-1997 рр.). Полтавським кооперативним інститутом і Центром були встановлені контакти з навчальними закладами США (Консорціум навчальних закладів Західного Массачусетсу) та Німеччини (Академія експорту землі Баден-Вюртемберг у м. Ройтлінген). У 1993 р. Г. П. Скляр стажувався в Академії експорту землі Баден-Вюртемберг. У 1993-1994 рр. при його безпосередній участі у Полтаві та Німеччині були проведені інтегровані семінари з керівними працівниками споживчої кооперації та підприємцями, зокрема з питань індустрії відпочинку. Співробітництво з навчальними закладами США було націлене на забезпечення потреб у розповсюдженні зарубіжного досвіду з організації ресторанного бізнесу, готельного господарства, туризму, функціонування фінансових механізмів у країнах ринкової економіки.

У 1997 р. Г. П. Скляр у складі робочої групи працівників Полтавського кооперативного інституту здійснив візит до США у рамках виконання проекту розвитку освітніх програм з бізнесу і економіки, що виконувався спільно з Массачусетською радою з міжнародної освіти та фінансувався фондом «Євразія». Члени групи відвідали низку занять, ознайомилися з роботою Нью-Йорської фондової біржі, провідних банків у Всесвітньому фінансо-

вому центрі, провели екскурсію до Всесвітнього торгового центру, Білого дому і будівель Конгресу США, зустрілися із представниками політичних і місцевих ділових кіл, відвідали пам'ятні місця штату Массачусетс, м.м. Нью-Йорк та Вашингтон.

У цей же період за участю Г. П. Скляра виконувалися проекти від Міжнародного фонду «Відродження», Фонду Конрада Аденауера тощо.

В період 1979-2003 рр. ПУЕТ постійно поширював свою географію, було відкрито п'ять його заочних факультетів та філій. Г.П. Скляр особисто виїздив для проведення занять зі студентами в м.м. Донецьк, Черкаси, Симферополь.

Усі ці роки Георгій Павлович плідно займався науковою діяльністю. Досвід проведення прикладних економічних досліджень, навик збору, обробки, аналізу статистичних матеріалів асистент Г. П. Скляр отримав, працюючи за сумісництвом на посаді молодшого наукового співробітника галузевої науково-дослідної лабораторії економіки й організації заготівель Полтавського кооперативного інституту. Для збору матеріалів та презентації результатів досліджень Г. П. Скляр неодноразово виїздив у відрядження до кооперативних організацій України та за її межі.

У 1989 році він захистив дисертацію на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук «Підвищення економічного обґрунтування планів закупівель сільськогосподарської продукції споживчою кооперацією в нових умовах господарювання» (науковий керівник – кандидат економічних наук, доцент Б. В. Зима). В подальшому тема розвитку кооперативних відносин у суспільстві постійно присутня у його науковому доробку. У 2004 р. Георгій Скляр підготував монографію «Феномен кооперації»³, а у 2006 р. – також монографію «Філософія кооперації»⁴.

Подальші дослідження з цієї теми знайшли відображення у фундаментальній монографії «Економічні умови і протиріччя розвитку споживчої кооперації в перехідній економіці»⁵, посилання на яку можна побачити у численних працях з цієї тематики⁶. Вона була опублікована у 2008 р.⁷ Через три роки у 2011 році на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 64.051.01 Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна Георгій Павлович

³ Скляр Г.П. *Феномен кооперації*. Полтава: Інтер Графіка, 2004.

⁴ Скляр, Г. П. *Філософія кооперації*. Полтава: Інтер Графіка, 2006. Згодом, адаптований журналістами варіант монографії «Філософія кооперації» був розміщений у газеті «Вісті Центральної спілки споживчих товариств України. Діловий випуск. №4 (765), 26 січня 2007 р.; № 5 (766), 2 лютого 2007 р.

⁵ Скляр Г. П. *Економічні умови і протиріччя розвитку споживчої кооперації в перехідній економіці* : монографія. Полтава : РВВ ПУСКУ, 2008. 279 с.

⁶ Див. наприклад: Таран-Лала О. М. *Функціонування соціально-економічних систем: теорія та практика* : монографія. Полтава, 2016. С. 74, 197, 251.

⁷ Полтавський університет економіки і торгівлі (1961-2011) : історичний нарис / укладач В. М. Артеменко. Полтава, 2011. С. 458.

захистив дисертацію на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук «Економічні умови і протиріччя розвитку споживчої кооперації в перехідній економіці» (науковий консультант – доктор економічних наук, професор Г. В. Задорожний)⁸.

Багаторічна плідна наукова робота Г. Скляра гідно оцінена вітчизняною науковою спільнотою. У травні 2019 р. Академія економічних наук України обрала Георгія Скляра академіком Академії економічних наук України зі спеціальності «Міська і регіональна економіка».

Захист докторської дисертації майже збігся з початком наукових розробок Георгієм Павловичем в новій для нього галузі туризмології. Хоча, чому у новій? Справа в тому, що й попередня його діяльність була тісно пов'язана з постійними відрядженнями і мандрівками як Україною так й за її межі. Фактично це були елементи туризму. Робота у сфері підвищення кваліфікації та перепідготовки спеціалістів дала неоціненний досвід прийому і розміщення слухачів, організації харчування і проведення екскурсій, а у подальшому – їхніх відряджень до інших країн, зокрема до Німеччини та США. Навіть назва кафедри, на якій Георгій Павлович працював з 1976 р. (економіки і організації заготівель сільськогосподарських продуктів і сировини) зумовила його активні подорожі мальовничими містами та селами, а закони гостинності приймаючих сторін завжди залишали певний час на ознайомлення з пам'ятками Запорізької області, Криму, Полтавської, Сумської, Черкаської, Рівненської, Волинської областей тощо. Це формувало ті навички активного допитливого туриста, які істотно допомогли як у теорії так і на практиці, коли від 2012 року Г. П. Скляр посів посаду завідувача кафедри туристичного та готельного бізнесу⁹. Туристичний бум, який охопив тоді Україну та увесь світ, викликав необхідність підготовки конкурентоспроможних фахівців, здатних активізувати вітчизняну туристичну галузь. Додамо, що кадрове призначення Георгія Павловича сталося в тому самому доленосному для туристичної і спортивної України 2012 році, коли наша держава приймала Чемпіонат Європи з футболу і відкривалася у найпривабливішому вигляді сотням тисяч уболівальників та туристів з усього світу. В інтерв'ю кореспонденту газети «Вісті Центральної спілки споживчих товариств України» (№8 (1237), 25.02.2016 р.), присвяченому першому випуску бакалаврів з туризму в ПУЕТ, Георгій Скляр звернув увагу на пріоритетність

розвитку внутрішнього туризму в Україні («туризм можна розвинути у кожному регіоні») та відмітив зростання популярності турів вихідного дня. На його думку, фахівець у сфері туризму повинен мати широкий світогляд, просто мусить бути обізнаним у темах культури, історії, природних ресурсах, знати іноземні мови, допомагати збереженню вітчизняних пам'яток, бо «...від багатьох замків, маєтків залишилися руїни і легенди». Тому потрібна ставка на молодь, яку вирізняє відкритість до новинок, схильність до креативного експериментаторства.

Під керівництвом Г. П. Скляра кафедра туристичного та готельного бізнесу досягла значних успіхів. Колектив кафедри складався з 9 осіб, два з яких були доктори, сім – кандидати та асистенти. Серед них ті, хто допомагав та зараз допомагає Георгію Павловичу у навчальному процесі і вихованні молоді – доц. М. М. Логвин, доц. О. О. Тараненко, проф. П. В. Шуканов, доц. Ю. В. Карпенко, доц. Л. В. Дробиш, асистент Л. І. Климова тощо. Г. П. Скляр викладає декілька дисциплін, серед яких – Вступ до фаху, Туризмологія, Організація туризму (Основи туризмознавства), Спеціалізований туризм (культурно-пізнавальний) тощо. Його наукові публікації з туризмознавства відомі фахівцям і мають високий індекс цитування¹⁰.

На бакалаврських та магістерських програмах за ці 12 років під керівництвом Г. П. Скляра було підготовлено низку фахівців, які плідно працюють в усіх куточках світу. Мав можливість неодноразово переконатися у високому рівні підготовки здобувачів кафедри, яку очолював Георгій Павлович. Активний, динамічний, завжди налаштований на практичну складову знань та вмінь майбутніх фахівців, Г. П. Скляр неодноразово особисто організовував екскурсії своїх студентів у різні куточки України, зокрема до Харкова. Саме під час однієї з таких зустрічей і екскурсії нашим містом у 2014 р. я й мав честь особисто познайомитися з Георгієм Павловичем. Відразу знайшов в цій людині приємного співрозмовника, справжнього фахівця, блискучого оратора, доброзичливого колегу, який завжди був готовий допомогти досвідом та порадами. У наступні роки ці екскурсії та взаємовідвідування відбувалися постійно, а символом справжньої нерозривної єдності різних регіонів України стало спільне сходження з Г. П. Скляром на Говерлу викладачів, співробітників, студентів-туристів Харкова, Полтави, Чернівців, організоване восени 2016 р. визнаним фахівцем з

⁸ Скляр Г. П. Економічні умови і протиріччя розвитку споживчої кооперації в перехідній економіці

⁹ Лиман С. І., Манжура О. В. Скляр Георгій Павлович. *Енциклопедія Сучасної України*. К., 2024. <https://esu.com.ua/article-883645>

¹⁰ Див.: Скляр Г. П. Економічна сутність та закономірності розвитку ринку туристичних послуг в Україні. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту*. Серія «Економічні науки». 2014. Вип. 1. С. 106–112; Скляр Г. П. Свідомий розвиток партнерства у сфері туризму в умовах глобалізації. *Вісник Хмельницького національного університету*. Економічні науки. 2014. № 2(2). С. 142–145; Скляр Г. П., Карпенко Н. М. Рекреаційно-туристична привабливість регіону: екологічний та інвестиційний аспекти. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. Серія «Економічні науки». 2012. № 2 (53). С. 23–28.

організації туристичної діяльності України, зам. директором Чернівецького торговельно-економічного інституту В. Ф. Кіфяком.

Саме Георгій Павлович та Василь Федорович на весні того самого 2016 р. входили до складу акредитаційної комісії, яка позитивно оцінила освітню бакалаврську програму новоствореної кафедри туристичного бізнесу Харківської державної академії культури. Мені як завідувачу тієї кафедри (2013-2019) та її колективу дуже допомогли тоді професійні поради і побажання моїх колег-друзів. Але справжній майстер-клас я отримав, коли сам через півтора роки очолював акредитаційну комісію і разом з відомим фахівцем у галузі туристології, заступником голови науково-методичної комісії МОН України з туризму, завідувачем кафедри туристичного бізнесу та країнознавства Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна доц. А. Ю. Парфіненом безпосередньо знайомився з матеріальною базою, організацією навчального процесу, колективом кафедри туристичного та готельного бізнесу ПУЕТ, її студентами. Цей вищий навчальний заклад був ледь не єдиним на мій пам'яті, в якому здобувачі-туристи мали власну туристичну агенцію! Розташована на першому поверсі головного корпусу ПУЕТ, ця агенція була одним з кращих переконливих доказів вдалого поєднання теорії та практики підготовки фахівців у галузі туризму. Інноваційним туристичним продуктом, створеним відповідно до плану роботи агенції STA, став профорієнтаційний тур, проведений у жовтні 2016 р. Профорієнтаційну роботу проводив професор Г. П. Складар. У турі взяли участь учні та вчителі освітніх закладів м. Полтави, гімназії м. Кременчука та Харківського технічного ліцею № 173. Учасники туру ознайомилися з пам'ятками та туристичною інфраструктурою міст Рига, Таллінн, Стокгольм, Вільнюс.

Георгій Павлович – бажаний гість на багатьох міжнародних конференціях як в Україні, так і за її межами (Румунія, Польща, Молдова). Як активний турист він особисто відвідав більше двадцяти провідних у туристичній галузі держав і мав можливість на власному досвіді побачити організацію туристичної інфраструктури, готельного та ресторанного господарства в Німеччині, США, Іспанії, Італії, Франції, Монако, Угорщині, Польщі, Чехії, Туреччині, Єгипті, Ізраїлі, Палестинській Автономії, КНР, Литві, Латвії, Естонії, Швеції, Данії, Австрії, Грузії, Румунії, Болгарії, Молдові тощо. Такий досвід численних мандрівок значно полегшує спілкування з молоддю під час університетських занять, корегує попередні уявлення, впливає на зміст лекцій, семінарів, наукових розвідок. Актуальні наукові пошуки Г. П. Складар пов'язані з розвитком ідей, сформульованих у його одноосібній монографії «Економічні умови і протиріччя розвитку споживчої кооперації в перехідній економіці» та у колективних монографіях

«Проблеми розвитку туристичного бізнесу» (2013) і «Модернізація туризмознавства: теорія і практика партнерства» (2015), виданих за його редакцією. Зокрема, це процес генезису кооперативів у туризмі; розвиток відносин партнерства у сфері туризму; обґрунтування туристологічних особливостей концепцій «світ як господарство» та інклюзивного розвитку; концептів цілісної креативної господарюючої особистості, особистостей-пасіонарів-брендів; дозвілєво-туристичної діяльності тощо. Георгій Складар постійно звертає увагу на моральні аспекти людської діяльності. Кооперативи, на його думку, є форматом людського спротиву злу моральною силою в економіці. Турист, на погляд Г.П. Складар, не тільки фізично долає шлях до дестинації – це етична мандрівка особистості на полі добра і зла.

У 2002 р. Георгія Складар жителі міста обрали депутатом Полтавської міської ради по виборчому округу № 28. Рішенням першої сесії двадцять четвертого скликання його включено до складу постійної комісії з питань економічної політики, власності, фінансів і цін. Вже у липні 2002 р. депутат Г. П. Складар виїздив для вивчення досвіду реформування житлово-комунальної сфери у містах Комсомольську (нині Горішні Плавні) та Харкові. Основна увага у м. Комсомольську була приділена приватним житлово-експлуатаційним підприємством. Під його керівництвом група з чотирьох науковців Полтавського університету споживчої кооперації України мала змістовні зустрічі з міським головою, секретарем міської ради, працівниками житлово-комунальної сфери. Було виявлено, що в основі реформування житлово-експлуатаційної сфери був покладений принцип посилення мотивації роботи за рахунок переходу на спрощену схему оподаткування.

У Харкові депутат Г.П. Складар особисто ознайомився з роботою Східно-Української асоціації власників житла «Харків-центр», об'єднання співвласників багатоквартирного будинку «Висота», Слобожанського регіонального навчального центру програми «Партнерства громад». Було зроблено висновок, що при створенні приватних житлово-експлуатаційних підприємств та об'єднань співвласників (в першу чергу на базі будинків житлових кооперативів та новозбудованих будинків) в м. Полтава доцільно використовувати досвід таких міст.

У 2004 р. у м. Полтава депутат Г. П. Складар сприяв, зокрема, у вирішенні фінансових питань по парку культури та відпочинку «Перемога», який автор статті разом з Георгієм Павловичем в подальшому неодноразово відвідував у роки воєнного лихоліття. У тому ж 2004 р. міський голова Полтави А. Т. Кукоба у привітанні з нагоди ювілею депутата Г. П. Складар зазначив, що «у рідній Полтаві сповна розкрився його талант організатора й керівника, активного учасника всіх добрих справ, що робляться у нашому місті».

Активна професійна та громадська діяльність Георгія Скляра відмічена гідним чином. Він нагороджений знаком «Відмінник освіти України» (2004 р.), Почесною грамотою Міністерства освіти і науки України (2002 р.), почесною трудовою відзнакою «Знак Пошани» Центральної спілки споживчих товариств України (Укоопспілки) (2011 р.), Почесною грамотою Всеукраїнської центральної спілки споживчих товариств та ЦК Профспілки працівників споживчої кооперації України (2019 р.), Грамотою Правління Укоопспілки та ЦК Профспілки працівників споживчої кооперації України (2007 р.), Почесною грамотою Полтавської обласної ради (2014р.), Грамотою Полтавської обласної ради (2008 р., 2022 р.), Грамотою Департаменту освіти і науки Полтавської облдержадміністрації (2018 р.), Почесною Грамотою Полтавського кооперативного інституту (1999р.), Почесною грамотою Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі» (2010 р.), Грамотою правління Полтавської обласної спілки споживчих товариств та Полтавського обласного комітету професійного спілки працівників споживчої кооперації (2004 р.), Грамотою Полтавського університету споживчої кооперації України (2004 р., 2007 р.) тощо.

Проте не лише відданість обраній справі, наукова компетентність, адміністративні та лекторські дарування досить красномовно характеризують Георгія Павловича як особистість. Найголовніші його якості – порядність, чесність, готовність завжди прийти на допомогу, вміння підтримати у важку хвилину. 24 лютого 2022 року життя мільйонів українців поділилося на «до» та «після». Повномасштабне вторгнення РФ зробило Харків та Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна одним із об'єктів запеклих атак авіацією, ракетами, артилерією. Масова загибель людей і жахливі руйнування змусили багатьох українців під обстрілами залишати свої домівки. З перших же днів війни Георгій Павлович постійно

підтримував мене своїми телефонними дзвінками, наполегливо радив якомога швидше навіть у умовах, що з кожним днем майже унеможлилювали масовий від'їзд харків'ян, рухатися до Полтави, в якій він надасть моїй родині можливості для проживання. Усі півроку нашого перебування у Полтаві до того часу, коли була визволена Харківщина, Георгій Павлович як міг допомагав мені, моїй родині, іншим знайомим та навіть малознайомим особам, які через війну опинилися зі статусом «ВПО» в його переповненому біженцями рідному місті.

Війна – надзвичайне важке випробування, і, безумовно, найважче усіх доводиться тим героїчним хлопцям, які тримають фронт, знищують ворога в траншеях, що промерзли в січневі ночі, перев'язують тяжко поранених друзів, віддають честь останкам тих, кого назавжди забирає земля. У тих, кого війна кидає від лінії вогню, а не навпаки, безумовно, інші умови. Проте і ці умови бувають різними. Георгій Павлович зробив усе від нього залежне, щоб моя родина мешкала у Полтаві повноцінним життям. Він відразу ознайомив мене з містом, з магазинами, в яких за демократичну ціну можна було придбати якісні товари, у вільний від нашого онлайн-викладання час він запрошував на засідання кафедри і додому, допомагав побутовими речами, постійно проводив для мене численні екскурсії містом, знайомив з новими колегами, співробітниками університету та місцевих музеїв, без яких важко увити неповторний чарівний шарм туристичної галузі Полтави. І увесь цей час він демонстрував не лише справжню гостинність, але й непереможну впевненість, віру в перемогу Добра, бо саме Добро і є зміст його душі.

Георгій Павлович дуже цінує художню літературу. Я хоча не пам'ятаю, чи є серед його улюблених авторів Гете, проте він живе ніби згідно з порадою великого поета: «Про що б ви не мріяли, робіть. Бо в зухвалості є геній, сила і магія!»

Serhii Lyman, Doctor Of History Sciences, Professor, V. N. Karazin Kharkiv National University, Svobody sq., 4, Kharkiv, Ukraine, 61022, e-mail: s.lyman@karazin.ua, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0371-7181>

IN THE LANGUAGE OF WORKS AND TOURIST TRAVELS: TO THE 70TH ANNIVERSARY OF DOCTOR OF ECONOMIC SCIENCES, PROFESSOR HEORHIY PAVLOVICH SKLYAR

The article examines the biography and scientific and pedagogical activity of the famous higher education teacher, professor, administrator, public figure G. P. Sklyar, who turned 70 this year. The scientist made his main contribution to science in such areas as tourism and the economic potential of consumer cooperative trade enterprises. This is the subject of G. P. Sklyar's fundamental research, including his doctoral dissertation "Economic conditions and contradictions in the development of consumer cooperation in a transition economy". G. P. Sklyar is an experienced administrator and manager, dean of the faculty of advanced training, director of the Intersectoral Institute for Advanced Training and Retraining of Specialists, head of the Department of Tourism and Hotel Business at the Poltava University of Economics and Trade. Long-term scientific, pedagogical, social, administrative activity of G. P. Sklyar contributed to the development of Ukrainian science and the training of new personnel for the economy and tourism sector of Ukraine.

Keywords: *G. P. Sklyar, tourism business, tourismology, consumer cooperation, Poltava University of Economics and Trade.*

Наукове видання

ВІСНИК

**Харківського національного університету
імені В. Н. Каразіна**

**Серія «Міжнародні відносини. Економіка.
Країнознавство. Туризм»**

Випуск 20, 2024

Збірник наукових праць

Українською та англійською мовами

Підписано до друку 28.05.2024. Формат 60x84/8. Папір офсетний. Друк цифровий.
Обл.-вид. арк. 16,31. Ум. друк. арк. 13,05. Наклад 100 пр.

Видавець і виготовлювач
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна,
61022, Харків, майдан Свободи, 4.
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 3367 від 13.01.09

Видавництво ХНУ імені В. Н. Каразіна