



International Science Group

JSG-KONF.COM

III

**INTERNATIONAL SCIENCE CONFERENCE
ON E-LEARNING AND EDUCATION**

Lisbon, Portugal

February 2 – 5

ISBN 978-1-63684-354-4

DOI 10.46299/ISG.2021.I.III

ECONOMIC SCIENCES		
8.	Бабенко Т.Є., Головка К.Є., Пожидаєва М.В. МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ТА ПРАКТИЧНА РЕАЛІЗАЦІЯ ОБЛІКУ, АУДИТУ ТА АНАЛІЗУ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ПІДПРИЄМСТВА	44
9.	Бойко В.О., Драгота І.П. ІННОВАЦІЙНІ ФОРМИ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ В ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ	47
10.	Бузан Г.С. ОЦІНКА ВПЛИВУ НА ДОВКІЛЛЯ ТРАНСПОРТНИХ СПОРУД: КРИТЕРІЇ ТА ПОКАЗНИКИ	51
11.	Парубець О.М. ОЦІНКА ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ МОРСЬКОГО ТРАНСПОРТУ УКРАЇНИ	57
12.	Ткачук І.Я., Мартинюк А.Ю. ПРОБЛЕМИ ДЕРЖАВНОГО ФІНАНСУВАННЯ ГРОМАДСЬКИХ ОРГАНІЗАЦІЙ В УКРАЇНІ	60
13.	Трушкина Н.В., Шкригун Ю.О. ПРИОРИТЕТНІ НАПРАВЛЕННЯ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В ПОРТУГАЛИИ	63
14.	Цимбалюк Г.С., Сем'янчук П.М., Оліх Г.І. ФІНАНСОВИЙ МЕХАНІЗМ ДОСЯГНЕННЯ МАКРОЕКОНОМІЧНОЇ РІВНОВАГИ	70
15.	Череп О.Г., Дрозд А.С. ГЕНДЕРНА ПОЛІТИКА: ДОСВІД РОЗВИНЕНИХ КРАЇН СВІТУ	76
GEOGRAPHICAL SCIENCE		
16.	Картавий А., Федонюк В., Федонюк М. ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ДИСТАНЦІЙНОГО ВИВЧЕННЯ ПРИРОДНИЧО-ГЕОГРАФІЧНИХ ДИСЦИПЛІН	80

ІННОВАЦІЙНІ ФОРМИ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ В ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ

Бойко Вікторія Олександрівна,

к.е.н., доцент

Херсонський державний аграрно-економічний університет

Драгота Ірина Петрівна,

здобувач вищої освіти

Херсонський державний аграрно-економічний університет

Сучасний туризм та готельна індустрія широко розповсюджені динамічні галузі, які суттєво впливають на економічний розвиток кожної країни, в період кризи COVID-19 понесли великі фінансові втрати [1]. Першу половину 2020 р. український готельний ринок проводжав без особливого жалю. Відсутність ділових туристів, зменшення наполовину заповнюваності готелів майже у всіх сегментах, зниження середнього чеку стали основними проблемами для готельєрів. Незважаючи на певний консерватизм у готельному та туристичному бізнесі всім довелося швидко адаптуватися до мінливих обставин та фіксувати провідні тенденції, створювати нові ідеї та переформатовувати бізнес.

Щоб пережити кризу, готельєри повинні були адаптувати продукт до нової реальності. Наприклад, глобальні готельні мережі, такі як Radisson та Accor, практикували поєднання готелів з офісними центрами, коворкінгами. Ribas Hotels Group розглядав таку можливість і для українського ринку. Починаючи з наметів для глемпінгу та тіпісів, закінчуючи каютами, юртами та будиночками на деревах - для тих, хто шукає поєднання сільської розкоші та незайманої природи, пропонуються десятки видів житла [2-4]. Попит на внутрішні напрямки для проведення відпусток, навіть попри побоювання підхопити вірус, був вельми стабільним фактично впродовж усього літа – із середини червня до початку навчального року у вересні.

Протягом останніх кількох років «глемпінг» став одним із тих популярних брендів туристичної галузі, що набув великої популярності серед мандрівників. Поєднуючи слова «гламур» та «кемпінг», ця тенденція зросла, оскільки підйом масового туризму змусив більше людей сприйняти екологічний дух відповідальних подорожей. Згідно з Оксфордським словником, глемпінг - це «форма кемпінгу, що передбачає розміщення та зручності, розкішніші за традиційні кемпінги». Вперше це слово було використано у Сполученому Королівстві у 2005 р., але до словника було додано лише у 2016 р.

Зараз у світі налічується близько тисячі працюючих глемпінгів. На сьогоднішній день найбільші ринки – США, Британія і Австралія, а загальний обсяг світового ринку становить \$ 3 млрд. За даними британського туристичного бюро Campingselection, ринок глемпінгів зростає на 21 % щорічно, і за прогнозами до 2021 р. його обсяг складе вже близько \$ 4 млрд. Глемпінг це набагато більше, ніж гарний намет, і по всьому світі є безліч неймовірних напрямів – від популярних еко-глемпінгів, трейлерного глемпінгу або ж антарктичний лакшері-табір на льодовику [5].

Південна частина нашої країни - одне з таких місць, яке має значний ресурс і робочий потенціал для розвитку всіх видів туризму. Питання розвитку готельного та туристичного бізнесу в Херсонській області, на наш погляд, надзвичайно важливі, зрештою, вони орієнтовані як на зовнішній, так і на внутрішній соціально-економічний розвиток. Херсонщина – унікальна територія для туризму, відпочинку та рекреації, яка має достатньо переваг для формування та розвитку потужного курортно-туристичного комплексу. Область має широкий вихід до Дніпровської водної магістралі, і це єдина з областей України, яка має вихід одночасно до 2 морів – Чорного і Азовського. Саме на Херсонщині розташовані: єдина в Європі природна пустеля – Олешківські піски, найбільший у світі рукотворний ліс і навіть унікальні горні ландшафти посеред степу «Станіславські кручі» [6,7].

Коронавірус цього року вніс суттєві зміни до планів відпочинку багатьох людей не лише для зовнішнього, але й для внутрішнього туризму. Громадяни України, для яких ціни відпочинку на морських і гірських карпатських курортах є зависокими, здійснюють подорожі по відомим їм мальовничим місцям власними або орендованими автівками, маючи особисті намети для відпочинку та домашнє харчування замість готельних номерів, ресторанів і кафе [8-12]. Альтернативою традиційним формам відпочинку та ночівлі можуть стати комфортабельні глемпінги, що не поступатимуться за зручностями готелям. Але на відміну від готелів, глемпінги мають великі переваги, їх можна встановлювати будь-де, переміщувати з місця на місце без оформлення всіляких бюрократичних довідок, лише з дозволу органів місцевого самоврядування. Глемпінги можна встановлювати там, де заборонене будь-яке будівництво – що очевидно неможливо з готелями та базами відпочинку.

Міністерством захисту довкілля та природних ресурсів України спільно з Асоціацією органів місцевого самоврядування «Єврорегіон Карпати – Україна» та національними природними парками було підготовлено проєкт «Глемпінги – створення ексклюзивного туристичного продукту в природоохоронних територіях». Особливість проєкту – розвиток туризму на територіях природно-заповідного фонду, що не буде негативно впливати на природну екосистему. І

саме глемпінги, зазначили у міністерстві, стануть тим поєднанням традиційних кемпінгів з комфортними умовами готельного типу для туристів.

Згідно з проектом, комфортабельні кемпінги передбачено створити у Регіональному ландшафтному парку «Краматорський» (Донецька область), Національному природному парку «Синевир» (Закарпатська область), Національному природному парку «Сколівські Бескиди» (Львівська область) та Регіональному ландшафтному парку «Дністровський» (Івано-Франківська область). Цим проектом планується підвищити ефективність використання туристичного потенціалу природоохоронних територій та створити ексклюзивний продукт для туризму – облаштування глемпінг-локацій» в мальовничих місцях України, що буде поштовхом для суттєвого зростання її конкурентоспроможності серед передових туристичних держав.

Список літератури:

1. Oleksii LYULYOV, Yana US, Tetyana PIMONENKO, Aleksy KWILINSKI, Tetyana VASYLIEVA, Nataliya DALEVSKA, Jan POLCYN and Viktoriia BOIKO “The Link Between Economic Growth and Tourism: Covid-19 Impact” Proceedings of the 36th International Business Information Management Association (IBIMA), ISBN: 978-0-9998551- 5-7, 4-5 November 2020, Granada, Spain.
2. Огляд ринку готелів: як відновлюються готелі України. URL:<https://thepage.ua/ua/real-estate/gotelnij-rinok-ukrayini-golovni-trendi-za-1-pivrichchya-2020-roku>
3. Завідна Л. Д. Готельний бізнес : стратегії розвитку : монографія. К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2017. 600 с.
4. Грановська В. Г., Бойко В. О. Функціонування екоготелів в Україні як чинник активізації підприємницької діяльності. Економіка АПК. 2020. № 3. С. 57 - 65. <https://doi.org/10.32317/2221-1055.202003057>
5. Намет з кондиціонером та Wi-Fi: що таке глемпінг та чи є він в Україні. URL:<https://shotam.info/namet-z-kondytsionerom-ta-wi-fi-shcho-take-hempinh-ta-chy-ie-vin-v-ukraini/>
6. Бойко, В.О. Розвиток зеленого туризму у південному регіоні. Підприємництво в аграрній сфері: глобальні виклики та ефективний менеджмент: Матеріали I Міжнародної науково-практичної конференції у 2 ч. (с. 65-68). 12-13 лютого 2020, Запоріжжя, Україна: ЗНУ.
7. Boiko, V. O. Green tourism as a perspective direction for rural entrepreneurship development. Scientific approaches to modernizing the economic system: vector of development: collective monograph. Lviv-Toruń : Liha-Pres, 2020. pp. 1-18.
8. Бойко В.О., Драгота І.П. Глемпінг – ексклюзивний туристичний продукт сьогодення. The I International Science Conference on Multidisciplinary Research, January 19 – 21, 2021, Berlin, Germany. pp. 208-210

9. Romanenko, Y. O., Boiko, V. O., Shevchuk, S. M., Barabanova, V. V., & Karpinska, N. V. Rural development by stimulating agro-tourism activities. *International Journal of Management*, 2020. № 11(4), С. 605-613. doi:10.34218/IJM.11.4.2020.058

10. Kyrylov, Y., Hranovska, V., Boiko, V., Kwilinski, A., & Boiko, L. (2020). International Tourism Development in the Context of Increasing Globalization Risks: On the Example of Ukraine's Integration into the Global Tourism Industry. *Journal of Risk and Financial Management*, 13(12), 303. <https://doi.org/10.3390/jrfm13120303>

11. Бойко В. О. Сільський зелений туризм в Україні: проблеми та перспективи. *Агросвіт*. 2020. № 22. С. 58–65. DOI: 10.32702/2306-6792.2020.22.58

12. Бойко В. О., Ключник А. В., Півньова Л. В. (2020). Зміцнення конкурентоспроможності підприємств екологічного (зеленого) туризму. *Вісник Херсонського Національного Технічного Університету*. №3. С. 213-222. <https://doi.org/10.35546/kntu2078-4481.2020.3.28>