

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

**Факультет готельно-ресторанного та туристичного бізнесу
імені проф. В. Ф. Доценка
Кафедра туристичного та готельного бізнесу**

«До захисту в ЕК»
Декан факультету

(підпис) Віта ЦИРУЛЬНІКОВА
(ім'я та прізвище)

« ____ » _____ 2023 р.

«До захисту допущено»
Завідувач кафедри

(підпис) Ірина МЕЛЬНИК
(ім'я та прізвище)

« ____ » _____ 2023 р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
НА ЗДОБУТТЯ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ МАГІСТРА**

зі спеціальності _____ 242 «Туризм» _____
(код та назва спеціальності)

освітньо-професійної програми _____ «Туризмознавство» _____

на тему: Розвиток зеленого туризму на території Херсонської області

Виконав: здобувач 2 курсу, групи ЗТУ-2-4М

Шорохова Ангеліна Андріївна _____
(прізвище, ім'я, по батькові повністю) (підпис)

Керівник Примаць Тетяна Юхимівна _____
(прізвище, ім'я та по батькові повністю) (підпис)

Рецензент _____
(ім'я та прізвище) (підпис)

Я як здобувач Національного університету харчових технологій розумію і підтримую політику університету з академічної доброчесності. Я не надавав і не одержував недозволеної допомоги під час підготовки цієї роботи. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

Здобувач _____
(підпис)

Київ – 2023 р.

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ
Інститут (факультет) готельно- ресторанного та туристичного бізнесу імені
проф. В.Ф. Доценка
Кафедра туристичного та готельного бізнесу
світній ступінь магістр
Спеціальність 242 «Туризм»
(код і назва)
Освітньо-професійна програма «Туризмознавство»
(назва)

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри
туристичного та
готельного бізнесу

Ірина МЕЛЬНИК
“ ” 2022 року

З А В Д А Н Н Я

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧА

Шорохової Ангеліни Андріївни

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи Розвиток зеленого туризму на території Херсонської
області

керівник роботи Примак Тетяна Юхимівна, к.ф.м.н, доцент,
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом закладу вищої освіти від “16” листопада 2022 року
№814-КС

2. Строк подання здобувачем роботи 8 лютого 2023 р.

3. Вихідні дані до роботи наукова, фахова література, інформаційні джерела
з даними досліджуваних підприємств та територій

4. Зміст пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ
ТУРИСТИЧНОГО ПОРОДУКТУ

РОЗДІЛ 2 РЕСУРСНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ХЕРСОНЩИНИ ТА УКРАЇНИ В
ЦІЛОМУ ДЛЯ РОЗВИТКУ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ

РОЗДІЛ 3 ПРОПОЗИЦІЇ РОЗВИТКУ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ
ХЕРСОНЩИНИ

РОЗДІЛ 4 АНАЛІЗ ФІНАНСОВОГО РЕЗУЛЬТАТУ ВПРОВАДЖЕННЯ І
ОБГРУНТУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ

5. Перелік графічного матеріалу
рисуноків – 6, таблиць – 15, додатків – 4

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
I	Примак Т.Ю.		
II	Примак Т.Ю.		
III	Примак Т.Ю.		
IV	Примак Т.Ю.		

7. Дата видачі завдання 3 жовтня 2022 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів виконання кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Вибір і затвердження теми роботи	01.09.2022-30.09.2022 рр.	
2	Оформлення і затвердження завдання на роботу	03.10.2022-10.10.2022 рр.	
3	ВСТУП РОЗДІЛ 1 Теоретичний	11.10.2022-21.10.2022 рр.	
4	РОЗДІЛ 2 Аналітичний	24.10.2022-04.11.2022 рр.	
5	РОЗДІЛ 3 Проектний	07.11.2022-18.11.2022 рр.	
6	РОЗДІЛ 4 Дослідно – рекомендаційний	21.11.2022-09.12.2022 рр.	
7	Висновки та пропозиції. Список використаних джерел. Додатки	12.12.2022-23.12.2022 рр.	
8	Оформлення роботи за структурою, представлення кваліфікаційної роботи на кафедру та попередній захист у комісії	26.12.2022-20.01.2023 рр.	
9	Доопрацювання, оформлення, друкування, підготовка матеріалів до захисту	23.01.2023-10.02.2023 рр.	
10	Представлення готової зшитой кваліфікаційної роботи на кафедру	13.02.2023 р.	
11	Захист кваліфікаційної роботи в екзаменаційній комісії	21.02.2023 р.	

Здобувач

(підпис)

Керівник роботи

(підпис)

Шорохова А.А.
(прізвище та ініціали)

Примак Т.Ю.
(прізвище та ініціали)

РЕЗЮМЕ

на кваліфікаційну роботу

Шорохової Ангеліни Андріївни

на тему: «Розвиток зеленого туризму в Херсонській області»

Кваліфікаційна робота складається з 91 сторінки. Кількість розділів - 4, рисунків - 6, таблиць – 15, додатків – 4.

Об'єктом дослідження є теоретико-методичні засади розвитку туризму в Херсонській області.

Предметом магістерської роботи є теоретико-методологічні та практичні аспекти забезпечення реалізації перспектив розвитку зеленого туризму в Херсонській області України.

Метою магістерської роботи є дослідження теоретичних основ та розробка пропозицій розвитку зеленого туризму в Херсонській області.

У I розділі магістерської роботи висвітлено теоретико-прикладні засади формування туристичного продукту зеленого туризму.

У II розділі магістерської роботи проаналізовано ресурсний потенціал зеленого туризму Херсонщини та України в цілому.

У III розділі магістерської роботи визначені та запропоновані варіанти розвитку зеленого туризму на Херсонщині

У IV розділі магістерської роботи запропоновані інструменти просування продукту зеленого туризму Херсонщини

КЛЮЧОВІ СЛОВА: зелений туризм, Херсонська область, туристичний потенціал, туристичні послуги

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПОРОДУКТУ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ	9
1.1 Сучасна класифікація туристичних продуктів	9
1.2 Історія та особливості розвитку зеленого туризму	19
1.3 Аналіз досвіду розвитку зеленого туризму за кордоном та в Україні	33
Висновки до першого розділу	43
РОЗДІЛ 2. РЕСУРСНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ХЕРСОНЩИНИ ТА УКРАЇНИ В ЦІЛОМУ ДЛЯ РОЗВИТКУ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ	45
2.1 Характеристика потенціалу природного середовища Херсонської обл.	45
2.2 Характеристика інфраструктури Херсонщини для розвитку зеленого туризму	52
2.3 Визначення перспективних територій для розвитку зеленого туризму Херсонщини	53
Висновки до другого розділу	56
РОЗДІЛ 3. ПРОПОЗИЦІЇ РОЗВИТКУ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ ХЕРСОНЩИНИ	58
3.1 Розроблення маршруту та програми турів зеленого туризму на території Херсонщини	58
3.2 Визначення фінансових показників розроблених турів	71
Висновки до третього розділу	73
РОЗДІЛ 4. АНАЛІЗ ФІНАНСОВОГО РЕЗУЛЬТАТУ ВПРОВАДЖЕННЯ І ОБГРУНТУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ	75
4.1 Обґрунтування ефективності розроблених пропозицій	75
4.2 Заходи та інструменти просування продукту зеленого туризму Херсонщини	80
Висновки до четвертого розділу	81
ВИСНОВКИ	82
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	86

ВСТУП

Актуальність дослідження. Сільський зелений туризм на світовому ринку туристичних послуг є досить рентабельною й розвиненою сферою економіки. З подальшою урбанізацією попит на цей вид туризму в світі збільшуватиметься, а отже й збільшуватиметься потреба в агросадибах, сільських господарствах й туристично привабливих ділянках територіях, що ці послуги зможуть запропонувати.

Дослідженню проблеми розвитку сільського зеленого туризму присвячені дослідження безлічі науковців, насамперед: Атаманчук В., Білявського Г., Благодир С., Бузинського М., Бабікова К., Биркович В., Васильєва В., Гальків Л., Ганжі Я., Горішевського П., Данилка В., Дарчук В., Дармостук Д., Дудзяк О., Забуранної Л., Зінька Ю., Зінченко А., Іванишина В., Іваник М., Ісаєнка В., Килин О., Король М., Кравчук А., Кравцова С., Крахмальової Н., Корчинської О., Кудли Н., Ніколаєва К., Нездоймінова С., Папп В., Рошко Н., Рутинського М., Соколенко С., Собуцького С., Стадник В., Смирнова І., Ткачука В., Чеглей В., Чернявої Г., Шульгіної Л., Щербань О. тощо.

Ураховуючи наукові досягнення наведених вчених й віддаючи належне їхнім науковим доробкам, варто відзначити, що відсутність досвіду управління розвитком сільського зеленого туризму як на регіональному, так й на загальнодержавному рівнях, а також відсутність стратегії розвитку досліджуваної сфери залишають невирішеними безліч практичних й науково-методичних питань.

Актуальність зазначених проблем, необхідність їхнього системного й комплексного дослідження та вирішення й зумовили вибір теми дослідження, встановили мету й завдання роботи.

Метою роботи є дослідження теоретичних основ та розробка пропозицій розвитку зеленого туризму на Херсонщині.

Завдання, які необхідно виконати для досягнення поставленої мети:

- Дослідити ресурсний потенціал Херсонщини та України в цілому для розвитку зеленого туризму;
- Навести характеристику потенціалу природного середовища Херсонської обл.;
- Навести характеристику інфраструктури Херсонщини для розвитку зеленого туризму;
- Навести визначення перспективних територій для розвитку зеленого туризму Херсонщини;
- Надати пропозиції розвитку зеленого туризму Херсонщини;
- Розробити маршрут та програми турів зеленого туризму на території Херсонщини;
- Визначити фінансові показники розроблених турів.

Об'єктом кваліфікаційної роботи є теоретико-методичні засади розвитку туризму в Херсонській області.

Предметом кваліфікаційної роботи є заходи та інструменти розвитку та популяризації зеленого туризму на Херсонщині.

В роботі були використані наступні **методи**: описові — фіксація певними засобами суттєвих ознак об'єкта дослідження або результатів спостереження, вимірювання, порівняння, експерименту; аналітичні — пізнання, змістом якого є розчленування предмета дослідження на складові частини з метою їх детального і всебічного вивчення.

Практична значущість дослідження. Насамперед, існує потреба в формуванні стратегічного бачення розвитку сільського зеленого туризму із урахуванням туристичних перспектив й наявного аграрного потенціалу сільської місцевості, а також формування конкурентоспроможного туристичного продукту, що здатний забезпечити соціальний та економічний розвиток селища, задовольнити потреби населення в туризмі та відпочинку із урахуванням принципів сталого розвитку територій.

Структура кваліфікаційної роботи. Робота складається зі вступу, 4 розділів, висновків, списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи – 91 друкована сторінка. Список використаної літератури містить 61 джерело.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПОРОДУКТУ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ

1.1 Сучасна класифікація туристичних продуктів

Український та міжнародний досвід розвитку туризму свідчить про те, що майже всі країни світу використовують сполучення ринкових механізмів господарювання з державним регулюванням даного виду діяльності. В зв'язку з цим переважна більшість держав створюють в своїй структурі спеціалізований національний орган з координації роботи всіх організацій та установ галузі туризму [1].

Індустрія туризму на сьогоднішній день стала реальним фактом економіки будь-якої країни світу. Виключенням не є і Україна [2].

Історично сформувалося таким чином, що сучасний туризм є результатом появи та розвитку еволюції подорожей та поїздок. Населення багатьох країн подорожували на протязі усього свого існування та залишали записи про свої подорожі.

На початкових стадіях зародження туризму організовували подорожі мандрівники самостійно. Метою таких подорожей було дослідження звичаїв та побуту, рівнів і особливостей розвитку країн та їх народів. Пізніше, в епоху Римської імперії, виникли початкові елементи індустрії подорожей це заїжджі двори, причому вони були як державні, так і приватні.

Ріст та розвиток впливу торгівлі та християнства в середні віки призвів до появи подорожей метою яких є розповсюдження релігії та реалізації товарів не за місцем їх виготовлення. В описувану пору, якщо говорити сучасною мовою, інфраструктура подорожей доповнювалася зарахунок появи монастирів, а в подальшому розвиток одержують заїжджі двори за рахунок купців які в них зупинялися [3].

Під час епохи великих географічних відкриттів метою мореплавців, мандрівників та першопрохідників становиться захоплення й освоєння нових територій [3].

Подорожі та екскурсії набули форми туризму, причому на той час основними джерелами, що покривають витрати на організацію екскурсій в далекі країни стали внески осіб, які виявили бажання брати участь вподорожах, також до джерел фінансування поїздок були пожертвування меценатів. Тобто, фінансовою основою, яка відшкодовувала туристичні витрати переважно стає сам турист [3].

Термін "тур" було введено до вжитку у 1750 році, а поняття "турист" використовувалося в якості найменування учасника розважальних турів або освітніх подорожей [5].

Томас Кук, що жив у 1808-1892, був великим англійським реформатором його справедливо назвали "батьком" міжнародного туризму в якості економічної сфери діяльності, оскільки він уперше виділив комерційні перспективи розвитку туризму. Томас Кук дав початок організації туризму, ним було створено перше бюро подорожей, було уведено резервування місць в засобах пересування та розміщення, ним було видано якісні путівники з повною інформацією [3].

На межі двадцятого та двадцять першого століття туризм перестає бути тільки об'єктом наукових досліджень соціальних наук та філософії, а стає складною економічною структурою, в її розвитку виділяють період після Першої світової війни; та десятиліття після Другої світової війни. Велику роль у популяризації всіх видів туризму відіграв розвиток авіаподорожей. Усі ці фактори сприяли виникненню економіко-філософського підходу в розумінні туризму як складової системи розвитку суспільства. При даному підході туризм тісно пов'язується з економічним розвитком країн, розширенням наукових досліджень та підвищенням якості підготовки фахівців в сфері туризму [2].

В розвитку туристичної діяльності та розвитку туризму виділяють чотири етапи:

- 1 етап - передісторія туризму;
- 2 етап - елітарний туризм, а також зародження масового туризму;
- 3 етап - початок становлення масового туризму;
- 4 етап - масовий туризм.

Державне агентство України з туризму та курортів (Держтуризмкурорт України) — центральний орган виконавчої влади, що забезпечував реалізацію державної політики у сфері туризму та курортів до 2015 року[2], утворений 6 квітня 2011 року відповідно до пункту 1 Указу Президента України № 370 «Питання оптимізації системи центральних органів виконавчої влади»[3].

«Діяльність агентства спрямовується Кабінетом Міністрів України через Міністра інфраструктури України. Агентство було ліквідоване постановою КМУ від 10 вересня 2014 р. № 442. Остаточного ліквідоване у січні 2015 року[6].

22 липня 2016 року при Міністерстві економічного розвитку і торгівлі України було створено Департамент туризму та курортів Міністерстві Економічного Розвитку і Торгівлі України[7]. З 4-го грудня 2019 року центральним органом виконавчої влади, який реалізує державну політику у сфері туризму та курортів, відповідно до постанови КМУ №995[8] стало Державне агентство розвитку туризму України, діяльність якого спрямовується і координується Кабінетом Міністрів України через Міністра культури, молоді та спорту».

Найчастіше ці підрозділи це відділи з питань туризму та курортів [4].

Туристична галузь України наближатися до світового рівня. В туристичній галузі України з'явилися і розвиваються організації та установи, що спеціалізуються на туристичній діяльності різних типів та різних видів організаційно-правових форм. Було утворено широкую мережу туристичної індустрії, до якої входять засоби розміщення, об'єкти харчування, ділового, оздоровчого, спортивного, релігійного, розважального, пізнавального, і іншого призначення[4].

Суб'єктами туристичної діяльності є фізичні особи, підприємства, установи та організації, які зареєстровані у встановленому законодавством України порядку та отримали ліцензії на проведення діяльності, пов'язаної з наданням туристичних послуг[5].

Процеси реалізації і створення туристичного продукту та окремих туристичних послуг відносяться до туристичної діяльності. Дослідивши туристичну діяльність глибше, варто виділяти в ній, з одного боку, техніко-технологічні і організаційні процеси, які відносяться до "Організація та технологія туризму", а з іншого боку економіки цієї діяльності.

До економіки туристичної діяльності відносяться:

- утворення і надання туристичних послуг в обсягах та в час, що обумовлені договором на організацію подорожей;
- ефективне використання наявної та створення нової матеріально-технічної і ресурсної бази туризму;
- забезпечення валютних надходжень до бюджету держави або регіону і отримання прибутку суб'єктами туризму;
- кооперування засобів туристичної діяльності;
- сприяння зайнятості населення і задоволення різноманітних потреб населення.

Основними завданнями економічної діяльності суб'єктів туристичного бізнесу є:

- а) комплектування, створення туристичного продукту;
- б) утворення ринку туристичних послуг;
- в) удосконалення інфраструктури туризму;
- г) реалізація туристичних послуг через систему оптової та роздрібно торгівлі за допомогою використанням комп'ютерних технологій;
- д) пріоритетний розвиток внутрішнього і в'їзного туризму.

До 1914 в Україні туризм був не дуже розповсюдженим. До перших спроб формування туризму належить студентська екскурсія 1876 році у Крим, також мандрівки студентів високих шкіл в Галичині у 1880-их роках, було

засновано Гурток любителів природи, кримських гір та гірського спорту в 1880-их роках в Ялті, Кримського гірського клубу в 1890-их роках. Значнішу діяльність проявляло Правобережжя Російське товариство туристів та Польське товариство краєзнавче, також в Галичині Польське товариство татшанське. Там в 1900-их роках активну туристичну діяльність виявляло тіловиховне товариство «Сокіл», що заснувало туристичну та велосипедну секції.

Більш інтенсивний туристичний рух поширився та набув організовану форму з 1920-их років. В 1924 році в місті Львові засновано мандрівнокраєзнавче товариство «Плай» з, його філії знаходилися й в інших містах, вони влаштовували прогулянки Львовом, Карпатами, наприклад на горі Плісце «Плай» мав свою туристичну станцію та ін. Широкі маси молоді охоплював мандрівками Пласт та Карпатський лещетарський клуб.

Значно більше зокрема у Карпатах було розвинено польський туристичний рух, а на Закарпатті — чеський. Після більшовицької окупації Західної України 1939 р. всі спортові товариства, в тому числі туристичні, були вимушені припинити свою діяльність.

В Українській Радянській Соціалістичній Республіці туризм пройшов декілька етапів організаційних форм.

В 1920-их роках, поряд з згаданим Рос. Товариства Туристів, було організовано Товариство Радянський Турист так званий Радтур при Нар. Комісаріаті РРФСР і його Український відділ ав назву Укртур, пізніше в 1928 — Товариство Пролетаріат Туризму (ТПТ), об'єднані 1930 році в Всесоюзне добровільне товариство пролетаріат туризму і екскурсій (ТПТЕ).

В 1936 році дану організацію було ліквідовано, а туризм та альпінізм підпорядковано фізкультурним та профспілковим організаціям. Створене при Всесоюзній Центральній Раді Професійних Спілок Туристично-Екскурсійне Управління (ТЕУ) ВЦРПС керувало туризм у профспілках. Установа диспонувала 153 будинками туристів, але в Україні їх було досить мало та вони не задовольняли потреби туристів.

Після другої світової війни постановою ВЦРПС у 1962 році створено у СРСР Центральну Раду Товариств. Організація слідувала за «правильністю» поглядів туристів різноманітних туристичних спілок.

В 1969 році ЦК КПРС, Рада Мін. СРСР та ВЦРПС прийняли постанову «Про заходи для дальшого розвитку туризму і екскурсій в країні», в якій партія і уряд розглядають туризм як екскурсійну діяльність та як один з способів комуністичного виховання. Дані постанови були обов'язкові також для УРСР. Згідно з ними керівництво туризму і екскурсіями у УРСР належить органам Укрпрофради — Респ. раді у справах туризму і екскурсій.

На той час здійснено близько 2 300 екскурсій з визначеними маршрутами та відповідною політико-виховною програмою, про дотримання якої дбали близько 1 700 постійних та 3 000 тимчасово працюючих екскурсоводів.

Респ. Раді підпорядковані обласні ради у справах туризму і екскурсій, яким підпорядковані туристичні бази, готелі, кемпінги та ін. В 1976 році діяли 84 туристичні бази з філіями та притулками, 11 туристичних автотурових баз та ін. Вся матеріальна база туризму у Україні може одночасно прийняти та обслужити близько 60 000 мандрівників. Для дітей було створено дитячі туристичні бази і шкільні табори зі спеціально підготовленим керівництвом для організації політ. виховання.

З метою популяризації туризму було введено масовий значок «Турист СРСР» 3, 2 та 1 ступенів. У уніфікованій спортивній класифікації «пішохідні подорожі» мали п'ять категорій складності: від найпростіших до походів, за виконання яких можна було одержати звання «Кандидата в майстри спорту» або «Майстра спорту СРСР»[4].

Туристична діяльність має підґрунття, дане підґрунття це умови та фактори, які охоплюють політику, економіку, культуру країн світу, на швидкості проникнення до світової цивілізації, здатності адаптації до нових туристичних технологій, які ґрунтуються на комп'ютерній техніці, і гнучкого просування до інтеграційних і інших процесів в світовому просторі.

З точки зору економічної діяльності туризм, з однієї сторони, визначається попитом та споживанням туристичних послуг, а з іншої сторони, належить до товарів та послуг, що виробляються з метою задоволення цього попиту. Туристичний попит представляє собою суспільну потребу у туристичному продукті, а туристична пропозиція представляє собою сукупність виробничих можливостей підприємств, спроможних надати туристичний продукт. Ринок туристичних послуг представляє собою систему світових господарських зв'язків, в яких здійснюється процес перетворення туристсько-екскурсійних послуг на грошові кошти та зворотне перетворення грошових коштів на туристсько-екскурсійні послуги. Любіцева О.О. в своїй праці [6] визначає туристичний ринок як систему задоволення потреб населення в послугах, що пов'язані з відпочинком і змістовним проведенням дозвілля у подорожі.

Ефективне функціонування ринку туристичних послуг обумовлене виконанням суб'єктами наступних умов:

- наявність вільної конкуренції виробників туристичного продукту;
- ринок збуту туристичного продукту;
- вільний ринок отримання послуг споживачами;
- забезпечення однаковими умовами в області якості та безпеки продукту, яка випускається[6];
- обґрунтована ціна на туристичні продукти.

Суб'єктами ринку туристичних послуг виступають фізичні і юридичні особи, які займаються виготовленням, реалізацією і просуванням туристичного продукту, а також фізичні і юридичні особи, які безпосередньо надають послуги з розміщення, перевезення, харчування, тощо.

Частіше всього на туристичному ринку пропонують такі види послуг як:

- з оформлення туристам віз і закордонних паспортів;
- з перевезення туристів;
- з розміщення туристів;

- з забезпечення туристів харчуванням;
- з задоволення культурних потреб туристів;
- торгові послуги, які стосуються придбання сувенірів і інших предметів[7].

Відповідно до Стандартної Міжнародної Класифікації Видів Діяльності у Туризмі, яка розроблена Всесвітньою Туристичною Організацією і прийнята Статистичною комісією ООН в 1993 році, існує класифікація видів туризму за наступними ознаками:

- за географічною ознакою. Туризм поділяється на внутрішній і міжнародний туризм;
- за напрямом туристичного потоку. Туризм поділяється на в'їзний і виїзний туризм;
- за метою. Туризм поділяється на рекреаційний, професійно-діловий, науковий, спортивний, екотуризм, шоп-тури, пригодницький, оздоровчий, пізнавальний, паломницький, ностальгічний, екзотичний та ін.;
- за джерелами фінансування. Туризм поділяється на соціальний, комерційний;
- за способом пересування. Туризм поділяється на автотуризм, залізничний, пішохідний, авіаційний, морський, річковий, велосипедний, змішаний;
- за способами розміщення. Туризм поділяється на кемпінги, бази відпочинку, готелі, мотелі, пансіонати та ін.;
- за числом учасників. Туризм поділяється на сімейний, індивідуальний та груповий;
- за організаційною формою. Туризм поділяється на неорганізований та організований[8].

Туристичний ринок це відкрита система, на яку впливає багато факторів до них відносять:

- Природні;
- Соціально-економічні;

- Політичні.

Розрізняють такі внутрішні чинники, які впливають на формування ринку туристичних послуг це рівень соціально-економічного розвитку країни до них відносять зайнятість населення, міграційні процеси, демографічна ситуація, розвиток сфери послуг і транспорту, галузей виробництва, НТП, розселення населення, структура населення, історичні чинники формування економіки; якість життя населення до них відносять соціально-культурні, екологічні умови життя, житлово-побутові, рівень прибутків населення та ін; соціально-політична ситуація характеризується такими показниками розвиток громадсько-політичного життя, суспільний устрій тощо.

До зовнішніх чинників, що чинять вплив на формування і функціонування туристичного ринку можна віднести економічну і політичну стабільність держави, її участь в міжнародних організаціях різного рівня і типу, ступінь інтегрованості в світову господарську систему, характер двосторонніх відносин, а також моду та імідж [7].

Серед важливих кроків з євроінтеграційної діяльності в галузі туризму є вдосконалення системи забезпечення фінансування. Прийняттям бюджетної програми “Забезпечення міжнародної діяльності Державної туристичної адміністрації України” [9] було передбачено наступні видатки на:

- адаптацію законодавства України в сфері туризму до директив та стандартів Європейського Союзу;
- розбудову інституційних зв’язків з державами-членами Європейського Союзу;
- проведення підготовки кадрів з питань євроінтеграції центральних та місцевих органів виконавчої влади у сфері туризму, враховуючи навчання і стажування в спеціалізованих навчальних закладах держав-членів Європейського Союзу ;
- проведення у Україні міжнародних спеціалізованих конференцій, семінарів з залученням вітчизняних і іноземних організацій з метою освоєння туристичних ринків, вивчення передового досвіду організації туристичної

діяльності, визначення перспектив розвитку новітніх технологій, надання туристичних послуг також формування туристичної стратегії і стандартів обслуговування та участь в відповідних заходах за кордоном;

- створення системи просування іміджу України в якості туристичної держави, ефективного маркетингу українського туристичного продукту на ринку ЄС;

- інтеграцію інформаційної системи туристичної галузі України до відповідних мереж Європейського Союзу.

На сьогоднішній день індустрія туризму України як сукупність підприємств галузі обслуговування і інших установ, діяльність яких спрямована на задоволення попиту на туристичні товари і послуги, працює в умовах жорсткої конкуренції, відвойовуючи національний та міжнародний ринки.

В туристичній і курортній сфері України нараховується більше 8,7 тис. Туристичних організацій, в тому числі 4,3 тис. ліцензованих туристичних операторів і туристичних агенцій, 3,3 тис. санаторно-курортних закладів.

Україна прийняла участь у 11-ти міжнародних виставках за кордоном, 18-ти міжнародних виставках на території України за рахунок коштів державного бюджету [8].

Україна була представлена на 12-ти міжнародних туристичних заходах за кордоном, в таких країнах як Австрія, Великобританія, Іспанія, Ізраїль, Російська федерація. За даними розширеної колегії державної служби туризму і курортів міністерства туризму та культури України [8] у 2013 році Україну відвідали 18,9 млн. іноземних туристів це на 7% більше ніж у 2012 році. З країн СНД 11,9 млн. осіб це 63%, з країн Європейського Союзу - 6,3 млн. чоловік це 33%, з інших країн - 0,6 млн. чоловік це 4% загального в'їзного потоку. Кількість відвідувань України громадянами країн СНД, порівняно з 2015 роком, збільшилось на 10%, кількість туристів збільшилось на 420 тис. чоловік у 2016 р. порівняно з 2015 р., з Молдови – на 276 тис. осіб [9].

Розвиток сфери туризму залежить від удосконалення механізмів фінансово-кредитної підтримки суб'єктів господарювання у сфері і інфраструктури в країні у цілому.

Сьогодні існує всі необхідні передумови для розвитку сфери туризму в Україні. Однак для збільшення залучення іноземних туристів необхідно прийняти заходи, такі як усунення перешкод, що пов'язаних з різними формами власності туристичних підприємств, ненаежним управлінням, яке спричинено відсутністю відповідно до підготовлених кваліфікованих кадрів, будівництво нових туристичних об'єктів з вищим рівнем комфорту, розширення спортивно-рекреаційних послуг, підвищення якості лікувальних послуг, розширення сфери пропонованих побутових послуг [8].

Сфера туристичних інтересів у Україні включає як активні види відпочинку і спортивного туризму, наприклад скелелазіння та гірськолижного спорту, подорожі-експедиції, де об'єктом пізнання туриста є багата археологічна і релігійна історія країни, її культура та навколишнє природне середовище [8].

1.2 Історія та особливості розвитку зеленого туризму

В британському словнику із поїздок, туризму, відпусток й гостинності Медліка С. від 1993 року встановлено таке поняття:

Зелений туризм є відпочинковим видом туризму, який сконцентрований на сільській території. Сільський туризм передбачає розвиток туристичних шляхів, місць для мандрівок, народних та сільськогосподарських музеїв, а також центрів із обслуговування мандрівників із провідниками й екскурсоводами. Термін "сільський туризм" досить часто ототожнюють із терміном "зеленим туризмом", проте термін "зеленим туризм" значно ширший [1].

Зеленим туризм є відпочинковим видом туризму, який іноді передбачає застосування фермерського чи сільського господарства. Агротуризм може проявлятися в різноманітних формах, проте завжди уключає винаймання житла. Вирізняють 2 основні форми агротуризму, а саме: винаймання житла із обслуговуванням безпосередньо у межах дворогосподарства чи розміщення на нічліг із самообслуговуванням на територіях, які належать до дворогосподарства, насамперед, у наметах і кемпінгах. Таким чином, цей вид туризму виступає одним із видів сільського туризму. У агротуризмі фермерське господарство чи дворогосподарство складає одночасно базу для ночлігу й основний предмет інтересу для мандрівника [1]. Агротуризм чи «agritourism» є видом сільського туризму, який досить тісно взаємопов'язаний із агропродуктами, сільським господарством та аграрним середовищем [2].

Фермерський туризм є складовою частиною агротуризму, який пов'язаний з прийомом мандрівників безпосередньо в помешканнях дворогосподарства, часто із мінімальними вимогами відносно зручностей, насамперед відносно умов проживання. В цьому контексті фермерське господарство складає одночасно основний предмет інтересу для мандрівника тобто їжа на фермі, дозвілля на фермі та ін. й базу для ночівлі мандрівників [2].

Зв'язок між даними двома поняттями зображений на рис.1.1, на якому наведено, що агротуризм та фермерський туризм є частиною сільського виду туризму.

Сільський зелений туризм встановлюється як пріоритетний напрям туристичної сфери нашої країни. Биркович В. зазначає, що на сьогоднішній день досі не існує єдиного визначення сутності цього виду туризму, й із огляду на це пропонує таку дефініцію: "Сільський зелений туризм є специфічною формою відпочинку у приватних господарствах сільської території із застосуванням трудових ресурсів й майна особистого селянського, фермерського чи підсобного господарства, природно-рекреаційних

особливостей місцевості й історичної, культурної й етнографічної спадщини регіону".

Таблиця 1.1

Порівняльна характеристика "зеленого туризму" й "сільського туризму"

Сільський туризм		Екотуризм чи зелений туризм	
Джерело	Термін	Джерело	Термін
Медлік С.[3]	Сільський туризм є відпочинковим видом туризму, який сконцентрований на сільських ділянках. Цей вид туризму передбачає розвиток місць для відпочинку, туристичних шляхів, с/г та народних музеїв, а також центрів із обслуговування мандрівників із провідниками й екскурсоводами	Звіт підприємств Швеції відносно перспектив розвитку ринку міжнародного туризму [3]	Зеленим туризмом є поняття, що можна віднести до будь-якої форми туризму, що має відношення до навколишнього природного середовища й культурного багатства окремої місцевості чи упроваджує практику ефективного чи зеленого менеджменту довкілля. В звіті проілюстровано як різноманітні «зелені» сегменти ринку взаємодіють в цілому ринку туристичних послуг
Васильєв В., Горішевський П., Зінко Ю.[1]	Сільським туризмом є відпочинок із будь-якою метою, формою і видом організації туристської поїздки на сільській території із розміщенням на відпочинок в будинку сільського господаря	Британський словник із поїздок, туризму, відпусток й гостинності Медліка С. [4]	Зеленим туризмом чи «green tourism» є синонімом терміну «екотуризм», таким чином, цей вид туризму є формою поїздки, сприятлива для довкілля
Биркович В., 2008 року[4]	Сільським зеленим туризмом є специфічною формою туризму у приватних господарствах сільської території із застосуванням трудових ресурсів і майна особистого селянського, підсобного чи фермерського господарства, історичної й етнографічної спадщини регіону, природно-рекреаційних особливостей місцевості й культурної	Британський словник з поїздок, туризму, відпусток й гостинності Медліка С. [5]	Екологічним туризмом чи «ecological tourism» є формою поїздки, що сприятлива для довкілля. Цей вид туризму проходить на територіях, які мають природничу цінність, наприклад ландшафтні і національні парки. Екологічний туризм спрямований на охорону культурного та природного середовища регіонів, що відвідуються мандрівниками

Джерело: розроблено автором



Рис. 1.1. Зв'язок між термінами "агротуризм", "сільський туризм" та "фермерський туризм"

Джерело: [2]

Розглянемо головні компоненти цього виду туризму, що приваблюють мандрівників відвідати сільські місцевості.

Зелений туризм й його різновид агротуризм мають безліч спільного із екотуризмом й часто відповідають безлічі його пріоритетам, насамперед збереження культурного й природного середовища, підтримка добробуту місцевої громади, постачання мандрівникам страв із місцевих продуктів. Певні власники агротуристичних садиб, розміщених поблизу територій ПЗФ, підтримують серед мандрівників про екологічні вимоги. В сільських місцевостях організовують туристам безліч додаткових послуг, які включають екотуристичні програми: велосипедні й кінні прогулянки, маршрути по знакованих стежках в ландшафтних й національних парках, природничі поїздки, збирання грибів й ягід.



Рис. 1.2- Компоненти сільського зеленого туризму [3]

Джерело: [2]

Екологічним туризмом є форма подорожі, що є сприятливим для навколишнього природного середовища. Цей вид туризму відбувається на територіях, які мають природничу цінність, наприклад ландшафтні й національні парки. Даний вид туризму спрямований на охорону культурного та природного середовища районів, що відвідуються мандрівниками. Він передбачає, що учасниками даних поїздок є люди із високою екологічною свідомістю. Виділяють такі форми екотуризму:

- Флористичні і фауністичні подорожі. До них відносять: полювання, орнітологічні поїздки та тематичні подорожі;
- Активний екотуризм. До нього відносять: велосипедний, піший, водний, кінний та рибальство;
- Етнографічні та культурологічні подорожі.

Зелений туризм чи «green tourism» є синонімом терміну «екотуризм». Природничий туризм «nature tourism» також є синонімом терміну «екотуризм» [5].

Розглянемо спільні а також відмінні риси між зеленим туризмом та сільським туризмом.

Деякі науковці та вчені ототожнюють терміни "зеленого" та "сільського" туризму. Так, наприклад у нашій країні в назві «Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму» присутнє поєднання 2 понять, а саме "зелений" й "сільський" туризм із метою особливого акцентування на тому, що подорож проходить в безпосередньому контакті із природним середовищем і є за своєю суттю окремим видом туризму.

Проте, як ми можемо судити, із вищевказаної таблиці у різноманітних державах вчені по-різному тлумачать дані терміни. Таким чином зелений туризм відноситься до будь-якої форми туризму, що має відношення до природного середовища, а сільський туризм концентрується лише на сільській місцевості. Агротуризм чи сільський туризм й екотуризм відрізняються головними цілями застосування вільного часу, їх основна різниця полягає в базових мотивах відпустки.

Сільський туризм є формою проведення вільного часу в вигляді стаціонарної подорожі, тоді як базовою метою екологічного туризму виступає активне відкриття навколишнього природного середовища, культури та культури, їхнє глибоке пізнання та сприйняття [1].

Спільне між даними термінами є те, що обидва об'єкти можуть розташовуватися на території, яка належить сільським радам, відпочинок від буденності, зміна середовища перебування, можуть функціонувати в формі комплексних об'єктів, насамперед, з залученням співробітників з сільського населення також диверсифікація діяльності.

Не зважаючи на те, що не існує єдиного підходу до тлумачення терміну "сільський зелений туризм" можна стверджувати, що даний вид туризму має велике соціальне та економічне значення, що полягає у тому, що він:

- Сприяє збуту надлишків с/г продукції, підвищуючи додаткові прибутки селян та відрахування до місцевих бюджетів;
- Активізує місцевий ринок праці, збільшує зайнятість, затримує молодь на селі, знижуючи потребу у закордонному заробітчанстві;
- Стимулює розвиток зелених садиб, що займаються туризмом;
- Сприяє розвитку місцевої інфраструктури;
- Сприяє охороні туристичних ресурсів, наприклад збереженню етнокультурної самобутності українців;
- Утворює можливості для значимого відпочинку незаможних людей;
- Сприяє зростанню культурного рівня мешканців села й зростанню екологічної свідомості.

На сьогоднішній день розвиток сфери регіонального туризму здатен вирішити проблему організації відпочинку населення. Питання методики та теорії територіальної організації господарств досить детально досліджені в працях Дорогунцова С. І., Колосовського М. М., Саушкіна Ю. Т., Хорєва С. Б., Чумаченка М. Г. й ін. науковців та дослідників.

Головною метою сільського зеленого туризму є утворення нового туристичного продукту, який виходить за рамки традиційного уявлення про туристичну пропозицію нашої країни, й має урахувати історико-культурну та природну специфіку регіонів, а також більш істотно відрізняється від традиційних пропозицій нашої країни в сфері туризму[9].

Зелений тур створюється із таких елементів:

- Відпочинок й спорт: велосипеди та коні;
- майстерні, кулінарні курси, місцеві танці;
- Вмешльовані кімнати чи апартаменти, котеджі та гостьові будинки;
- Таверни, сімейні ресторани та кафе;
- С/г продукти: вино, сир та мед тощо;
- Продаж туристам сувенірів й традиційних продуктів;
- Відпочинок в природному середовищі;
- Тренінги з збереження природи [9].

Головні принципами зеленого туризму це:

- Системний принцип передбачає дослідження зеленого туризму як системи, що має деяку структуру, відносини та взаємозв'язок різних структурних елементів;
- Діалектичний принцип надає можливість обґрунтувати взаємодію різних факторів зеленого туризму, як причинно-наслідкові відносини і зв'язки, що відображають дійсність;
- Історичний принцип передбачає, що зелений туризм розглядають як напрямок рекреаційної діяльності, яка розвивається у конкретних історичних умовах;
- Пізнавальний принцип передбачає, що даний напрямок туризму взаємопов'язаний з загальною методологічною базою для безлічі наук та загально-пізнавальною теорією пізнання [10].

Великою перевагою й особливістю зеленотуризму є те, що цей вид туризму не потребує значних капіталовкладень, по причині того, що передбачає застосування наявної інфраструктури сільської місцевості, помешкань сільських садиб, які сприяють соціально-економічному розвитку селищних громад, поширенню та відродженню української культури й народних [11]. Відповідно до визначених вченими та науковцями, найбільш пріоритетними регіонами для розвитку зеленого туризму у нашій країні є:

1. Південний регіон: Миколаївська, Запорізька та Херсонська області.
2. Західний регіон: Івано-Франківська, Закарпатська, Львівська та Хмельницька області.
3. Північний та Центральний регіони: Київська, Полтавська, Вінницька і Чернігівська області [11].

Дуже перспективною з метою розвитку сільського зеленого туризму є саме Херсонщина. Найбільш важливою є:

- Сільське населення
- Дозвілля у сільській місцевості
- Природа

- Сільський спосіб життя
- Культурно-матеріальна спадщина сільської території, перевагою цієї території є економіко-географічне положення.

Зелений туризм є привабливим для населення великих міст, що мріють хоча б на кілька днів відпочити від метушні в природному середовищі, а також скуштувати українські страви. Кошти від такого виду діяльності мають значний позитивний вплив на добробут власників садиб та значно збільшують розвиток українського села. Також позитивним аспектом є те, що за доглядом садиби необхідно наймати співробітників, а це означає реальне зростання робочих місць. Завдяки даному процесу може знизитись міграційні процеси серед населення України за межі нашої держави, оскільки вони можуть заробляти гроші удома й бути поруч з власними рідними.

Для того, щоб сфера зеленого туризму у нашій країні дійсно розвивається, варто звернути увагу на відсутність спрощеного обліку, оподаткування та оподаткування. Діюча податкова політика не завжди є послідовною у змінах методів оподаткування. Єдиний податок ставки десять та шість відсотків від всіх надходжень є найоптимальнішим варіантом як для податкових органів так й для малих підприємств [12]. Найпопулярнішим районом Карпат є гірськолижні курорти, можливість зустріти різдвяні свята й Новий рік, чисте повітря та незвичайні ландшафти. Найбільш відомим центром є Косів, Вижниця, Яремче, Верховина, Рахів, Сколе та Славське [12].

Центральна частина території нашої країни цікава власним ландшафтом. Основними центрами зеленого туризму є:

- Дніпропетровщина: село Могильов, селище Петриківка, Царичанського району є місцем, де можна дослідити часи козацтва;
- Диканька й Великі Сорочинці є місцями, пов'язаними із великим Гоголем, а також столиця українського гончарства – с. Опішня Зіньківського району;
- Черкащина: місто Корсунь-Шевченківський є батьківщиною Тараса Шевченка й центром козацтва [14].

Територія Поділля, що формується із 3 областей Хмельницької, Тернопільської й Вінницької, відома пам'ятниками оборонної архітектури – Хотинська й Кам'янець-Подільська фортеці. Дуже красиві ландшафти утворені невеликими горами, а саме Товтрами, Кременецькими й каньйоном Дністра також Південного Бугу. На цій території є більше 100 печер насамперед, печера «Оптимістична», яка занесена в Книгу рекордів Гінеса, як найдовша печера в Європі, має протяжність двісті сім кілометрів[14].

Найменш розвинений зелений туризм на східних територіях нашої країни. Обсяг садиб не забезпечує увесь попит у даному високоурбанізованому регіоні, тільки частково задовольняється пропозицією відпочинку на території морського узбережжя[14]. Також популярним видом зеленого туризму є екокемпінг. Власник садиби облаштовує земельну ділянку, ставить лавочки, столи, огорожує та робить місцевість більш-менш безпечним, а згодом здає у оренду під так зване палатне містечко.

Також бажано, щоб поблизу був туалет, доступ до питної води та звичайно необхідно щоб було облаштовано місце для сміття[15]. Необхідним є залучення органів місцевого самоврядування для підтримки розвитку зеленого туризму, оскільки це покращення інфраструктури та додаткові кошти населеного пункту, підвищення кількості робочих місць. У нашій країні було проведено SWOT-аналіз стану зеленого туризму, що надав можливість оцінити сучасний стан зеленого туризму, встановити перспективи розвитку цього виду туризму у нашій країні, а також попередити формування можливих проблем [15]. З метою подальшого розвитку зеленого туризму у нашій країні варто:

- Утворити єдину законодавчо-нормативну базу, що б регулювала дану галузь;
- Виконати категоризацію баз відпочинку;
- Сформувати заходи, що б заохочували відпочиваючих провести більше часу у сільських господарствах.

Значну частину, а саме тридцять один відсоток мандрівників, що відпочивають в сільських садибах, надають перевагу спілкуванню із навколишнім природним середовищем, що передбачає насолодження краєвидами, купання в водоймах, прогулянки лісом, збір грибів й ягід. Також велика частина шіснадцять відсотків мандрівників зазначає, що причиною відпочинку є екологічність харчування, таким чином продуктами, що сільські садиби вирощують самостійно.

Занурення в сільське життя, пізнання традицій та звичаїв, участь в сільських розвагах є характерним для чотирнадцяти відсотків мандрівників. Нині значною причиною туризму в сільській місцевості для дванадцяти відсотків мандрівників є його фінансова доступність, оскільки не кожен мандрівник в змозі дозволити собі дорого вартісний туризм на курорті за межами нашої країни. Потреба в спокої є необхідною для одинадцяти відсотків громадян, унаслідок якої турист відпочиває від метушні міста, відновлює сили й заспокоюється. Вісім з половиною відсотків мандрівників має сімейну традицію щодо такого виду подорожі, а п'ять відсотків громадян пояснила власну потребу користування зеленим туризмом тільки за рекомендацією лікаря. Й найменша частка, а саме два з половиною відсотки мандрівників пояснює користування цим видом відпочинку можливістю участі в с/г роботах за власним бажанням.

Однією із неурядових організацій, яка проводить добровільну категоризацію господарств, є «Спілка сприяння розвитку зеленого туризму у Україні». В квітні дві тисячі шістнадцятого року виповнилось двадцять років від її заснування. Відповідно до даних даної організації, в дві тисячі вісімнадцятому році категоризацію пройшли шістдесят дев'ять садіб із дев'ятнадцяти областей України, в тому числі отримали сертифікат:

- найнижчого чи базового рівня – тридцять одна садиба;
- першого рівня – тринадцять садіб;
- другого рівня – шіснадцять садіб;
- найвищого чи третього рівня – дев'ять садіб.

Графічне зображення даного співвідношення наведено на рис. 1.3.

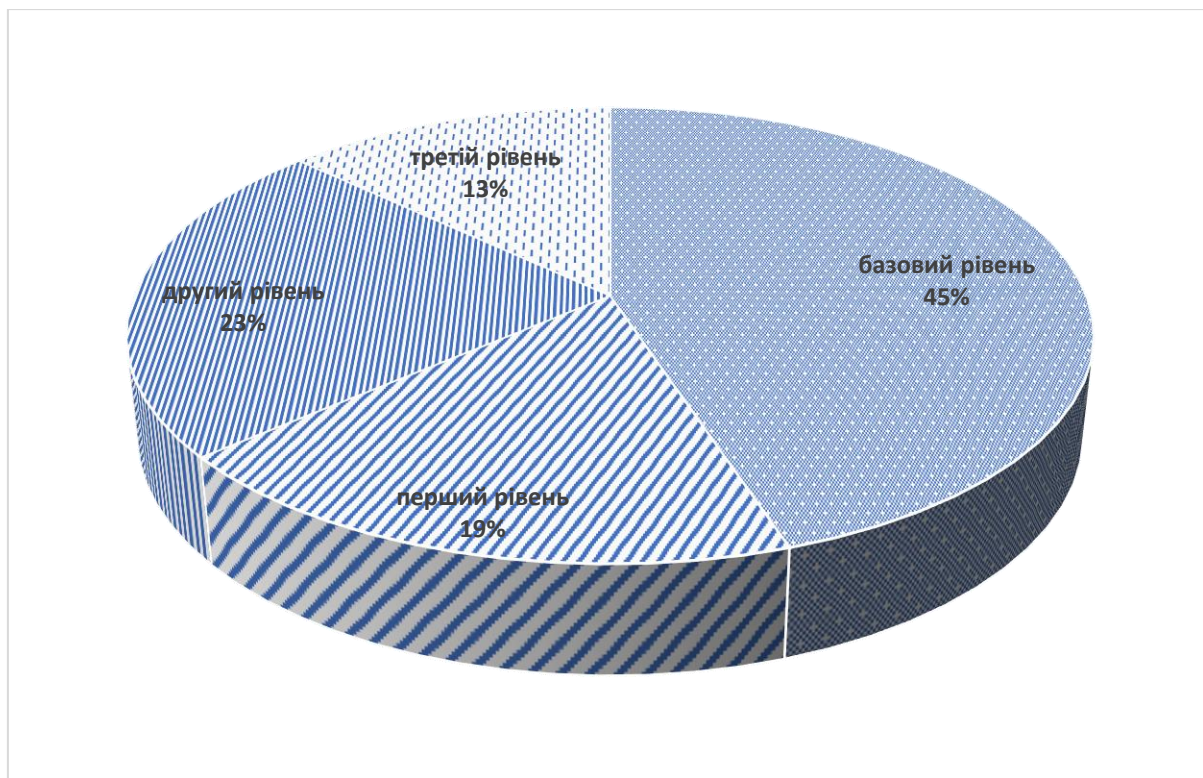


Рис. 1.3- Графічне зображення співвідношення рівнів садиб

Джерело: сформовано автором на основі [5]

Із цієї класифікації можна побачити, що в ній переважають садиби найнижчого тобто базового рівня, що становлять головну частину пропозиції у нашій країні. Ця садиба включає 2 та більше кімнати з найпростішими меблями, в переважній більшості без зручностей й із низьким рівнем обслуговування. Позитивними аспектами цього виду туризму є: просте якісне харчування, доступна ціна та гостинність господарів садиб. За наявною статистичною інформацією відносно обсягу господарств в Україні, що надають послуги із зеленого туризму, їх загальний обсяг встановити дуже складно через те, що головну частину їх приблизно вісімдесят п'ять-дев'яносто відсотків – не зареєстровано [13]. Знак надає право сільському господарю повідомляти про відповідну якість житлових умов й рівень послуг в засобах інформації й реклами, установлювати плату, співставлену із його категорією та ін. Даний знак надається ГО «Спілка сприяння розвитку зеленого туризму

у Україні» може застосовуватися як маркетинговий інструмент в збільшенні популярності зелених садиби, зовнішній вишляд знаку наведено в Додатку А. Цей знак має діаметр п'ятдесят сантиметрів надається власнику садиби для розміщення на зовнішній стороні будинку. Цей знак надається на 3 роки, що засвідчується відповідним сертифікатом.

Цінова політика на українському туристичному ринку із відпочинку у природній місцевості залежить від таких умов як:

- інфраструктура- відстань господарства до водоймищ, трас та лісів, наявності поблизу магазину, медпункту;
- додаткові послуги;
- харчування, екскурсій, трансферів, риболовлі та катання на конях та ін.;
- побутові- ціна зростає за наявності душі чи ванни, туалету в приміщенні будинку й можливості користування газовою чи електричною плитою, холодильником;
- сезон- ціна збільшується у період канікул, свят, літку та взимку, а у міжсезоння знижується;
- цінностей регіону- збільшується ціна за наявності визначних культурних та історичних пам'яток, оригінальності ландшафтів[12].

Останнім часом від власників господарств спостерігаються пропозиції знижок для пенсіонерів, дітей й постійних гостей. Нині серед головних видів сільських споруд в зеленому туризмі України, облаштованих для прийому мандрівників, виділяють такі садиби:

- фермерська садиба це земельна ділянка із розташованими на цій території господарськими побутовими будівлями, житловим будинком, комунікаціями різноманітних видів, такі як підземні та наземні, багаторічними насадженнями, які знаходиться поза межами населеного пункту;
- агрооселя це житлове приміщення із місцезнаходженням в природному середовищі, що залежно від власної категорії має не більше 5 кімнат, які

пристосовані до проживання мандрівників й належать на правах власності господарю, що займається с/г роботами чи працює в галузі обслуговування або соціальній галузі власного селища[17].

Також важливою особливістю пропозиції на туристичному ринку послуг є те, що продавець туристичного продукту, таким чином господарь садиби, пропонує використовувати власні послуги без посередників, це надає йому наведені нижче переваги:

- потенційна можливість збуту додаткових товарі або послуг, насамперед, продуктів власного виробництва –дерев'яних виробів та глиняного посуду й інше;
- простота у налагодженні контакту з споживачем туристичних послуг;
- високий прибуток від надання послуг мандрівникам, оскільки ним не потрібно ділитися із посередниками;
- особистий контроль власника господарства над процесом продажу й застосування послуги [15].

Таким чином беручи до уваги все вище зазначене, нині зелений туризм є високоперспективною частиною сфери туризму, має важливе значення для економіки нашої країни, приваблює не лише вітчизняних мандрівників, а і із безлічі держав світу, сприяє налагодженню зовнішньоекономічних зв'язків з різними країнами[18].

Позитивний вплив цього виду туризму на вирішення соціальних та економічних проблем селищних громад полягає передусім в тому, що він розширює сферу зайнятості населення селищ й надає селянам додатковий заробіток, розширює можливості зайнятості власника садиби не лише в виробничій галузі проте і в галузі обслуговування. Утворюється розуміння зеленого туризму, як специфічної форми відпочинку в селищі із широкою можливістю застосування матеріального, природного та культурного потенціалу регіону [19]. Хоч зелений туризм у нашій країні має давню історію, його майбутнє ще остаточно не встановлене. На сьогодні невідомо, чи стане

даний вид відпочинку повноправним учасником національного туристичного ринку, або можливе зростання обсягу туристів в сільських господарствах.

Тож можливо, що за відсутності дієвої державної політики у даній сфері зеленого туризм так й залишиться в напівлегальному статусі, без чіткої організаційної структури, без поставленої на належному рівні інформаційно-маркетингової діяльності, лише як додаток до інших напрямків відпочинку [19]. Зелений туризм є перспективним видом індустрії відпочинку в сучасних економіко-демографічних умовах України, здатний дійсно допомогти малим поселенням нашої країни вижити, оскільки саме малі селища власною специфічністю притягують туристів[13].

1.3 Аналіз досвіду розвитку зеленого туризму за кордоном та в Україні

За визначенням Міжнародного товариства екотуризму (TIES), екотуризм – це «відповідальна подорож природними територіями, яка зберігає навколишнє середовище, підтримує добробут місцевих жителів і передбачає інтерпретацію та навчання». Цей вид подорожей спрямований на збереження та збереження дикої природи. Цей термін рідко використовуватиметься для опису міського туризму, оскільки він стосується виходу на природу.

Менше уваги приділяється тому, де ви зупиняєтеся, а більше тому, що ви там робите. Ті, хто займається екотуризмом, дбають про те, щоб усі відвідувані місця були захищені від зовнішнього чи неприродного впливу та використовують місцевих гідів, щоб сформувати враження від подорожі. Якщо ви хочете відчувати африканське сафарі в Уганді або прогулятися тропічним лісом у Бразилії, ви можете звернути увагу на компанії екотуризму.

Ті, хто цікавиться враженнями від екотуризму в Таїланді, можуть відвідати проект реабілітації Гібона або проживання в родині на острові Ко

Йо. Екотуризм у Новій Зеландії може включати похід у національний парк Маунт-Кук або відвідування печер світлячків у печерах Вайтомо.

Екотуризм спрямований на збереження як наземного, так і морського середовища. Принципи, які лежать в основі екотуризму, полягають у зменшенні впливу туризму на екосистеми, покращенні обізнаності щодо належної екологічної практики під час подорожей, підвищенні важливості створення та експлуатації туристичних об'єктів із низьким впливом. Крім того, основна цінність екотуризму має полягати в забезпеченні довгострокової стійкості туристичної індустрії шляхом об'єднання місцевих громад, індустрії туризму та захисників природи.

Міжнародне товариство екотуризму визначає екотуризм як «відповідальну подорож природними територіями, яка зберігає навколишнє середовище, підтримує добробут місцевих жителів і передбачає інтерпретацію та навчання».

Оскільки туризм є важливою галуззю і постійно розвивається як галузь, він не завжди допомагає навколишньому середовищу та місцевим громадам. Екотуризм і сталий туризм (про нього йтиметься далі) набули популярності в період зростання масового туризму.

Деякі приклади місць для екотуризму в Румунії :

- П'ятра Крайулуй - Зарнешти в повіті Брашов

Це визнане місце для екотуризму стало популярним, оскільки туристи приїжджають подивитися на ведмедів у природний заповідник Пятра Крайулуй. Цей район також є відомим сільським місцем, яке пропонує неймовірні враження, засновані на приготуванні традиційних та органічних страв.

- Земля зубрів у повіті Нямц

Земля бізонів має важливе значення для туризму в Румунії завдяки своїм монастирям та охоронній території природного парку Ванаторі Нямц. У 2017 році він також був включений до 100 найбільш екологічних напрямків у світі.

- Мара – Косау – Креаста Кокосулуй

Кожен може погодитися, що Марамуреш відіграє важливу роль у румунському сільському туризмі. Ця місцевість у Марамуреші змушує кожного повернутися в минуле та відчутти глибоко вкорінені традиції та спосіб життя, які досі живі. Крім того, для любителів природи Creasta Cososului (1450 м) пропонує неймовірні види з її незвичайної форми скелястої вершини. Завдяки величезній дикій місцевості тут живуть такі види диких тварин, як кабани, ведмеді та багато інших.

Для галузі туризму характерним є пришвидшені темпи розвитку цієї сфери. Наша країна, що має значний туристичний потенціал в вигляді історичних, культурних, природних, етнографічних, продовольчих та трудових ресурсів не може залишитися осторонь існуючих процесів, що відбуваються у туристичній галузі. Насамперед, урядом 16 березня 2017 р., із метою ефективного координування дій, було ухвалено «Стратегію розвитку туризму та курортів до 2026 р.», головними завданнями якої є наближення вітчизняного законодавства до законодавства Європейського Союзу із питань курортів і туризму, зростання туристичних потоків, наповнення державного бюджету, збільшення зайнятості населення та ін.

Однак, разом із тим, документ не встановлює пріоритетність розвитку внутрішнього туризму, містить скасування ліцензування для туристичних операторів, у документі відсутнє бачення, що цільові категорії мандрівників будуть залучатися до споживання туристичного продукту на міжнародному рівні, не виділені пріоритетні види туризму. Позитивним є й той факт, що у рамках реалізації стратегії уперше передбачається виділення коштів на туристичну сферу. У умовах України зелений туризм розвивається досить нерівномірно.

З метою надання оцінки стану розвитку туристичної сфери у нашій країні розглянемо туристичні потоки по областях на основі таб. 2.1. Згідно інформації зі статистичних даних, туристичне споживання нашої країни, у основному, зорієнтоване на імпорт туризму, однак на кінець 2019 р. Можна спостерігати деяке пониження обсягу мандрівників, що скористалися

туристичними пропозиціями ін. держав, проте таке пониження не є суттєвим, й, сьогодні ми можемо говорити про стабільну тенденцію споживання імпортного туристичного продукту громадянами України. Ця ситуація негативно позначається на доходах від туристичної галузі України, оскільки ці мандрівники, що споживають імпортний туристичний продукт, по суті, є інвесторами у економіку ін. держав.

До позитиву варто віднести те, що спостерігається збільшення обсягу іноземних мандрівників, що відвідали нашу країну. На кінець досліджуваного періоду обсяг цих мандрівників збільшився більше, ніж в 2 рази. Даному процесу сприяє безліч мотивів, насамперед, низькі ціни на комплекс послуг, покращення інфраструктури гостинності, історичний, природний та культурний потенціал держави, зріст популярності цього напрямку як медичний туризм.

Найбільший обсяг в'їзних мандрівників припадає на громадян Польщі, Туреччини, США, Німеччини та Канади. Окрім того, бачимо поживлення попиту на внутрішньому туристичному ринку серед українських споживачів. Обсяг внутрішніх мандрівників за досліджуваний проміжок часу збільшився на сорок відсотків, що у абсолютному значенні складає 130 815 людей. До позитивних відносимо тенденцію зростання обсягу мандрівників, що скористалися послугами зеленого туризму. Їхній обсяг збільшився у порівнянні із базовим періодом на 40580 людей. Про зацікавленість зеленим туризмом з сторони споживачів свідчить той факт, що у динаміці продовжує збільшитися частка мандрівників зеленого туризму в внутрішньому туристичному потоці, яка на кінець 2019 р. збільшилася на п'ят з половиною відсотків й складала вісімнадцять відсотків.

Ця тенденція свідчить про те, що із кожним роком збільшується зацікавленість з сторони споживачів в туристичному продукті, що пропонується зеленим туризмом, а також про те, що напрям варто розвивати та утворювати умови для розповсюдження діяльності серед мешканців українського селища. Оптимізму додає той факт, що спостерігається деяке

збільшення частки іноземних мандрівників в внутрішньому туристичному потоці. Цей зріст відбувся на два з половиною відсотки, а у загальному в структурі внутрішніх потоків іноземці складали вісім відсотків. На сьогодні у нашій країні існують передумови для успішного розвитку туристичній сфері.

Це й сприятливий клімат, й зручне розташування, цікавий рельєф, природноресурсний потенціал, об'єкти культурно-історичної спадщини, а саме головне це працьовитий та гостинний, доброзичливий та щирий, симпатичний й веселий народ, що завжди радий гостям. Вважається, що наша країна застосовує тільки 1/3 наявних туристичних ресурсів й серед ста двадцяти чотирох держав займає тільки сімдесят вісім місце. Відповідно до оцінок експертів USAID, у середньому іноземні мандрівники перебувають у нашій державі чотири дні, що у грошовому еквіваленті складає приблизно шістсот доларів США. У цих умовах Україна має сприяти розвитку внутрішнього туризму, оскільки це позитивно вплине як на показники України у цілому так й фінансові результати підприємств туристичного бізнесу. Для цього мають бути виконані наступні умови:

- поліпшення рівня добробуту населення, стабілізація національної валюти; поліпшення туристичної інфраструктури;
- розвиток авіасполучення й залізничного сполучення у межах держави;
- потужна реклама України й її туристичних можливостей на міжнародному ринку туризму;
- гарантування безпеки перебування в місці споживання туристичного продукту, оскільки відомо, що різко зменшується туристичний потік до держави, що перебуває в стадії війни;
- збільшення якості обслуговування відповідно до європейських стандартів;
- одним з важливих заходів з сторони державної влади, на нашу думку, є залучення інвестицій у регіональну економіку, особливо це питання актуальне у світлі децентралізації влади й організації самоврядування на місцях.

Варто відзначити, що спостерігаються великі розбіжності у оцінці туристичної діяльності нашої країни різними міжнародними організаціями, а саме у оцінці її туристичних потоків, у оцінці ємності ринку туристичних послуг також у оцінці окремих показників розвитку. Дані неузгодженості можна пояснити різною методологічною базою. Окрім того, сучасна статика нашої країни не виділяє сферу туризму у окрему сферу- туристична сфера відсутня в класифікації КВЕД, відсутній відповідний сателітний рахунок, що застосовується більшістю статистичних органів іноземних країн, тож статистичні дані відносно розвитку туризму часто містять такі суперечності й неточності.

Для оцінки стану розвитку зеленого туризму у нашій країні, скористаємось даними таб. 1.1. Аналіз показників роботи господарств зеленого туризму нашої країни виявив, що цей вид діяльності носить нерівномірний характер. Найвища концентрація підприємств зеленого туризму у Івано-Франківщині.

Таблиця 1.2

Аналіз кількісних показників роботи закладів зеленого туризму України, 2021 рік

Регіони	Кількість садиб, од.	Частка у загальній кількості, %	Кількість розміщених осіб	Частка у загальній кількості, %
Вінницька	1	0,26	35	0,04
Дніпропетровська	1	0,26	46	0,06
Волинська	2	0,33	2517	3,14
Івано-Франківська	305	79,1	55796	69,9
Закарпатська	4	1,07	271	0,34
Кіровоградська	2	0,53	1590	2
Львівська	15	4,26	2000	2,5
Одеська	3	0,9	1600	2
Миколаївська	3	0,5	766	0,9
Тернопільська	7	1,7	2610	3,17
Полтавська	1	0,27	49	0,07
Хмельницька	5	1,32	4112	5,5
Херсонська	1	0,25	234	0,3
Чернівецька	15	4,5	7030	9
Черкаська	17	4,5	300	0,3
Чернігівська	3	0,9	920	1,1
Всього по Україні	375	110	79900	100

Джерело: сформовано автором на основі [7]

Кількість садиб та обсяг туристів, щовідпочивають в них по областях за 2020 рік наведено на рис. 1.4.

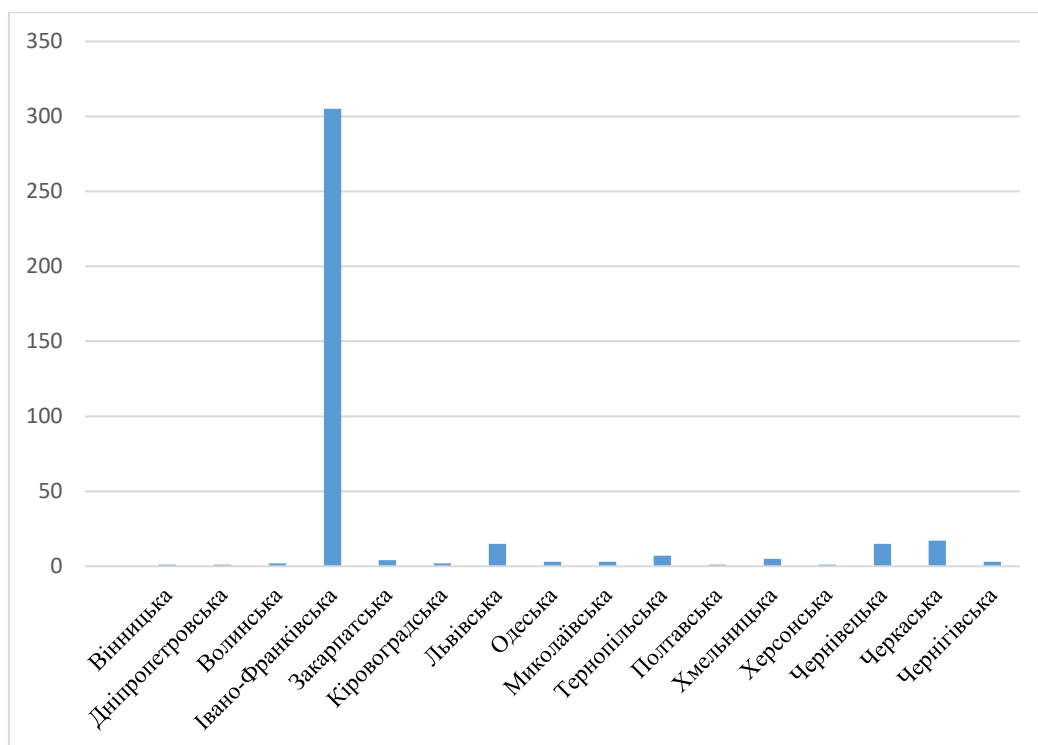


Рис. 1.4-Кількість зелених господарств по областях України

Джерело: сформовано автором на основі [7]

Відомо, що найбільший обсяг осель розміщено в Верховинському та Косівському районах й місті Яремче Івано-Франківської обл.. Проведемо групування закладів зеленого туризму за показником обсягу господарств із метою їхнього подальшого дослідження. До першої групи (високий розвиток) віднесемо Івано-Франківську обл., що має найбільший обсяг таких закладів, питома вага яких складає вісімдесят один відсоток в загальному обсязі по території України. Відповідно, на дану область припадають найбільші потоки зеленого мандрівників.

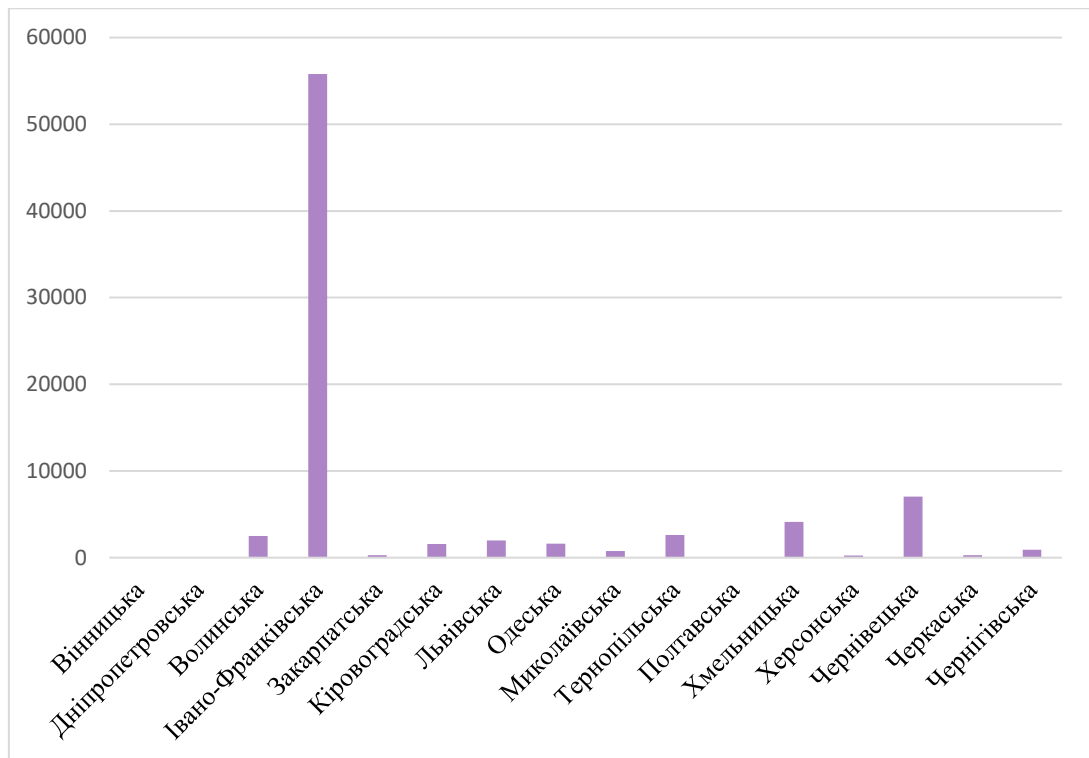


Рис. 1.5-Обсяг мандрівників, що приїздили до сільських садиб

Джерело: сформовано автором на основі [7]

Виходячи з вище наведено графіку можна зробити висновок, що найбільш популярним серед туристів є Івано-Франківська область.

До середній розвиток чи другої групи віднесемо області, в яких питома вага сільських господарств коливається у діапазоні від одного до десяти відсотків. Сюди варто віднести: Львівську, Закарпатську, Тернопільську, Хмельницьку, Черкаську й Чернівецьку обл. До садиб з низьким розвитком тобто третьої групи відносимо усі інші області, у яких діяльність з СЗТ є слабо розвиненою.

До даної групи віднесено Миколаївську, Одеську та Херсонську, й ін. області, що також володіють історичними пам'ятками та природним потенціалом, однак зелений туризм не розвивають. Причиною цієї ситуації може бути те, що наша країна залишається достатньо «дорогою» туристичною державою у порівнянні із ін..

Це зумовлено певними факторів, як й впливають на собівартість туристичного продукту, однак, у кінцевому підсумку, це негативно впливає на

розвитку туристичної сфери. Іншою причиною може бути висока «тінізація» сфери туризму. У нашій країні із 2016 р. упроваджується програма розвитку агротуристичних кластерів.

Відносно неї, кластери утворюються в Миколаївській обл. це курорт «Коблево», в Одеській обл. це «Екопарк Формушівка», в Полтавській обл. це кластер «Диканька», в Чернігівській обл. це «Козацьке село», в Київській обл. це «Медведено», в Херсонській обл. це «Лазурне» й «Арабатська стрілка». За попередніми розрахунками, це надасть можливість утворити приблизно три з половиною тисяч робочих місць. Попередніми дослідженнями встановлено, що СЗТ нашої країни локалізований, у основному, в західній частині країни, виключення складає Черкаська обл., що знаходиться у центрі. Для даних регіонів характерними є деякі спільні риси, що сприяють розвитку СЗТ. До них слід віднести:

- наявність розвитку сільської інфраструктури;
- наявність аграрного виробництва;
- цікаві природні ландшафти;
- історико-архітектурні пам'ятки;
- наявність деяких атракцій, що приваблюють мандрівників.

Розрахунок по встановлених групах показує, що найбільший обсяг мандрівників у розрахунку на одну оселю припадає на другу групу господарств (середній рівень) – дві тисячі сімсот осіб, обсяг мандрівників, що отримали послуги у СЗТ, в першій групі складає сто вісімдесят три особи на одне туристичне господарство. Великою проблемою у нинішніх умовах залишається легалізація діяльності з СЗТ у нашій країні.

Відповідно до існуючого законодавства, на сьогодні відсутнє чітке розмежування підприємницької й не підприємницької діяльності в даній галузі. Цією прогалиною у законодавстві часто користуються підприємці, що, маскуючись під садиби СЗТ чи особисті селянські господарства, фактично ведуть підприємницьку діяльність, абсолютно нічого не сплачуючи до бюджету, й при тому, формально не порушуючи законодавство. Даний процес

пов'язаний з бажанням приховати власні доходи, застосовуючи недоліки законодавства.

Наприклад, відповідно до Податкового кодексу України (підпункт 266.4.2.) [20], особі, що не зареєстрована як підприємець, надається пільга із податку на нерухоме майно в виді зниження бази оподаткування об'єкта на сто двадцять метрів квадратних для будинків. Для підприємців ця пільга не передбачена. Простий розрахунок показує, що фізична особа-підприємець, до прикладу, Херсонщина, має сплатити до бюджету чотири тисячі дев'ясот гривень податку на нерухомість за будинок розміром сто двадцять метрів квадратних у той же час, коли незареєстрований власник не платить нічого. Розмір ставки встановлюється місцевими органами влади й коливається від нуля до трьох відсотків від розміру мінімальної заробітної плати.

Проблема «тінізації» СЗТ характерна для усіх областей нашої країни, оскільки ми маємо змогу спостерігати невідповідність офіційних статистичних даних тій інформації, що наведена на сайтах, що рекламують садиби СЗТ. Дану галузь діяльності варто виводити із тіні шляхом прийняття відповідної законодавчої бази. Хоча у безлічі держав світу зайняття СЗТ не вимагає реєстрації, на наш погляд, дану діяльність сільського населення необхідно статистично обліковувати.

Це допоможе налагодити ефективну співпрацю мешканців селищ із органами державної влади, збільшити якість туристичного продукту, спрямувати туристичні потоки у галузь зеленого туризму, організувати навчання для власників садиб, залучити інвестиції, а також підняти сферу на якісно новий рівень.

У нашій країні статистичний облік підприємницької діяльності в СЗТ виконується з 2012 р. За останні роки, що включені в дослідження, відбулося збільшення обсягу зелених господарств на шістдесят три відсотки у загальному по нашій країні у порівнянні із базовим періодом. Спостерігається збільшення також по обсягу розміщених людей на п'ятдесят шість відсотків, зростання місткості зелених господарств на двадцять відсотків, досить суттєво

на кінець 2020 р. зросла загальна площа садиб – на вісімдесят чотири відсотки, у тому числі розмір житлової площі зросла в понад 2 рази.

Висновки до першого розділу

В результаті виконання першого розділу було встановлено, що наявні великі розбіжності у оцінці туристичної діяльності нашої країни різними міжнародними організаціями, а саме у оцінці її туристичних потоків, у оцінці ємності ринку туристичних послуг також у оцінці окремих показників розвитку. Дані неузгодженості можна пояснити різною методологічною базою.

Окрім того, сучасна статика нашої країни не виділяє сферу туризму у окрему сферу- туристична сфера відсутня в класифікації КВЕД, відсутній відповідний сателітний рахунок, що застосовується більшістю статистичних органів іноземних країн, тож статистичні дані відносно розвитку туризму часто містять такі суперечності й неточності.

Український та міжнародний досвід розвитку туризму свідчить про те, що майже всі країни світу використовують сполучення ринкових механізмів господарювання з державним регулюванням даного виду діяльності. В зв'язку з цим переважна більшість держав створюють в своїй структурі спеціалізований національний орган з координації роботи всіх організацій та установ галузі туризму[1].

Індустрія туризму на сьогоднішній день стала реальним фактом економіки будь-якої країни світу. Виключенням не є і Україна[2]. Найбільший обсяг в'їзних мандрівників припадає на громадян Польщі, Туреччини, США, Німеччини та Канади. Окрім того, бачимо пожвавлення попиту на внутрішньому туристичному ринку серед українських споживачів. Обсяг внутрішніх мандрівників за досліджуваний проміжок часу збільшилася на сорок відсотків, що у абсолютному значенні складає 130 815 людей. До позитивних відносимо тенденцію зростання обсягу мандрівників, що

скористалися послугами зеленого туризму. Їхній обсяг збільшився у порівнянні із базовим періодом на 40580 людей. Про зацікавленість зеленим туризмом з сторони споживачів свідчить той факт, що у динаміці продовжує збільшитися частка мандрівників зеленого туризму в внутрішньому туристичному потоці, яка на кінець 2019 р. збільшилася на п'ят з половиною відсотків й складала вісімнадцять відсотків.

За визначенням Міжнародного товариства екотуризму (TIES), екотуризм – це «відповідальна подорож природними територіями, яка зберігає навколишнє середовище, підтримує добробут місцевих жителів і передбачає інтерпретацію та навчання». Цей вид подорожей спрямований на збереження та збереження дикої природи. Цей термін рідко використовуватиметься для опису міського туризму, оскільки він стосується виходу на природу.

РОЗДІЛ 2. РЕСУРСНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ХЕРСОНЩИНИ ТА УКРАЇНИ В ЦІЛОМУ ДЛЯ РОЗВИТКУ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ

2.1 Характеристика потенціалу природного середовища Херсонської області

Природна база Херсонщини формується із таких ресурсів:

1. Кліматичні;
2. Бальнеологічні;
3. Водні;
4. Ландшафтні;
5. Природно-заповідний фонд.

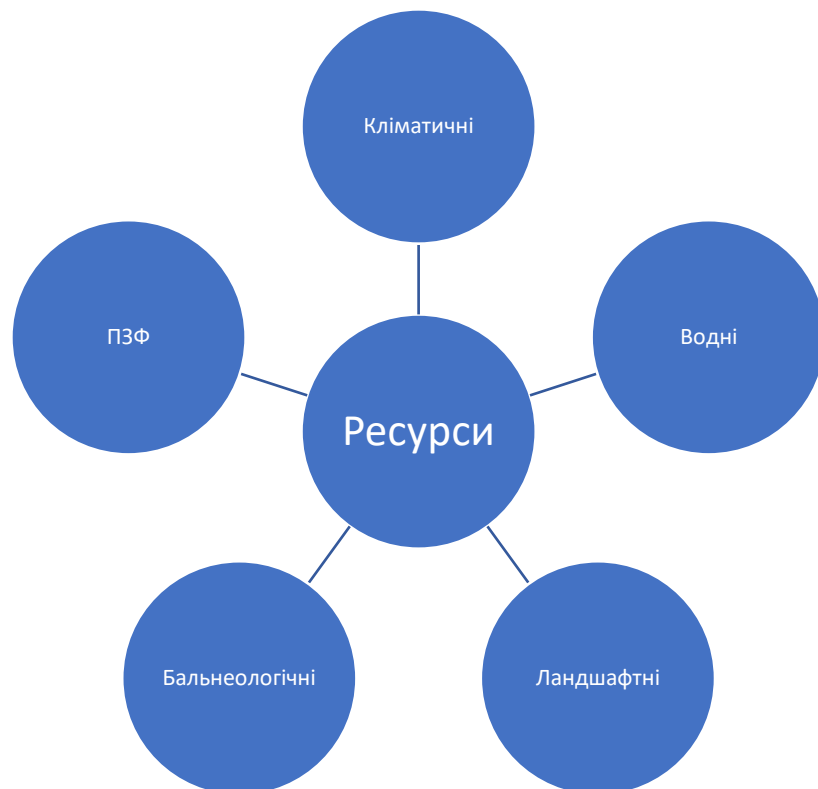


Рис. 2.1 - Природна база Херсонщини

Джерело: сформовано автором на основі [7]

Херсонська область розміщена в південнозахідній частині Східноєвропейської рівнини, а саме в її степовій зоні. Усі лісові масиви, за

винятком плавнів, мають штучне походження. Територію Херсонської обл. перетинають річка Дніпро і Дніпро-Бузький лиман, а також лівобережну частину Херсонської обл. перетинають річка Інгулець. Унікальним явищем, що має міжнародне значення є дельта річки Дніпро. Водно-болотні угіддя р. Дніпро знаходяться під захистом Рамсарської конвенції, яка ратифікована Україною в 1997 році [35].

Лівобережжя Херсонщини володіє переважно рівнинним рельєфом і балочною місцевістю вздовж Каховського водосховища і Дніпро-Бузького лиману. Правобережжя Херсонщини характеризують такі типи місцевості як:

- 1.Рівнинно-подові;
- 2.Балочні;
- 3.Яружні;
- 4.Схилові;
- 5.Заплавно-терасові.

В геоморфологічному відношенні Херсонщина володіє найбільшими абсолютними відмітками висот й слабким похилом на південь до узбережжя Чорного моря. Розчленованість рельєфу на території Херсонської обл. є незначною. Коливання відносних висот складає від 50 до 80 метрів, в південній частині території області складає від 20 до 30 метрів. Вододіли, особливо на лівобережжі, – це рівнини, що можна охарактеризувати існуванням замкнутих улоговин. В цілому, рельєф Херсонської обл. оцінюється як сприятливий для розвитку рекреаційної, і туризму, однак в порівнянні із ін. областями нашої країни, Херсонщини забезпечена орографічними ресурсами менше [14].

Серед природно-рекреаційних ресурсів особливе місце посідають кліматичні, насамперед, вони встановлюють просторову організацію відпочинку. Клімат в Херсонській обл. помірно континентальний та посушливий. Середньорічні температури на території Херсонській обл.: в літній період +22,4 °С, в зимній період –2,1°С. Максимальна температура в

літній період в Херсонській обл. складає $+40^{\circ}\text{C}$, мінімальна температура в зимній період складає $-31,5^{\circ}\text{C}$.

Тривалість безморозного періоду у середньому сто сімдесят дев'ять днів на рік. Середньорічний обсягопадів складає від 300 до 420 міліметрів. При сильному вітру часом навіть взимку формуються пилові бурі. Для комплексної оцінки кліматичних ресурсів районів, бал встановлювався із врахуванням:

1. Температури липня;
2. Температури січня;
3. Обсягу опадів;
4. Вологості повітря;
5. Атмосферного тиску.

Під час встановлення балу сприятливості кліматичних умов виходили із того, що:

1-бал є поганими умовами: низькі температури (нижче $-3,75^{\circ}$ узимку й не більше $+22,25^{\circ}$ улітку), великий обсяг опадів (понад 450 міліметрів);

2-бали є середньо сприятливими умовами: помірні температури (у межах від $+22,25^{\circ}$ до $-2,75^{\circ}$), обсяг опадів (425-440 міліметрів);

3-бали є дуже сприятливими умовами: високі температури (від $+22,5^{\circ}$ улітку і узимку - $2,25^{\circ}$), незначний обсяг опадів (400-425 міліметрів) [26].
Відповідно до даної класифікації всі районів отримано такі оцінки:

3-бали: Генічеський район, Голопристанський район, Каланчацький район, Новотроїцький район, Скадовський район, Чаплинський район);

2-бали: Бериславський район, Білозерський район, Іванівський район, Каховський район, Нижньосірогозький район, Цюрупинський район, місто Херсон);

1-бал: Великопетиський район, Великоолександрівський район, Верхньорогачицький район, Високопільський район, Горностаївський район, Нововоронцовський район.

У організації рекреації важливу роль відіграють водні ресурси. У Херсонщині налічується дев'ятнадцять малих рік з заплавами, що мають

довжину 746 кілометрів, сімдесят сім озер, найбільші з яких: Бехтерські, Геройські, Круглоозерські озера. Також на території обл. наявне одне Каховське водосховище, двадцять два лимани, які мають загальну площу 10,3 тисяч гектарів, акваторії Чорного моря і Азовського моря, що мають загальну площу 470 тисяч гектарів.

Середня густота річкової сітки складає 0.1 км/км². Основою водних ресурсів міста Херсона і безліччі районів Херсонщини є річка Дніпро. Для Херсонщини саме морські ТРР є провідними, оскільки лише Херсонська область володіє виходом одночасно до 2 морів: Чорного і Азовського. Також в Херсонській області поширені у низинах р. Дніпро такі природні комплекси, як болота (Кардашинські болота).

Відомим водним об'єктом є гейзер, який розташовується недалеко від села Облої на узбережжі Тендрівської затоки. Водоносний пласт розкрито у 1986 році шпариною в дрібнозернистих кварцових піщаниках середньо еоценового віку на глибині 1528 метрів, температура води на виході + 65°C. В Херсонській обл. існують Джарилгацька, Перекопська, Тендрівська, Ягорлицька затоки та Сиваш [7].

Для комплексної оцінки водних ресурсів районів Херсонської області, бал встановлювався із врахуванням: існування виходу до моря; існування виходу до річки Дніпро; існування ін. р. крім Дніпра; існування озер; існування боліт; існування каналів. Під час встановлення балу різності водних ТРР виходили із того, що:

- 1-бал – обсяг водних об'єктів до 2;
- 2-бали – обсяг водних об'єктів 2-4;
- 3-бали – обсяг водних об'єктів більше 4.

В відповідності до класифікації всі дев'ятнадцять районів отримано такі оцінки:

3-бали: Білозерський район становить 6, Голопристанський район становить 6;

2-бали: Бериславський район становить 3, Верхньорогачицький район становить 3, Генічеський район становить 3, Горностаївський район становить 3, Каланчацький район становить 3, Новотроїцький район становить 3, Скадовський район становить 4, Цюрупинський район становить 4, місто Херсон район становить 4;

1-бал: Великопетиський район становить 2, Великоолександрівський район становить 2, Високопільський район становить 2, Іванівський район становить 2, Каховський район становить 2, Нижньосірогозький район становить 2, Нововоронцовський район становить 2, Чаплинський район становить 2).

На території Херсонщини розвідані чотири родовища (чотири ділянки) мінеральних підземних вод; два родовища мінеральних вод (Залізний Порт і Хорли), на теперішній час не експлуатуються. 2 свердловини на ділянках «Херсонська-1» і «Херсонська-2», видобувають мінеральні столові води, однак запаси окремо не підраховувалися, та були прийняті на НТР підприємства (ПрАТ «Джерело» й ПрАТ НВП «Сінта»).

Промислові води застосовуються для лікувальних цілей населення в лікувально-профілактичному закладі (водолікарня «Гаряче джерело»). Також на території Херсонської обл. знайшли притулок такі води, як йодні (Залізний порт та Чаплинка), бромні (Генічеськ), йодо-бромні (Чаплинка), хлоридні (Гола Пристань та Іванівка) а також родовища йодних термальних вод (півострів Чонгар).

Важливим елементом бальнеологічних РТР є лікувальні грязі тобто пелоїди, що використовуються санаторіями і лікарнями в вигляді ванн і аплікацій. Саме в Херсонській обл. оздоровчі заклади стали одними із перших в Україні, хто почав застосовувати лікувальні якості грязей: 1896 році в місті Гола Пристань на сьогоднішній день має назву санаторій «Гопри». Дана область має в власному розпорядженні 2 головні групи лікувальних грязей: материкові, що розташовані на території Голопристанського району, міста

Нова Каховка, а також приморські лікувальні грязі, які знаходяться на території Утлюцького лиману та Сергіївки [29].

У якості лікувальних грязей можуть виступати мули, сапропелі, сопкові грязі, а також торфи та ін., родовища, яких за генезисом поділяють на мулові, псевдовулканічні, а також торфові. Херсонщина володіє власними родовищами мулових лікувальних грязей. Однак, три із них не застосовуються: Генічеське (1083 тисяч метрів кубічних), Кругле (100 тисяч метрів кубічних), Салькове (502 тисяч метрів кубічних), й один це санаторій «Гопри»: Грязьове (Солоне)–105 тисяч метрів кубічних. Ще одним бальнеологічним ресурсом є сіль і ропа, що наявні в затоці Сиваш.

Для комплексної оцінки бальнеологічних ТРР районів, бал встановлюється із врахуванням: існування мінеральних вод; існування грязей. Під час встановлення балу загальної структури виходили із того, що:

1-бал – загальний обсяг родовищ: тільки 1;

2-бали – загальний обсяг родовищ 2-4;

3-бали – загальний обсяг родовищ понад 4.

За результатами отримано такі оцінки:

3-бали: Генічеський район складає 5;

2-бали: Голопристанський район складає 4, Чаплинський район складає 2, місто Херсон становить 2;

1-бал: Іванівський, Каланчацький, Каховський, Нововоронцовський, Новотроїцький, а також Цюрупинський.

Жодного балу не отримали такі райони як: Великолепетиський, Великоолександрівський, Верхньорогачицький, Бериславський, Білозерський, Високопільський, Горностаївський, Нижньосірогозький, а також Скадовський, це можна пояснити слабкою розвіданістю території.

Найважливіша складова частина природно-рекреаційних ресурсів це ліси. Вони слугують оздоровчим і лікувальним фактором, а також задовольняють духовні потреби особистості, сприяють розвитку певних типів туристичної діяльності. Ліси Херсонської обл. це об'єкти переважно штучного

походження (за винятком плавнів уздовж річки Дніпро і малих рік) й виконують у головному екологічні, водоохоронні, захисні і рекреаційні функції. Площа лісового фонду Херсонської обл. складає 152 тисяч гектарів, в тому числі вкрита лісовою рослинністю – 131 тисяч гектарів.

Таблиця 2.1

Комплексна оцінка туристично-рекреаційного потенціалу районів Херсонської області та їх рейтинг (рейтинг здійснений відповідно до значення суми показників по кожному району)

Назва районів	Кліматичні ресурси	Бальнеологічні ресурси	Водні ресурси	Ландшафтні ресурси	ПЗФ ресурси	Історико-Культурні ресурси	Сума	Рейтинг
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Бериславський	2	-	2	2	1	3	10	5
Білозерський	2	-	3	3	2	3	13	2
Великолепетиський	1	-	1	1	-	1	4	11
Великоолександрівський	1	-	1	2	1	1	6	9
Верхньорогачицький	1	-	2	1	-	1	5	10
Високопільський	1	-	1	2	1	-	5	10
Генічеський	3	3	2	1	1	1	11	4
Голопристанський	3	2	3	2	3	1	14	1
Горностаївський	1	-	2	1	1	1	6	9
Іванівський	2	1	1	2	1	-	7	8
Каланчацький	3	1	2	1	1	1	9	6
Каховський	2	1	1	3	2	3	12	3
Нижньосірогоський	2	-	1	1	1	1	6	9
Нововоронцовський	1	1	1	1	1	2	7	8
Новотроїцький	3	1	2	2	1	1	10	5
Скадовський	3	-	2	1	1	1	8	7
Цюрупинський	2	1	2	2	2	2	11	4
Чаплинський	3	2	1	1	1	2	10	5
м. Херсон	2	2	2	3	2	3	14	1

Джерело: сформовано автором на основі [7]

2.2 Характеристика інфраструктури Херсонщини для розвитку зеленого туризму

Найбільш важливою детермінантою розвитку туристичної діяльності у Херсонській області є інфраструктура, начне місце в якій займають заклади розміщення. Відповідно до існуючих в 2019 році порівняно із 2017 роком обсяг колективних засобів розміщення зменшився на сто тридцять сім одиниць (61 відсоток), а порівняно із 2018 роком – на дев'ятнадцять одиниць (18 відсотків). Дане зниження відбулося як за рахунок пониження обсягу готельних господарств і аналогічних засобів розміщення (в 2019 році порівняно із 2017 роком – на сорок одиниць (70 відсотків), а порівняно із 2018 роком – на дванадцять одиниць (14 відсотків)), так й сорок вісім спеціалізованих засобів розміщення (в 2019 році порівняно із 2017 роком – на дев'яносто сім одиниць (58 відсотків), а порівняно із 2018 роком – на дванадцять одиниць (14 відсотків)).

Варто зазначити, що сектор відносно спеціалізованих засобів розміщення найсильніше відчуває нестабільність ринку, відсутність достатнього фінансування і державного регулювання в Херсонській області. На рис. 2.1 відображено місце Херсонської області серед всіх регіонів нашої країни за обсягом засобів розміщення на кінець 2019 року. Динаміка розвитку готельних господарств і аналогічних засобів розміщення, і спеціалізованих засобів розміщення у Херсонщині схематично наведена на рис. 2.1

Із вище наведеного ми можемо стверджувати, що Херсонщина виділяється високою питомою вагою готельних господарств в структурі колективних засобів розміщення. Таким чином, станом на 2019 рік на готельні господарства припадало 19 відсотків, а на санаторії припадало 81 відсоток.

Херсонщина за обсягом людей, які знаходилися в готельних господарствах і аналогічних засобах розміщення займає шосте місце серед всіх областей нашої країни, із чисельністю 154768 відвідувачів станом на 2019 рік.

Номерний фонд готельних господарств у Херсонській області представлений у багатьох номерах вищої, першої, другої і третьої категорій. Коефіцієнт застосування місткості готельних господарств і аналогічних засобів розміщування у Херсонському регіоні в період з 2017 по 2019 рік перевищував середній ступінь вказаного показника по нашій країні, проте останні роки мав тенденцію до спаду й становить 0,2 [34], що відповідає середньому ступеню показника по нашій країні.

2.3 Визначення перспективних територій для розвитку зеленого туризму Херсонщини

Херсонська обл. багата на власні природні дари і цікаві місця. Унікальний клімат поєднав в Херсонському регіоні непокеровані, на перший погляд, явища - найбільшу у Європі пустелю, найбільший у світі рукотворний ліс та водоспад. Вінчають усе це розмаїття неповторні Станіславські гори та чудової краси рожеве озеро Сиваш, які як ми вважаємо і є найперспективнішими територіями для розвитку зеленого туризму Херсонщини.

Олешківські піски наведені в Додатку В.

Цей природний об'єкт (відомі також, як Херсонська пустеля) є найбільшою пустелею в нашій країні та Європі. Із останнім твердженням ще можна посперечатися, оскільки такою певні вчені називають Рин-піски в Прикаспійській низовині біля Казахстану.

Вважається, що Олешківські піски є повністю творінням природи, однак це не зовсім так. Попри піщаний характер південних територій України, дані ділянки раніше були рясно порослі степовими травами, що утримували піски від руху і захоплення нових територій. Однак в 19 ст. барон Фальц-Фейн завіз сюди отари овець, що об'їли всю степову рослинність, звільнили піски і вітер розніс їх на значну територію. На сьогоднішній день площа пустелі складає приблизно 200 тис. га й формується із 7 територій, а саме:

- 1.Каховської ділянки;
- 2.Казачолагерної ділянки;
- 3.Олешківської ділянки;
- 4.Чалбаської ділянки;
- 5.Чулаківської ділянки;
- 6.Іванівської ділянки;
- 7.Кінбурнської ділянки.

На базі Олешківських пісків в 2010-му році було створено НПП (національний природний парк). Також на території Олешківських пісків облаштовано полігон для військових навчань, а подекуди на цій території проходять перегони на мотоциклах й спортивних автомобілях. Тут же тренуються вітчизняні гонщики, що беруть участь у ралі Дакар.

Олешківський ліс наведено в Додатку Д.

Херсонська область це унікальна територія, оскільки на даній території співіснують, здавалося би, непомітні речі - поряд з найбільшою пустелею в Європі буває власною зеленню та найбільший в світі рукотворний ліс. Висадили його саме для того, щоб стримати розростання пустелі і припинити в області смерчі і пилові бурі, із чим тривалий час ліс справлявся. Проте за останній час через масштабні вирубки й лісові пожежі територія лісового масиву досить сильно знизилася й на території Херсонської обл. повернулись повітряні воронки.

Площа лісу на сьогоднішній день складає 100000 га. Лісова територія цікавий ще і тим, що у ньому поєднано 20 видів сосен і ялинок, а також і ін. види дерев.

Озеро Сиваш наведено в Додатку А. Це солоне озеро має площею 255,8 тис. га. розміщене на межі між Херсонським регіоном і Кримським півостровом. За власне ілісте дно і насиченість різними мінералами, що виділяють відповідний запах, дане озеро також називають також Гнилим морем. Назва Сиваш походить із кримськотатарської мови.

Мандрівників приваблює незвичайний колір води у озері, а саме рожевий колір. Чим саме цей колір в озері спровокований, вчені на сьогодні не виявили. Одні стверджують, що причина це значна насиченість цього озера йодом, ін. вчені стверджують, що існування солодководних водоростей Дуналіелла, треті стверджують, що рожевого кольору воді надають одноклітинні організми археї. Як би там не було, проте явище справді унікальне для нашої країни.

Дане озеро є системою заток Азовського моря, із яким воно поєднується через Генічеську протоку. У це озеро впадає багато кримських річок, що у літній період часто пересихають. Найбільша із них це річка Салгир.

Також, досить часто чумаки добували сіль саме на цьому озері, не доїжджаючи до Кримського півострова. Сіль із Сиваша "подорожувала" не тільки чумацькими шляхами у межах нашої країни, а і до держав Далекого Сходу, Єгипту й, навіть, Японії.

Станіславські гори зображені в Додатку Б. Станіславські гори чи Херсонські гори знаходяться на узбережжі Дніпро-Бузького лиману в приваблюють до себе мандрівників із всіх куточків України через власні неймовірні краєвиди. Історики припускають, що у античні часи саме тут розміщувався храм давньогрецької богині Деметри, якій поклонялося населення Ольвії, розміщеної по ін. бік лиману.

На території Херсонських гір утворено природній заказник "Станіславський", який має площу приблизно сімсот гектарів.

Краса даного унікального природного явища вабить до себе фотографів, режисерів і кліпмейкерів.

Козацьке джерело зображено В Додатку В. Козацьке джерело чи ж степові водоспади Херсонської обл. - навіть такі об'єкти наявні у Херсонщині, що, здавалося би, неможливо поряд з пустелею. Степові водоспади знаходяться неподалік від с. Козацького й є частково рукотворними-князь Трубецький, що звів власний маєток поблизу джерельця, вирішив

"вдосконалити" його, перетворивши на справжній водоспад. На сьогоднішній день цей природний об'єкт є гідрологічною пам'яткою місцевого значення.

Херсонська область є справді унікальним місцем півдня України. На даній території стільки всього: чудова природа, історія, теплий клімат. На цій території наявні 77 сольових, рожевих та грязьових озер. На Херсонщині туристи можуть знайти близько 50 баз зеленого туризму, найдовшу піщану косу в Європі та пустелю.

Висновки до другого розділу

В результаті виконання другого розділу було встановлено, що в Херсонській області спостерігається ситуація неповного застосування наявної, розбудованої готельної інфраструктури і рекреаційної інфраструктури. Головними причинами переважно низького застосування місткості колективних засобів розміщення в понад половини областей нашої країни і Херсонського регіону, є залежність від сезонного коливання попиту – великої різниці у попиті на туристичні послуги у пік сезону й міжсезоння.

Херсонська область багата на власні природні дари і цікаві місця. Унікальний клімат поєднав в Херсонському регіоні непокєднувані, на перший погляд, явища - найбільшу у Європі пустелю, найбільший у світі рукотворний ліс та водоспад. Вінчають усе це розмаїття неповторні Станіславські гори та чудової краси рожеве озеро Сиваш, які як ми вважаємо і є найперспективнішими територіями для розвитку зеленого туризму Херсонщини.

«Прогнозна оцінка показала, що у організації рекреації важливу роль відіграють водні ресурси. В Херсонській області налічується 19 малих річок із заплавами довжиною 745 км, 77 озер (найбільші Бехтерські, Геройські, Круглоозерські озера), одне Каховське водосховище, 22 лимани загальною площею 10,34 тис. га, акваторії Чорного та Азовського морів загальною

площею 470 тис. га. Середня густота річкової сітки становить 0,1 км/км². Основою водних ресурсів м. Херсона та багатьох районів області є р. Дніпро».

Проведена оцінка показує, що Херсонська володіє сприятливими умовами для формування та просування на своїй території зеленого туризму.

РОЗДІЛ 3. ПРОПОЗИЦІЇ РОЗВИТКУ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ ХЕРСОНЩИНИ

3.1 Розроблення маршруту та програми турів зеленого туризму на території Херсонщини

Формування туристичного продукту, а саме зеленого туру має такі етапи як:

1. Вибір пунктів маршруту, тобто місць чи об'єктів;
2. Ієрархізація даних місць чи об'єктів;
3. Обрання об'єктів чи місць показу, початку й закінчення туру.

Розробка схеми туру і його програмне забезпечення є сильно пов'язаним процесами, що проходять паралельно. Розрахунок вартості туру засновується на організаційно-технічних заходах із пошуку партнерів й укладених угод[3].

Перший етап розробки закордонного туру ґрунтується на обранні пунктів маршруту. Характеристиками щодо обрання об'єктів та місць показу є їх атрактивність, з метою задоволення мети поїздки, можливість забезпечити різноманітність програми перебування на даній території, його забезпеченість послугами гостинності й транспортна доступність.

Другий етап розробки туру ґрунтується на ієрархізації пунктів туру проводиться за наведеними вище критеріями, при цьому головна увага має бути звернута на транспортну доступність й клас гостинності обраних пунктів туру. Мета цього етапу це виділення тобто диференціація об'єктів та місць туру відповідно до мети подорожі із виділенням пунктів дислокації із тривалим програмним забезпеченням також маршрутних пунктів.

Третій етап розробки туру ґрунтується на виборі початкового й кінцевого пунктів туру проводиться за показником транспортної доступності, тобто зв'язності із місцем постійного проживання потенційних подорожуючих тобто зоною дії туристичного оператора, типу транспортних засобів та взаємозамінності видів транспорту[3].

Четвертий етап розробки туру ґрунтується на розробці схеми маршруту туру, який залежить від обраної форми. Маршрутом туру є напрямком переміщення людей. За схемою маршрути туру можуть бути кільцеві, лінійні, радіальні й комбіновані, зображені на рис.1.1. Вибір місць та об'єктів маршруту погоджується із програмою відповідно до обраного виду туризму, терміну також класу обслуговування.

1. Лінійний маршрут: Пп-Пр₁-Пр₂-Пр_n-Кп;
2. Кільцевий маршрут: Пп-Пр₁-Пр₂-Пр_n-Кп-Пп;
3. Радіальний маршрут: Пп/Кп-Пр₁- Пп/Кп, Пп/Кп-Пр₂- Пп/Кп, Пп/Кп-Пр_n- Пп/Кп.

Умовні позначення: Пп - початковий об'єкт та місце маршруту туру; Пр – проміжне місце із порядковим номером 1,2,...n; Кп - кінцевий пункт маршруту; - напрямок руху.

Обрання схеми маршруту туру залежить від транспортної системи: густоти й технічного стану транспортної мережі, конфігурації транспортної мережі, рівня розвитку окремих видів транспорту, рівня розвитку транспортної інфраструктури, які забезпечують надійність й безпеку роботи транспорту[3].

Найчастіше при формуванні схеми зеленого туру існує варіант, коли за обмежений термін при зменшенні витрат часу на переміщення між головними об'єктами чи місцями маршруту бажано забезпечити максимально можливу інформативність подорожі, тобто необхідно охопити як можна більше місць та об'єктів показу з метою задоволення мети. Такий варіант формування туру отримав назву "задача комівояжера".

При вирішенні даної задачі можна використовувати методичний апарат теорії графів. Графо-аналітичні методи надають можливість виокремити найважливіші елементи системи, обґрунтувати відбір й ієрархізацію місць та об'єктів маршруту також унаочнити наявну інформацію. Задача зводиться до побудови графа тобто до математичного відображення просторової організації туристичного продукту. Граф представляє собою

організовану кінцеву множину вершин й множинність ребер. Ребра й вершини є елементами графа, які роблять його зв'язним. Граф називається метризованим, якщо його елементам надається певне значення, наприклад, метризація вершин задається атрактивністю об'єктів показу у балах, місткістю також класністю готельної бази, бальною оцінкою різномірності програми та ін.

Також ребра графа зображують наявний зв'язок між вершинами та у нашому випадку це перш за все транспортний зв'язок, що відтворює чи тільки наявність шляхів сполучення, чи їхню категорію або полімагістральність. Значення ребер у турі може задаватися відстанню, наприклад в кілометрах між пунктами маршруту чи часом, який необхідний для його долаття тим або ін. видом транспорту, проте зазначений варіант кращий, якщо немає взаємозамінності транспортних засобів. Тож процес побудови графа туру є певним впорядкуванням й генералізацією інформації відповідно до мети поїздки.

Тобто, ми маємо графічне зображення територіальної структури майбутнього туристичного товару чи послуги, яка задана елементами графу. Вершинами графу є місця чи об'єкти, які обрані за зазначеними критеріями, а ребрами наявний зв'язок між ними, юпію шляхи сполучення категорії[4].

Оцінка положення кожної вершини у графі, визначенні місця у загальному комплексі атрактивних ресурсів та оцінка графа у цілому тобто його пов'язність та конфігурація й його параметризація за витратами часу провадиться за допомогою топологічних мір. Дані міри визначаються на множині відношень між елементами графа. Виділяють міри диференціації й концентрації, за якими оцінюється положення вершин у графі, й міри інтеграції також композиції, які дають змогу оцінити граф у цілому[4].

Для зеленого туру можна зобразити так: на окремій ділянці території за умов атрактивності туристичних ресурсів й транспортного забезпечення виділені 5 пунктів, які пов'язані між собою залізничним сполученням й автошляхами вищої категорії. Необхідно дати оцінку положення кожної

вершини у графі. Для цього використовується показник центральності, який визначається за кількістю інцидентів, що представляє собою кількість ребер, які надходять із даної вершини. Схема маршруту у даному випадку формується як комбінована й має 2 варіанти руху:

- Перший V2 - V3 - V5;
- Другий V2 - V5 - V3.

Варіативність побудови маршруту туру визначається за показником цілісності, який у теорії графів називається цикломатичним числом й показує обсяг замкнених циклів у графі й чим більш ціліснішим є граф та більше варіантів маємо при побудові схеми маршруту туру. Через те, що ми маємо декілька варіантів побудови схеми руху по маршруту туру, суттєвим є оцінка графа у цілому задля порівняльної параметризації пропонованих схем.

П'ятим етапом є оптимізація маршруту туру. Даний процес передбачає встановлені ряду суб'єктивних й об'єктивних обмежень. Об'єктивні обмеження засновані на умовах сегментації ринку, а суб'єктивні засновані на можливостях туристичного оператора. Обмеження встановлюються перш за все цільовим споживчим сегментом, що передбачає: життєвий цикл сім'ї, вік, стиль й рівень життя та ін. Часові обмеження стосуються перш за все сезонності поїздки. Економічні обмеження виходять із умов функціонування ринку тобто з кон'юнктури ринку, стану конкурентного середовища, цінової політики та ін.

Головним обмеженням на початковому етапі розробки зеленого туру є обмеження у часі й засобах по забезпеченню комфортності здійснення туристичної діяльності. Саме часові обмеження визначають вибір транспортних засобів й їхнього типу під час проходження маршруту. Обрання транспортного засобу необхідно розглядати як введення певних обмежень у організаційні параметри туру. До таких параметрів відносять: кількість туристів у групі та відповідно вибір форми туру впливають на його вартість й організацію.

З метою проведення успішної рекламної кампанії історико-пізнавального туру необхідно диференціювати ринок споживачів туристичних послуг. Як потенційні споживачі реклами виділяються 3 груп населення та категорії партнерів:

- Відчувають необхідність в пізнавального-турі, шукають інформацію, тобто в даній групі вже утворена позитивна установка відносно пізнавального-туру із різних джерел;
- Особи, що знаходяться у стані байдужості чи невизначеності щодо пізнавального-туру;
- Відчувають необхідність, проте із деяких причин негативно ставляться до пізнавального-туру.

Інтереси туристичної організації полягають у тому, щоб дані 3 категорії перетворити із потенційних споживачів в реальних. У першому випадку буде формувати думку тобто це стимулююча реклама, у другому необхідно просто проінформувати, тобто це підтримуюча реклама, у третьому випадку буде впливати із великою силою, щоб зламати існуючий стереотип, що представляє собою конверсійну рекламу. У будь-якому випадку реклама має активізувати споживача, викликати в нього реакцію в відповідь та спонукати споживача до дій[23].

Засоби масової інформації. До яких відносяться журнали, газети, телебачення, радіо та Інтернет є головними провідниками рекламних звернень інформаційного характеру й разом поглинають майже шістдесят відсотків усіх коштів, які витрачаються на рекламу.

Організації-виробники туристичних послуг, тобто підприємства розміщення, туроператорські фірми та харчування, розваг видають самостійно чи із іншими аналогічними фірмами ілюстровані буклети, брошури, каталоги та листівки й інше, у яких образотворчим й текстовим способом рекламують наявні можливості обслуговування мандрівників. З метою підвищення привабливості зеленого туру застосовують високоякісні фотографії

історичних пам'ятників, ландшафтів й готелів і інших об'єктів туристичної уваги.

Самостійним видом спеціалізованої друкованої реклами є прайс-листи, у яких публікуються розцінки й ціни на туристичні послуги та товари[23].

Також туристичну рекламу наводять на вивісках. Вивіскою є один із обов'язкових для туристичної організації видів реклами. Будь-яка туристична організація повинна мати привабливий вигляд не лише усередині, але і зовні.

Зазвичай вивіска виконує 2 функції: створює імідж організації також інформує клієнтів про місце розташування.

Засоби «директ мейл» є прямими рекламними зверненнями, що поширені за допомогою електронної пошти, поштового зв'язку, Інтернету, телефаксу й телефону.

У туристичній галузі вони частіше використовуються для реклами власних потреб чи для установа тривалих зв'язків із посередниками або виробниками туристичних товарів й послуг.

Проте у окремих випадках засобами «директ мейл» поширюється реклама дорогих курортів чи спеціалізованих туристичних послуг методом прямого звернення до окремих фірм, успішних бізнесменів і відомих особистостей [26]. Тут використовується спеціалізована друкована продукція, така як рекламні брошури, каталоги й інші, що містить рекламну інформацію.

Також досить популярним є використання фантазійної реклами для популяризації пізнавального туризму, який є широким спектром звернень, що утворюються за допомогою залучення нетрадиційних рекламних засобів, таких як:

- Реклама під час карнавалів;
- Реклама на аудіо- і відеокасетах;
- Реклама на повітряних кулях;
- Реклама комп'ютерних дисках.

Даний канал поширення реклами є достатньо цікавим, проте не завжди вкладені кошти скуповуються, тому застосовують його тільки ті організації,

що стабільно працюють і мають широку рекламу, яка поширюється традиційними каналами [27].

Також досить дієвою є товарна реклама зелених турів, що представляє собою рекламу через рекламні звернення, що розміщені на пакувальних матеріалах, а також власна розроблена упаковка для певного виду продукції. В туристичній сфері даний вид реклами застосовується часто, незважаючи на те, що головним об'єктом купівлі-продажу є не товари, а послуги, на які важко «прикріпити» рекламне звернення. Організації туристичної індустрії можуть поширювати товарну рекламу зеленого туру наступними методами:

- Для турагентських фірм це дрібні сувеніри для клієнтів із рекламною символікою чи текстом. До цієї категорії відносять значки, пакети та ручки й інше;

- Для туроператорських фірм - продаж спеціальних товарів із рекламою певних фірм, подарунки клієнтам. До цієї категорії відносять кепки, футболки і шапки й інше із нанесеними на них рекламними закликами чи фірмовою символікою;

- Для підприємств-виробників туристичних товарів - розміщення на власній продукції фірмових звернень, назв та закликів.

Застосування товарної реклами збільшує престиж організації, дозволяє установити зворотний зв'язок: реклама фірми - реклама послуг - реклама фірми [18].

До інших каналів поширення реклами туру можна віднести:

- Побічну рекламу, що проводиться через надання допомоги різноманітним фондам, виділення іменних пенсій й стипендій;

- Рекламу у книжках й довідниках. Як правило, рекламодавець виступає спонсором видання цієї книжки або довідника чи частково або повністю фінансує це видання;

- Побічну рекламу через використання у рекламних зверненнях нагадувань про престижні організації, відомі особи, які якимось чином пов'язані із цією організацією [28].

На основі проведеного дослідження в другому розділі ми можемо розробити 3 тури з зеленого туризму по території Херсонщини.

Перший тур по Херсонській обл. «Подорож по Пустелі» наведений в таб. 2.2.

Таблиця 2.2

Екскурсійна програма «Подорож по Пустелі»

День	Програма перебування
Перший	Вийзд із м. Київ в 10:00 до міста Херсон. Поселення до готелю «Метрополітен Едмонт». Розміщення у готелі «Метрополітен Едмонт».
	Із 9:00 по 10:00 - туристи снідають у ресторані готелю «Метрополітен Едмонт». Із 10:00 по 18:00 – Екскурсія по Національному природному парку «Олешківські піски», яка передбачає обід в закладі громадського харчування. Із 19:00 по 20:30 – туристи вечеряють. Із 20:30 - вільний час.
Другий	Із 8:00 по 9:00 – туристи снідають у ресторані готелю «Метрополітен Едмонт». Із 11:00 по 14.00 – екскурсія по «Асканія Нова» (дендропарк) Із 14:00 по 15:00 - обід. Із 15:30 по 18:00 – вільний час. Із 19:00 по 20:00 - туристи вечеряють у ресторані готелю.
Третій	Із 8:00 по 9:00 - сніданок у ресторані готельного комплексу. Із 9:30 по 10:30 – екскурсія по «Асканія Нова» (зоопарк) Із 11:00 по 12:00 - вільний час. Із 12:30 - переїзд до Києва

Джерело: сформовано автором на основі [8]

Таблиця 2.3

Калькуляція собівартості туру «Подорож по Пустелі» на групу 15 осіб+керівник групи

№	Стаття	Одиниця	Ціна	Вартість
1.	а) Оформлення документів, договорів	грн.	120	1920
2.	б) Транспорт –оренда автобуса	грн.	400	6400
3.	в) Готельні послуги	грн.	860	13760
4.	г) Послуги харчування	грн.	1100	17600
5.	д) Екскурсійні послуги	грн.	250	4000
6.	е) Вхідні квитки	грн.	150	2400
7.	д) Страхування	грн.	50	800
8.	Разом	грн.	2930	46880
9.	Загальновиробничі витрати	грн.		6750
10.	Заробітна плата гіда/екскурсовода	грн.	250	4000
11.	Витрати на рекламу	грн.	175	2800
12.	Виробнича собівартість	грн.	4029	60430
13.	Прибуток 30%	грн.	1209	18129
14.	Вартість обслуговування групи	грн.		78559
15.	Ціна одного ваучера без ПДВ	грн.	5237	
16.	ПДВ 20%	грн.	1047	15712
17.	Ціна продажу ваучера на групу з ПДВ	грн.	6285	94271

Джерело: сформовано автором на основі [7]

Виходячи з усього вище наведеного вартість туру на одну особу складає 6285 грн. Розрахунок проводився з врахуванням таких категорій як:

- Розміщення,
- Харчування,
- Екскурсійне обслуговування,
- Перевезення,
- Страхування,
- Вхідні квитки.

Другий тур по Херсонській обл. «Українське Мертве море» наведений в таб. 2.4.

Екскурсійна програма «Українське Мертве море»

День	Програма перебування
Перший	Вийзд із м. Київ в 10:00 до міста Херсон. Із 15:00 по 15:30-Поселення до готелю «Панорама». Із 15:30- Розміщення у готелі «Панорама».
	Із 9:00 по 10:00 - туристи снідають у ресторані готелю «Панорама». Із 10:00 по 16:00 – Експурсія до Рожевого Лемурийського озера, (експурсія передбачає обід в закладі громадського харчування неподалік від озера). Із 16:00 по 19:00 – вільний час Із 19:00 по 20:30 – туристи вечеряють. Із 20:30 - вільний час.
Другий	Із 8:00 по 9:00 – туристи снідають у ресторані готелю «Панорама». Із 11:00 по 14.00 – експурсія «Ретрофотосафарі» Із 14:00 по 15:00 - обід. Із 15:30 по 18:00 – вільний час. Із 19:00 по 20:00 - туристи вечеряють у ресторані готелю.
Третій	Із 8:00 по 9:00 – туристи снідають у ресторані готелю «Панорама». Із 11:00 по 14.00 – експурсія до «Козацького джерела» Із 14:00 по 15:00 - обід. Із 15:30 по 18:00 – вільний час. Із 19:00 по 20:00 - туристи вечеряють у ресторані готелю.
Четвертий	Із 8:00 по 9:00 - сніданок у ресторані готельного комплексу. Із 9:30 по 10:30 – експурсія «Перлина в степу» проходить по степу в Херсонській обл. Із 11:00 по 12:00 - вільний час. Із 12:30 - переїзд до Києва

Джерело: сформовано автором на основі [7]

Таблиця 2.5

Калькуляція собівартості туру «Українське Мертве море» на групу 15 осіб+керівник групи

№	Стаття	Одиниця	Ціна	Вартість
1	а) Оформлення документів, договорів	грн.	120	1920
2	б) Транспорт –оренда автобуса	грн.	320	5120
3	в) Готельні послуги	грн.	1484	23744
4	г) Послуги харчування	грн.	880	14080
5	д) Екскурсійні послуги	грн.	360	5760
6	е) Вхідні квитки	грн.	120	1920
7	д) Страхування	грн.	40	640
8	Разом	грн.	3324	53184
9.	Загальновиробничі витрати	грн.		6750
10.	Заробітна плата гід/екскурсовода	грн.	350	5600
11.	Витрати на рекламу	грн.	150	2400
12	Виробнича собівартість	грн.	4529	67934
13.	Прибуток 30%	грн.	1358,68	20380,2
14.	Вартість обслуговування групи	грн.		88314,2
15.	Ціна одного ваучера без ПДВ	грн.	5888	
16.	ПДВ 20%	грн.	1178	17663
17.	Ціна продажу одного ваучера з ПДВ	грн.	7065	105977

Джерело: сформовано автором на основі [7]

Виходячи з усього вище наведеного вартість туру на одну особу складає 7065 грн. Розрахунок проводився з врахуванням таких категорій як:

- Розміщення,
- Харчування,
- Екскурсійне обслуговування,
- Перевезення,

- Страхування,
- Вхідні квитки.

Третій тур по Херсонській обл. «Ліси і гори Херсонщини» наведений в таб. 2.6.

Таблиця 2.6

Екскурсійна програма «Ліси і гори Херсонщини»

День	Програма перебування
Перший	Вийзд із м. Київ в 10:00 до міста Херсон. Із 15:00 по 15:30-Поселення до готелю «Aqua Marina». Із 15:30- Розміщення у готелі «Aqua Marina».
	Із 9:00 по 10:00 - туристи снідають у ресторані готелю «Aqua Marina». Із 10:00 по 14:00 – Екскурсія до Олешківського лісу. Із 14:00 по 15:00 – обід в ресторані «Цепелін» Із 15:00 по 19:00– вільний час Із 19:00 по 20:30 – туристи вечеряють. Із 20:30 - вільний час.
Другий	Із 8:00 по 9:00 – туристи снідають у ресторані готелю «Aqua Marina». Із 11:00 по 14.00 – екскурсія по Станіславським горам Із 14:00 по 15:00 - обід. Із 15:30 по 18:00 – вільний час. Із 19:00 по 20:00 - туристи вечеряють у ресторані готелю.
Третій	Із 8:00 по 9:00 – туристи снідають у ресторані готелю «Aqua Marina». Із 11:00 по 14.00 – екскурсія до острова Джарилгач Із 14:00 по 15:00 - обід. Із 15:30 по 18:00 – вільний час. Із 19:00 по 20:00 - туристи вечеряють у ресторані готелю.
Четвертий	Із 8:00 по 9:00 - сніданок у ресторані готельного комплексу. Із 10:00 - переїзд до Києва

Джерело: сформовано автором на основі [7]

Таблиця 2.7

Калькуляція собівартості туру «Ліси і гори Херсонщини» на групу 15 осіб+керівник групи

№	Стаття	Одиниця	Ціна	Вартість
1	а) Оформлення документів, договорів	грн.	120	1920
2	б) Транспорт –оренда автобуса	грн.	575	9200
3	в) Готельні послуги	грн.	2075	33200
4	г) Послуги харчування	грн.	1232	19712
5	д) Екскурсійні послуги	грн.	504	8064
6	е) Вхідні квитки	грн.	168	2688
7	д) Страхування	грн.	56	896
8	Разом	грн.	4730	75680
9.	Загальновиробничі витрати	грн.		6750
10.	Заробітна плата гід/екскурсовода	грн.	210	3360
11.	Витрати на рекламу	грн.	140	2240
12	Виробнича собівартість	грн.	5869	88030
13.	Прибуток 30%	грн.	1760,6	26409
14.	Вартість обслуговування групи	грн.		114439
15.	Ціна одного ваучера без ПДВ	грн.	7629	
16.	ПДВ 20%	грн.	1526	22888
17.	Ціна продажу одного ваучера з ПДВ	грн.	9155	137327

Джерело: розробник автор

Виходячи з усього вище наведеного вартість туру на одну особу складає 9155 грн. Розрахунок проводився з врахуванням таких категорій як:

- Розміщення,
- Харчування,
- Екскурсійне обслуговування,

- Перевезення,
- Страхування,
- Вхідні квитки.

3.2 Визначення фінансових показників розроблених турів

Всі три тури мають однаковий прогностний план реалізації турів, що наведений в таблиці 2.8.

Таблиця 2.8

Прогностний план реалізації турів

Кількість туристів на місяць	Графік туристичних груп за датами місяця	Кількість груп в місяць
15	18.04; 25.04.	1
30	08.05; 22.05	2
30	13.06; 27.06.	2
30	11.07; 25.07.	2
30	15.08; 29.08.	2
30	06.09; 13.09.	2
165	Разом	11

Джерело: сформовано автором

Таблиця 2.9

Фінансові результати від продажі туру «Подорож по Пустелі»

Показники	Сума, грн.
О	1036979
Чистий дохід від надання послуг	864149
Собівартість послуг	664730
Валовий прибуток	199419
Податок на прибуток (18%)	35895
Чистий прибуток	163524

Джерело: розраховано автором

Таблиця 2.10

Фінансові результати від продажі туру «Українське Мертве море»

Показники	Сума, грн.
Валовий дохід від надання послуг	1165747
Чистий дохід від надання послуг	971456
Собівартість послуг	747274
Валовий прибуток	224182
Податок на прибуток (18%)	40353
Чистий прибуток	183829

Джерело: розраховано автором

Таблиця 2.11

Фінансові результати від продажі туру «Ліси і гори Херсонщини»

Показники	Сума, грн.
Валовий дохід від надання послуг	1510595
Чистий дохід від надання послуг	1258829
Собівартість послуг	664730
Валовий прибуток	594099
Податок на прибуток (18%)	106938
Чистий прибуток	487161

Джерело: розраховано автором

Очевидно, що найбільш комерційно привабливим є тур «Ліси і гори Херсонщини», однак він також є й найдорожчим, тому слід визначити точку беззбитковості турів у натуральному виразі, тобто мінімальний обсяг групи, при якому витрати на тур будуть окупатися. Проведемо розрахунок для всіх трьох турів, розділивши витрати на тур на вартість одного ваучера з ПДВ, отримуємо 10 осіб (розрахункове значення 9,16) для окупності кожної групи туру «Подорож по Пустелі», 10 осіб (розрахункове значення 9,4) для туру «Українське Мертве море» та 10 (розрахункове значення 9,61) осіб для туру «Ліси і гори Херсонщини», тож показники окупності груп є однаковими. Однак слід звернути увагу на те, що тур «Ліси і гори Херсонщини» є найдорожчим серед трьох пропонованих, отже це може бути проблемою при реалізації і наборі групи туристів.

Таким чином, нами було сформовано три тури, прораховано фінансові результати від продажі турів. Також ми можемо стверджувати, що при реалізації даних турів ми можемо популяризувати зелений туризм на території Херсонщини.

Висновки до третього розділу

В результаті виконання третього розділу було встановлено, що формування туристичного продукту, а саме зеленого туру має такі етапи як:

1. Вибір пунктів маршруту, тобто місць чи об'єктів;
2. Ієрархізація даних місць чи об'єктів;
3. Обрання об'єктів чи місць показу, початку й закінчення туру.

Також в даному розділі було сформовано три тури по території Херсонської обл., було сформовано прогнозний план реалізації турів та розраховано фінансові результати від продажі туру.

Нами було визначено, що головними принципами реклами зеленого туру є правдивість цієї реклами, естетичність та достовірність. Неприпустимою за власним характером є реклама:

- Неправдива - реклама, із допомогою якої рекламодавець свідомо вводить у оману споживача реклами;
- Недостовірна - та, де подається інформація, яка не відповідають дійсності;
- Несетична - реклама, що ганьбить гідність, честь та ділову репутацію якоїсь фізичної або юридичної чи фізичної особи, державну символіку, об'єкти історії чи культури тощо.

Варто застосовувати рекламу ЗМІ. До яких відносяться журнали, газети, телебачення, радіо та Інтернет є головними провідниками рекламних звернень інформаційного характеру й разом поглинають майже шістдесят відсотків усіх коштів, які витрачаються на рекламу.

Через ЗМІ туристичні організації інформують потенційних клієнтів про власне існування та про можливості організації відпочинку, пізнавальних, екскурсійних та зелених турів.

Спеціалізованою друкованою продукцією є один з важливих засобів поширення реклами для туристичних підприємств.

РОЗДІЛ 4. АНАЛІЗ ФІНАНСОВОГО РЕЗУЛЬТАТУ ВПРОВАДЖЕННЯ І ОБГРУНТУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ

4.1 Обгрунтування ефективності розроблених пропозицій

Тур з зеленого туризму, як продукт ринку туристичних послуг, для людини завжди буде новим продуктом, проте із точки зору виробника тур є товаром, який знаходиться на деякому етапі життєвого циклу. Теорія життєвого циклу туристичного продукту допомагає у виборі маркетингової стратегії, під час розробки комплексу маркетингу.

Життєвий цикл розроблених в попередньому розділі турів встановлює ринкова стратегія: його функціонування на ринку туристичних послуг тим довше, чим у більшій мірі він відповідає потребам покупців, тобто чим більший прибуток надає цей продукт. Проте не лише отриманням максимально можливого за цих умов ринку України прибутку керуються виробники туристичних послуг.

Діяльність суб'єктів турринку України у нинішніх умовах глобалізації суспільного життя усе більшою мірою спирається на концепцію соціальноетичного маркетингу, сутність якого полягає у збалансованості економічних інтересів організацій, потреб покупців й довгочасних інтересів усього суспільства.

Життєвий цикл розроблених турів формується із 2 періодів: періоду розвитку і ринкового періоду. «Період розвитку включає етапи пошуку та відбору ідеї, розробку задуму продукту, розробку стратегії маркетингу та аналіз маркетингових можливостей, власне розробку туру та його пробне впровадження. Це період комерційного випробування та впровадження нового продукту. Слід зауважити, що специфіка турів така, що цей продукт сприймається покупцем практично завжди як новий з усіма нюансами, властивими послугам (невизначеність та мінливість якості, неможливість продемонструвати переваги та цінності даного продукту тощо)».

В сільському зеленому туризмі поряд з перспективами існують й деякі проблеми, без вирішення яких розвиток цього виду туризму у регіоні значно стримується. Існуючі проблеми можна розділити на такі види:

- Проблеми, що виникають на кожному конкретному підприємстві;
- Загальногалузеві проблеми певного регіону.

Основою проблем на туристичних підприємствах, насамперед, є відсутність інформації інколи, навіть, загальновідомої інформації в сільського населення місцевості й відсутність грошових коштів для розвитку бізнесу. Через відсутність інформації, деяких навичок та знань в галузі управління підприємством туристичної сфери, керівники агросадиб допускають помилки, на виправлення яких необхідні додаткові кошти, час й зусилля[29].

На дані проблеми звертає також увагу проект «Економічне відродження депресивних сільських громад шляхом самозайнятості в сфері народних промислів», що був розроблений інститутом місцевого розвитку Херсонщини. З метою активізації розвитку СЗТ у області пропонується виконання таких заходів:

- Створення механізму утворення, просування та сертифікації на ринок послуг «зеленого туристичного продукту» із власною торговою маркою, утвореного із застосуванням місцевих ресурсів й його практичне опробування на основі фермерських господарств, розташованих вздовж річок та ін. привабливих районах певної області;

- Пошуки налагодження контактів з фермерами, сільськими громадами та ін. категоріями сільського населення, що зацікавлені в утворенні відповідного туристичного продукту й його реалізації на ринку послуг;

- Об'єднання виробників відповідного туристичного продукту у одну громадську організацію, наприклад «Зелений туризм Херсонщини» та утворення під її егідою інформаційно-тренінгового центру, де виконуватиметься консультування й навчання зацікавлених осіб із основ організації СЗТ у сільських господарствах;

- Розробка соціальних й екологічних «правил поведінки» для виробників та споживачів «зеленого туристичного продукту»;
- Утворення комп'ютеризованої бази даних із інформацією ресурсного, організаційного, законодавчого, історико-краєзнавчого, спортивно-туристичного, методичного, рекламного характеру для виробників СЗТ продукту”;
- Формування й практичне упровадження типових методик проведення тренінгів для потенційних виробників СЗТ продукту у регіоні;
- Налагодження соціологічного моніторингу на рівні споживача та виробника СЗТ продукту для виявлення можливостей його утворення із одного боку, й з’ясування уподобань та потреб із ін.;
- Підготування методичних рекомендацій для потенційних виробників СЗТ продукту у області [30].

Проте, для того щоб перетворити потенційного споживача на реального споживача цього не досить. Функціонування сільських господарств в традиційних туристичних районах України, таких як Карпати, Крим, Причорномор’я та Приазов’я, ґрунтується на наявності головних туристичних ресурсів, таких як гори та море, що є визначальними при розробці анімаційних програм. Останнім часом усе частіше стали утворювати сільські садиби поблизу безлічі великих міст, де головними ресурсами виступають природні умови такі як водоймище, ліс та поле, що не є настільки аттрактивними, щоб забезпечити анімаційну програму.

Для того щоб споживач перетворився з потенційного у реального, необхідно його зацікавити, запропонувати такі послуги, що йому не нададуть в ін. виді туризму. Саме тому власникам сільські господарства варто постійно займатись розширенням портфеля анімаційних послуг на власних підприємствах[43, 47].

Анімаційні послуги у зеленому туризмі мають значний потенціал. В більшості сільських господарств для розважання туристів традиційно застосовують заходи, що можна згрупувати таким чином:

- 1) заходи, які основані на проживанні у сільській місцевості;
- 2) заходи, у основу яких покладені національні традиції;
- 3) екскурсії.

Друга група анімаційних послуг, досить часто, набирає форми театралізованих національних свят, що заздалегідь включаються у тур. В випадку, якщо у області сконцентровано значна кількість агроосель, то є можливість організації сумісних театралізованих ярмарків. Досить цікавими для мандрівників є й козацькі турніри. Театралізовані вистави можуть не тільки проводити та зустрічати мандрівників, а й супроводжувати їх протягом всього туру в вигляді перевдягнених офіціанток, покоївок та музик[30,31].

Деякою популярністю користуються анімаційні послуги, які засновані на особливостях проживання у сільській місцевості. Ініціативу розробки таких послуг, як правило, проявляють самі мандрівники, як наприклад; подоїти корову або взяти участь в приготуванні їжі. Найпоширенішими розвагами даної категорії є полювання,рибалка, збирання ягід й грибів також катання на конях тощо. Ця категорія є найменш витратною для організацій зеленого туризму, тож подібні послуги надають майже усі агрооселі.

Невід'ємною частиною будь-якого зеленого туру є екскурсії. Доречне розташування сільської садиби на шляху популярних туристичних маршрутів чи на незначній відстані від екскурсійних об'єктів. Це надає додаткові можливості для приваблення мандрівників до агрооселі.

Існує ще одна група анімаційних послуг, що наразі недостатньо розроблена підприємствами зеленого туризму. Це створення спортивних заходів. Спортивні фестивалі, змагання також школи спортивного туризму на базі підприємств зеленого туризму можуть привабити новий для цього виду туризму сектор споживачів це молодь [49].

Цікавим є досвід застосування при утворенні анімаційних програм елементів змагань велосипедного, пішохідного, лижного та водного туризму, особливо тих, які не вимагають спеціальної підготовки, як із боку

організаторів, так й учасників. Нескладні ділянки території перешкод, що відповідають рівню першого класу й включають чотири-п'ять етапів: купини, вертикальні перила, перехід через болото, маятник, навісна переправа та конкурс вузлів та ін.

Великий інтерес викликає використання спортивних елементів в так званих quest-програмах, коли застосування ланцюжка завдань й елементів приводить до кінцевої мети, такої як перемога чи приз. Ці програми успішно можуть використовуватись при організації господарями агросадиб анімаційних послуг на корпоративних вечірках бізнес-структур, особливо під час weekend-турів, а також в рамках team-building, що є новим для України засіб мотивації співробітників й подолання конфліктів в колективі, що дедалі стає популярнішим. Оскільки саме у змаганнях проявляється корпоративний командний дух, бажання пошуку нових методів менеджменту, маркетингу та бізнес-ідей[31].

Таким чином, можна стверджувати, що застосування анімаційних послуг при розробці конкурентної стратегії підприємства зеленого туризму може стати вагомим чинником розвитку зеленого туризму у нашій країні, зокрема й розвитком анімаційних спортивних послуг, у областях, які потребують збільшення аттрактивності для споживача. Важливо, що ці заходи не потребують значних витрат, хоч й бажано, щоб до їхньої організації узагалі і суддівства, насамперед, запрошувались професіонали. Додаткові витрати на оплату їхньої праці, як правило, підвищують загальну вартість зеленого туру тільки на два-п'ять відсотків.

За умови функціонування цих пропозицій підприємства можуть привернути увагу потенційних підприємців та мандрівників до зеленого туризму.

4.2 Заходи та інструменти просування продукту зеленого туризму Херсонщини

З метою проведення успішної рекламної кампанії історико-пізнавального туру необхідно диференціювати ринок споживачів туристичних послуг. Як потенційні споживачі реклами виділяються 3 груп населення та категорії партнерів:

- Відчувають необхідність в пізнавального-турі, шукають інформацію, тобто в даній групі вже утворена позитивна установка відносно пізнавального-туру із різних джерел;
- Особи, що знаходяться у стані байдужості чи невизначеності щодо пізнавального-туру;
- Відчувають необхідність, проте із деяких причин негативно ставляться до пізнавального-туру [22, 51].

Інтереси туристичної організації полягають у тому, щоб дані 3 категорії перетворити із потенційних споживачів в реальних. У першому випадку буде формувати думку тобто це стимулююча реклама, у другому необхідно просто проінформувати, тобто це підтримуюча реклама, у третьому випадку буде впливати із великою силою, щоб зламати існуючий стереотип, що представляє собою конверсійну рекламу. У будь-якому випадку реклама має активізувати споживача, викликати в нього реакцію в відповідь та спонукати споживача до дій[23]. Карта туристичних об'єктів Херсонщини наведена в Додатку К.

Самостійним видом спеціалізованої друкованої реклами є прайс-листи, у яких публікуються розцінки й ціни на туристичні послуги та товари[23].

Застосування товарної реклами збільшує престиж організації, дозволяє установити зворотний зв'язок: реклама фірми - реклама послуг - реклама фірми[18].

До інших каналів поширення реклами туру можна віднести:

- Побічну рекламу, що проводиться через надання допомоги різноманітним фондам, виділення іменних пенсій й стипендій;

- Рекламу у книжках й довідниках. Як правило, рекламодавець виступає спонсором видання цієї книжки або довідника чи частково або повністю фінансує це видання;

- Побічну рекламу через використання у рекламних зверненнях нагадувань про престижні організації, відомі особи, які якимось чином пов'язані із цією організацією [28].

Висновки до четвертого розділу

В результаті виконання четвертого розділу, було встановлено, що через ЗМІ туристичні організації інформують потенційних клієнтів про власне існування та про можливості організації відпочинку, пізнавальних, екскурсійних та зелених турів.

Спеціалізованою друкованою продукцією є один з важливих засобів поширення реклами для туристичних підприємств.

Організації-виробники туристичних послуг, тобто підприємства розміщення, туроператорські фірми та харчування, розваг видають самостійно чи із іншими аналогічними фірмами ілюстровані буклети, брошури, каталоги та листівки й інше, у яких образотворчим й текстовим способом рекламують наявні можливості обслуговування мандрівників. З метою підвищення привабливості зеленого туру застосовують високоякісні фотографії історичних пам'яток, ландшафтів й готелів і інших об'єктів туристичної уваги.

Самостійним видом спеціалізованої друкованої реклами є прайс-листи, у яких публікуються розцінки й ціни на туристичні послуги та товари[23].

ВИСНОВКИ

При виконанні дипломної роботи було досліджено зелений туризм, а також було визначено його головну проблему, а саме проблему «тінізації». Проблема «тінізації» СЗТ характерна для усіх областей нашої країни, оскільки ми маємо змогу спостерігати невідповідність офіційних статистичних даних тій інформації, що наведена на сайтах, що рекламують садиби СЗТ. Дану галузь діяльності варто виводити із тіні шляхом прийняття відповідної законодавчої бази. Хоча у безлічі держав світу зайняття СЗТ не вимагає реєстрації, на наш погляд, дану діяльність сільського населення необхідно статистично обліковувати.

Це допоможе налагодити ефективну співпрацю мешканців селищ із органами державної влади, збільшити якість туристичного продукту, спрямувати туристичні потоки у галузь зеленого туризму, організувати навчання для власників садиб, залучити інвестиції, а також підняти сферу на якісно новий рівень.

У нашій країні статистичний облік підприємницької діяльності в СЗТ виконується з 2012 р. За останні роки, що включені в дослідження, відбулося збільшення обсягу зелених господарств на шістдесят три відсотки у загальному по нашій країні у порівнянні із базовим періодом. Спостерігається збільшення також по обсягу розміщених людей на п'ятдесят шість відсотків, зростання місткості зелених господарств на двадцять відсотків, досить суттєво на кінець 2021 р. зросла загальна площа садиб – на вісімдесят чотири відсотки, у тому числі розмір житлової площі зросла в понад 2 рази. Найбільший обсяг в'їзних мандрівників припадає на громадян Польщі, Туреччини, США, Німеччини та Канади. Окрім того, бачимо пожвавлення попиту на внутрішньому туристичному ринку серед українських споживачів. Обсяг внутрішніх мандрівників за досліджуваний проміжок часу збільшилася на сорок відсотків, що у абсолютному значенні складає 130 815 людей.

До позитивних відносимо тенденцію зростання обсягу мандрівників, що скористалися послугами зеленого туризму. Їхній обсяг збільшився у порівнянні із базовим періодом на 40580 людей. Про зацікавленість зеленим туризмом з сторони споживачів свідчить той факт, що у динаміці продовжує збільшитися частка мандрівників зеленого туризму в внутрішньому туристичному потоці, яка на кінець 2019 р. збільшилася на п'ят з половиною відсотків й складала вісімнадцять відсотків.

В результаті виконання кваліфікаційної роботи можна зробити висновок, що для відродження депресивних сільських громад України шляхом самозайнятості у галузі народних промислів, вважаємо за можливе запропонувати наступне:

- Враховуючи, що у деяких областях України утворені відділення «Федерації сільського зеленого туризму», варто вважати саме її базовою громадською організацією із покладенням на неї функцій регулювання сфери зеленого туризму;

- Застосовувати можливості фахівців кафедр менеджменту, туризму й управління проектами, аграрного менеджменту, аграрних технологій, землевпорядкування, геоінформаційних систем з метою розробки геоінформаційного та науково-методичного забезпечення сільських господарств проведення занять із їхніми потенційними господарями;

- На базі управління туризму та культури утворити центр анімації у зеленому туризмі, метою якого буде навчання керівників сільських садиб, організація регіональних анімаційних заходів, таких як спортивні змагання, ярмарки та театралізовані святкування тощо, з залученням фахівців необхідного рівня, таких як актори та спортивні судді також відповідною організацією безпеки мандрівників.

Під час виконання цієї роботи було встановлено, що наявні великі розбіжності у оцінці туристичної діяльності нашої країни різними міжнародними організаціями, а саме у оцінці її туристичних потоків, у оцінці ємності ринку туристичних послуг також у оцінці окремих показників

розвитку. Дані неузгодженості можна пояснити різною методологічною базою.

Окрім того, сучасна статика нашої країни не виділяє сферу туризму у окрему сферу- туристична сфера відсутня в класифікації КВЕД, відсутній відповідний сателітний рахунок, що застосовується більшістю статистичних органів іноземних країн, тож статистичні дані відносно розвитку туризму часто містять такі суперечності й неточності.

В результаті виконання даної роботи було встановлено, що формування туристичного продукту, а саме зеленого туру має такі етапи як:

1. Вибір пунктів маршруту, тобто місць чи об'єктів;
2. Ієрархізація даних місць чи об'єктів;
3. Обрання об'єктів чи місць показу, початку й закінчення туру.

Також в роботі було сформовано три тури по території Херсонської області, було сформовано прогнозний план реалізації турів та розраховано фінансові результати від продажі туру. Скажіть тут саме про результати 3 та 4 розділу – які тури, яка вартість, які групи, які фінансові результати

«Аналіз ситуації в Україні показує, що туристичне господарство поступово розвивається, хоча не характеризується стабільним зростанням. Так, якщо в 1997 році нашу країну відвідало 337 000 іноземних туристів, то в 2003 році – 591 000, а в 2004 році – 436 000 іноземних туристів. Аналогічне коливання за роками кількості туристів характерне і для внутрішнього туризму. Одночасно, в нашій країні існують всі передумови для розвитку туризму: історичні, географічні, природні, економічні, соціально-демографічні. Відповідно, причинами нестабільності є ряд проблем, які сповільнюють розвиток туризму в Україні та гальмують розвиток туристичної індустрії».

Прогнозна оцінка показала, що у організації рекреації важливу роль відіграють водні ресурси. В Херсонській області налічується 19 малих річок із заплавами довжиною 745 км, 77 озер (найбільші Бехтерські, Геройські, Круглоозерські озера), одне Каховське водосховище, 22 лимани загальною

площею 10,34 тис. га, акваторії Чорного та Азовського морів загальною площею 470 тис. га. Середня густота річкової сітки становить 0,1 км/км². Основою водних ресурсів м. Херсона та багатьох районів області є р. Дніпро.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. 1. Артеменко О. І., Виклюк Я.І. Оцінка рекреаційної привабливості Карпацького регіону з використанням нечіткої логіки. Матеріали конференції «Информатика и компьютерные технологии 2010». Секция 8. Информационные системы и технологии. 360-365 с.
2. Атаманюк Я. Д. Соціально-економічні передумови розвитку рекреаційно-туристичної індустрії в Івано-Франківській області. *Географія та туризм*. 2013. Вип. 26. 122-131 с.
3. Бабкин А. В. Специальные виды туризма. URL: http://tourlib.net/books_tourism/babkin08.htm.
4. Бейдик О. О. Рекреаційно-туристські ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування. К.: ВПЦ «Київський Університет», 2014. 395 с.
5. Биркович В. І. Розвиток сільського туризму в депресивних регіонах України: економіко-правовий аспект. URL: <http://old.niss.gov.ua/Monitor/September 09/05.htm>.
6. Бейдик О. О. Рекреаційно-туристські ресурси України: Методологія та методики аналізу, термінологія, районування: Монографія. К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2001. 395 с.
7. Габа К. І. Сільський зелений туризм – перспективний вид туризму для реформування економіки України. *Інтелект XXI*. 2016. № 2. 88-94 с.
8. Гоцелюк А. Ю. Сільський зелений туризм – пріоритетний напрям диверсифікації економіки сільських територій Миколаївської області. *Економічні науки. Вісник Хмельницького національного університету*. 2014. № 2. Т. 2. 174-177 с.
9. Гуткевич С. О., Габа К.І., Корінько К.Д. Привабливість Українських Карпат: сільський зелений туризм. К.: НУХТ, 2016. 212 с.
10. Європейський досвід організації сільського зеленого туризму . URL: <http://www.br.com.ua/>.

11. Зарубіжний досвід розвитку сільського туризму. URL: [http://agroua.net/economics/documents/category 14/doc31](http://agroua.net/economics/documents/category%2014/doc31)
12. Зінько Ю. Екологічні аспекти рекреаційнотуристичної діяльності в Українських Карпатах. Екологічна ситуація в Карпатах: на початку XXI століття : сучасний стан і шляхи вирішення проблем: Матеріали міжнар. конф. Львів, 2013. 5664 с.
13. Іванова В. Г. «Сільський туризм» як категорія науки адміністративного права та законодавства України. *Право і суспільство*. 2010. № 3. 119-125 с.
14. Шимечко Г. І., Черевко Г.В. Агротуризм як напрям підприємництва: теорія і практика. Львів: ЛігаПрес, 2009. 121 с.
15. Ісаєнко В. К., Ніколаєв К.Д., Бабікова К.О. Стратегія сталого розвитку (туристична галузь): навчальний посібник. К.: НПУ імені К. П. Драгоманова, 2013. 300 с.
16. Кафарський О. В. Договірні відносини в сільському туризмі. *Університетські наукові записки*. 2010. № 1(33). 40-46 с.
17. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні: навчальний посібник. Чернівці: Книги–XXI, 2003. 300 с.
18. Кожухівська Р. Б. Туризм в Україні: стан, фактори та перспектива розвитку. Всеукраїнський наукововиробничий журнал. «Інноваційна економіка». Серія «Стратегія інноваційного розвитку економіки». 2012. Вип. 3 (29). 43-50 с.
19. Корж Н. В., Басюк Д.І. Управління туристичними дестинаціями: підручник. Вінниця : «ПП»ТД Едельвейс і К», 2017. 322 с.
20. Крисанов Д. Ф., Удова Л.О. Сільський туризм: здобутки, перешкоди, перспективи. *Агросвіт*. 2009. № 17. 4 14 с.
21. Кудла Н. Є. Сільський туризм. Основи підприємництва та гостинності. К. : ЦУЛ, 2015. 152 с.
22. Кузик С. П., Олесевич Д.Л. Австрійський досвід формування регіональної політики розвитку туризму. Регіональна політика України:

наукові основи, методи, механізми. Збірник наукових праць. За матеріалами доповідей міжнародної науковопрактичної конференції, К.Львів, 21-23 травня 1998 р. В трьох частинах. Львів: НАН України Інститут регіональних досліджень, 1998. 47-50 с.

23. Кузик С. П. Географія туризму : навч. посіб. К.: Знання, 2011. 271 с.

24. Лужанська Т. Ю., Махлинець С.С., Тебляшкіна Л.І. Сільський туризм: історія, сьогодення та перспективи: навч.посіб. К.: Кондор,2008.232 с.

25. Масляк П.О. Рекреаційна географія: навч. посіб.К: Знання, 2008.77 с.

26. Мацола В. І. Рекреаційнотуристський комплекс України: Монографія / В.І. Мацола. – Львів: ІРД НАН України, 1997. 259 с.

27. Нездоймінов С. Г. Туризм як фактор регіонального розвитку:методологічний аспект та практичний досвід: монографія. Одеса: Астропринт, 2009. 304 с.

28. Николаенко Т. В., Николаенко Д.В. История и региональные особенности мирового туризма. Харьков, 1998. 268 с.

29. Олесневич Д. Л., Кузик С.П. Регіональна організація туризму у Великобританії. Регіональна політика України: наукові основи, методи, механізми. Збірник наукових праць. За матеріалами доповідей міжнародної науковопрактичної конференції, К. Львів, 21-23 травня 1998 р. Львів: НАН України Інститут регіональних досліджень 1998. 50-54 с.

30. Офіційний сайт Спільки сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні . URL: <http://www.greentour.com.ua>

31. Оцінка туристичнорекреаційного потенціалу регіону : монографія / за заг. ред. В. Г. Герасименко. Одеса : ОНЕУ, 2016. 262 с.

32. Паньків Н. Є. Перспективи використання туристичнорекреаційних ресурсів для розвитку зеленого (сільського) та екологічного туризму в ІваноФранківській області. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2020. № 30 (5). 59-65 с.

33. Папирян Г. А. Международные экономические отношения: маркетинг в туризме. К.: Финансы и статистика, 2001. 160 с.

34. Папп В. В. Сільський зелений туризм як пріоритетний напрям розвитку сільських територій України. *Агросвіт*. 2015. № 18. 17-22 с.
35. Петранівський В. Л., Рутинський К. Й. Туристичне краєзнавство: навчальний посібник / За ред. Ф. Д. Заставного. К.: Знання, 2006. 575 с.
36. Побігун О. В. Розвиток сільського зеленого туризму як стимул для сталого екологічного розвитку ІваноФранківської області. *Екологічна безпека та збалансоване ресурсокористування*. 2017. № 2. 173-177 с.
37. Полонина Перці ІваноФранківська область, Карпати . URL: <https://etnosvit.com/uk/polonynapertsii/>.
38. Про внесення змін до Закону України «Про туризм» : Закон України від 18.11.2003 р. № 1282IV . URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/128215>.
39. Про затвердження переліку водних об'єктів, що відносяться до категорії лікувальних : Постанова Кабінету Міністрів України № 1499 від 11 грудня 1996 р. . URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/149996%D0%BF>.
40. Про курорти: Закон України від 05.10.2000 р. № 2026III . URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/202614http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/324/95%D0%B2%D1%80>.
41. Про оздоровлення та відпочинок дітей: Закон України від 04.09.2008 р. № 375VI . URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/37517>.
42. Про особисте селянське господарство: Закон України: №742IV від 15 травня 2003 р. / Відомості Верховної Ради України. 2003. № 29. С. 232.
43. Про природнозаповідний фонд України: Закон України від 16.06.1992 р. № 246512 . URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/245612>.
44. Про сільський зелений туризм: Закон України / Проект Закону України від 12.04.2007 р. № 3467 . URL: http://gska2.rada.gov.ua/pls/zweb_n/webproc4_1?id=&pf3511=30022
45. Про стандартизацію: Закон України №1315VII від 05.06.2014 р. . URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/131518>.
46. Про туризм: Закон України від 15.09.1995 р. № 324/95BP . URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/324/95%D0%B2%D1%80>.

47. Програма добровільної категоризації у сфері сільського зеленого туризму «Українська гостинна садиба». URL: <http://www.greentour.com.ua/Ukrainian/category/low>.

48. Роглев Х. Й. Сільський туризм – перспективний напрямок розвитку туристської індустрії України. Туризм: теорія та практика. 2005. № 1. С. 33-44.

49. Рутинський К. Й. ІваноФранківщина: територіальна організація туристичного комплексу та структура сучасного турпродукту регіону. *Наукові записки Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського. Серія: Географія*. Вінниця, 2004. Вип.7. 177–184 с.

50. Рутинський К. Й., Зінько Ю.В. Сільський туризм : навч. посіб. К.: Знання, 2006. 262с.

51. Рутинський К. Й., Стецюк О.В. Туристичний комплекс Карпатського регіону України : навч. посіб. Чернівці: Книги – XXI, 2008. 130с.

52. Світовий досвід організації сільського туризму: методичний посібник / ред. К. Осипова. Одеса: Центр розвитку та правової підтримки села, 2009. 56 с.

53. Сільський зелений туризм . URL: <http://uzhgorod.net.ua/news>

54. Скляр Г. П., Карпенко Н.К. Рекреаційнотуристична привабливість регіону: екологічний та інвестиційний аспекти. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія економічні науки*. № 2 (53). 2012. 23-28 с.

55. Слепокуров А. С. Геоэкологические и инновационные аспекты развития туризма в Крыму / А. С. Слепокуров. – Симферополь: СОНАТ, 2000. 100 с.

56. Станкевич-Волосянчук О. І. Сільський туризм : метод. посіб. / О. І. Станкевич-Волосянчук. – Ужгород, 2009. 222 с.

57. Стефанишин Л. С. Визначення напрямів розвитку сільських територій ІваноФранківської області як об'єкту дестинації сільського зеленого туризму. *Вісник ОНУ імені І. І. Мечникова*. 2016. Т. 21. Вип 10 (52). 7983 с.

58. Стецюк О. Суспільногеографічний аналіз розвитку сільського зеленого туризму в ІваноФранківській області. *Вісник Львівського університету. Серія : Міжнародні відносини*. 2012. Вип. 29 (1). 203-212 с.

59. Столярчук П., Домінюк В. Аналіз європейського досвіду організації сільського зеленого туризму та його категоризації. Вимірювальна техніка та метрологія. 2010. № 71. 175-184 с.

60. Стратегія розвитку ІваноФранківської області на 2021-2027 роки . URL: <https://cutt.ly/GUK5Sod>.

61. Хільчевський В.К., Гребінь В.В. Водні об'єкти України та рекреаційне оцінювання якості води. К.: ДІА, 2022. 240 с.



Рисунок - Озеро Сиваш



Рисунок - Станіславські гори



Рисунок - Козацьке джерело



Рисунок - Олешківські піски



Рисунок - Олешківський ліс

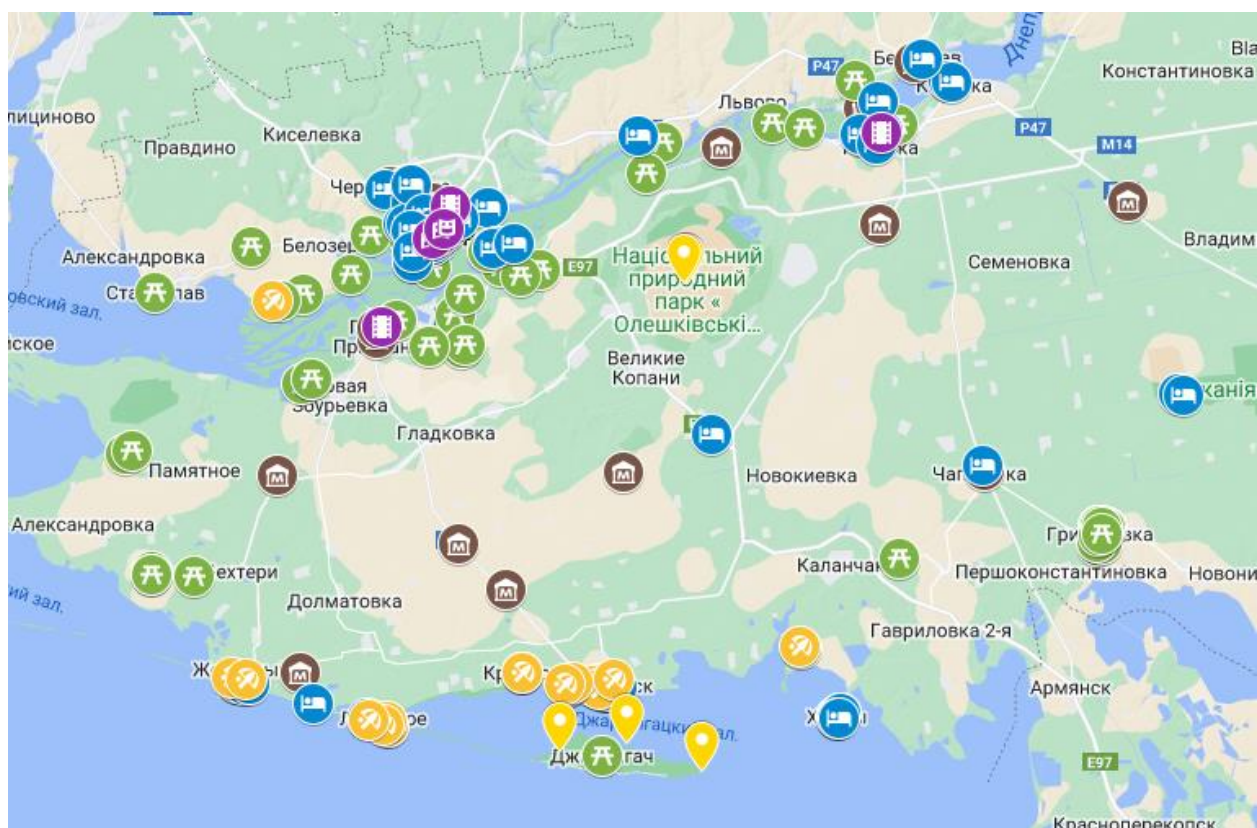


Рисунок - Туристична карта херсонщини