

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

_____ Віта ЦИРУЛЬНІКОВА

(підпис)

(ім'я та прізвище)

«__» _____ 2024 р.

«До захисту допущено»

Завідувач кафедри

_____ Ірина МЕЛЬНИК

(підпис)

(ім'я та прізвище)

«__» _____ 2024 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
НА ЗДОБУТТЯ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ МАГІСТРА

зі спеціальності _____ 242 «Туризм і рекреація»

(код та назва спеціальності)

освітньо-професійної програми _____ «Туризм і рекреація»

на тему: «Формування інноваційних продуктів на основі рекреаційно-туристичного потенціалу Західного регіону України (Карпатського-Подільського району)»

Виконала: здобувачка 2 курсу, групи ТУ-2-5М

_____ Вогулкіна Дар'я Вікторівна

(прізвище, ім'я, по батькові повністю)

(підпис)

Керівник

_____ Мельник Ірина Леонідівна

(прізвище, ім'я та по батькові повністю)

(підпис)

Рецензент

_____ Наталія ПОГУДА

(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 – 2024 р.

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Інститут (факультет) готельно-ресторанного та туристичного бізнесу імені проф. В.Ф. Доценка

Кафедра туристичного та готельного бізнесу

освітній ступінь магістр

Спеціальність 242 «Туризм і рекреація»

(код і назва)

Освітньо-професійна програма «Туризм і рекреація»

(назва)

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри туристичного та готельного бізнесу

Ірина МЕЛЬНИК

“ ” _____ 2024 року

З А В Д А Н Н Я

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧА

Вогулкіної Дар’ї Вікторівни

(прізвище, ім’я, по батькові)

1. Тема роботи «Формування інноваційних продуктів на основі рекреаційно-туристичного потенціалу Західного регіону України (Карпатського-Подільського району)»

керівник роботи доцент, кандидат економічних наук Мельник Ірина Леонідівна

(прізвище, ім’я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом закладу вищої освіти від “21”жовтня 2024 року № 906-КС

2. Строк подання здобувачем роботи 13 грудня 2024 р.

3. Вихідні дані до роботи загальні, фінансові, статистичні дані, закони та нормативні акти, наукова, навчальна та фахова література

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

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИКОРИСТАННЯ РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТЕРИТОРІЇ У ФОРМУВАННІ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОДУКТІВ

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РОЗВИТКУ РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ЗАХІДНОГО РЕГІОНУ УКРАЇНИ (КАРПАТСЬКОГО-ПОДІЛЬСЬКОГО РАЙОНУ)

РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ІННОВАЦІЙНИХ ТУРИСТИЧНИХ ПРОДУКТІВ ДЛЯ РОЗВИТКУ РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ЗАХІДНОГО РЕГІОНУ УКРАЇНИ (КАРПАТСЬКОГО-ПОДІЛЬСЬКОГО РАЙОНУ)

РОЗДІЛ 4. ЕКОНОМІЧНЕ ЗНАЧЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНИХ ТУРИСТИЧНИХ ПРОДУКТІВ ДЛЯ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ У ЗАХІДНОМУ РЕГІОНІ УКРАЇНИ (КАРПАТСЬКОГО-ПОДІЛЬСЬКОМУ РАЙОНІ)

5. Перелік графічного матеріалу

рисунків -36 таблиць - 17 додатків- 5

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
I	Зав.кафедри, доц. Мельник І.Л.		
II	Зав.кафедри, доц. Мельник І.Л.		
III	Зав.кафедри, доц. Мельник І.Л.		
IV	Зав.кафедри, доц. Мельник І.Л.		

7. Дата видачі завдання 01.10.2024 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ 3 №	Назва етапів виконання кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Вибір і затвердження теми роботи	01.10.24 - 03.10.24	
2	Оформлення і затвердження завдання на роботу	03.10.24 - 07.10.24	
3	ВСТУП РОЗДІЛ 1	07.10.24 - 20.10.24	
4	РОЗДІЛ 2	20.10.24 - 05.11.24	
5	РОЗДІЛ 3	05.11.24 - 15.11.24	
6	РОЗДІЛ 4	15.11.24 - 25.11.24	
7	Висновки та пропозиції. Список використаних джерел. Додатки	25.11.24 - 27.11.24	
8	Оформлення роботи за структурою, представлення кваліфікаційної роботи на кафедрі та попередній захист у комісії	27.11.24 - 30.11.24	
9	Доопрацювання, оформлення, друкування, підготовка матеріалів до захисту	30.11.24 - 13.12.24	
10	Представлення готової зшитої кваліфікаційної роботи на кафедрі	13.12.24	
11	Захист кваліфікаційної роботи в екзаменаційній комісії	16.12.24	

Здобувач _____
(підпис)

Вогулкіна Д. В.
(прізвище та ініціали)

Керівник роботи _____
(підпис)

Мельник І.Л.
(прізвище та ініціали)

РЕЗЮМЕ

Кваліфікаційна робота складається з 103 сторінок. Кількість розділів - 4, рисунків - 36, таблиць - 17, додатків - 5.

Об'єктом дослідження є рекреаційно-туристичний потенціал Західного регіону України.

Предметом кваліфікаційної роботи виступають особливості формування інноваційних продуктів на основі рекреаційно-туристичного потенціалу регіону.

Мета кваліфікаційної роботи полягає в розробці та обґрунтуванні підходів до формування інноваційних туристичних продуктів у Західному регіоні України на основі його рекреаційно-туристичного потенціалу.

У I розділі роботи досліджено теоретико-методичні аспекти розвитку рекреаційно-туристичного потенціалу території та поняття формування інноваційних туристичних продуктів. Розкрито сутність та особливості формування туристичного продукту з акцентом на інноваційність у сучасних умовах.

У II розділі роботи визначена роль інновацій у розвитку рекреаційно-туристичного потенціалу території, проведено аналіз розвитку рекреаційно-туристичного потенціалу Західного регіону України (Карпатсько-Подільського району). Проведено оцінку туристично-рекреаційного потенціалу регіону з точки зору перспектив його розвитку та можливостей для створення нових туристичних продуктів.

У III розділі роботи обґрунтовано методику дослідження ефективності розвитку регіону на основі реалізації інноваційних туристичних продуктів.

У IV розділі розділі проведена оцінка ефективності реалізації запропонованих інноваційних проєктів.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: інновації, інноваційний туристичний продукт, рекреаційно-туристичний потенціал, Західний регіон України.

ЗМІСТ

ВСТУП	8
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИКОРИСТАННЯ РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТЕРИТОРІЇ У ФОРМУВАННІ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОДУКТІВ	12
1.1. Рекреаційно-туристичний потенціал території як основа туристичного продукту	12
1.2. Сутність та особливості формування туристичного продукту	20
1.3. Зміст та значення інновацій у розвитку рекреаційно-туристичного потенціалу території	33
Висновки до розділу 1	39
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РОЗВИТКУ РЕКРЕАЦІЙНО- ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ЗАХІДНОГО РЕГІОНУ УКРАЇНИ (КАРПАТСЬКОГО-ПОДІЛЬСЬКОГО РАЙОНУ)	41
2.1. Оцінка туристично-рекреаційного потенціалу регіону	41
2.2. Аналіз стану розвитку туристичної інфраструктури регіону	50
2.3. Проблеми розвитку рекреаційно-туристичного потенціалу регіону	58
Висновки до розділу 2	66
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ІННОВАЦІЙНИХ ТУРИСТИЧНИХ ПРОДУКТІВ ДЛЯ РОЗВИТКУ РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ЗАХІДНОГО РЕГІОНУ УКРАЇНИ (КАРПАТСЬКОГО-ПОДІЛЬСЬКОГО РАЙОНУ)	68
3.1. Характеристика плану інноваційного проєкту для підвищення туристичного потенціалу регіону за рахунок внутрішніх туристів	68
3.2. Формування туристичного продукту для туристів з Польщі	77
Висновки до розділу 3	80
РОЗДІЛ 4. ЕКОНОМІЧНЕ ЗНАЧЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНИХ ТУРИСТИЧНИХ ПРОДУКТІВ ДЛЯ РОЗВИТКУ	82

**ТУРИЗМУ У ЗАХІДНОМУ РЕГІОНІ УКРАЇНИ
(КАРПАТСЬКОГО-ПОДІЛЬСЬКОМУ РАЙОНІ)**

4.1. Економічна ефективність організації релігійного туру для 82
українських військових

4.2. Економічна ефективність організації еногастрономічного туру для 93
туристів з Польщі

Висновки до розділу 4 99

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ 101

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ 105

ДОДАТКИ

ВСТУП

Актуальність теми. В умовах глобалізації та зростаючої конкуренції на туристичному ринку, успішне використання рекреаційних ресурсів вимагає нових підходів та інноваційних рішень.

Україна володіє унікальними природними ресурсами, різноманітними ландшафтами та багатою культурною спадщиною, що створює значний потенціал для розвитку туристичної галузі. Але у зв'язку з сучасними викликами, спричиненими пандемією в минулому, а зараз військовими діями на території України, туристична галузь зіткнулася з новими труднощами. Зокрема, говорячи про виїзний туризм, туроператори і турагенти змушені адаптуватися до нових реалій, зосереджуючи свою діяльність на автобусних перевезеннях з України та організації авіаперельотів із сусідніх країн. Попри ці складнощі, стратегічно важливим кроком є залучення різноманітних груп туристів, що може сприяти зростанню внутрішнього ринку та міжнародного партнерства. Такий підхід вимагає інноваційних рішень для підвищення конкурентоспроможності туристичних підприємств на глобальному ринку.

Інновації в туристичному секторі відіграють важливу роль у збереженні конкурентоспроможності в умовах глобальних змін. Це особливо важливо для внутрішнього туризму, який має значний потенціал для розвитку в Україні, але потребує сучасних інноваційних підходів для повної реалізації свого потенціалу. Ключовим інноваційним напрямком є створення унікальних туристичних продуктів, які можуть диференціювати українську туристичну пропозицію на міжнародному ринку. Така унікальність може бути заснована на використанні природних ресурсів, історичної та культурної спадщини, а також на впровадженні екологічних і сталих підходів до туризму.

Актуальність дослідження рекреаційно-туристичного потенціалу України та її регіонів в умовах воєнного часу пов'язана з потребою стабілізації соціально-економічної ситуації, особливо в тих регіонах, які можуть стати привабливими для внутрішнього туризму. Це дозволить сприяти економічному розвитку цих

територій, підтримати місцевий бізнес, зокрема готельну, ресторанну та транспортну інфраструктуру, а також створити нові робочі місця. Крім того, важливо підвищити рівень безпеки та адаптувати туристичні маршрути до реалій воєнного часу, забезпечуючи комфорт і безпеку відвідувачів.

У перспективі, після завершення активної фази військових дій, туризм стане важливим елементом у процесі відбудови України, допомагаючи відновити економічну стабільність та залучити нові інвестиції. Але для цього вже сьогодні потрібно закласти основу для майбутнього розвитку галузі через ретельне планування, створення інноваційних продуктів та покращення умов для розвитку туристичного сектору.

Мета кваліфікаційної роботи полягає в розробці та обґрунтуванні підходів до формування інноваційних туристичних продуктів у Західному регіоні України на основі його рекреаційно-туристичного потенціалу.

Для досягнення зазначеної мети потрібно виконати наступні **завдання**:

- 1) дослідити теоретичні основи використання рекреаційно-туристичного потенціалу території у формування інноваційних туристичних продуктів;
- 2) визначити значення та роль інновацій у розвитку рекреаційно-туристичного потенціалу території;
- 3) розкрити сутність та особливості формування туристичного продукту з акцентом на інноваційність у сучасних умовах;
- 4) проаналізувати рекреаційно-туристичний потенціал Західного регіону України;
- 5) оцінити туристично-рекреаційний потенціал Західного регіону з точки зору перспектив його розвитку та можливостей для створення нових туристичних продуктів;
- 6) дослідити економічні аспекти впровадження інноваційних проєктів у туристичну сферу Західного регіону;
- 7) розробити інноваційні туристичні продукти для розвитку рекреаційно-туристичного потенціалу регіону;

8) проаналізувати соціально-економічне значення розвитку рекреаційно-туристичного потенціалу Західного регіону для місцевої економіки та суспільства.

Об'єктом кваліфікаційної роботи є рекреаційно-туристичний потенціал Західного регіону України.

Предметом кваліфікаційної роботи виступають особливості формування інноваційних продуктів на основі рекреаційно-туристичного потенціалу регіону.

Методи дослідження. У процесі підготовки кваліфікаційної роботи застосовувалися такі методи дослідження: аналіз, порівняння, метод бальної оцінки, статистичний метод, системний і комплексний підходи, індукція, дедукція, узагальнення, метод прогнозування, а також математичні та економічні методи.

Інформаційною базою при написанні кваліфікаційної роботи виступили підручники, посібники, монографії, статті, результати опитувань, статистичні дані Державної служби статистики України та ресурси мережі Інтернет, присвячені вивченню питання розвитку рекреаційно-туристичного потенціалу регіону та країни, його ролі у формуванні туристичних продуктів, зокрема інноваційних.

Практичне значення дослідження полягає в можливості застосування розроблених у роботі пропозицій у практичній діяльності туристичних підприємств, зокрема у впровадженні запропонованих турів.

Апробація результатів кваліфікаційної роботи. Основні результати досліджень кваліфікаційної роботи були викладені у публікаціях автора. Тези доповіді «Диверсифікація напрямків туризму як частина формування іміджу регіону України»; II Міжнародна науково-практична конференція «Маркетингові та організаційні механізми повоєнного розвитку галузі гостинності та туризму України» м. Харків, 26-27 листопада 2024 року (Додаток Б). Наукова стаття у співавторстві з керівником на тему «Практики сталого розвитку туризму у регіональному вимірі»; журнал Економіка і регіон.

Структура кваліфікаційної роботи. Робота складається із вступу, чотирьох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків. Основна частина роботи становить 104 сторінки. Список використаних джерел становить 53 джерела та розміщений на 5 сторінках.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИКОРИСТАННЯ РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТЕРИТОРІЇ У ФОРМУВАННІ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОДУКТІВ

1.1. Рекреаційно-туристичний потенціал території як основа туристичного продукту

Рекреація і туризм є важливими факторами, що впливають на економічний та соціальний розвиток регіонів. Потенціал території для розвитку цих сфер значною мірою залежить від рекреаційно-туристичних ресурсів, зокрема, природних та культурних, а також інфраструктури. Закон України «Про туризм» [2] визначає принципи ефективного використання туристичних ресурсів та регулює відносини, що стосуються організації та проведення туристичної діяльності в Україні..

За Гаврилишином І. П. «під туристичними ресурсами розуміють сукупність природних та штучно створених людиною об'єктів, що мають комфортні властивості та придатні для створення туристичного продукту» [12]. Туристичні ресурси можна розділити на дві великі групи:

1. «Природні рекреаційні ресурси - це природні елементи, які приваблюють туристів до місця призначення. Ці ресурси включають геоморфологічну, кліматичну, гідрографічну, біогеографічну та охоронювану природну спадщину.

2. Антропогенні ресурси - це штучні елементи, які приваблюють туристів до місця призначення. Ці ресурси включають культурні активи, етносоціальні ресурси, мистецькі ресурси та навколишні ресурси.

Очевидно, що туристичні ресурси є природними та антропогенними елементами, які приваблюють туристів до місця призначення. Ці ресурси мають вирішальне значення в туристичній індустрії, оскільки вони допомагають створити унікальний досвід для туристів і сприяють економічному зростанню

напрямку. Досліджуючи та розвиваючи ці ресурси, напрямки можуть залучити більше туристів та стимулювати їхню економіку» [21].

Рекреаційна територія — це земельна ділянка з чітко визначеними межами, призначена для відпочинку, оздоровлення, організації туристичних заходів та екскурсій. За способом використання такі території поділяються на дві категорії. Перша включає території для короткострокового відпочинку, такі як зелені зони в містах, лісопарки, водойми (озера, ставки, річки). Друга категорія охоплює місця для тривалого перебування, наприклад, санаторно-лікувальні комплекси, приморські та гірські зони, туристичні бази.

Попит на туристичні послуги залежить від здатності території забезпечити комфортний відпочинок, враховуючи її рекреаційну місткість, тобто максимальне допустиме навантаження, яке не призводить до деградації природного або культурного середовища. На це впливають рівень антропогенного навантаження, сезонність і додаткові фактори [18].

Особливістю рекреаційно-туристичних ресурсів є їх здатність спонукати людей долати певні відстані. Довжина подорожі залежить від цінності ресурсів, якості інфраструктури, як туристичної, так і загальної, а також іміджу дестинації.

Кузик С.П. вважає, що «рекреаційна функція туризму, пов'язана з оздоровленням людини, повинна бути пріоритетною, причому оздоровлення диференціюють на лікування та профілактику здоров'я. З останнім узгоджується більшість сучасних видів туризму. Отже, туризм варто розуміти як діяльність, що здійснюється за вільним вибором людини з метою відновлення фізичних і духовних сил та розвитку інтелектуальних здібностей» [22].

Масляк П.О. акцентує увагу на різноманітних факторах, які формують людські потреби. Зокрема, йдеться про психологічні налаштування, що змінюються під впливом часу, історичних обставин та вікових особливостей. Відповідно, люди класифікуються на різні групи залежно від їхніх психофізичних характеристик та ставлення до відпочинку. [22].

Міркуючи про мотиви туристів, Заставний Ф.Д. говорить, що «специфічні інтереси різних туристичних груп дають підстави для виділення чотирьох категорій туристичних мотивів (спонукання до подорожей):

1. Природні та кліматичні мотиви. Рельєф місцевості, рослинність, температура повітря тощо надзвичайно привабливі для туриста, відіграють суттєву роль у створенні таких форм туризму, як спортивний, водний, гірськолижний, пляжний тощо.

2. Культурно-екологічні мотиви. Спілкування з природою розглядається як невід'ємний атрибут (потреба) особистісного розвитку людини.

3. Рекреаційно-психологічні мотиви. Відображають біологічні й психологічні потреби населення міст, міських агломерацій у зміні середовища свого повсякденного перебування.

4. Економічні мотиви. Проаналізувавши рівень розвитку туризму, можна помітити, що чим вищий рівень добробуту і культури суспільства, тим більше його членів у використанні свого вільного часу надають перевагу туризму й пізнавальному краєзнавству» [20].

На мотивацію до подорожей безумовно впливають властивості природних та природно-антропогенних об'єктів, такі як:

- лікувально-оздоровча значущість,
- історична, духовна та художня цінність,
- унікальність і оригінальність,
- естетична привабливість,
- багаторазовість використання,
- універсальність,
- масовість,
- доступність,
- інформативність.

Основна різниця між термінами «ресурси» та «потенціал» полягає в тому, що ресурси існують поза залежністю від суб'єктів економічної діяльності, тоді як потенціал є тісно пов'язаним з ними. Потенціал, крім матеріальних і

нематеріальних засобів, включає також здатність суспільства ефективно використовувати наявні ресурси та кошти. [22].

За Масляк О.П. рекреаційний потенціал розглядається як «сукупність наявних природних, соціально-економічних і культурно-історичних передумов певної території в організації рекреаційно-туристичної діяльності. Таким чином, будь-яка територія чи країна постійно знаходиться у більшій або меншій невідповідності між наявним рекреаційним потенціалом і рівнем, характером та ефективністю його використання» [22].

Сич В. А. визначає рекреаційно туристичний потенціал через «здатність території прийняти певну (граничну) кількість туристів (рекреантів), при якій не відбувається порушення стану природної та екологічної рівноваги» [19].

Горин В. Г. висвітлює рекреаційно-туристичний потенціал як «сукупність як безпосередньо рекреаційно-туристичних ресурсів, так і всіх наявних ресурсів (природно-ресурсні, виробничі, трудові, фінансово-інвестиційні, технологічні, інформаційні та екологічні) і можливостей відповідного регіону, які можуть використовуватись або використовуються в цілях виконання фізіологічного існування людини (відпочинок, оздоровлення та туризм), забезпечення діяльності суб'єктів рекреаційно-туристичної сфери економіки, досягнення стійкості регіонального розвитку» [18].

Ресурсний потенціал туристично-рекреаційної сфери Зарічняк А.П. розглядає з різних сторін (рис.1.1) та, за результатами власних досліджень, «надає економічне, соціальне та екологічне обґрунтування розвитку дефініції «туристично-рекреаційний потенціал» та додатково підкреслює його вплив на соціальну відповідальність як туристів так і установ, які беруть участь в даному процесі. Таким чином, туристично-рекреаційний потенціал – це сукупність природних, культурних, історичних, соціально-економічних та інших ресурсів, які можуть бути використані для регіонального розвитку та залучення туристів з дотриманням умов сталого розвитку» [19].



Рис.1.1. Ресурсний потенціал туристично-рекреаційної сфери [19]

Рекреаційно-туристичний потенціал території є комплексом природних, культурно-історичних ресурсів, а також розвиненої господарської і комунікаційної інфраструктури, іміджу регіону, які можуть сприяти розвитку різних видів туризму.

Потенціал регіону визначається факторами, що формують сприятливі умови для створення туристичного продукту, що відображає привабливість даної місцевості. (рис. 1.2).

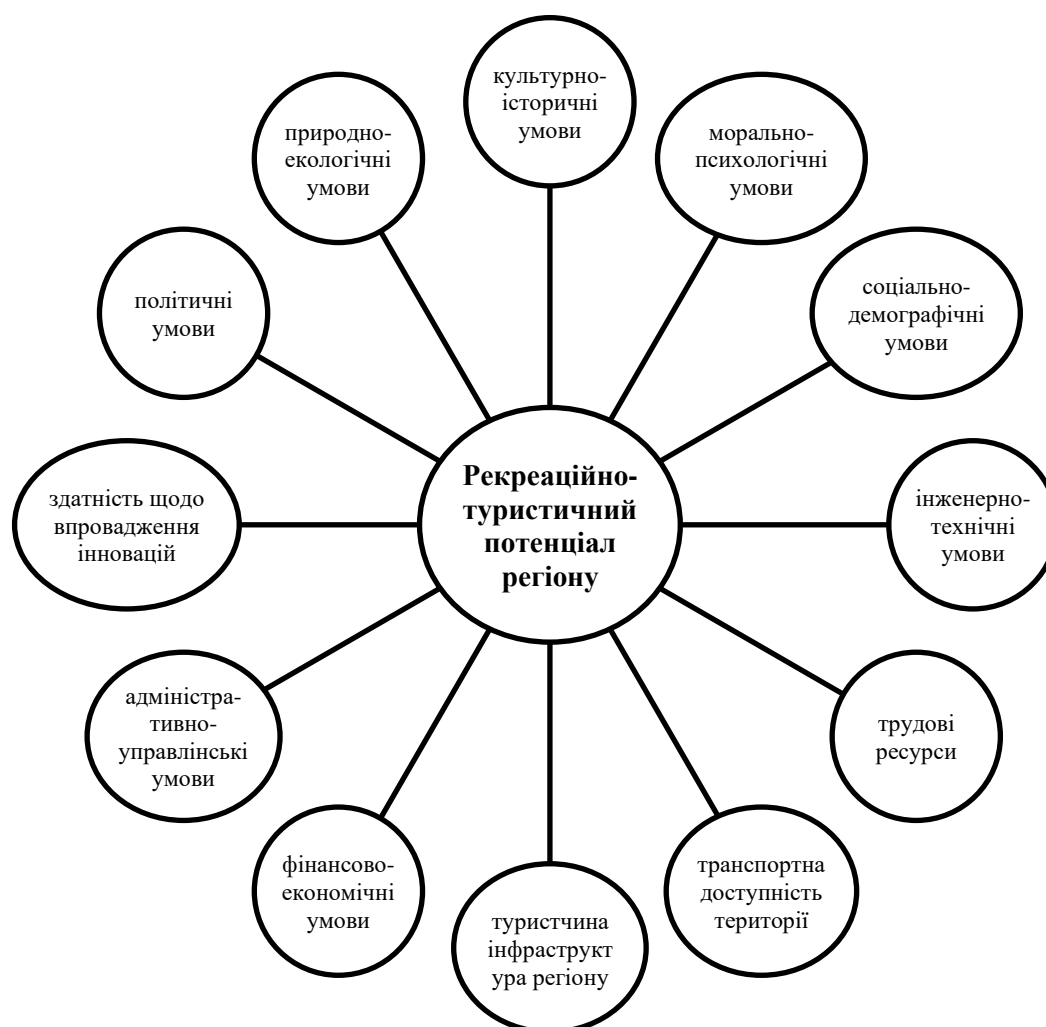


Рис. 1.2. Складові рекреаційно-туристичного потенціалу регіону

Дослідження туристичної літератури Липчук В.В. та Липчук Н.В. підтверджує, що «туристично-рекреаційний потенціал розглядається переважно в просторову аспекті (конкретної території чи туристичної дестинації), натомість важливою є його оцінка з точки зору конкретного надавача туристичних послуг (наприклад, агрооселі, агросадиби, фермерського господарства). Адже саме вони формують рекреаційні можливості та способи задоволення відповідних потреб рекреантів» [24]. Бачимо, що первинним науковці вважають оцінку рекреаційно-туристичного потенціалу через базові ресурси необхідні для формування конкретного виду туристичного продукту.

Для агротуризму ядром туристичного продукту будуть агрооселі та фермерські господарства; гастрономічний туризм, окрім перерахованих вище об'єктів, базується на послугах закладів харчування, виноробень, музеїв їжі;

культуно-пізнавальний туризм – об'єктах історико-культурної спадщини, в тому числі монастирях, музеях тощо.

Забезпечення умов для відпочинку та оздоровлення досягається завдяки ресурсам рекреаційної системи, яка складається з таких компонентів:

- природні та культурні комплекси, що включають в себе рекреаційні ресурси та умови, і служать основою для розвитку всієї системи.

- технічні системи, необхідні для забезпечення комфортного перебування відпочиваючих та персоналу. Рівень розвитку інфраструктури рекреаційних територій варіюється, охоплюючи як великі курортні міста, так і природні зони з мінімальними змінами.

- обслуговуючий персонал, основне завдання якого — надавати високоякісні та професійні послуги відпочивальникам.

- органи управління, що відповідають за забезпечення гармонійної взаємодії всіх частин системи та контроль їх ефективності.

- рекреанти (групи відпочиваючих) — основний елемент системи, вимоги яких визначають особливості інших складових, з урахуванням соціальних, вікових, національних, професійних та релігійних характеристик. Рекреанти є як суб'єктами, так і об'єктами рекреаційної діяльності, що вимагає персоналізованого підходу до надання послуг (відпочинок з родиною, друзями або індивідуально). Групи відпочиваючих мають свої специфічні риси поведінки, які впливають на цикли рекреаційної діяльності.

- рекреаційні послуги, що є основною продукцією територіально-рекреаційних систем.

- рекреаційний менеджмент і маркетинг, які забезпечують ефективне управління та просування рекреаційних послуг [34].

Згадуючи широке та містке поняття «рекреаційна система», Савранчук Л.А. та Явкін В.Г. [34] пояснюють, що «не кожна рекреаційна територія є рекреаційною системою. Даного статусу вона набуває лише тоді, коли починає задовольняти усі вимоги щодо базової моделі рекреаційної системи» (додаток А).

Властивості рекреаційної системи території (рис.1.3) вказують на її здатність забезпечувати комфортний та різноманітний відпочинок для відвідувачів.

	загалом				
с и с т е м а	Цілісність – узгоджена взаємодія підсистем і всієї системи з оточенням	Універсальність – можливість задоволення будь-яких потреб	Ієрархічність – різна міра зрілості та обов'язків	Ефективність – оптимальне співвідношення витрат і результатів	п і д с и с т е м и
	Спеціалізація – можливість задоволення конкретних потреб	РЕКРЕАЦІЙНА СИСТЕМА		Комфортність – міра відповідності вимогам рекреантів	
	Динамічність – адекватна реакція на зовнішні впливи			Стійкість – здатність протистояти зовнішнім впливам	
	Різнманітність – можливість поділу множини на підмножини	Ємність – здатність забезпечити комфорт рекреантам без шкоди для себе	Надійність управління – безвідмовність функціонування	Вибірковість – забезпечення можливості вибору	
	система та окремі				

Рис. 1.3. Основні властивості рекреаційної системи [21]

Ефективна рекреаційна система сприяє повноцінному використанню рекреаційно-туристичного потенціалу, створюючи умови для залучення туристів, розвитку інфраструктури та підвищення привабливості території для рекреації. Комплексний підхід до управління рекреаційною системою дозволяє максимізувати рекреаційно-туристичний потенціал, забезпечуючи сталий розвиток регіону.

Туристичний продукт є важливою складовою рекреаційної системи, оскільки він формує враження і задоволення туриста від подорожі. Ефективна рекреаційна система сприяє створенню якісного туристичного продукту, забезпечуючи зручність, комфорт та насолоду від відпочинку.

1.2. Сутність та особливості формування туристичного продукту

Згідно із Законом України «Про туризм», «туристичний продукт – це попередньо розроблений комплекс туристичних послуг, який поєднує не менше ніж дві такі послуги, що реалізується або пропонується для реалізації за визначеною ціною, до складу якого входять послуги перевезення, розміщення та послуги з організації відвідувань об'єктів культури, відпочинку та розваг, реалізації сувенірної продукції тощо» [2].

Вітчизняна науковиця, що займається дослідженням туризму, О.О. Любіцева, висловлює думку, що «туристичний продукт - це комплекс туристичних благ, послуг та товарів, представлений у вигляді програми, складеної з урахуванням індивідуальних побажань, в межах якої реалізується мета перебування людини поза постійним місцем проживання, і комплекс заходів по її реалізації на відповідному якісному рівні» [25].

Більшою кількістю дослідників туристичний продукт розглядається як сукупність або система різних послуг. Це загальне визначення, яке детально описав Шепелюк С. І. з точки зору постачальників послуг: «... туристичний продукт представляє собою сукупність певної кількості та якості товарів та послуг переважно рекреаційного характеру, які виготовляються в конкретний момент для реалізації споживачам і входять в програму туру», та зі сторони споживачів: «туристичний продукт (потенційний попит) – це абстрактний продукт, що складається з благ, джерела яких знаходяться в природі (кліматичні умови), в матеріальній (будівлі, інфраструктура, товари туристського призначення) і в нематеріальній (послуги, суспільне середовище) формі» [41].

Згідно з визначенням Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), туристичний продукт, за оцінками міжнародних експертів, це «поєднання матеріальних і нематеріальних елементів, таких як природні, культурні та антропогенні ресурси, визначні пам'ятки, об'єкти, послуги та види діяльності

навколо певного центру зацікавленості, що є ядром маркетингового комплексу дестинації і створює загальне враження для відвідувачів, враховуючи емоційні аспекти для потенційних клієнтів» [48].

О.О. Бейдик пропонує трактувати туристичний продукт як «набір послуг, що входять до вартості туристичної поїздки за певним маршрутом з комплексним обслуговуванням» [14].

Туристичний продукт за О. Лютак та Д. Романчук включає в себе такі три складові: 1) тур (комплексна туристична послуга) здійснюється відповідно до програми туристичної подорожі, яку пропонують туроператори (організатори), він може бути проданий споживачеві для особистого користування, а також фірмам-посередникам для отримання економічної вигоди; 2) окремі туристичні послуги, до яких можна зарахувати транспортні послуги, послуги з розміщення, оформлення закордонних паспортів, страхових полісів, екскурсійної програми тощо; 3) товари туристичного призначення, в тому числі різні інформаційні матеріали (каталоги, довідники, карти, словники, путівники тощо), необхідні туристу і подорожуючому в країні перебування [11].

Різні дослідники пропонують різні трактування поняття туристичного продукту, стверджуючи, що це результат людської праці, який може бути представленим як окремі туристичні послуги чи їх комплекс (тур), що відповідають потребам туристів і мають споживчу цінність. Таким чином, туристичний продукт можна визначити як набір матеріальних (споживчих) та нематеріальних (у вигляді послуг) цінностей, що необхідні для задоволення потреб подорожуючого під час його туристичної діяльності.

Ключовою є відмінність між поняттями «туристичний продукт» і «туристична послуга». Основна різниця полягає в тому, що туристичний продукт можна придбати до початку подорожі, а послугу – тільки під час її надання.

Туристичний продукт, як товар, визначається його споживчою вартістю – здатністю задовольняти конкретні потреби людей. Тому компанії, що займаються організацією турів, мають створювати такий продукт, який буде цікавий широкому колу споживачів. Лише в такому випадку можна планувати

масове споживання і застосовувати індустріальні технології для його виробництва.

Тур є основною одиницею туристичного продукту, який продається споживачу як єдине ціле на визначений маршрут і на певний період часу.

У Законі України «Про туризм» зазначається: «Тур - туристична подорож (поїздка) за визначеним маршрутом у конкретні терміни, забезпечена комплексом туристичних послуг (бронювання, розміщення, харчування, транспорт, рекреація, екскурсії тощо)» [2].

За своєю суттю туристичний продукт – це більше, ніж просто готельний номер або мальовниче місце – це досвід, який охоплює всі етапи поїздки: починаючи з того моменту коли починається планування поїздки і до повернення додому.

Якісно спроектований туристичний продукт повинен виконувати кілька функцій:

1. Розваги та насолода – туристичні продукти пропонують чудовий і незабутній досвід для мандрівників, наприклад, відвідування історичного місця, захоплююча пригода чи спокійний відпочинок на березі моря.

2. Освіта – туристичний продукт повинен надавати освітні можливості, які збагачують знання мандрівника. Багато туристів прагнуть розширити свій кругозір і дізнатися про нові культури, історію та середовище.

3. Економічне зростання – туристичні продукти стимулюють місцеву економіку, створюючи робочі місця, підтримуючи місцевий бізнес та забезпечуючи дохід за рахунок витрат туристів.

4. Культурний обмін – туризм сприяє культурному обміну та взаєморозумінню між людьми з різних верств суспільства, сприяє міжкультурній взаємодії, що призводить до більш взаємопов'язаного світу.

5. Збереження навколишнього середовища – продукти сталого туризму сприяють збереженню природного середовища та культурної спадщини, вони пропагують відповідальні практики, які захищають екосистеми та історичні об'єкти.

Щоб створити успішний туристичний продукт, важливо вивчити ознаки основних типів туристичних продуктів, що задовольняють різний набір інтересів та бажань мандрівників, а отже спрямовані на різні цільові групи:

➤ Продукти природного туризму – формуються навколо природних пам'яток, таких як національні парки, пляжі, ліси та заповідники дикої природи. Мандрівники прагнуть зв'язатися з природою та відчутти її красу та спокій. Окремі вчені виділяють екотуризм та біотуризм як складові природного туризму, інші використовують дані терміни як синоніми.

➤ Продукти культурного туризму – демонструють спадщину, традиції та історію місця призначення. Вони включають відвідування музеїв, історичних місць, фестивалів, культурних виставок та івентів. Зв'язок із вивченням національної спадщини дозволяє виділити такі підвиди культурного туризму як історико-культурний туризм, гастрономічний туризм, туризм корінних народів, туризм спадщини.

➤ Продукти пригодницького туризму – обслуговують групи туристів, які шукають гострих відчуттів та адреналіну. До даної категорії належать такі види діяльності як піші прогулянки, катання на гірських велосипедах, скелелазіння та водні види спорту.

➤ Продукти для відпочинку та рекреації – призначені для релаксації та омолодження, включають відвідування курортів, спа-відпочинок, круїзи, що дозволяють мандрівникам відновити сили та змінити ритм життя.

➤ Продукти міського туризму – зосереджені на відвідуванні міст та мегаполісів для дослідження ритму міського життя, зокрема через шопінг, ресторани, культурні заходи та розваги.

➤ Туристичні продукти MICE (зустрічі, стимули, конференції та виставки) – організовуються для корпоративних заходів, конференцій та ділових мандрівників.

Створення туристичного продукту часто передбачає поєднання елементів з визначених категорій для створення комплексної та привабливої пропозиції. Наприклад, тур може будуватися як пішохідний маршрут природними об'єктами

із досвід культурного занурення в місцеве життя селян – відвідування екосадиб/проживання у екосадибах.

З точки зору виробництва туристичний продукт являє собою сукупність певної кількості та якості товарів і послуг переважно рекреаційного характеру, підготовлених у даний конкретний момент для реалізації споживачам [25].

Щоб створити успішний туристичний продукт, потрібно розуміти його ключові компоненти. Ці елементи працюють разом, щоб сформувати загальний досвід для мандрівників:

1. Пункт призначення – дестинація як базовий компонент, що включає природні особливості, історичні місця, культурні пам'ятки та місцеві громади. Туристичний продукт повинен запропонувати щось особливе та особливе, що не може бути легко відтворено в іншому місці. Ця унікальність створює відчуття новизни та цікавості серед мандрівників. Мандрівники шукають справжній досвід, який пов'язує їх з місцевою культурою та традиціями. Автентичність додає глибини та сенсу подорожі. Надання мандрівникам можливості взаємодіяти з місцевими жителями, дізнаватися про їхні звичаї та занурюватися в спосіб життя дестинації може підвищити автентичність. Наприклад, екскурсія, яка забезпечує доступ до унікальних об'єктів історичної спадщини або ексклюзивного досвіду, може виділити продукт.

2. Проживання – готель, хостел, оренда приватного житла для відпочинку чи кемпінг тощо, визначають рівень комфорту та загальний досвід мандрівника.

4. Послуги харчування – кулінарні враження є важливою частиною подорожі. Місцева кухня та ресторани можуть покращити розуміння мандрівником культури дестинації. Гастрономія стає основою пропозиції, знайомлячи мандрівників з новими смаками та традиціями.

5. Трансфер – ефективні варіанти транспортування повітряним, наземним або морським транспортом гарантують мандрівникам оптимальний маршрут до місця призначення. Доступність дестинації може суттєво вплинути на рішення мандрівника.

6. Програма обслуговування – «серце» туристичного продукту, що формують пропоновані для відвідування об'єкти та івенти: від екскурсій та дегустацій до активних видів спорту та майстер-класів. Диференціація заходів гарантує задоволення потреб кожного мандрівника, а успішний туристичний продукт повинен дозволяти мандрівникам адаптувати свій досвід відповідно до своїх інтересів. Пропозиція різних пакетів або варіантів послуг задовольняє більшу аудиторію.

6. Інфраструктура та послуги – наявність основних послуг, таких як охорона здоров'я, безпека та комунікаційна інфраструктура, сприяє почуттю безпеки та комфорту мандрівника. Розвинена інфраструктура робить дестинацію більш привабливою як для туристів, так і для потенційних інвесторів.

7. Маркетинг та просування – мають важливе значення для залучення мандрівників до місця призначення та демонстрації унікальних аспектів туристичного продукту. Практика показує, що просування дестинації з використанням стратегічного маркетингового плану дозволяє збільшити в'їзний туристичний потік.

Для споживачів туристичний продукт не має речового виразу. Це потенційна можливість, абстрактний споживчий продукт, що складається з благ, джерела яких знаходяться у природі як у матеріальній (туристичні товари, споруди, інфраструктура), так й у нематеріальній (послуги, середовище, кліматичні умови) формі. Об'єднання всіх цих благ в єдине поняття є об'єктивною необхідністю, оскільки споживач не може задовольнити свої різноманітні потреби у відновленні життєвих сил тільки за рахунок одного виду туристичних товарів або послуг, а тільки в комплексі. Туристичний продукт сприймається як пакет благ, як неподільне ціле [25].

Більшість авторів за дослідженням Сагалакова Н.О. «погоджується з думкою, що туристичний продукт — це комплекс товарів специфічного призначення та сукупність послуг (транс портних, послуг розміщення, послуг гідів, перекладачів, послуг з організації екскурсій, розваг тощо), що приносять користь або певну вигоду туристу. Відповідно, можна підкреслити важливу

характеристику, притаманну будьякій послuzі — адресність, яка слугує запорукою її продажу. Вивчення попиту потенційного туриста має велике значення при плануванні, формуванні та організації процесу реалізації туристичного продукту. Це змушує виробляти та пропонувати на ринку такий туристичний продукт, який у найбільшій мірі відповідає очікуванням споживача» [38].

Процес створення туру включає кілька ключових етапів, які можна побачити на схемі 1.4. Спочатку здійснюється вибір основних точок маршруту та їхня ієрархія, визначаються початкова та кінцева точки маршруту. Далі розробляється схема маршруту, яка після цього оптимізується.

Загалом, створення туристичних маршрутів є складною і багатоступеневою задачею, що потребує високого рівня професіоналізму та може займати кілька місяців. Основна мета формування туристичного продукту — це виявлення потреб та побажань туристів і створення пропозиції, яка їх задовольнить. Тому важливо розуміти, хто є цільовим ринком, і розробляти відповідну пропозицію. Наприклад, для любителів пригодних подорожей продукт може включати трекінг, скелелазіння або рафтинг. Якщо ж цільова аудиторія — це сім'ї з дітьми, туристичний продукт буде включати послуги, зручні для дітей, а також комфортне проживання та розваги.

Розробка туру починається з двох основних етапів. Це проведення маркетингових досліджень для визначення споживчих сегментів та цільової аудиторії та оцінка власних можливостей для роботи на обраному ринку.

О. О. Любіцева стверджує, що «розробки турів повинні бути варіативними, включати можливості вибору елементів програми, засобів розміщення та транспортування з урахуванням індивідуальних побажань туриста, до того ж такий підхід збільшує конкурентоздатність продукції» [25]. Під час планування, до прикладу, автобусного маршруту слід дотримуватись вимог «Правил дорожнього руху», «Уставу автомобільного транспорту», «Правил перевезення пасажирів» та інших відповідних нормативних актів.



Рис. 1.4. Етапи розробки туру [25]

Після розробки туру вступають в дію етапи його життєвого циклу. Для кращого розуміння розглянемо ці етапи на прикладі туристичного продукту, що передбачає відпочинок у новій, ще не освоєній туристичній зоні (рис. 1.5).



Рис. 1.5. Життєвий цикл туристичного продукту [15]

На життєвий цикл туристичного продукту впливає кілька критичних компонентів, які впливають на те, як продукт проходить через кожен етап. Ці компоненти включають:

- Дослідження ринку. Збір та аналіз даних про переваги клієнтів, тенденції та конкурентів допомагає адаптувати продукт відповідно до вимог ринку.
- Інновації. Впровадження нових функцій або вдосконалення існуючих послуг може продовжити фазу зростання та зберегти конкурентоспроможність.
- Маркетингові стратегії: Індивідуальні маркетингові методи забезпечують видимість та привабливість на кожному етапі життєвого циклу. Цільові рекламні акції можуть підтримувати інтерес на зрілих етапах.
- Операційна ефективність: Оптимізація операцій забезпечує послідовність надання послуг, управління витратами та задоволеність клієнтів протягом усього життєвого циклу.

Розуміння цих компонентів дозволяє туристичним підприємствам розробити стратегії, які відповідають вимогам життєвого циклу.

Індустрія туризму розвивається через етапи, які вимагають різних стратегій для максимізації успіху та адаптації до ринкових умов. При впровадженні нового туристичного продукту основна увага повинна бути

зосереджена на отриманні початкової тяги: цільовий маркетинг, вступні пропозиції, партнерство.

На етапі зростання життєво важливо скористатися зростаючим попитом, відрізняючи свої пропозиції від конкурентів: масштабування операцій, покращення послуг, експансивний маркетинг.

На етапі зрілості продукти стикаються з підвищеною конкуренцією, що вимагає тактики збереження частки ринку: диверсифікація продукту, ефективність витрат, програми лояльності.

На стадії занепаду попит падає, тому нові стратегії повинні бути зосереджені на омолодженні або витонченому виході: ребрендинг, альтернативне використання, стратегія виходу.

Створення конкретного туристичного продукту, який відповідає потребам клієнтів, включає в себе розробку маршрутів, турів, екскурсійних програм, а також надання основних, додаткових і супутніх послуг. Тип продукту обирається залежно від мети та виду подорожі. Тури можна умовно поділити на мобільні, що передбачають активний рух та відвідування великої кількості об'єктів, і стаціонарні, де основним акцентом є спокійний відпочинок з обмеженими поїздками. Рекреаційні тури для відпочинку в певному місці або курортно-лікувальні тури зазвичай є стаціонарними, оскільки вони обмежені режимом лікування. Більш активні тури, що передбачають більшу динамічність і різноманітність дозвілля, підходять для пізнавальних або молодіжних програм. Класифікація туристичних маршрутів наведена в додатку Б.

Сагалакова Н.О. узагальнює: «туристичному продукту притаманні відмінні особливості такі, як сезонність споживання, нетранспортабельність, він створюється зусиллями багатьох підприємств, кожне із яких має власні методи роботи, специфічні потреби та різні комерційні інтереси, залежність від територіальних особливостей, від зовнішніх чинників, що не залежать від волі та дій продавця і покупця (природних умов, міжнародних та політичних подій, коливання курсу валют тощо)» [38].

Туристичні продукти можуть мати різноманітні форми, щоб задовольнити запити різних категорій відпочиваючих. Нині внутрішній туризм складає близько двох третин всього туристичного доходу в світі. Згідно з Гаазькою декларацією з туризму, країни повинні стимулювати розвиток внутрішнього туризму так само активно, як і міжнародного, оскільки внутрішній туризм має велике значення для соціального розвитку і є важливою основою для зростання міжнародного туризму. Найбільшу популярність серед туристичних видів транспорту мають автомобілі, на яких сьогодні здійснюється більше 50% всіх поїздок. У США більшість громадян подорожують по країні власними автомобілями, тоді як у Західній Європі найпопулярнішим є залізничний транспорт (38%), а також морські й річкові круїзи (30%).

Найбільший сегмент світового туристичного ринку становить рекреаційний туризм, орієнтований на відпочинок і лікування. Він охоплює 71% усіх туристичних прибуттів і відзначається стійким попитом та поступовим зростанням. У різних регіонах частка цього сегмента розподіляється наступним чином: у США — 76%, у Південній Азії — 73%, в Африці — 30%, у Західній Європі — 68%.

Одночасно нові тенденції у сфері туризму демонструють зростаючий інтерес до екологічно чистих місць, які поступово витісняють традиційні пляжні курорти. Згідно з опитуваннями, більшість французів, а саме 60%, обирають морський відпочинок, 31% надають перевагу сільським локаціям, тоді як 9% віддають перевагу гірським регіонам.

Інтерес до сталих практик розвитку туризму у регіонах підтверджують пошукові запити потенційних туристів у мережі Internet, які за даними [55] у період з березня 2019 року по березень 2024 року за фразою «стабільні подорожі» зросли на 26%.

Сталі практики та відповідальний туризм стають все більш важливими. Дослідження Booking.com Sustainable Travel 2024 вказує, що 83% туристів визнають важливість сталих подорожей у сучасному динамічному середовищі та використовують критерії екологічності при виборі маршрутів. 43% опитаних, з

31 тис. осіб у 34 країнах і територіях, почуваються винними, якщо роблять вибір на користь менш екологічних подорожей 75% мандрівників у 2024 році заявили, що планують подорожувати більш екологічно протягом наступного року, зокрема, 57% хочуть зменшити споживання енергії під час майбутніх подорожей, 54% опитаних мають намір використовувати більш екологічні види транспорту [55]. Крім того, організація подорожей на принципах сталого туризму є викликом на постійне зростання світових туристичних потоків, які, як очікується, у 2024 році перевищать рекорд 2019 року (року до пандемії COVID-19), тобто за прогнозами складуть понад 1,5 млрд. міжнародних туристських прибуттів.

Відповідальний підхід до подорожей передбачає збереження навколишнього середовища, в тому числі рекреаційно-туристичних ресурсів, збереження місцевої культури, що формує інтерес до набуття нового туристичного досвіду через вивчення унікальних традицій та культурний обмін.

United Nations World Tourism Organization визнає важливість сталого туризму наголошуючи на проблемах, що перешкоджають його розвитку, а саме: екологічному впливі, соціальних наслідках та економічних ризиках. Ці виклики знаходять вирішення у стратегіях, що реалізуються регіонами, зокрема, з розвитку спеціалізованих видів туризму (які сьогодні вивчаються і як самостійні види спеціалізованого туризму, і як ніші сталого туризму), впровадження інновації – цифрових платформ і додатків, технології збереження енергії тощо.

Туризм включений до Глобальний цілей сталого розвитку Організації Об'єднаних Націй в якості цільового показника цілей 8, 12 і 14. Окрім обґрунтованих цілей низка міжнародних договорів, конвенцій і декларацій міжнародних асоціацій та організацій формують основи забезпечення стійкого розвитку туризму у світі, пропонують методологічну основу проведення оцінки взаємозв'язку між туризмом і навколишнім середовищем на рівні національної економіки, розробляють концепції використання раціональних моделей споживання і виробництва в рамках сектора, стратегії підвищення енергоефективності та збільшення використання відновлюваних джерел

енергії, декларують основи сталого майбутнього туристичної галузі, на основі врахування потреб людей, планети і прибутку [18].

Забезпечення сталого розвитку в сфері туризму підкреслює необхідність ефективної та раціональної взаємодії між усіма учасниками ринку, оскільки аналіз сталого розвитку охоплює процес збереження та відтворення генетичного фонду нації, забезпечення прав та свобод, охорону довкілля, створення умов для відновлення біосфери та її локальних екосистем, зниження антропогенного впливу на природне середовище та гармонізацію розвитку.

Незважаючи на значний потенціал і різноманіття туристичних ресурсів, до війни в Україні спостерігався досить низький рівень освоєння та експлуатації туристичного потенціалу, порівняно з іншими країнами. Нині у більшості регіонах України ситуація загострилася внаслідок ведення військових дій та часті бомбо-ракетні обстріли, через що знищуються туристичні ресурси, інфраструктура та природне середовище. Однак, сталий розвиток туризму в Україні на рівні державної політики забезпечується за рахунок його промоції у світі, підвищенні рівня обізнаності цільових аудиторій щодо туристичних можливостей України та споживчих переваг українського національного туристичного продукту. Іншими напрямками розвитку туристичного потенціалу на державному рівні є інформаційна політика, зокрема: популяризація потенціалу України та її бренду на міжнародній арені для формування відкладеного попиту щодо відвідування регіонів після перемоги.

Розуміння ключових характеристик успішного туристичного продукту має вирішальне значення для його розвитку та просування.

1.3. Зміст та значення інновацій у розвитку рекреаційно-туристичного потенціалу території

Туристична та рекреаційна діяльність є ключовими складовими сфери послуг, які вимагають інноваційних підходів і сучасних методів у забезпеченні якісного обслуговування клієнтів.

Американський експерт з питань конкуренції Майкл Портер підкреслював: «в конкуренції головна роль належить інноваціям і змінам» [47].

Інновації відіграють ключову роль у підвищенні конкурентоспроможності як окремих підприємств, компаній, організацій, так і держави в цілому.

В Україні правові, економічні та організаційні аспекти регулювання інноваційної діяльності визначені в Законі «Про інноваційну діяльність». Цей закон встановлює механізми стимулювання інноваційних процесів на державному рівні та спрямований на забезпечення сталого економічного розвитку країни через впровадження новітніх технологій та інноваційних рішень [6].

В Оксфордському тлумачному словнику поняття «інновація» подано так: «Будь-який новий підхід до конструювання, виробництва або збуту товару, у результаті чого новатор або його компанія одержують перевагу перед конкурентами» [18].

Відповідно до положень Генеральної угоди про торгівлю послугами (ГАТС), інновації в туризмі спрямовані на розробку унікальних продуктів або трансформацію існуючих. Цей процес включає оптимізацію послуг у готельному та транспортному секторах, розширення присутності на нових ринках, впровадження новітніх інформаційних і комунікаційних технологій, а також застосування сучасних методів управління та організації в туристичній сфері [13].

Інновації в туризмі проявляються у вигляді впровадження нових ідей, технологій та практик для покращення досвіду подорожей та ефективності

галузі. Вони можуть включати розвиток практик сталого туризму, інтеграцію цифрових інструментів, таких як віртуальна реальність для попереднього перегляду напрямків, та персоналізовані туристичні послуги з використанням аналітики даних. Охоплення туристичних інновацій допомагає компаніям залишатися конкурентоспроможними та задовольняти мінливі потреби мандрівників, в кінцевому підсумку стимулюючи економічне зростання в туристичному секторі.

У світі туризму, що швидко розвивається, інновації є життєво важливою силою, що стимулює зміни та прогрес. Розуміння інновацій у сфері туризму має важливе значення для студентів, особливо тих, хто займається кар'єрою у сфері гостинності.

Туристичні інновації представляють динамічну еволюцію в галузі. Ця концепція включає розробку нових бізнес-моделей, впровадження передових технологій та впровадження креативних маркетингових стратегій.

Інновації в туризмі не тільки охоплюють технологічні або продуктові зміни; вони також передбачають зміни в управлінні та організаційній культурі.

Розглянемо кейси успішних інноваційних практик сталого розвитку туризму на прикладі країн Європейського Союзу (ЄС), що стали переможцями конкурсу European Green Pioneer of Smart Tourism, організованого у 2023 році Європейською комісією [56]. Інноваційні рішення розглядалися за такими напрямками: охорона природи, управління сталим туризмом, залучення місцевої громади, співпраця з іншими громадами, розвиток місць та доступність, стале управління енергією та ресурсами, цифровізація, боротьба та адаптація до змін клімату.

Наприклад, створення глобального геопарку ЮНЕСКО Viana do Castelo Geopark (Португалія) для збереження місцевої геологічної спадщини, що має охоронну, освітню та виховну функції для досягнення сталого розвитку. Геопарк визначив та каталогізував декілька сайтів, що представляють геологічний інтерес, з яких 13 були віднесені до місцевих природних пам'яток, надаючи їм статус юридичного захисту. Для належного управління цими областями Viana

Do Castelo здійснює регулярний моніторинг з метою оцінки наслідків діяльності людини, змін навколишнього середовища та визначення заходів щодо збереження геологічної спадщини [56].

Практика проведення «сталих подій» - ініціатива у місті Мантуя (Італія) ARC3A Mantua, офіційно відома як Actions for Collective Climate Resistance of Culture and Art (Дії для колективної кліматичної стійкості у сфері культури та мистецтва), є місцевим робочим столом, організованим під головуванням муніципалітету, як консорціум, що об'єднує громадян та професіоналів з культурної та екологічної сфер для розвитку центру екотуризму – Регіонального парку Мінчо. Муніципалітет ініціював серію вебінарів та опублікував індивідуальні рекомендації для підготовки операторів (івент-менеджерів) з організації заходів та фестивалів на засадах сталості. Досвід та інструменти, розроблені в ARC3A, постійно вдосконалюються та використовуються для організації заходів у Мантуї, що має ключову роль у формуванні «зеленої» ідентичності Мантуя, залучаючи відвідувачів та туристів з усієї Європи [56].

Проект впровадження «розумних» автобусних зупинок у місті Гревена (Греція) - з метою покращення якості життя громадян та туристів і застосування сучасних практик, що приносять істотне оновлення у міське середовище та громадський транспорт, муніципалітет в рамках стратегічного плану міської мобільності побудував «розумні» автобусні зупинки. Основними перевагами зупинок є енергетична незалежність, завдяки фотоелектричним сонячним панелям, що як сучасні екологічно чисті технології забезпечують освітлення, зарядку для пристроїв та функціональність телематики, в тому числі: оголошення часу прибуття міського та міжміського транспорту через світлодіодні електронні знаки, а у перспективі – вільне підключення до мережі Wi-Fi.

Додаток Geopark Guide, розроблений для Геопарку Караванкен (Австрія/Словенія), для запровадження стійкої та інноваційної транскордонної мережі привабливих екскурсій. Ця ініціатива включає в себе тримовні анімаційні кліпи та спільну туристичну веб-/та мобільну програму, відому як «Geopark

Guide». Основна мета – покращення маркетингової підтримки та рівня безпеки для гостей, рекомендації та передача знань, які спрямовані на підвищення обізнаності про життєво важливе георізноманіття та біорізноманіття регіону [7].

Проект «Історичні сади району Дубровника» на острові Локрум, розташований біля узбережжя Дубровника (Хорватія) для стійкого використання природної спадщини та ефективного управління заповідними районами, адже лісова рослинність охоплює приблизно 90% острова. Для посилення систем, що захищають місцеву природу в заповіднику Локрум, було встановлено інформаційно-презентаційні панелі (надає інформацію, сповіщення та інтерактивні карти), лічильник для відвідувачів, датчики диму, розумні контейнери Bigbelly для збору пластику та змішаних відходів, що працюють від сонячної енергії. Система є незалежною від енергії та керується за допомогою сенсорної технології, посилюючи ефективне управління потенціалом природної зони [56].

У місті Дубровник (Хорватія) реалізувалися ініціативи щодо управління туристичними потоками для зменшення надмірного навантаження від круїзних туристів. Ефективна рекреаційна система сприяє повноцінному використанню рекреаційно-туристичного потенціалу, створюючи умови для залучення туристів, розвитку інфраструктури та підвищення привабливості території для рекреації. Комплексний підхід до управління рекреаційною системою дозволяє максимізувати рекреаційно-туристичний потенціал, забезпечуючи сталий розвиток регіону, що і було реалізовано у проекті «Поважай місто» [57]. Стартувавши у 2017 році з налагодження діалогу між туристичним бізнесом, круїзними лініями, муніципалітетом та місцевою громадою, проект надав механізми громадського обговорення питань присвячених розвитку дестинації, запровадив систему опитувань та розрахунок Індексу задоволеності мешканців міста, систему продажу квитків та програм, що регулюватиме туристичне навантаження. В той же час пандемія COVID-19 показала високу залежність економіки міста від роботи туристичного сектору, адже круїзні туристи – це,

переважно, іноземці, що унеможлиблює компенсацію втрат міжнародних туристів за рахунок внутрішніх.

Місто Амстердам (Нідерланди), як і всі туристичні дестинації овертуризму, у 2020 році переглянуло туристичну політику для відновлення туристичних потоків відповідно до нових правил роботи, затверджених через пандемію COVID-19, та у відповідь на незадоволення резидентів міста рівнем свого життя через надмірний туризм. Основні лінії нової візії стосувалися реалізації сталого туризму: свідомо залучати відвідувачів, яких цікавить культура та унікальність Амстердаму; аналізувати та розуміти туристичну поведінку за допомогою централізованого управління даними щодо залучення відвідувачів; заохочення, сприяння у реалізації та висвітлення результатів про успішні ділові практики; залучення мікрорайонів до процесів формування ініціатив та прийняття рішень; управління «нічним життям» з метою зменшення; розробити інтегрований генеральний план для відновлення балансу між життям, роботою та туристами; переоблаштувати громадські простори з акцентом на обсяги туристів та необхідність управління натовпом [58]. Практичними інструментами для реалізації нової візії стали, зокрема, заборона оренди житла у приватних власників з метою відпочинку; розосередження туристів за рахунок популяризації відвідування мікрорайонів, що раніше не були привабливими, наприклад, шляхом розвитку культурного туризму; проведення нового просторового планування туристичного бізнесу, що уникає надмірної концентрації; розробка карт та інформаційних панелей для прогнозування туристичних потоків та направлення відвідувачів, створення зеленого простору, інвестиції в «стійкий» громадський транспорт, розумну логістику тощо.

Однак, не зважаючи на запроваджені практики сталого туризму, Амстердам має продовжувати пошук ініціатив для оптимізації туристичного потоку. Оскільки за результатами аналізу 70-ти найпопулярніших у світі напрямків відпочинку та «Індексом надмірного туризму» у категорії міські дестинації (Overtourism Index), входить у трійку міст, які найбільше постраждали від овертуризму у 2024 році. Кожен напрямок оцінювали за шкалою від одного

до п'яти на основі чотирьох критеріїв: щільність туристів на душу населення, щільність туристів на квадратний кілометр, сезонність і зрілість стійкості приймаючої країни [59].

Розглянуті кейси як локальні практики успішно інтегруються у національну стратегію. Робити туризм більш відповідальним – це завдання всіх стейкхолдерів кожного сектору економіки.

Інновації відіграють ключову роль у створенні нових привабливих туристичних продуктів і сприяють формуванню сприятливих умов для активізації інвестицій у туристичну сферу країни. Наукові дослідження у сфері туризму свідчать про важливість інновацій як фактора, що формує нові тренди. Згідно з опитуваннями, туристи вважають інноваційними такі аспекти, як розробка нових маршрутів, інтеграція послуг, створення гібридних турів, впровадження акційних пропозицій і спеціальних цін на проживання. Такі зміни не лише стимулюють попит, але й формують новий досвід споживачів.

Інновації туристичного продукту можуть включати створення комбінованих пакетів послуг, розробку унікальних концепцій обслуговування або впровадження технологій персоналізації, що дозволяють враховувати індивідуальні потреби клієнтів. Це сприяє ефективному стратегічному управлінню підприємствами, дозволяючи їм адаптуватися до мінливих умов ринку і пропонувати продукцію, яка перевершує очікування туристів.

Науково обґрунтований підхід до інновацій у туризмі підкреслює важливість системного аналізу потреб туристів, інтеграції технологічних рішень і прогнозування їх впливу на довкілля та економіку. Таким чином, інновації в туризмі є не лише конкурентною перевагою, але й інструментом сталого розвитку галузі.

Проте не всі компанії готові впроваджувати інновації на практиці через ризики, пов'язані з цим процесом. Будь-яка інновація, особливо яка стосується організації в цілому, часто викликає опір, оскільки її прийняття супроводжується зміною стереотипів сприйняття, поведінки та установок. Страх змін у сталих процесах заважає багатьом компаніям використовувати нові механізми.

Зазвичай, заперечення інновацій пояснюється соціально-психологічними аспектами: багато співробітників вважають, що не мають достатніх умінь та навичок для впровадження інновацій, що викликає страх стати зайвим і, відповідно, опір змінам.

Впровадження інновацій тільки для збагачення суб'єкту туристичної діяльності не є ефективним на сьогоднішній день. Вони не будуть сприйняті суспільством в повній мірі, тому крім економічного характеру повинен бути присутнім, наприклад, соціальний (підвищення освітнього рівня) або екологічний (збереження природних ресурсів) [19].

Розробка інноваційних туристичних продуктів на основі використання рекреаційно-туристичного потенціалу території сприяє розвитку внутрішнього туризму та забезпечує його позиціонування на міжнародному ринку.

Висновки до розділу 1

Основна особливість рекреаційно-туристичних ресурсів полягає в їх здатності стимулювати людей до подорожей, долаючи певні відстані. Протяжність цих переміщень залежить від важливості й унікальності ресурсів, рівня розвитку туристичної та загальної інфраструктури, а також репутації й привабливості обраної дестинації.

Туристично-рекреаційний потенціал – це сукупність природних, культурних, історичних, соціально-економічних та інших ресурсів, які можуть бути використані для регіонального розвитку та залучення туристів з дотриманням умов сталого розвитку

Ефективна рекреаційна система сприяє повноцінному використанню рекреаційно-туристичного потенціалу, створюючи умови для залучення туристів, розвитку інфраструктури та підвищення привабливості території для рекреації. Комплексний підхід до управління рекреаційною системою дозволяє

максимізувати рекреаційно-туристичний потенціал, забезпечуючи сталий розвиток регіону.

Туристичний продукт є важливою складовою рекреаційної системи, оскільки він формує враження і задоволення туриста від подорожі. Ефективна рекреаційна система сприяє створенню якісного туристичного продукту, забезпечуючи зручність, комфорт та насолоду від відпочинку.

Впровадження інноваційних рішень для використання рекреаційно-туристичного потенціалу території є ефективним, адже завдяки інноваціям можна досягти досить високого рівня розвитку і забезпечити вигідну конкурентну позицію.

Наукові дослідження у сфері туризму свідчать про важливість інновацій як фактора, що формує нові тренди. Згідно з опитуваннями, туристи вважають інноваційними такі аспекти, як розробка нових маршрутів, інтеграція послуг, створення гібридних турів, впровадження акційних пропозицій і спеціальних цін на проживання. Такі зміни не лише стимулюють попит, але й формують новий досвід споживачів.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РОЗВИТКУ РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ЗАХІДНОГО РЕГІОНУ УКРАЇНИ (КАРПАТСЬКОГО-ПОДІЛЬСЬКОГО РАЙОНУ)

2.1. Оцінка туристично-рекреаційного потенціалу регіону

Карпатсько-Подільський регіон, іншими словами рекреаційний район, повністю знаходиться на заході України і до його складу входять сім областей, серед яких Вінницька, Хмельницька, Тернопільська, Чернівецька, Львівська, Івано-Франківська та Закарпатська області (рис.2.1). Від загальної площі України (603 628 км²) даний регіон складає 22,8%, тобто його площа дорівнює 137 743 км² зважаючи на те, що всі регіони, а саме Полісько-Столичний, Придніпровсько-Донецький та Причорноморський, є відносно рівними за площею [17].

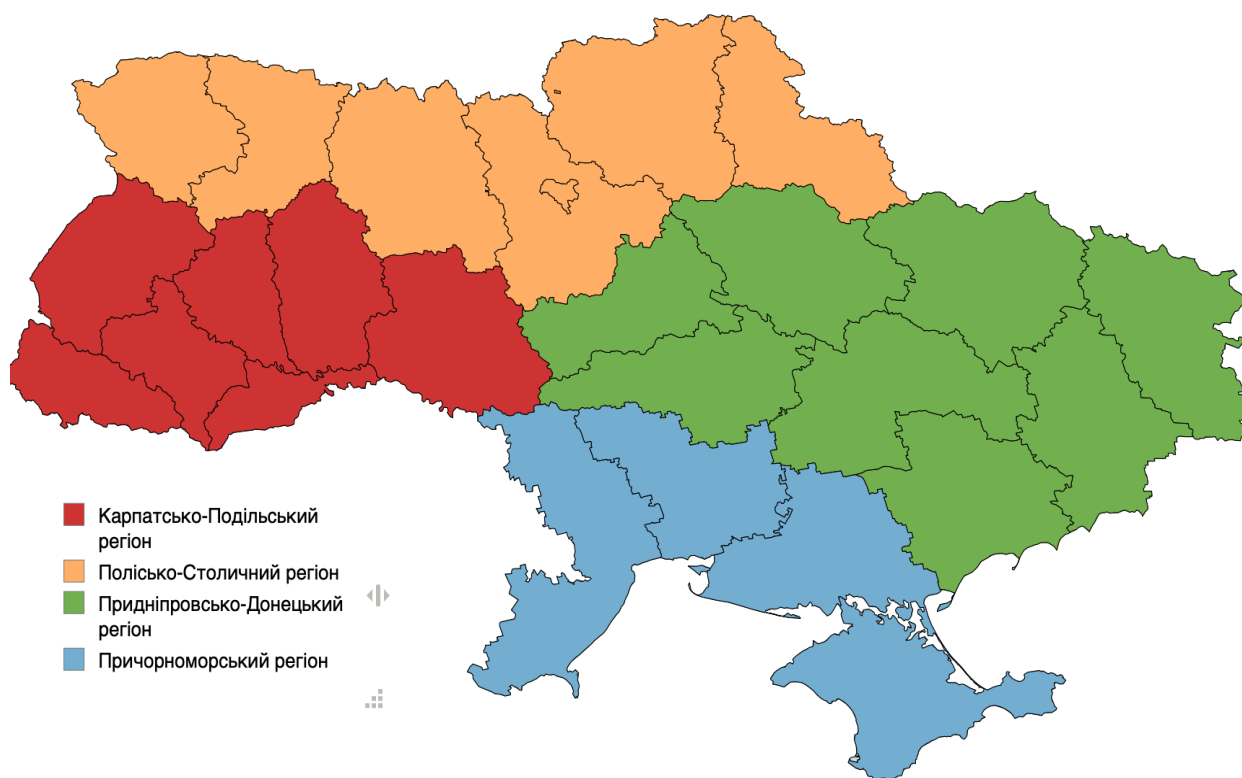


Рис. 2.1. Рекреаційно-туристичні райони України

Варто зазначити, що на перший погляд незв'язне об'єднання двох різних регіонів — чотирьох карпатських і трьох подільських областей — має на меті підвищення рівня розвитку рекреаційно-туристичної сфери Поділля за рахунок впливу більш розвиненої та популярної туристичної індустрії Карпатського регіону.

В масштабі всієї України індекс міри своєрідності (унікальності) компонентних структур природно-ресурсного потенціалу (ПРП) природних регіонів має амплітуду від 3,6 (Східно-Європейська рівнина) до 69,7 (Свидовецько-Чорногірський район Українських Карпат). При цьому слід мати на увазі, що теоретично індекс своєрідності знаходиться в межах від 0 до 100 ($0 < I < 100$). Індекс міри своєрідності між компонентною структурою ПРП на рівні 278 фізико-географічних районів і компонентною структурою ПРП України коливається в межах від 7,2 (Нижньоорільсько-Дніпровський район Орільсько-Самарської низовинної області степової зони) до 69,7 (Свидовецько-Чорногірський район Полонинсько-Чорногірської області Українських Карпат). На рівні 57 фізико-географічних областей України цей показник змінюється від 12,2 (Західно-Приазовська схилово-височинна область середньостепової підзони степової зони) до 63,0 (Вододільно-Верховинська область Українських Карпат) [36].

Як бачимо з рис. 2.2 Західний регіон поєднує унікальні, виняткові ресурси та своєрідні природно-рекреаційні ресурси, що свідчить про високий потенціал регіону у розвитку туризму і рекреації.

Регіон характеризується помірним рівнем промислового розвитку, сприятливою екологічною ситуацією, значним рекреаційним потенціалом та зручним транспортним розташуванням. Його геополітичне положення, особливо у контексті концентрації військових дій на сході країни, є важливою перевагою для розвитку туристичної галузі.

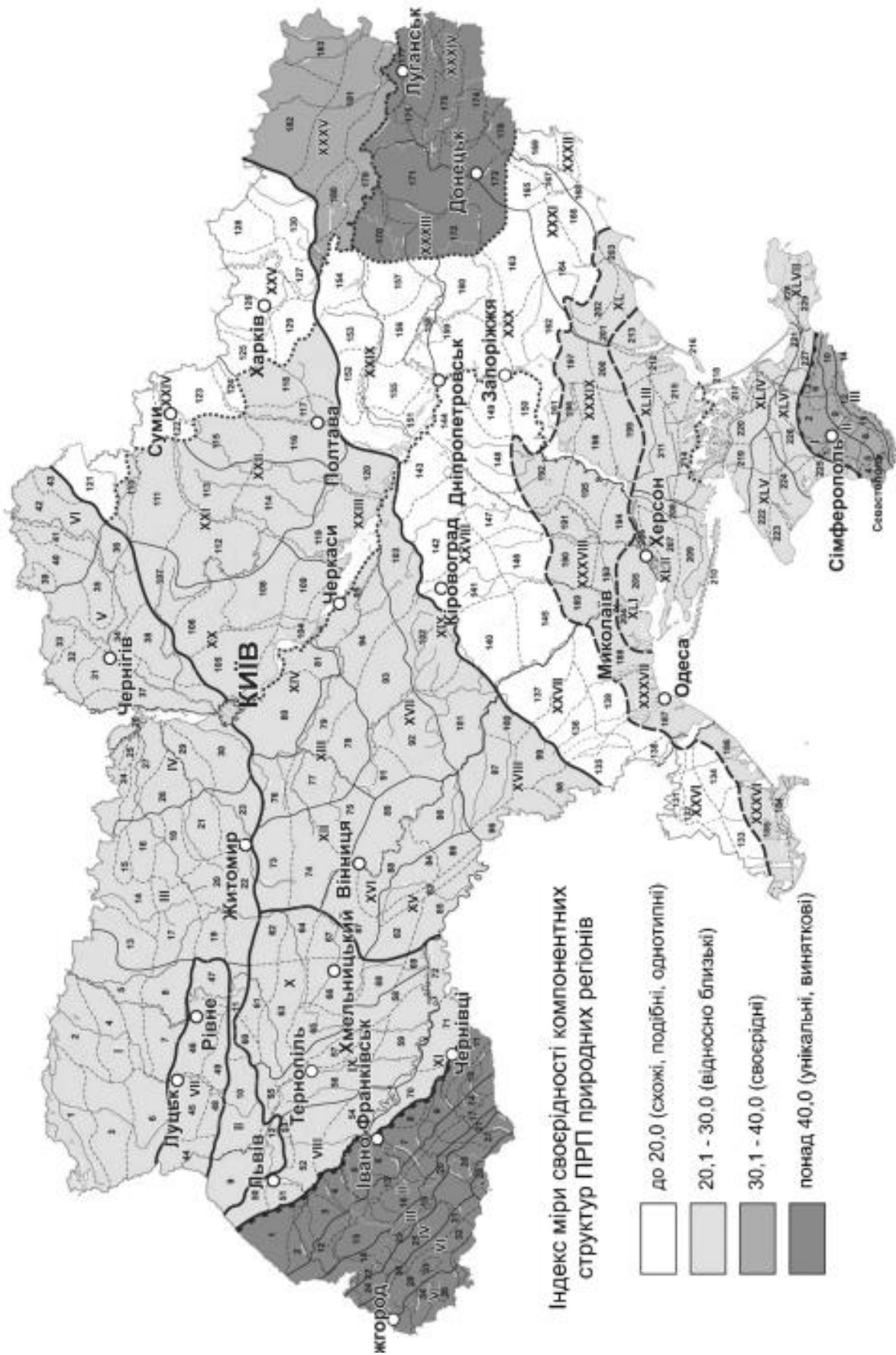


Рис. 2. 2. Своєрідність (унікальність) структур природно-ресурсного потенціалу регіонів України [36]

Щодо попиту на подорожі в різні області України, то Львівська, Івано-Франківська та Закарпатська входять у п'ятірку найбільш відвідуваних областей – рис.2.3 [8].

Області	Перша поїздка	Друга поїздка	Третя поїздка	Четверта поїздка	П'ята поїздка
Одеська	15	12	10	9	9
Львівська	14	13	13	12	13
м. Київ	11	12	12	9	11
Івано-Франківська	11	10	8	10	10
Закарпатська	10	8	8	7	5
Херсонська	8	6	6	3	5
Запорізька	7	4	3	3	2
Донецька	4	4	3	4	3
Харківська	3	4	4	6	5
Миколаївська	3	4	3	4	4
Волинська	3	3	3	3	4
Вінницька	3	3	2	4	5
Дніпропетровська	3	2	3	3	3
Хмельницька	2	3	4	5	4
Київська (без Києва)	2	3	3	3	4
Тернопільська	2	2	3	4	3
Полтавська	2	3	3	3	3
Чернівецька	2	2	2	3	2
Черкаська	2	2	2	1	1
Рівненська	1	2	2	3	3
Чернігівська	1	2	2	1	2
Житомирська	1	1	2	2	2
Кіровоградська	1	1	1	0,5	1
Луганська	0,4	0,6	1	2	2
Сумська	1	1	2	2	1

Рис. 2.3. Опитування ДАРТ:

Які області найбільше відвідували українці у 2021 році? [16]

Загалом, найперше, на що звертають увагу українці при виборі місця призначення, це природа, далі йде ціна, культурна спадщина та безпека, відповідно до опитування Державного агентства розвитку туризму України (ДАРТ) – рис.2.4 [16].

На що ви звертаєте увагу при виборі місця для подорожі?

Природа	51,5%
Цінова доступність та бюджет подорожі	45,7%
Культурна спадщина та історичні пам'ятки	35,6%
Безпека та стабільність регіону	27,2%
Місцева культура	15,9%
Відомість / популярність місця	15,8%
Місцева кухня	12,8%
Розвиненість крафтовоо виробництва	4,9%
Інше	2,7%

Рис. 2.4. Опитування ДАРТ: Вибір місця для подорожі [16]

Природні туристичні ресурси Західного регіону вирізняються багатогранністю рельєфу, де рівнинні ділянки гармонійно поєднуються з пагорбами, стрімкими схилами річкових долин і гірськими масивами. Однією з ключових особливостей є Карпатський гірський масив, який простягається з північного заходу на південний схід. Разом із Передкарпаттям і Закарпатською низовиною він займає територію близько 37 тисяч квадратних кілометрів, що становить приблизно чверть площі регіону.

Українські Карпати, переважно середньовисотні, мають висоти від 1000 до 2000 метрів, що вважається ідеальним для рекреаційної активності. Деякі вершини перевищують позначку 2000 метрів, і серед них — Говерла, яка є найвищою горою України та важливим туристичним об'єктом, що належить до категорії «супер-точок».

Серед інших природних туристичних об'єктів — мальовничі скелі, круті схили, річкові долини, а також рельєфні форми, створені діяльністю льодовика та карстовими процесами. Північ Львівської області охоплює низовини Малого Полісся, оточені пагорбами Розточчя, Опілля, Гологорів і Вороняків, а також

височини між Прутом і Дністром у північно-східній частині Чернівецької області.

Додаткову привабливість регіону створюють його спелеоресурси, а саме печера Озерна та Оптимістична — найдовші гіпсові печери Європи, та численні інші: Попелюшка, Піонерка, Буковинка. У Солотвині знаходяться соляні шахти, які використовуються для лікування алергічних захворювань. Окрему туристичну цінність мають грязьові вулкани поблизу села Старуня на Івано-Франківщині та вулканічний купол в Ужгороді.

Кліматичні умови регіону з помірно сніжною зимою (середня температура січня в горах коливається від -6 до -8°C) сприяють розвитку зимових видів туризму. Проте цей потенціал обмежується періодичними відлигами та ризиком сходження лавин. Міжсезоння в Карпатах тривале, що дещо гальмує розвиток гірського туризму. Літній сезон тут короткий і помірно теплий: у передгір'ї середня температура липня складає $+18\dots+19^{\circ}\text{C}$, у горах — від $+7$ до $+13^{\circ}\text{C}$, а в Закарпатті — близько $+20^{\circ}\text{C}$. Осінь зазвичай тепліша та сухіша, ніж літо. Завдяки надмірному зволоженню (800–1800 мм опадів на рік) регіон також характеризується насиченою річковою мережею [21].

Водні ресурси представлені річками басейнів Дністра, Прип'яті, Південного Бугу та Дніпра, які можна використовувати для організації водних видів туризму, тоді як їх мальовничі долини додають привабливості ландшафтам. Гірські річки (Латориця, Боржава, Тиса, Прут, Черемош та інші) характеризуються швидкою течією і каламутністю під час повеней, що обмежує їх придатність для купання, але підходять для розвитку екстремальних видів водного туризму. Рівнинні річки та гірські озера, зокрема Синевир, Бребенескул, Несамовите, є окрасою ландшафту та перспективними туристичними об'єктами.

Виняткове значення для розвитку лікувально-оздоровчого туризму мають численні родовища мінеральних вод різного складу. У регіоні виявлені джерела майже всіх типів мінеральних вод: радонові, йодні та йодно-бромні, сульфідні, крем'яністі, вуглекислі гідрокарбонатні кальцієві, гідрокарбонатні натрієві, хлоридні натрієві, миш'яковисті з підвищеним вмістом органічних речовин, без

вмісту специфічних компонентів, залізисті та ін. (дод. В). До лікувальних грязів відносять: торфові (гіпсові і купоросні торфи), сапропелеві (донні відкладення прісних водойм), озокерит (гірський віск) тощо.

Серед найвідоміших джерел мінеральних вод України варто відзначити Моршинські, Трускавецькі та Східницькі джерела у Львівській області, а також Ужоцьке, Міжгірське, Полянське, Новополянське, Квасівське, Шаянське — у Закарпатті, та Шешорське в Івано-Франківській області. Значну роль у розвитку цього напрямку туризму відіграє наявність покладів лікувальних грязей і озокериту, які створюють умови для профілактики і лікування захворювань шлунково-кишкового тракту, опорно-рухового апарату та інших недуг, сприяючи популяризації лікувального туризму.

Залежно від ресурсів, визначаються типи курортів, які класифікуються за різними критеріями: лікувальними факторами, медичним профілем, характером оздоровчого впливу, географічним положенням (рівнинні, гірські, передгірські), тривалістю роботи, масштабом діяльності (місцеві, міжрайонні, державні) та іншими особливостями.

Окрім санаторно-курортних закладів, у курортних зонах розташовуються бювети, водолікарні, грязелікарні, курортні поліклініки, спортивні центри, культурно-освітні заклади, а також заклади харчування, торгівлі, побутового обслуговування, об'єкти транспортної (автозаправки, парковки, автомийки) та фінансової інфраструктури (банки, кредитні організації, ломбарди). Усі ці елементи об'єднуються в локальні та регіональні туристично-рекреаційні кластери, що мають взаємопов'язані функціональні зв'язки та утворюють територіальні господарські системи різного масштабу.

Рослинний і тваринний світ регіону вирізняється значним різноманіттям завдяки висотній поясності та широтній зональності. Лише в Карпатах зростає понад 2 тисячі видів рослин, серед яких більше 100 — ендемічні. Українські Карпати мають високий рівень залісненості (понад 40 % території), де домінують смерека і бук у гірських лісах, а в рівнинних — бук, дуб, граб і сосна. Велика

кількість лікарських рослин, диких плодів, ягід і грибів сприяє розвитку промислового туризму Все це - база санаторно-курортної діяльності [33].

Для рекреаційних цілей можна використовувати об'єкти природно-заповідного фонду, серед яких особливе місце займають заповідник "Медобори" разом із його філією "Кременецькі гори". До цього списку також входять національний природний парк "Подільські Товтри", Карпатський біосферний заповідник, а також національні природні парки "Синевир" і "Ужанський", розташовані в Закарпатській області.

Серед туристичних ресурсів виділяються такі об'єкти, як національні природні парки Івано-Франківщини: Галицький, Карпатський та Гуцульський, а також Яворівський парк і Сколівські Бескиди, що розташовані у Львівській області. У Чернівецькому регіоні до цього списку входять Вижницький національний парк і Сторожинецький дендропарк.

Подільський туристичний регіон вирізняється багатою середньовічною спадщиною, збереженою у вигляді фортець і замків. Пам'ятки пізніших історичних епох представлені культовими спорудами, палацовими ансамблями, адміністративними будівлями та житловими комплексами XVIII–XX століть.

Для узагальнення була проведена оцінка умов рекреаційно-туристичного потенціалу регіону (табл. 2.1.).

Таким чином, у Карпатсько-Подільському регіоні присутній унікальний різноманітний рельєф, що свідчить про високий показник естетичних якостей. Територія багата бальнеологічними і ресурсами, зокрема тими, які є ресурсом для лікувального туризму. У цій місцевості найвищий у країні відсоток природно-рекреаційних та лісових ресурсів, що відіграють першочергову роль в рекреаційній діяльності. Територія області відзначається високою однорідністю щодо придатності до туризму. Антропогенний тиск на природу у вигляді забудови місцевості базами відпочинку і готелями та вирубка лісів є нагальним питанням перевищує допустимі норми. Регіон був оцінений на 27 балів з максимальних 30, що показує його неабиякий рекреаційно-туристичний потенціал.

Таблиця 2.1

Комплексна оцінка туристично-рекреаційного потенціалу області

№	Показник	Бал			Оцінка
		3	2	1	
1	Оцінка естетичних якостей території, Ое	Пейзажні ландшафти, висока міра екзотичності і унікальності, контрастність	Низька міра екзотичності і унікальності, відсутність контрастності	Рівнинні, сильнозаліснені території	3
2	Оцінка мінеральних вод, Ом	Понад 1000 м ³ /доба/км ²	100-1000 м ³ /доба/км ²	100 м ³ /доба/км ²	3
3	Оцінка лісів, Ос	60%-40%	15-40%; більше 60%	менше 15%	3
4	Оцінка кліматичних умов, Ок	понад 100 днів з t >15 °С	80-100 днів з t >15 С	менше 80 днів з t >15 °С	3
		понад 110 днів з t <0 °С	100-110 днів з t <0 °С	менше 100 днів з t <0 °С	
5	Оцінка водоймищ, Ов	велика кількість незабруднених водоймищ, придатних для універсального використання	придатні для плавання, сплаву на байдарках і каное	обмежені можливості	2
6	Оцінка природоохоронних територій, Оп	більше 5% території	3-5%	до 3%	3
7	Історико-культурний потенціал, Оі	більше 18 об'єктів/100км ²	8-18 об'єктів/100км ²	менше 8 об'єктів/100км ²	2
8	Транспортна доступність, От	більше 0,42 км/км ²	0,29-0,42 км/км ²	менше 0,29 км/км ²	2
9	Забезпеченість санаторно-курортними закладами, базами відпочинку та туристичними базами Ос	більше 3 на 100 км ²	1-3 на 100 км ²	менше 1 на 100 км ²	3
10	Оцінка рекреаційного навантаження, Он	гірські місцевості	горбисті, височинні місцевості	рівнинні, низовинні місцевості	3

Західний регіон України має унікальні виняткові природно-рекреаційні ресурси, що свідчить про високий потенціал регіону для розвитку туризму і рекреації.

2.2. Аналіз стану розвитку туристичної інфраструктури регіону

Аналіз рекреаційно-туристичного потенціалу території демонструє, що природні характеристики, разом із економічно-географічними умовами, створюють важливі об'єктивні передумови для розвитку рекреаційного комплексу Карпатсько-Подільського регіону. Рекреаційний потенціал визначається багатством і різноманіттям рекреаційних ресурсів, які можна класифікувати за типами: ландшафтні, кліматичні, водні, фауністичні, мінералогічні та культурно-історичні. Вони виконують різні функції, зокрема забезпечують умови для лікування, відпочинку, пізнання природних особливостей і культурно-історичних явищ конкретного регіону.

В Україні освоєні та потенційно придатні для рекреації території, за винятком зон із радіаційним забрудненням, становлять 12,8% від загальної площі держави. Розподіл таких територій відображає природно-географічні особливості регіонів. Найвищий відсоток природоохоронних об'єктів і заповідних територій припадає на області: Тернопільську, Закарпатську, Івано-Франківську та Хмельницьку (8–13%), Чернівецьку (5–7%), Львівську (3–5%), і лише до 1% на Вінницьку область [22].

Мінеральні лікувальні води різного складу були виявлені майже в усіх регіонах України. Найбільша концентрація джерел розташована в Карпатському регіоні, зокрема на території Львівської та Закарпатської областей. Основні поклади лікувальних грязей зосереджені переважно в північно-західних і південних областях країни. Курорти, такі як Моршин і Немирів, функціонують на основі цих грязьових родовищ [22].

Опитування, проведене ДАРТ [16], показало, що у 72% метою подорожі українців є дозвілля та відпочинок, оздоровчі та СПА-процедури складають 4% опитуваних і входять в п'ятірку, а релігійна мета складає менше 1% (рис. 2.5). Ці дані говорять і про важливість привернення уваги до релігійного туризму, оскільки для цього присутня широка ресурсна база.



Рис. 2.5. Опитування ДАРТ: Мета подорожей українців [16]

Засоби розміщення (готелі, турбази, т. д.) є ключовим елементом туристичної інфраструктури. Крім цього, є спеціалізовані заклади, що забезпечують оздоровлення та лікування: санаторії, дитячі санаторії, лікувальні пансіонати, санаторії-профілакторії, бальнео- та грязелікувальні заклади, в тому числі комбіновані. До них також належать будинки відпочинку, відпочинкові пансіонати, бази відпочинку, інші оздоровчі бази (крім туристичних баз), а також заклади для короткотривалого (1-2 денного) оздоровлення та літні дитячі оздоровчі табори.

За кількістю готелів, мотелів (2019) першість належить Львівській (130 од.), Закарпатській (59 од.) та Івано-Франківській (64 од.) областям (табл. 2.2). Розподіл кількості санаторіїв і пансіонатів з лікувальними послугами серед областей регіону в 2016 році виглядав так: Львівська область мала 40 закладів,

Закарпатська — 19, Вінницька — 18, Івано-Франківська — 15, Хмельницька — 13, Тернопільська — 8, а найменше в Чернівецькій області — лише 3 заклади.

Таблиця 2.2.

Кількість колективних засобів розміщення за областями [8]

	<i>Колективні засоби розміщення юр. ос., од.</i>		<i>Кількість осіб, тис.</i>	
	<i>2019</i>	<i>2020</i>	<i>2019</i>	<i>2020</i>
Закарпатська	59	48	102,4	47,3
Івано-Франківська	64	50	166,8	123,9
Львівська	130	111	533,9	230
Чернівецька	13	11	48,9	11
Тернопільська	15	13	43,7	15,6
Хмельницька	31	28	121	49,6
Вінницька	21	10	83,9	23,5

Найбільше місць для відпочинку і лікування зосереджено у Львівській області (11 611 місць), що є значним показником порівняно з іншими областями, тобто в розрахунку на 10 тис. населення спостерігається найвищий рівень місткості - в 1,7 рази вищий за середній по Україні, а найнижчий — у Чернівецькій області через обмеженість рекреаційного ресурсу. Закарпатська область показує стабільне зростання кількості рекреантів упродовж останніх років, що сприяє розширенню туристичної інфраструктури регіону.

Найбільшу концентрацію закладів розміщення мають Львів, Трускавець, Моршин, Ужгород, Мукачеве, Івано-Франківськ, Яремче, Чернівці, Хмельницький, Кам'янець-Подільський, Тернопіль, Вінниця і т. і.

Більшість готелів у регіоні мають рівень комфорту 2-3 зірки, що забезпечує доступність для широкого кола туристів, а п'ятизіркові готелі, що надають

розширені послуги преміум-класу, зосереджені переважно у Трускавці («Rixos-Prykarpattya Resort», «Mirotel Resort and Spa»), Львові («Леополіс Готель», «Nobilis Hotel», «Гранд Готель»), а також у Поляниці («Radisson Blu Resort Bukovel»). Це забезпечує регіону конкурентоспроможність на ринку рекреаційних послуг і підвищує його привабливість для туристів, орієнтованих на комфортні умови проживання.

Серед іноземних туристів, які відвідали регіон, переважають громадяни Румунії, Молдови, Швейцарії, Литви, Польщі, Білорусі, Узбекистану, Німеччини, Ізраїлю. Деякі з них скористалися відпочинковими послугами курортів Трускавця, Східниці, Моршина та Берегова. Різноманітність рекреаційних ресурсів району, наявність рекреаційної інфраструктури та профіль медичних послуг, які надають рекреаційні заклади району, будуть привабливими для іноземців.

Аналіз використання інфраструктури Західного регіону України можна оцінити за податковими надходженнями від засобів розміщення – рис. 2.6. У більшій кількості областей регіону бачимо зростання податкових надходжень.

У Чернівецькій області зафіксували найбільший приріст податкових надходжень — 98%. У 2023 році регіон перерахував до бюджету 5,152 млн грн, що значно перевищує показник за аналогічний період 2022 року (2,6 млн грн). У 2021 році сума надходжень від Буковини була аналогічною до минулорічної. Львівщина також опинилася серед лідерів за рівнем сплати податків. За перші три місяці цього року область спрямувала до бюджету 60,434 млн грн, що на 16% більше, ніж торік (52,059 млн грн), і на 59% більше, ніж у 2021 році (37,9 млн грн). Податкові надходження від засобів розміщення значно зросли на Закарпатті. У порівнянні з 2022 роком, показник збільшився на 15% — з 14,629 млн грн до 16,842 млн грн, а відносно 2021 року — майже вдвічі, на 46%. На Вінниччині за цей період було перераховано 4,384 млн грн, що майже дорівнює торішній сумі (4,353 млн грн), зростання становило лише 1%. У порівнянні з довоєнним 2021 роком регіон зафіксував приріст на 7% (4,1 млн грн) [16].

АНАЛІЗ ДИНАМІКИ ПОДАТКОВИХ НАДХОДЖЕНЬ

ДАРТ

ВІД ЗАСОБІВ РОЗМІЩЕННЯ ПО ОБЛАСТЯХ ЗА 1 КВАРТАЛ (2021-2023 рр.)

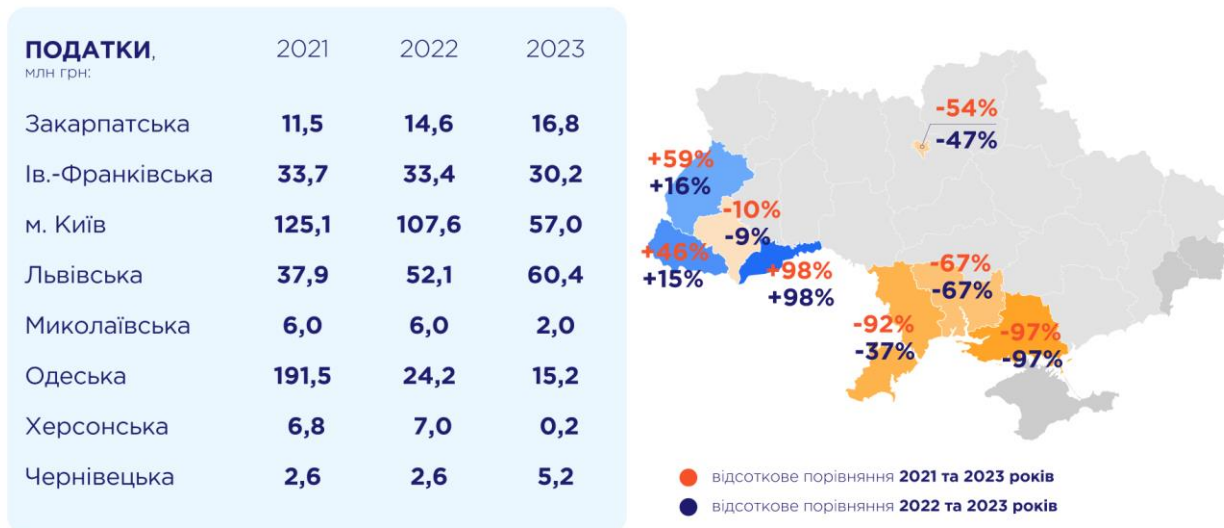


Рис. 2.6. Аналіз динаміки податкових надходжень від засобів розміщення за областями, % [16]

У процесі туристично-екскурсійної діяльності в Карпатсько-Подільському рекреаційному регіоні відвідувачі звертають увагу на природні та краєзнавчі об'єкти. До них належать унікальні форми рельєфу, як-от Дністровський каньйон, Подільські Товтри, Сколівські Бескиди тощо. Окрім цього, цікавість викликають водні ресурси, зокрема річки Дністер і Західний Буг, озеро Синевир, водоспади та інші. Біологічні ресурси, такі як флора і фауна (наприклад, Долина нарцисів), також є популярними серед рекреантів.

Особливу увагу привертають спелеоресурси, зокрема печерні системи Поділля, Буковини й Карпат (Млинки, Кришталева тощо). Цінними є історичні, архітектурні та культурні пам'ятки, як-от замки, фортеці й палаци в Хотині, Кам'янці-Подільському, Олеську, Уричі. Не менш цікавими є релігійно-паломницькі місця (Манява, Гошів, Крехів, Почаїв) та центри народних промислів у таких містах, як Коломия, Косів та інші.

На сьогодні в районі активно розвиваються осередки зеленого і агротуризму, які включають такі локації, як села Плав'я, міста Косів, Ворохта, Хотин, Вінниця та інші. Туризм вихідного дня охоплює такі місця, як Галич,

Долина, Єзупіль, Поморяни, Сколе тощо. Індустріальний туризм представлений у містах Калуш, Дрогобич, Стебник, Солотвино, Нетішин та інших. Релігійний туризм зосереджений навколо церков (зокрема, дерев'яних), костелів, монастирів, святих джерел, синагог і кірх, таких як Зарваниця, Львів, Манява, Почаїв та інші. Ностальгійний туризм охоплює міста Галич, Вижниця, Кіцмань, Чернівці, Жмеринка та інші.

Особливе значення для туристичної сфери району мають події музичного і мистецького спрямування, спортивні заходи, історичні ініціативи, наприклад, фестиваль «Ту Стань», а також етнічні («Маланки-фест»), релігійні, гастрономічні фестивалі, серед яких популярний «Закарпатські Божоле».

В Україні визначено сім об'єктів, які входять до списку Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО, п'ять з них розташовані у Карпатсько-Подільському регіоні. До них належать «ансамбль історичного центру Львова, Дуга Струве, праліси букового лісу Карпат, резиденція митрополитів Буковини та Далмації, а також дерев'яні церкви Карпатського регіону». У цьому ж регіоні перспективними дестинаціями для отримання статусу об'єктів ЮНЕСКО є Кам'янець-Подільський історико-культурний заповідник, замок «Паланок» у Мукачеві, замок «Олесько» на Львівщині, а також садиба й мавзолей М. І. Пирогова у Вінниці.

Карпатсько-Подільський регіон має позитивний імідж як серед українців, так і серед іноземців.

Для українців Карпатсько-Подільський регіон асоціюється насамперед із мальовничою природою, національним колоритом та культурною спадщиною. Відомі Карпати, Подільські Товтри, замки Західної України та безліч фестивалів приваблюють тих, хто цінує активний відпочинок і знайомство з національними та релігійними традиціями. Українці сприймають регіон як доступну і привабливу туристичну локацію для гірськолижного спорту, походів у гори, оздоровлення, релігійного просвітлення, а також як місце для сімейного відпочинку і культурних екскурсій.

Також регіон сприймається як еко-орієнтована зона, що підтримує місцеве виробництво, збереження природних ресурсів і розвитку сталого туризму, що для українців додає йому особливої цінності.

Для іноземних туристів Карпатсько-Подільський регіон є більш екзотичною та автентичною частиною Східної Європи. Іноземці, особливо з сусідніх європейських країн, сприймають його як недорогу і мальовничу альтернативу популярним гірським курортам Західної Європи. Зимові курорти, такі як Буковель, сприймаються як сучасні і доступні. Карпатський регіон стає також популярним серед любителів етнічного туризму, які приїжджають досліджувати українську народну культуру, традиції гуцулів, бойків та лемків.

Серед іноземців зростає інтерес до історичних та культурних пам'яток регіону, таких як замки Львівщини та Тернопільщини, монастирі та церкви, що охороняються ЮНЕСКО. Водночас для іноземців особливо привабливі місцеві ціни на відпочинок, оздоровчі курорти, культурні фестивалі та різноманітність природних локацій.

У Карпатсько-Подільському регіоні існує значний потенціал для розвитку різних видів туризму (рис. 2.7, рис. 2.8).

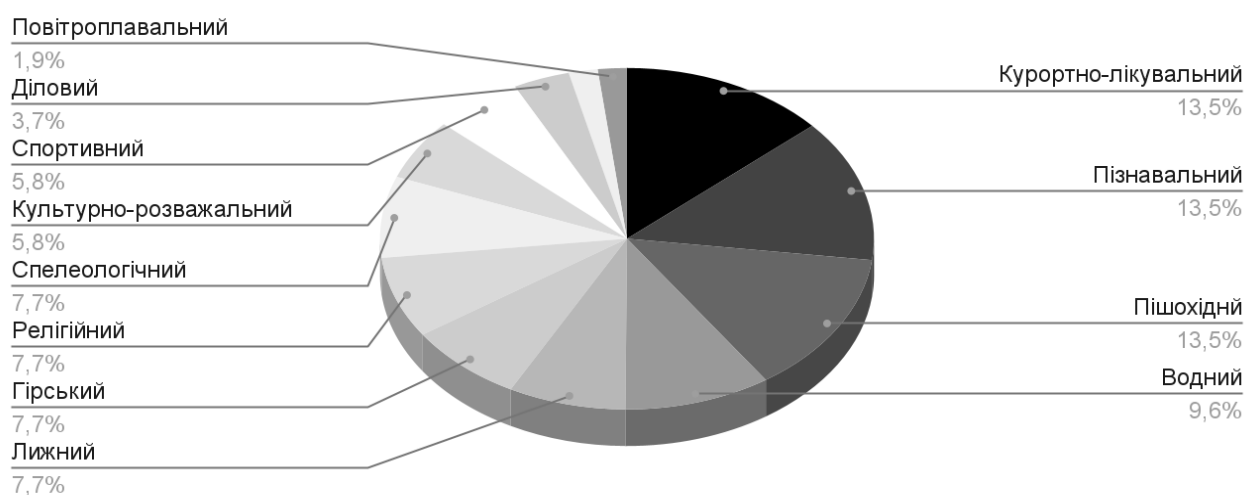


Рис. 2.7. Туризм на території Карпатсько-Подільського регіону [14]

Наприклад, у Закарпатській області популярністю користуються курортно-лікувальні, культурно-розважальні, ділові, пізнавальні та спортивні напрямки, а також пішохідний, водний, лижний і гірський туризм. Львівська область

пропонує широкий спектр можливостей для курортно-лікувального, культурно-розважального, ділового, пізнавального, релігійного, навчально-освітнього та спортивного туризму, зокрема пішохідного, лижного і гірського.

Івано-Франківщина спеціалізується на курортно-лікувальному і на пішохідному, лижному та гірському відпочинку. У Чернівецькій області є можливості для розвитку курортно-лікувального, пізнавального та спортивного туризму, з акцентом на пішохідний, водний, лижний, спелеологічний і гірський туризм. Тернопільщина ж відома курортно-лікувальним, пізнавальним та релігійним туризмом, а також пропонує спелеологічний відпочинок.

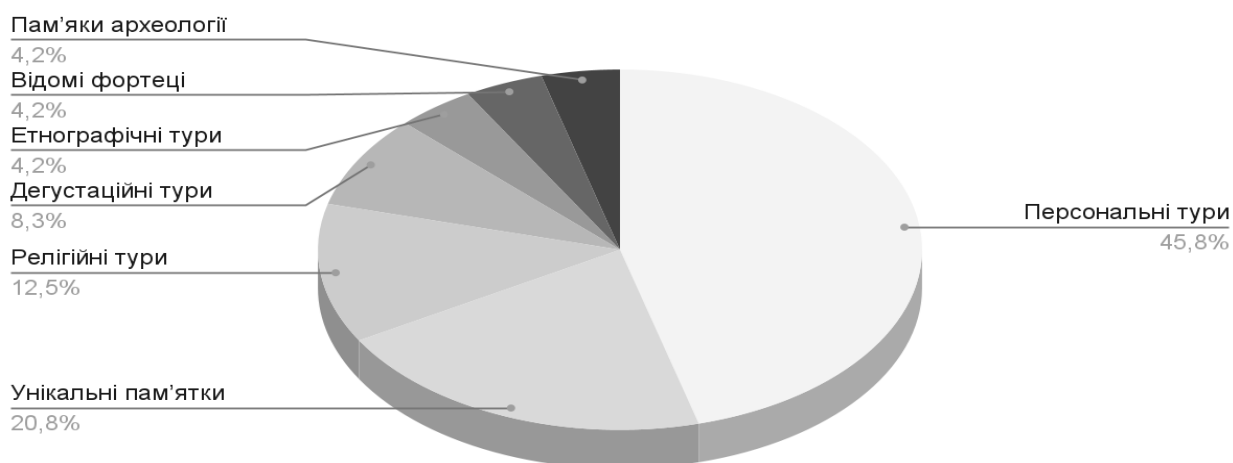


Рис. 2.8. Тури на території Карпатсько-Подільського району України [14]

Післявоєнний період збереже туристично-рекреаційну галузь як ключовий елемент економічного розвитку Карпатського регіону. Аналіз і передбачення змін у її структурі та динаміці залежатимуть від військово-політичної ситуації, соціально-економічних умов і демографічних особливостей України та її областей після закінчення війни.

2.3. Проблеми розвитку рекреаційно-туристичного потенціалу регіону

У сучасному світі дедалі більше уваги приділяється формуванню нових видів туризму, що мають на меті мінімізувати шкоду для природи. У багатьох країнах розробляються ініціативи, спрямовані на досягнення гармонії між туристичною діяльністю та природними екосистемами [51]. Серед таких підходів можна виділити екотуризм, зелений туризм і стійкий туризм. Їх реалізація передбачає зменшення масштабів туристичного будівництва, активне використання місцевих ресурсів для розміщення гостей, таких як житло жителів регіону, розвиток екологічних видів транспорту, впровадження зелених технологій у поширені туристичні формати, зокрема рекреаційний і піший туризм, а також популяризацію екологічної культури серед туристів та населення.

Карпатський регіон України відчуває стрімке зростання туристичної активності як загалом, так і через пережиту пандемію і війну, що унеможливило пересування деяких груп осіб. Розвиток туристичної інфраструктури та зростання активності туристичного потоку створюють потребу в екологічному підході до управління туристичною сферою. Це передбачає, з одного боку, аналіз природно-ресурсного потенціалу для організації туристичної діяльності та визначення витривалості природного середовища до впливу туристів. З іншого боку, важливо розробити систему заходів, спрямованих на модернізацію основних видів туризму в регіоні з урахуванням екологічних стандартів, а також інтересів місцевих жителів і туристів.

З розвитком різноманітних форм туризму збільшується і використання природного середовища, що призводить до зниження його якості. Негативні зміни в екосистемах виникають переважно там, де туризм розвивається безконтрольно або надмірно інтенсивно. Туристична активність та інвестиції в інфраструктуру створюють ризики для природного середовища, подібні до наслідків промислового розвитку, урбанізації та транспорту.

Нерегульоване туристичне навантаження в Українських Карпатах негативно впливає на природне та культурне середовище через активне будівництво туристичної інфраструктури, фрагментацію лісових масивів та урбанізацію традиційних центрів відпочинку. Нагальними питаннями стали регулювання масового туризму, дотримання природоохоронних норм під час екотуристичних проєктів і розробка моделей сталого розвитку для рекреаційної сфери.

Гірські райони є надзвичайно чутливими до різних видів людської діяльності через свою унікальну природу та складність екосистем. Вплив туризму на ці території часто спричиняє порушення природної рівноваги, що ускладнює відновлення місцевих екосистем. Одним з найбільших негативних ефектів туристичної діяльності є скорочення лісових масивів, що викликається будівництвом інфраструктури для відпочинку, таких як гірськолижні траси, дороги та туристичні об'єкти, що також веде до зменшення площ, що займають ліси і сільськогосподарські угіддя [51].

Головні фактори впливу туризму на екологію в українських горах:

- розбудова інфраструктури; цей процес передбачає масштабні землерийні роботи, будівництво та вирубку лісів («Мигієво» на Буковині, «Волосянка» та «Плай». у Львівській області). Традиційні малоповерхові будівлі замінюються висотними готелями та центрами дозвілля, що знижує естетичну привабливість територій

- погіршення стану природного середовища (стоки - вода, авто - повітря);

- дигресія покриву землі і рельєфу на маршрутах (Яремче, Ворохта, вершини Говерли та Петра, водоспад Пробій, Манявський скит, скелі Довбуша).

Найбільше страждають популярні серед туристів заповідні території та національні парки («Карпатський біосферний заповідник», «Синевир» (озеро), «Сколівські Бескиди» (Водоспад Кам'янка, Урицькі скелі), а також поблизу НПП «Вижницький».).

Наслідки рекреаційної діяльності, особливо зміни ландшафту Карпат, найбільш яскраво проявляються на туристичних маршрутах і гірськолижних

курортах. Фізичні зміни рельєфу в результаті інтенсивного використання цих територій зафіксовані на схилах гір. Дослідження, проведені в Чорногорі, Горганах та Бескидах, дозволили виявити певний етап зміни освітленості під впливом туристичної діяльності.

Після початку масштабної війни туристична та культурна сфери України зазнали найбільших втрат за всю історію незалежності. Культура є основою національної ідентичності, а знищення культурних об'єктів, таких як музеї, історичні будівлі та пам'ятники – це болючий удар для кожного українця, адже кожна втрата – це частина історії країни. Бойові дії на сході та півдні, а також продовження бомбардувань по всій країні призвели до призупинення або значного згорання багатьох культурних і спортивних установ. В той час, як західна частина України залишалася відносно безпечною.

В Україні налічується близько 15,5 тис. об'єктів культурної спадщини, з них 1,2 тис. національного значення та 14,3 тис. – місцевого значення. Ці об'єкти класифікуються за різними типами, включаючи історичні, архітектурні, археологічні та ландшафтні об'єкти. Непрямі збитки у сфері культури, туризму та спорту становлять майже 7 мільярдів доларів (втрата доходу) або 2,6 мільярда доларів (втрата доданої вартості).

Також втрат зазнають культурно-туристичні зони, оскільки руйнування культурних об'єктів спричиняє значні втрати не тільки для культурної сфери, але й для туризму. Це призводить до непрямих економічних втрат через знищення культурно-туристичних об'єктів, відтік культурно освіченої спільноти та відсутність туристів. Втрата культурно-туристичних об'єктів знижує культурну та туристичну цінність регіонів, що може позбавити їх економічної підтримки.

Міграція культурних спільнот (ансамблів, хорів) також важливий чинник непрямих втрат, адже культура формується саме залученими людьми. Туризм в Україні суттєво втрачає кошти через зменшення кількості туристів. Країна майже позбавлена іноземних туристів, чисельність яких становила близько 4 мільйонів у 2020 році. Внутрішній туризм також постраждав, оскільки через

бойові дії та захоплені території, більше половини всіх областей (13) частково або повністю не мають туристичної діяльності.

У таблиці 2.3 наведено оцінку культурних втрат, а також спорту та туризму в Україні, що була здійснена Київською школою економіки.

Таблиця 2.3

Оцінка непрямих втрат сфери культури, спорту та туризму в Україні
на 1 липня 2024 року [53]

Види втрат	Оцінка втрат, \$ млрд, за методом	
	Виручка	Додана вартість
Зменшення доходів (готелі)	2,131	0,794
Зменшення доходів (виробництво та демонстрація кіно)	1,916	0,714
Зменшення доходів (видавництво)	1,295	0,483
Зменшення доходів (культура)	0,788	0,294
Зменшення доходів (туризм)	0,496	0,185
Зменшення доходів (спорт)	0,257	0,096
Зменшення доходів (розваги)	0,112	0,042
Витрати на демонтаж та вивезення будівельних відходів	0,309	0,309
Загальні непрямі втрати сектору	7,304	2,916

Реальні доходи населення України у зв'язку з повномасштабним вторгненням російської федерації суттєво знизилися. Знищення та руйнування майна у всіх секторах економіки оцінюється через непрямі втрати 1164,4 млрд.дол. США (станом на 1 липня 2024 р.) [53], що зокрема впливає на курс валюти та рівень інфляції.

25 об'єктів природно-заповідного фонду України під окупацією чи постійними обстрілами. За оцінками дослідження «російсько-українська війна: вплив на довкілля» знищено 9,7 млн. дерев та рослин, 75 тис. особин тваринного світу, 21,1 тис. га рослинного світу пошкоджено, 648,5 пожеж в лісах та інших насадженнях, бойові дії призвели до забрудненню ґрунтів та засмічення територій, наприклад, підрив дамби Каховської ГЕС призвів до змиву сміття хвилею води у орієнтовному обсязі 2,9 млн. кубометрів [54].

Туристичний сектор України, який показав стабільне зростання у період 2015-2019 року, зазнав катастрофічних втрат через російське вторгнення в 2022 році. До повномасштабної війни туристична сфера України одержувала 1,6 млрд. доларів США доходу, підтримувала 1,2 мільйона робочих місць, і складала 6,2% ВВП. Прогноз розвитку на основі довоєнних темпів зростання (3,3% щорічного зростання в'їзного туризму та на 2,8% зростання доходів) вказував на реалізацію європейських тенденцій та відповідав цілям України до 2034 року [59].

Сукупні втрати сфери туризму за результатами Загальнонаціонального опитування щодо впливу війни на туристичну галузь України «Економічний вплив війни на сектор туризму та гостинності України: Втрати, інновації та стійкість» станом на 2024 рік оцінюються у 5,5 млрд. дол. США доходу та 710 тис. робочих місць [59]. В той же час розуміємо, що розмір втрат збільшується після кожного наступного обстрілу.

ДАРТ проводила опитування щодо внутрішніх подорожей українців [16]. Отримано, що трохи менше половини респондентів подорожували країною з туристичною метою (рис. 2.9). Це досить непоганий показник, зважаючи на рівень небезпеки.

Скільки разів ви відвідували інші регіони України з туристичною метою з 24 лютого 2022 року?

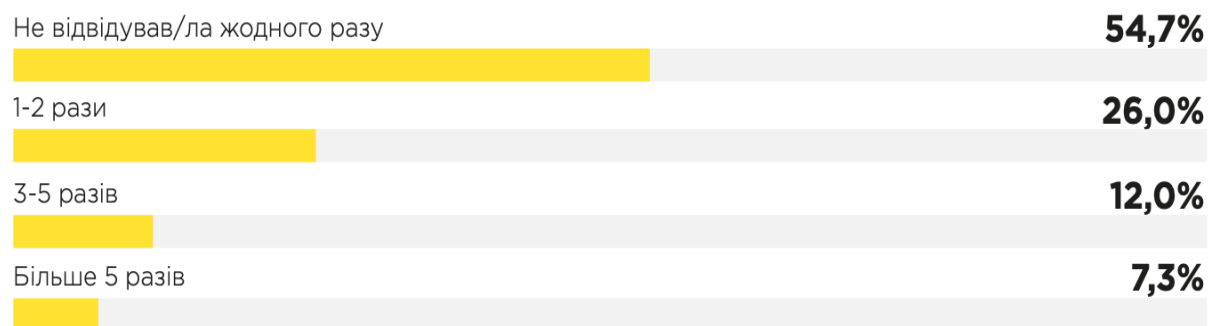


Рис. 2.9. Опитування ДАРТ: Подорожі з метою туризму під час війни [16]

Відповідно до іншого опитування ДАРТ (рис. 2.10), саме безпека вважається найбільшою проблемою зараз, що змушує українців думати двічі перед плануванням подорожі.

Які перешкоди або обмеження ви бачите для подорожей в Україні в умовах воєнного стану?



Рис. 2.10. Опитування ДАРТ: Перешкоди для подорожей в Україні [16]

В цілому, можна сформулювати наступні висновки стосовно функціонування туристично-рекреаційної галузі регіону під час воєнного стану. З початком масштабного військового вторгнення Росії в Україну туристично-рекреаційна сфера регіону адаптувалася до умов воєнного стану. Готельні та відпочинкові заклади приймали вимушено переміщених осіб (ВПО), частка яких з кінця лютого до квітня досягала 100%. Пізніше, з поверненням ВПО до місць постійного проживання, частка зменшилась. Санаторно-курортні заклади також приймали ВПО, частка яких становила від 50% до 100%. Прийом і розміщення ВПО допомогло зменшити обвал у туристичній активності, який настав із початком вторгнення. Це забезпечило заповненість засобів розміщення у регіоні на рівні близько 50% від рівня минулого року протягом першого півріччя 2022 року. Цей показник сформувався завдяки вищій активності до 24 лютого та великому потоку ВПО від 24 лютого до квітня 2022 року. З травня 2022 року

кількість ВПО у рекреаційно-туристичних закладах поступово зменшувалася, що не компенсувалося припливом літніх туристів. Регіон втратив майже всіх іноземних туристів. Проживання ВПО переважно компенсувалося лише відшкодуванням комунальних платежів, що не забезпечувало комерційного прибутку для закладів. За таких умов фінансово-економічні результати діяльності туристично-рекреаційних закладів продовжуватимуть погіршуватись, що може призвести до припинення їх діяльності. Особливі складнощі виникають у холодний період через високі витрати на опалення. Закриття установ туристично-рекреаційної галузі призведе до серйозних соціально-економічних проблем, оскільки тисячі працівників залишаться без роботи.

Всього в колективних закладах розміщення працювало понад 21 тисяча осіб, з яких близько 14 тисяч були зайняті в санаторіях та оздоровчих установах. Загалом у цій сфері трудиться близько 35 тисяч людей. Крім того, бюджети місцевих громад зазнають значних втрат.

До завершення бойових дій немає підстав очікувати нормалізацію ситуації в туристично-рекреаційній сфері. Санаторії можуть надавати послуги для лікування осіб, постраждалих від бойових дій, а деякі готелі продовжать обслуговувати працівників переміщених підприємств і організацій. Однак більшість інших закладів розміщення очікують суттєве скорочення потоку відвідувачів — на 70% і більше порівняно з 2021 роком. При поверненні до мирного життя рекреаційно-туристична сфера може швидко відновитись завдяки відкладеному попиту (рис. 2.11). Однак потрібно враховувати ускладнюючі чинники: зменшення чисельності населення через міграцію, зниження доходів, зміна у витратах громадян.

Проведення аналізу щодо розвитку туристично-рекреаційного потенціалу Карпатського регіону виявило низку важливих чинників, що впливають на перспективи галузі. Позитивний вплив таких факторів, як екологічна свідомість та зростання міжнародної привабливості України, відкриває значні можливості для розвитку екотуризму та просування України як туристичної дестинації. Це є суттєвим стимулом для покращення інфраструктури, дотримання екологічних

норм та запровадження інновацій, здатних підвищити конкурентоспроможність туризму регіону на міжнародному рівні.

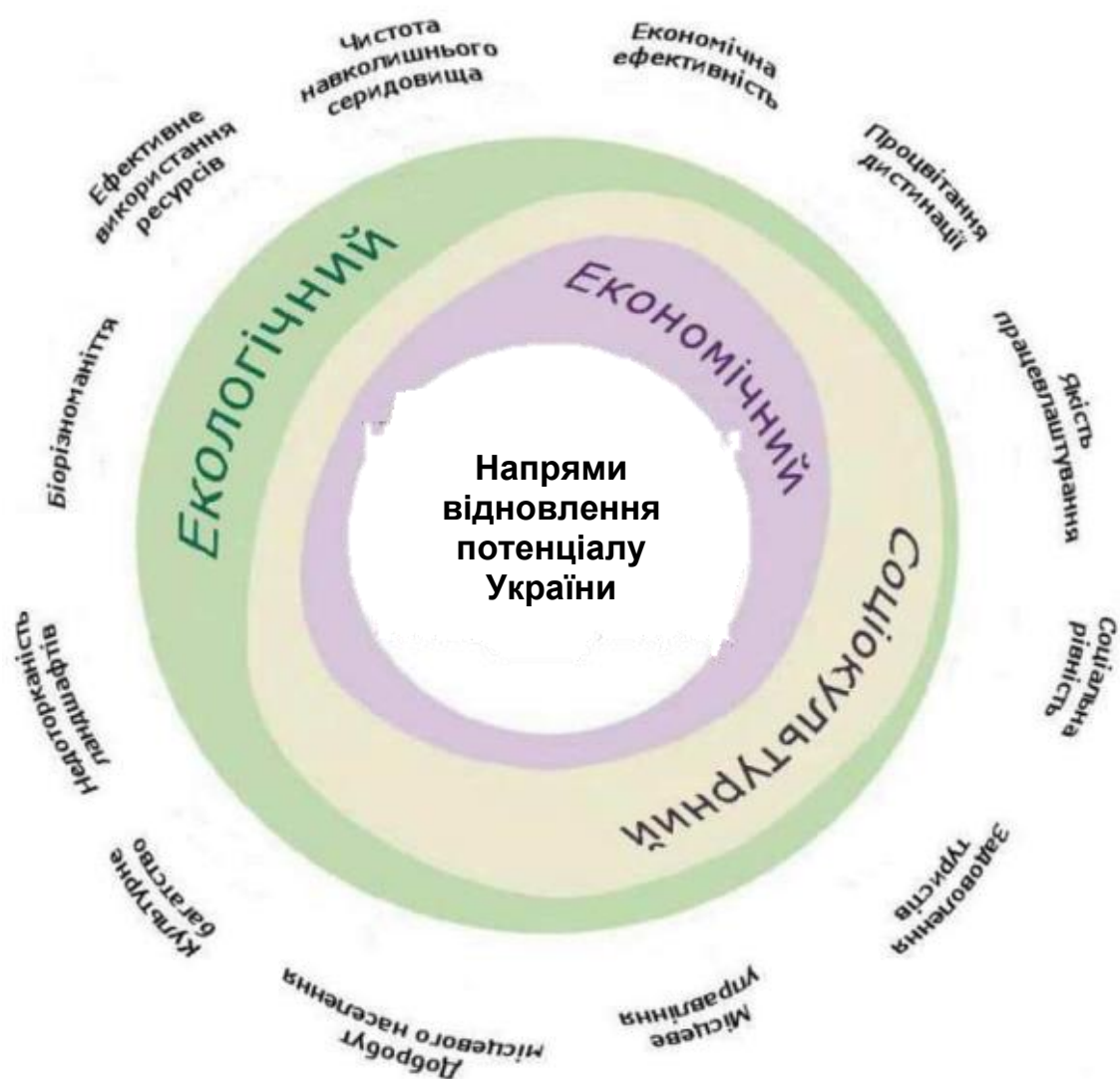


Рис.2.11. Напрями відновлення рекреаційно-туристичного потенціалу України у післявоєнний період

Проте низка викликів може суттєво обмежувати розвиток туристичного потенціалу. Серед них — негативні соціально-демографічні та економічні тенденції, зокрема зменшення кількості населення та падіння платоспроможності, що знижує внутрішній попит на туристичні послуги. Недостатній рівень кваліфікації випускників туристичних спеціальностей в українських університетах також створює ризики для якості обслуговування в регіоні, що є критичним для конкурентоспроможності. Екологічний аспект

підкреслює важливість збереження природного середовища та контролю над туристичним потоком, оскільки безконтрольний розвиток туризму може призвести до виснаження природних ресурсів та негативного впливу на традиційні ландшафти.

Підтримка туристичної діяльності є важливою не лише для економічної стабільності держави в умовах конфлікту, а й для відновлення галузі після перемоги. Крім того, з завершенням бойових дій туризм відіграватиме ключову роль у відновленні економіки країни. Для забезпечення максимального завантаження туристичних потужностей необхідно активно освоювати нові ринки.

Висновки до розділу 2

Матеріальна база туристично-рекреаційної сфери Карпатсько-Подільського району, як і в Україні загалом, включає готелі та аналогічні заклади розміщення, а також спеціалізовані установи. Основу санаторно-курортної інфраструктури регіону формують бальнеологічні ресурси (лікувальні мінеральні води), грязеві лікувальні джерела та кліматичні умови. Серед іноземних туристів, які відвідали регіон, переважають громадяни Румунії, Молдови, Швейцарії, Литви, Польщі, Білорусі, Узбекистану, Німеччини, Ізраїлю. Подальший розвиток району передбачає диверсифікацію рекреаційних послуг, розширення релігійного туризму, туризму вихідного дня та екскурсій, орієнтованих на популяризацію меморіальних музеїв та місць, пов'язаних із життям, діяльністю й похованнями відомих особистостей краю.

Проведення аналізу щодо розвитку туристично-рекреаційного потенціалу Карпатського регіону виявило низку важливих чинників, що впливають на перспективи галузі. Позитивний вплив таких факторів, як екологічна свідомість та зростання міжнародної привабливості України, відкриває значні можливості для розвитку екотуризму та просування України як туристичної дестинації. Це є

суттєвим стимулом для покращення інфраструктури, дотримання екологічних норм та запровадження інновацій, здатних підвищити конкурентоспроможність туризму регіону на міжнародному рівні.

РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ІННОВАЦІЙНИХ ТУРПРОДУКТІВ ДЛЯ РОЗВИТКУ РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ЗАХІДНОГО РЕГІОНУ УКРАЇНИ (КАРПАТСЬКОГО-ПОДІЛЬСЬКОГО РАЙОНУ)

3.1. Характеристика плану інноваційного проєкту для підвищення туристичного потенціалу регіону

Незважаючи на багаті природні ресурси, кваліфіковану робочу силу й вигідне географічне розташування, Україна ще не змогла ефективно та повністю використати ці переваги для забезпечення сталого розвитку. Обмежене та нерівномірне використання потенціалу призвело до зростання дисбалансу між регіонами. Поточна ситуація свідчить, що розвиток регіонів не відповідає їхньому реальному економічному, технічному й природному потенціалу, а також стратегічним цілям євроінтеграції.

Одним з рішень може бути диверсифікація туристичних послуг в регіоні. Враховуючи це як метод покращення рекреаційно-туристичного потенціалу, пропонується в даному регіоні впровадження різнопланових турів.

Перший тур призначений для українських військових і є релігійним. Сенс цього туристичного продукту під назвою «Відкрий святу Україну» полягає у допомозі захисникам та їхнім родинам відновитися після випробувань війни. Військові матимуть можливість перебувати в українських святинях, щоб знайти спокій та переродження душі. Завдяки спілкуванню воїни можуть зрозуміти, як долати свої переживання та перетворювати їх на посттравматичне зростання. Захисникам покажуть території, святині, розкажуть про історію місця і запропонують долучитися до різних заходів, які мають позитивно позначитися на їхній психологічній реабілітації.

Другий тур орієнтований на інтерес іноземних гостей до мальовничого регіону. Його програма створена для відвідувачів з різних країн за умови, що

відправною точкою є Краків, Польща. Тур побудований з метою познайомити туристів із закарпатськими кулінарними традиціями, унікальними замками та природними перлинами. Подорож стане чудовою нагодою відпочити від буденних справ: насолодитися смаком місцевих вин та сирів, зануритися у термальні басейни та побачити загадкове озеро Синевир.

Представлені тури досить сильно відрізняються один від одного, але саме через них можна сформувати імідж Карпатсько-Подільського регіону, як такого, що сприяє глибокому відновленню, єднанню з природою і духовністю, естетичній та гастрономічній насолоді, і може приваблювати як українців, так і іноземців.

Зважаючи на визначений раніше високий рекреаційно-туристичний потенціал та ресурсну забезпеченість території в реаліях сьогодення можна почати з більш детального розгляду пропозиції інноваційного проекту, що полягає у впровадженні релігійного туру для українських військових.

Сенс цього туристичного продукту під назвою «Відкрий святу Україну» полягає у допомозі нашим захисникам та їхнім родинам відновитися після випробувань війни. Військові матимуть можливість перебувати в українських святинях, щоб знайти спокій та переродження душі. Завдяки спілкуванню із духовенством, істориками, мистецтвознавцями, археологами, воїни можуть зрозуміти, як долати свої переживання та перетворювати їх на посттравматичне зростання. Захисникам покажуть території, святині, розкажуть про історію місця і запропонують долучитися до різних заходів, які мають позитивно позначитися на їхній психологічній реабілітації.

Отже, життєвий цикл проекту туру «Відкрий святу Україну» є сукупністю етапів виконання проекту (фаз) та дає змогу членам команди проекту побачити операції, які необхідно здійснити на кожній фазі (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

Результати фаз життєвого циклу проєкту «Відкрій святу Україну»

Фаза	Дата початку / Дата завершення	Основні результати
Фаза 1 Концепція	01.02.25-01.03.25	Аналіз ринку та потенціалу: Проведення досліджень для визначення потенційної цільової аудиторії та їхніх потреб у релігійному туризмі в Україні. Створення концепції туру: Розроблення унікальної концепції туру, включаючи програму, перевезення, проживання, харчування та інші послуги. Звіт про доцільність виконання проєкту Статут проєкту Завдання на проєкт
Фаза 2 Розробка	01.03.25-01.08.25	План управління проєктом Визначення маршруту та об'єктів: Вибір релігійних місць, які мають потенціал для паломницького туризму, та складання маршруту з врахуванням їхнього культурного та історичного значення. Партнерство з місцевими органами влади та релігійними установами: Укладення угод з місцевими владами та релігійними організаціями для отримання дозволів та підтримки. Створення інфраструктури: Розробка необхідної інфраструктури для прийому паломників, включаючи транспортні засоби, маршрути та інформаційні матеріали. Структурно-логічна модель ПП Підготовка персоналу: Проведення навчання персоналу з обслуговування паломників та забезпечення їхнього комфорту та безпеки. Зразки дизайну форм інтерфейсу користувача Умови та терміни контрактів
Фаза 3 Реалізація	01.08.25-01.11.25	Готовий програмний продукт Маркетинг та реклама: Здійснення рекламних кампаній для привертання уваги до нового туру серед цільової аудиторії. Проведення туру: Організація та проведення релігійного туру згідно з розробленою програмою та маршрутом. Звіти з виконання
Фаза 4 Освоєння	01.11.25-01.01.26	Результати впровадження. Проведення аналізу результатів туру та збирання відгуків від учасників для подальшого вдосконалення. Розширення та модифікація: Враховуючи отримані результати, внесення змін у програму туру та розширення асортименту послуг. Завершення процесу навчання

Отже, було виділено 5 фаз реалізації проекту туру «Відкрий святу Україну», для кожної з яких визначено терміни реалізації поставлених завдань та очікувані результати.

Аналіз зацікавлених осіб проекту та факторів зовнішнього оточення включає визначення осіб, що мають причини для успіху проекту, а також факторів оточення, до яких належать екологічні, технологічні, економічні, юридичні, інфраструктурні та інші фактори. Інформація про зацікавлених осіб проекту «Відкрий святу Україну» подана у таблиці 3.2.

Таблиця 3.2

Перелік зацікавлених осіб проекту «Відкрий святу Україну»

№	Зацікавлені особи	Цілі	Мотивація	Ступінь впливу
<i>Первинні зацікавлені особи</i>				
1	Менеджер проекту	Досягнення цілей проекту	Отримання досвіду, професійний ріст	5+
2	Співробітники організації	Отримання роботи та можливостей самореалізації	Кар'єрний ріст, соціальний статус	3+
<i>Вторинні зацікавлені особи</i>				
3	Конкуренти	Розширення ринку збуту	Отримання прибутків, розвиток бізнесу	4–
4	Місцеві органи влади:	Зацікавлені у розвитку туризму та привабленні туристів до своєї місцевості	Збільшення прибутків та розвитку інфраструктури.	4–
8	Туристичні агентства та гідів	Зацікавлені у розробці та просуванні паломницьких турів	Залучення нових клієнтів та збільшення обороту.	4
5	Релігійні установи	Зацікавлені у привертанні віруючих до своїх святинь	підтримати духовність та збільшити кількість прихожан	3
7	Готелі та ресторани	Зацікавлені у підвищенні використання своєї мережі для проживання та харчування туристів, які беруть участь у турі.	Збільшення прибутків та розширення мережі	3
6	Туристи, паломники	Відвідування релігійних місць та здійсненні подорожей	Отримання нового більш функціонального продукту	2+

На наступному етапі було проаналізовано, як зовнішнє середовище впливає на проєкт. Для цього проведено оцінку кожного чинника, що впливає на проєкт, описано його цілі та рівень зацікавленості, а також визначено мотиваційні аспекти та ступінь впливу зацікавлених сторін. Зведені дані про зовнішні фактори проєкту «Відкрий святу Україну» представлено в таблиці 3.3.

Таблиця 3.3

Характеристика факторів зовнішнього оточення

№	Фактор	Характеристика	Тип	Оцінка впливу
1	Рівень інфляції	Значно впливає на стабільність проєкту. Створює додатковий ризик знецінення коштів проєкту	Економічний	5–
2	Релігійна та культурна спадщина	Україна має багату релігійну та культурну спадщину, яка є основою для розвитку паломницького туризму.	Соціокультурний	4
3	Політична стабільність	Політична ситуація в країні може вплинути на безпеку та стабільність туристичного бізнесу.	Політико-законодавчий	-4
4	Кваліфікація персоналу	Достатній вплив. Від рівня класифікації персоналу залежить якість програмного продукту та час його створення	Організаційний	3+
5	Рівень технічних засобів	Високий рівень технічних засобів дасть змогу скоротити час на виконання проєкту, уникнути ремонту обладнання та непередбачених збоїв з втратою інформації	Технічний	3+
6	Зміни на туристичному ринку	Ринок туризму постійно зростає, зокрема попит на автентичні та духовні подорожі.	Економічний	-3
7	Економічна ситуація	Економічний стан країни може вплинути на прибутковість проєкту та доступність фінансових ресурсів для реалізації.	Економічний	-3
8	Технологічні інновації	Нові технології можуть змінювати способи бронювання турів, спілкування з клієнтами та надання послуг, що потребує оновлення підходів у розвитку туристичного бізнесу.	Технічний	3
9	Природні катастрофи та інциденти безпеки	Наприклад, природні катастрофи, політичні конфлікти або терористичні події можуть вплинути на безпеку та привабливість регіону для туристів.	Природний	-2
10	Зміни в законодавстві та регулювання	Законодавчі зміни, такі як візові режими, податкові ставки або правила безпеки, можуть впливати на туристичний бізнес та конкурентоспроможність регіону.	Політико-законодавчий	-2

Продовження таблиці 3.3

11	Соціокультурні тенденції	Зміни у соціальних та культурних уподобаннях можуть впливати на попит на різні види туризму, включаючи релігійний туризм.	Соціокультурний	-2
12	Міжнародні стосунки та геополітичні події	Зміни в міжнародних стосунках або геополітичній ситуації можуть мати вплив на міжнародний туризм та репутацію країни як туристичного напрямку.	Політико-законодавчий	-2

Після аналізу факторів зовнішнього середовища було сформовано рекомендації, що можуть мінімізувати ризики:

- Забезпечити зв'язок та комунікацію з усіма зацікавленими особами, слухаючи їхні звернення та відповідаючи на їхні запитання.
- Реагувати на відгуки та проблеми, які виникають в процесі реалізації проекту, та швидко вирішувати їх.
- Забезпечити взаємодію з громадськістю через соціальні медіа, прес-релізи та інші канали для збільшення свідомості про проект та вирішення можливих проблем.
- Моніторинг та аналіз змін у сферах, що можуть вплинути на проект.
- Створення стратегій ризик-менеджменту, включаючи ідентифікацію, оцінку та зниження ризиків, пов'язаних з негативними факторами зовнішнього оточення.
- Стратегії диверсифікації турів та послуг для зменшення впливу негативних факторів зовнішнього оточення на проект.

Такі дії рекомендації допоможуть забезпечити ефективну взаємодію із зацікавленими особами та адаптувати проект до змін у зовнішньому середовищі для забезпечення його успішного виконання.

Організаційна структура реалізації інноваційного проекту «Відкрий святу Україну» буде мати просту функціональну побудову (Рис.2.1). Загальні рішення стратегічного характеру приймаються керівником проекту. Деякі завдання можуть бути делеговані нижчим рівням управління за умови, що вони мають необхідну компетентність для їх виконання.



Рис. 3.1. Організаційна структура проектної команди

Над створенням проєкту працюють досвідчені спеціалісти, екскурсоводи, які мали досвід в потрібному напрямку, та фахівці, на пряму пов'язані з релігією (працівники церков), що надають консультації з цього приводу. Кадрове забезпечення виробництва інноваційного проєкту «Відкрий святу Україну» представлено в таблиці 3.4.

Таблиця 3.4

**Кадрове забезпечення виробництва інноваційного проєкту
«Відкрий святу Україну»**

	Посада	Кількість
1	Керівник проєкту	1
2	Менеджер з туризму	2
3	Гід	1
4	Маркетолог	2
5	Бухгалтер	2
6	Водій	1
	Всього	9

Менеджер з туризму займається продажем. Гід буде супроводжувати туристів протягом всього туру. Маркетолог сприяє промоції нового продукту. Бухгалтер рахує гроші та інвестиційні ризики. Водій буде виконувати свій обов'язок – перевозити туристів з локації до локації.

Матрична організація є одним зі структурних типів організації, в якій співробітники працюють над проєктами, які можуть бути частково або повністю виокремлені від функціональної структури організації. Для управління проєктом «Відкрий святу Україну» може бути застосована матрична організація (рис. 3.2).

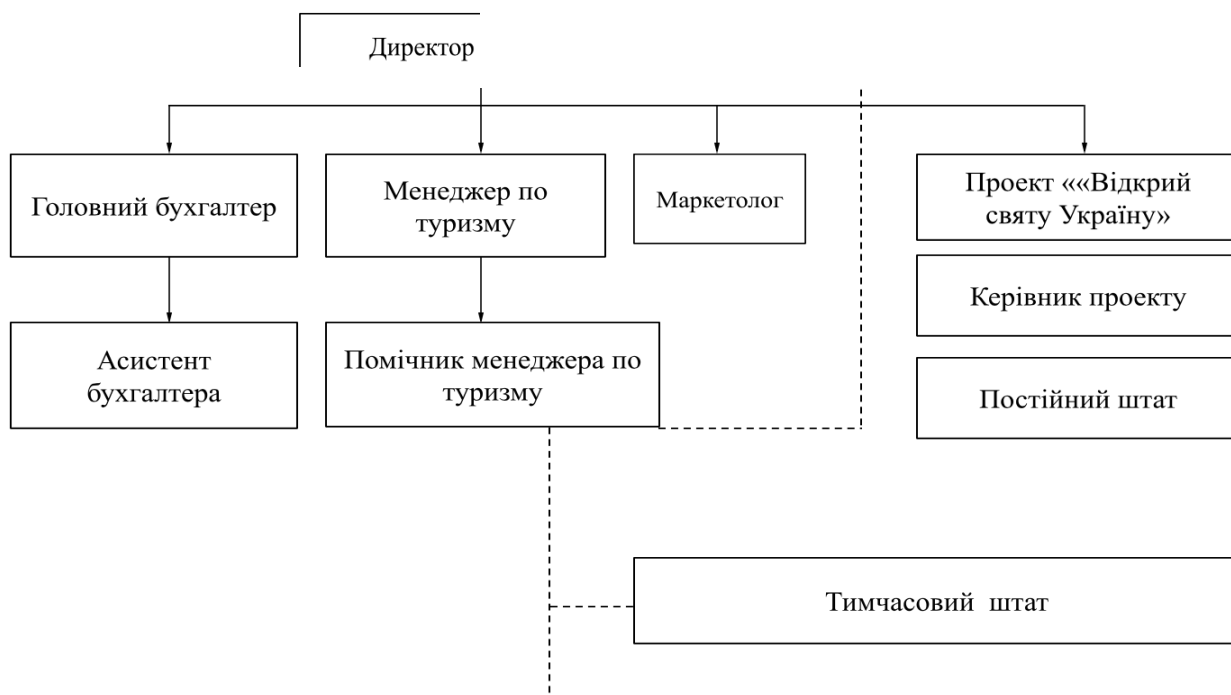


Рис. 3.2. Матрична організація в управлінні проєктом «Відкрий святу Україну»

Оскільки проєкт «Відкрий святу Україну» включає в себе різноманітні завдання, що вимагають високої координації та взаємодії між різними функціональними групами, в матричній організації проєктна команда може бути сформована з представників різних функціональних груп.

На рис. 3.3 наведено трирівневу робочу структуру проєкту організації туру «Відкрий святу Україну».

Така структура дозволяє чітко розбити проєкт на складові елементи, спростити управління проєктом та забезпечити контроль за виконанням завдань.

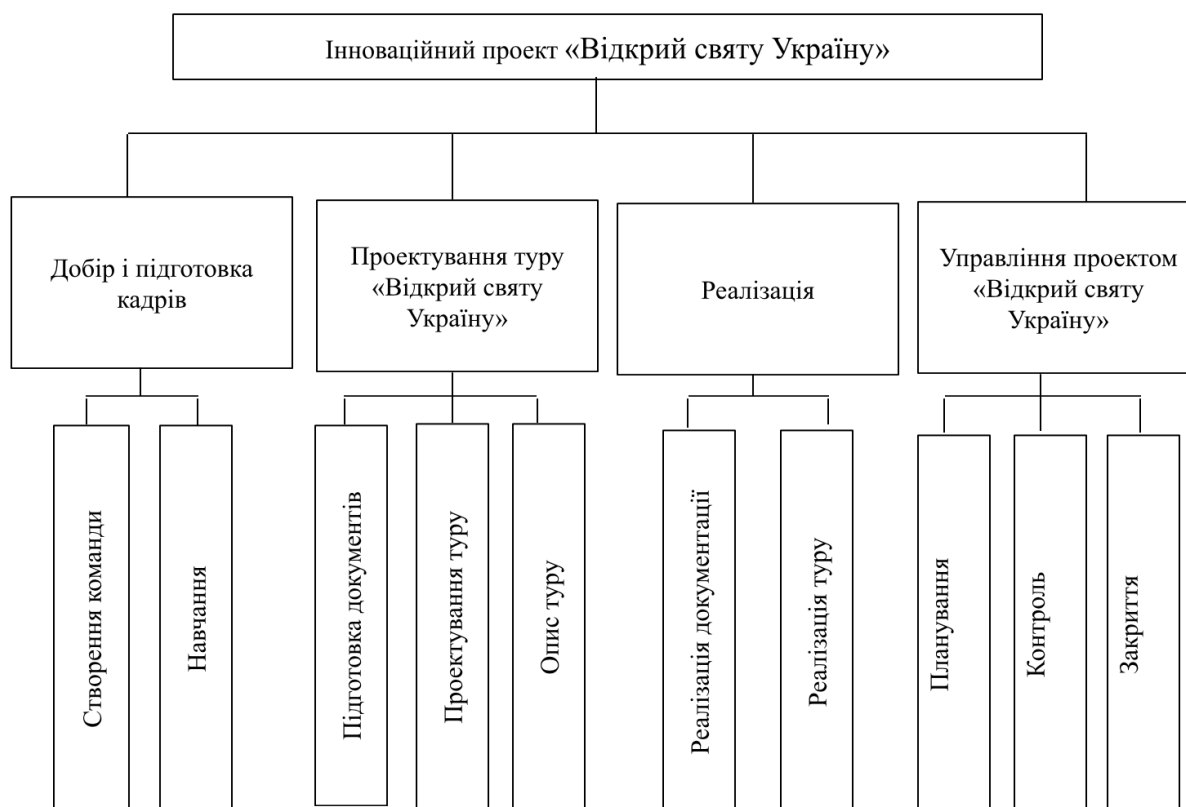


Рис. 3.3. Трирівнева робоча структура проєкту «Відкрий святу Україну»

Побудова матриці відповідальності проєкту є одним із важливих етапів створення проєкту. Вона є графічним зображенням виконавців проєктних робіт та є закріплення відповідальності членів проєктної команди за виконання окремих елементів проєкту. Матриця показує, хто відповідає за конкретний аспект проєкту і якою є міра цієї відповідальності. Структуру матриці відповідальності розроблено відповідно до потреб проєкту туру «Відкрий святу Україну» (табл. 3.5).

Таблиця 3.5

Матриця відповідальності проєкту туру «Відкрий святу Україну»

Члени команди проєкту Задачі проєкту	Керівник проєкту	Експерт з туризму	Менеджер готелю	Водій	Гід	Кухар	Екскурсовод	Маркетолог
Вибір місця відпочинку	З	У	-	-	-	-	-	-
Пошук та бронювання готелю	З	О	У	-	-	-	-	-
Транспортний засіб	З	О	-	У	-	-	-	-
Маршрут туру	З	О	-	-	У	-	-	-
Харчування	З	О	-	-	-	У	-	-
Розваги та екскурсії	З	О	-	-	-	-	У	-
Координація всіх аспектів туру	О	О	-	-	-	-	-	--
Промоція туру								О

З – “повинен затвердити”; О – “виконує основну роботу”; У – “приймає участь у виконанні”.

Ця схема-матриця допоможе проєктній команді взаємодіяти і співпрацювати, щоб забезпечити успішне завершення проєкту туру. Кожен учасник команди має свої відповідності та обов'язки, що дозволяє уникнути затримок у виконанні завдань та запобігти можливим проблемам в процесі реалізації проєкту.

3.2. Формування туристичного продукту для туристів з Польщі

Зважаючи на визначену раніше відносно високу зацікавленість іноземних туристів у відвідуванні даного регіону, можна розглянути проєкт підвищення рекреаційно-туристичного потенціалу території, що полягає у запровадженні туру для іноземців, в першу чергу громадян Польщі. За останні роки між Україною та Польщею значно зросла взаємодія, яка вийшла за межі політики й

охопила туристичну сферу, хоча поки що це співробітництво носить переважно односторонній характер.

Цей тур створено для польських мандрівників і покликаний відкрити для них чарівність Закарпаття – його гастрономічні традиції, середньовічні замки та природні локації. Учасники туру зможуть повністю відновити сили, спробувати відбірні вина й сири, насолодитися термальними купальнями й відвідати казкове озеро Синевир.

Пропозиція буде особливо цікава для людей середнього віку (35 - 55 р.), адже вона ідеально поєднує відпочинок, дегустацію напоїв і можливість забути про щоденні обов'язки.

Подорож розпочинається у Кракові, де збирається група. Далі туристи на комфортному автобусі їдуть до Львова, звідки стартує їхня захоплива експедиція. Для зручності також підготовлена мапа (рис. 3.4).

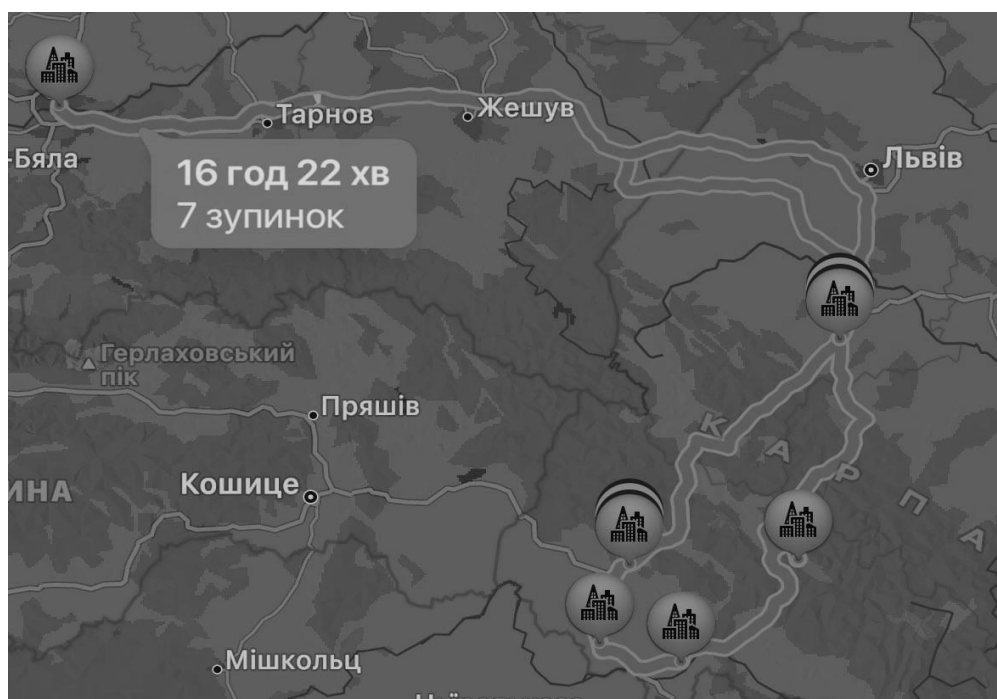


Рис. 3.4. Мапа маршруту «Закарпатський релакс»

Програма передбачає відвідання мальовничих місць, замків із захопливими легендами, а також водоспадів і гірських озер Закарпаття. Деталі маршруту викладені у таблиці 3.6.

Таблиця 3.6

Зміст туру «Закарпатський релакс»

Маршрут	Краків – Стрий – Чинадійово – Мукачево – Берегове – Берегівський р-н. – Виноградів – Синевир – Стрий – Краків	Тривалість маршруту (днів)	2 дні
Загальна протяжність маршруту	1 236 км	Транспорт	Автобус
Тривалість маршруту	1 день 23 год	Тип туру	Автобусний, груповий, комбінований, сезонний

Мандрівники здійснюватимуть поїздку в автобусі протягом усього маршруту. Транспортний засіб обладнаний системою кондиціонування повітря та санвузлом для забезпечення максимального комфорту.

Джерело: створено автором з використанням Google Maps.

Головні аспекти подорожі, включаючи список міст, визначні місця, розважальні заходи та інші елементи, а також їх опис, представлені на рисунку 3.5.

Інформаційний лист туру «Закарпатський релакс»

Параметри подорожі

- Країна перебування: Україна
- Міста/місця: Краків, Стрий, Чинадійово, Мукачево, Берегове, Виноградів, озеро Синевир
- Великі міста: Краків
- Релігія: Християнство

Транспорт і проживання

Транспорт: компанія-перевізник "Львівська транспортна організація"

Проживання: приватні садиби в Берегівському р-ні, номери 2-х, 3-х місні зі зручностями на блок.

Харчування: бутерброди, обід у кафе міста Мукачево, харчування в садибах, обід у кафе "Колиба" біля озера Синевир.

1 Основні визначні пам'ятки

Палац графів Шенборнів, замок Паланок, національний природний парк "Синевирська поляна", ферма "Карпатський буйвіл", готичний костел Всіх Святих, "Графський двір" - садиба князя Бетлені

2 Розважальна та анімаційна програма

Екскурсії до замків, озера Синевир, відвідування відкритого термального басейну, дегустація Закарпатських вин, дегустація сортів буйволячого та овечого сиру)

Корисні поради туристам

Наявність закордонного паспорта, зручне взуття, засоби особистої гігієни мати із собою

Рис. 3.5. Інфолистівка туру «Закарпатський релакс»

Після загального огляду було складено план подорожі, яка містить покроковий опис дій учасників тургрупи, а також рекомендації, що стосуються маршруту, деталі якого представлені в останній частині роботи.

Висновки до розділу 3

Зважаючи на високу ресурсозабезпеченість регіону було запропоновано декілька варіантів розвитку, до яких належить інноваційний релігійний тур для українських військових та екологічний тур для поляків.

Наведена характеристика інноваційного проєкту надала певні результати. Інноваційним проєктом виступає релігійний тур для українських військових. Головна мета цього проєкту полягає у допомозі військовим та їхнім родинам у відновленні після випробувань війни.

Було здійснено аналіз факторів макросередовища, що можуть впливати на проєкт, зокрема екологічних, технологічних, економічних, правових, інфраструктурних та інших аспектів. Окрім того, оцінено, як ці фактори впливають на реалізацію проєкту, надано детальний опис кожного з них, визначено цілі та ступінь залученості, а також проаналізовано їх мотивацію.

Тур «Відкрий святу Україну» буде активний на ринку протягом 7 місяців в рік кожні вихідні та на великі релігійні свята. За результатами проведеного дослідження встановлено, що найбільш значущими є ризики, пов'язані зі стабільністю політичної ситуації в країні, несприятливими погодними умовами та специфікою учасників туру. Враховуючи ці ризики, слід розробити стратегії управління ризиками та плани дій в разі їх виникнення, що дозволить зменшити їхній вплив на проєкт туру «Відкрий святу Україну».

Загалом, співпраця між Україною та Польщею за останні роки вийшла за межі традиційної політичної взаємодії, розширившись на сферу туризму. Цей напрямок стає все більш перспективним, що підтверджує створення нових турів, які сприяють розвитку двосторонніх зв'язків між країнами. Тур, спрямований на

польських туристів, відкриває багатство Закарпаття не лише з культурної, а й з гастрономічної та природної точки зору. Важливо, що такий тур дозволяє учасникам не тільки відпочити та насолодитися новими враженнями, але й збагатитися знаннями про історію та культуру України. Цей проект має великий потенціал для розвитку сталого туризму, забезпечуючи не лише екологічні та культурні вигоди, але й економічний ефект для місцевих громад.

Наведені пропозиції вважаються ефективними та можливими для впровадження з метою розвитку регіону.

**РОЗДІЛ 4. ЕКОНОМІЧНЕ ЗНАЧЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ
ІННОВАЦІЙНИХ ТУРИСТИЧНИХ ПРОДУКТІВ ДЛЯ РОЗВИТКУ
ТУРИЗМУ У ЗАХІДНОМУ РЕГІОНІ УКРАЇНИ
(КАРПАТСЬКОГО-ПОДІЛЬСЬКОМУ РАЙОНІ)**

4.1. Економічна ефективність організації релігійного туру для українських військових

Проект туру «Відкрий святу Україну» має схему маршруту та програму на 2 дні для групи з 24 осіб.

1 ДЕНЬ: Тернопіль. Зустріч групи на залізничному вокзалі.

–Переїзд – Тернопіль – Почаїв – Свято-Духівський скит – джерело Святої Анни – Кременець

–Відвідаємо: Почаївська Лавра, Чудотворна ікона Матері Божої «Почаївська», Печерна церква Преподобного Іова Почаївського, Моці Святих Угодників Божих і тд.

–Вільний час (для особистих потреб)

–Обід Ресторан «Софія».

–Відвідаємо: Свято-Духівський скит, Джерело Святої Анни.

Древній Кременець зустріне: Золотоверхими куполами Свято-Богоявленського жіночого монастиря (XVII ст.), Свято-Миколаївським собором (XVI ст.).

– Поселення, м.Кременець Дво-, тримісні номери із зручностями в номері.

–Вечеря

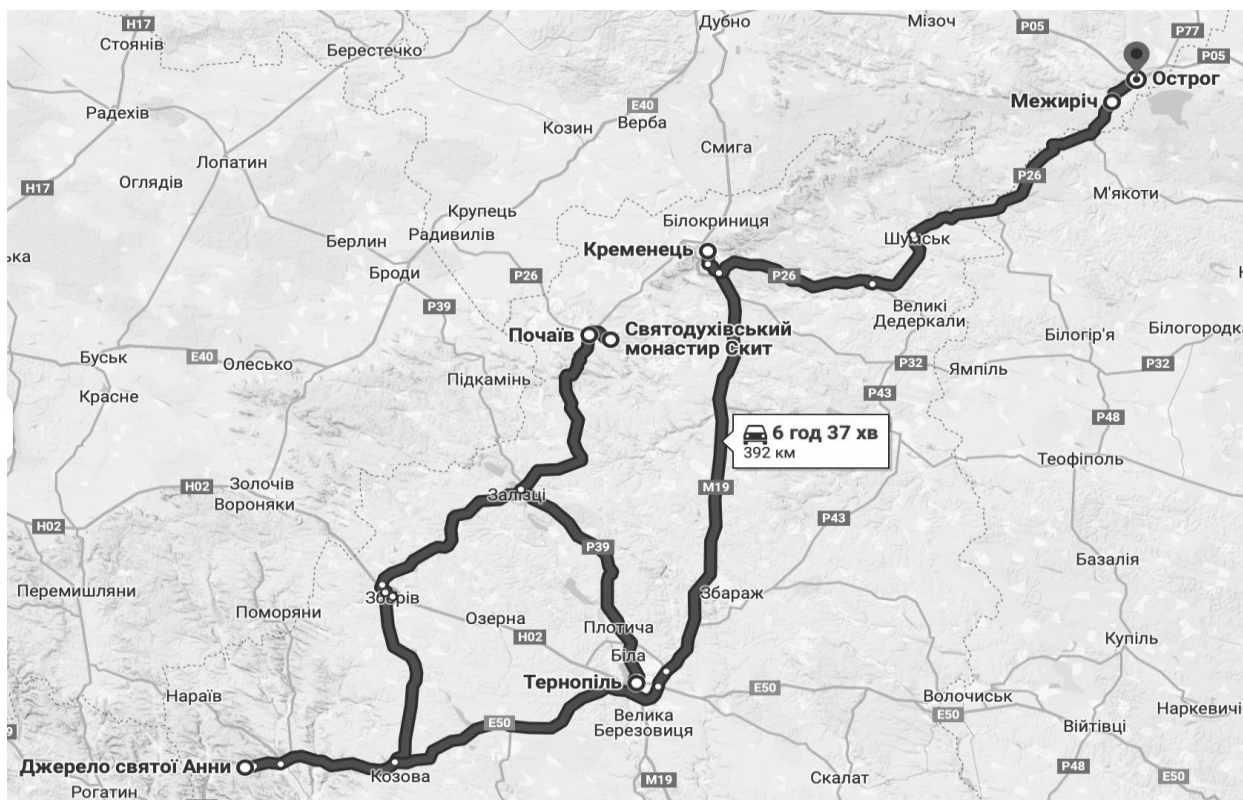


Рис. 4.1. Схема маршруту

Джерело: створено автором з використанням Google Maps.

2 ДЕНЬ

–6:10 Ранній візит та світанок у Почаївській лаврі.

–Сніданок

–Переїзд – Кременець – Межиріч – Острого – Тернопіль

–Відвідаємо: Межиріцький Свято-Троїцький чоловічий монастир-фортеця, XVI–XVII ст., Архітектурно-історичний комплекс князів Острозьких, XIV–XVI ст., Луцька надбрамна башта (сторожова башта з боку дороги на Луцьк), Костел Успіння Діви Марії,

–Обід

–Відправка групи на залізничний вокзал у Тернополі.

Для реалізації проєкту туру «Відкрій святу Україну» потрібні певні ресурси.

Розміщення.

Готель "Панорама" підготував для своїх гостей комфортні сучасні номери. Цей простий курорт на околиці лісу розташовано за 7 км від Кременецького замку XIII століття, за 4 км від руїн на вершині Дівочих скель і за 3 км від залізничної станції "Кременець".



Рис. 4.2. Територія комплексу

У номерах є телевізори з плоским екраном та безкоштовний Wi-Fi. Деякі номери оснащено дерев'яними панелями та/або міні-холодильниками.



Рис. 4.3. Двомісний номер у готелі "Панорама"

Є сніданок і паркувальний майданчик з охороною. Серед інших зручностей – піцерія й оранжерея з кам'яним камином і склепінчастою дерев'яною стелею. У саду є альтанки, мангали, озеро для риболовлі й дитячий майданчик, а також регулярно лунає жива музика. Крім того, у готелі є більярд, боулінг, тренажерний зал і сауна.

Транспорт. Мікроавтобуси пропонуються як транспортні засоби для турів у вихідні. Вони є зручним та економічним засобом руху, особливо для невеликих груп туристів.

Мікроавтобуси відрізняються за їх розміром, що дозволяє їм рухатися по вузьких дорогах і в містах. Вони також забезпечують зручні умови для пасажирів: м'які сидіння, кондиціонери та підлокітники.

Мікроавтобуси можуть бути орендовані у постачальників транспортних послуг або належати до туроператорів. Організуючи раунд вихідних на мікроавтобусі, слід враховувати кількість пасажирів та їх потреб, маршрут та тривалість поїздки. Слід також зазначити, що для ефективного використання мікроавтобусів у турах потрібні професійні водії, які знають маршрути та можуть забезпечити комфортну та безпечну поїздку для всіх пасажирів.



Рис. 4.4. Комфортабельний мікроавтобус

Експерсії.

Почаївська Лавра

Протягом тривалого часу монастир залишався найбільшим та найбільш впливовим православним духовним центром на Волині, поступаючись лише Києво-Печерській лаврі. Він значною мірою сприяв розвитку української духовної та культурної спадщини. Архітектурний комплекс монастиря є яскравим прикладом перехідного етапу від барокового стилю до класицизму в Україні.

Комплекс складається з 16 будівель: резиденція архієпископа, дзвіниця, келії та інші споруди. Усі будівлі гармонійно вписуються в навколишній природний ландшафт, скелястий схил гори і терасні ділянки. Святими об'єктами Почаївської лаври є відбиток стопи Божої Матері, джерело з цілющою водою, чудотворна ікона Матері Божої, а також мощі святого Йова.

Монастир був заснований монахами, які втекли сюди в 1240-1241 роках, рятуючись від нападів татаро-монголів, які зруйнували Київ. Початкові монастирські споруди розташовувалися в печерах у товщі гір, а перша церква – дерев'яна святиня Успіння, була побудована на північному схилі гори в XIII столітті. За легендою, саме тоді на почаївській горі вогняний стовп з'явився перед ченцями, а на одній з скель залишився відбиток її стопи.

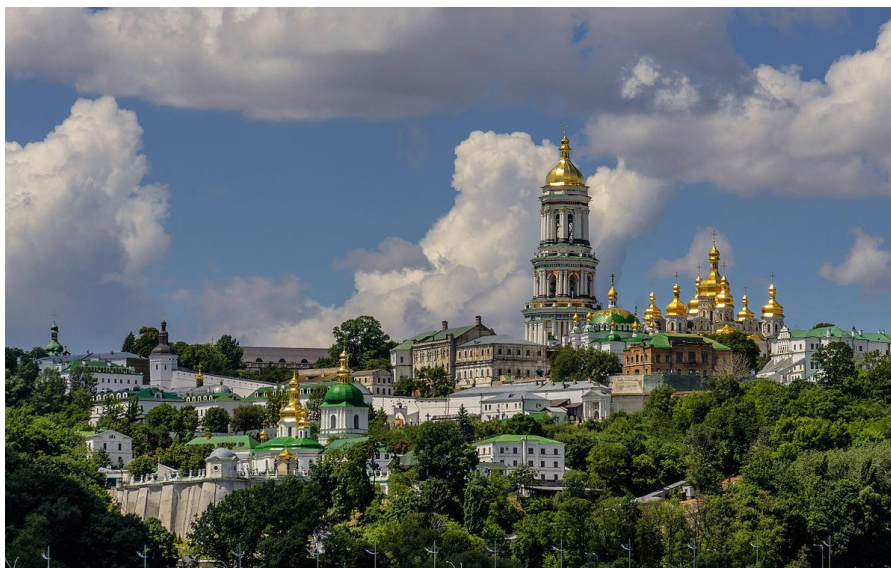


Рис. 4.5. Почаївська Лавра

2. Свято-Духівський скит

За історичними джерелами, засновник обителі, Мефодій, побудував невеличку каплицю на одній з гір Почаєва. У 1219 році на цій самій горі був закладений монастир і храм Преображення Господнього. Ця святиня стала осередком суворого чернечого життя. Згодом на її території було відкрито друкарню та богословську школу.

Стіни монастиря стали своєрідною хронікою, на яких ченці записували значущі події обителі. У 16-17 століттях монастир зазнав тяжких випробувань: він був спустошений внаслідок нападів, а згодом чума забрала більшість ченців.



Рис. 4.6. Свято-Духівський скит

3. Джерело Святої Анни

Місця для огляду: Купальня та джерело.



Рис. 4.7. Джерело Святої Анни

4. Кременець

Древній Кременець зустріне туристів: Золотоверхими куполами Свято-Богоявленського жіночого монастиря (XVII ст.), Полковою церквою (XIX ст.), Свято-Миколаївським собором (XVI ст.), Костьолом святого Станіслава (XIX ст.).



Рис. 4.8. Свято-Богоявленський жіночий монастир

5. Межиріч

Згідно з літописними джерелами, ця ікона була написана в XIV столітті і доставлена до України князем Острозьким як знак благословення та вдячності від Вселенського Патріарха за вірність та захист Православ'я. У своєму заповіті від 1539 року князь Ілля Острозький згадував срібло, призначене для обробки ікони, до нашого часу збереглася лише декоративна рама з рослинними мотивами.

До початку XVII століття ікона перебувала в родовому володінні князів Острозьких і передавалась у спадок. У 1779 році, за наказом Папи Римського Бенедикта XIV, ікона була коронована як визнання її чудотворної сили та в знак особливої шани.



Рис. 4.9. Межиріцький Свято-Троїцький чоловічий монастир-фортеця

6. Острог

Архітектурно-історичний комплекс князів Острозьких, створений у XIV–XVI ст. Замок князів Острозьких у Старокостянтинові є важливою архітектурною та історичною пам'яткою, що відображає багатий культурний спадок України. Його стратегічне розташування на перехресті річок Случ і Ікопоть, а також оборонні споруди свідчать про важливість цього замку в контексті оборони Волині від татарських нападів.



Рис. 4.10. Архітектурно-історичний комплекс князів Острозьких

Протягом століть замок пережив численні битви, реконструкції та зміни функціонального призначення, а сьогодні він є важливою туристичною та культурною атракцією. Реставрація замку в останні десятиліття дозволила зберегти його унікальність і зробити доступним для широкого кола відвідувачів.

Харчування.

- Обід 1-го дня у кафе “Золота підкова” у Почаєві
- Вечеря 1-го дня у їдальні готелю "Панорама", де проживають туристи.
- Сніданок 2-го дня у кафе “Золота підкова” у Почаєві
- Обід 2-го дня у кафе “Americano Food Club” у місті Острог

Розрахунок вартості робіт проекту (бюджетування)

Найкращим часом для проведення туру «Відкрий святу Україну» буде теплий період року, а саме з квітня по жовтень, оскільки передбачається відвідання купальні Святої Анни. Таким чином організація туру носить сезонний характер.

Тур «Відкрий святу Україну» буде активним на ринку протягом 7 місяців. Виробничий план за даним інноваційним проектом представлено в табл. 4.1.

Таблиця 4.1

План виробництва інноваційного проекту «Відкрий святу Україну»

№	Строки	Кількість груп, од.	Кількість людей в групі, осіб	Загальна кількість відвідувачів, осіб
1	Квітень (з 1 по 30 число)	4	24	96
1	Травень (з 1 по 31 число)	4	24	96
2	Червень (з 1 по 30 число)	6	24	144
3	Липень (з 1 по 31 число)	4	24	96
4	Серпень (з 1 по 30 число)	9	24	216
5	Вересень (з 1 по 31 число)	5	24	120
	Жовтень (з 1 по 30 число)	4	24	96
	Разом	36	-	864

Отже, планується, що протягом сезону загальна кількість відвідувачів туру «Відкрий святу Україну» становитиме 864 осіб. Тури організуються кожні вихідні, а також на великі релігійні свята, тому в деякі місяці кількість груп відрізняється. Свята: 28 квітня, неділя – Вхід Господній у Єрусалим (Вербна неділя), 5 травня - Великдень, 13 червня, четвер – Вознесіння Господнє, 23 червня - Неділя Св. Трійці; Преображення Господнє — Спаса (06.08), та інші.. Очікується повна посадка автобусу кожного місяця.

Цей план виробництва дає можливість організаторам проекту досягти максимальної ефективності через впровадження його у вихідні та святкові дні, а також зробити цей тур прибутковим.

Розрахунок вартості туру занесемо у табл. 4.2.

Таблиця 4.2

Оцінка вартості подорожі «Відкрий святу Україну»

Стаття	Ціна на 1 особу (грн.)	Вартість на групу (грн.)
а) Оформлення документів, договорів	120	2880
б) Транспорт –оренда автобуса	1500	36000
в) Готельні послуги	450	10800
г) Послуги харчування	750	18000
д) Екскурсійні послуги	650	15600
е) Вхідні квитки	30	720
д) Страхування	300	7200
Разом	3800	91200
Загальновиробничі витрати		2500
Заробітна плата гіда/екскурсовода	100	2400
Витрати на рекламу	100	2400
Виробнича собівартість	4000	98500
Прибуток 30%		29550
Вартість обслуговування групи		128050

Ціна одного ваучера без ПДВ	5335	
ПДВ 20%	1067	25610
Ціна продажу ваучера на групу з ПДВ	6403	153660

Тож, вартість туру на 1 особу складатиме – 6 403 грн. Вартість туру на 24 особи з гідом складатиме – 153 660 грн. Така ціна зумовлена тим, що відвідування релігійних об'єктів та послуги їх робітників розраховані на духовність, а не на матеріальне збагачення. Також потрібно додатково брати кошти на: сувеніри; пожертвування; перекуси; квитки на поїзд.

Таблиця 4.3

Фінансові показники від реалізації турпакету

Показники	Сума, грн.
Валовий дохід від надання послуг	5531760
Чистий дохід від надання послуг	4609800
Собівартість послуг	3546000
Валовий прибуток	1063800
Податок на прибуток (18%)	191484
Чистий прибуток	872316

Згідно з розрахунками (рис. 4.3), планується провести 36 турів протягом року, оскільки тур розрахований на вихідні дні та релігійні свята, які повинні принести 872 316 грн. за сезон.

Окрім того, після визначення пропорцій змінних і постійних витрат, а також обсягу продажів, було проведено обчислення точки беззбитковості як у грошовому, так і в натуральному вимірі, а також розраховано мінімальну ціну туру (табл. 4.4).

Таблиця 4.4

Критична межа рентабельності туру

Частка змінних витрат	Точка беззбитковості у грошовому виразі	Точка беззбитковості у натуральному виразі
22%	12 806 грн.	2 од.

З аналізу наведених даних можна зробити висновок, що для покриття витрат на організацію одного туру туроператору необхідно продати ваучери двом туристам.

Зважаючи на результати розрахунків, можна стверджувати, що, незважаючи на сезонний характер туру та орієнтацію на мандрівників із середнім рівнем доходу, отриманий прибуток є значним.

4.2. Економічна ефективність організації еногастрономічного туру з Польщі

Розгорнута програма туру другого туру «Закарпатський релакс» представлено на рисунках нижче – рис.4.11-4.14.

День 1: Ласкаво просимо!

02:45 - збір групи на автовокзалі (Krakow Główny, платформа G15). Зустрічає керівник групи, перевіряє документи туристів. Посадка в автобус.

03:00 - виїзд з Кракова (Вдень відбудеться перетин кордону. Для зручності краще взяти з собою в дорогу подушку під голову) Кожні 3 години руху відбуваються санітарні зупинки на 10-15 хв. на АЗС.

(Напередодні туру всім туристам, які беруть участь у турі, на пошту буде надісланий Інформаційний лист (контакти відповідальної особи, номер та марка автобуса, точне місце та час збору групи).

08:00 - прибуття у місто Стрий. Сніданок.

09:00 - виїзд до пунктів маршруту. Дорогою гід розповість про найцікавіші об'єкти та життя Карпат та Закарпаття:

- Чинадієво (екскурсія палацом графів Шенборнів)
- Мукачево (екскурсія замком Паланок в Мукачево)
- Перерва на обід у місті Мукачево
- Берегово (відвідування відкритого термального басейну)
- Дегустація Закарпатських вин.

21:30 - оселення в садиби в Берегівському районі, вечерея, вільний час та відпочинок

Рис. 4.11. Програма туру «Закарпатський релакс». День 1.

День 2: Відкриття природних та гастрономічних скарбів

- 1** — **08:00 - Сніданок та виїзд**
Початок нового дня пригод.
- 2** — **Виноградів**
Дегустація різних сортів буйволячого та овечого сиру.
- 3** — **Національний природний парк "Синевирська поляна"**
Відвідування унікального природного об'єкту.
- 4** — **Перерва на обід**
В гуцульській Колибі біля озера Синевир.
- 5** — **20:45 - Повернення у Стрий**
Завершення насиченого дня.

Рис. 4.12. Програма туру «Закарпатський релакс». День 2.

День 3: Повернення до Кракова

Час прибуття

02:00 - прибуття до Кракова (час може змінюватися через невизначеність терміну проходження через прикордонну службу).

Важлива інформація

Час прибуття може варіюватися залежно від ситуації на кордоні. Будьте готові до можливих змін у розкладі.

Завершення туру

З прибуттям до Кракова завершується наша захоплююча подорож Карпатами та Закарпаттям.

Рис. 4.13. Програма туру «Закарпатський релакс». День 3.

Тур надає польським мандрівникам можливість зануритися в унікальну культуру, побут і звичаї місцевих жителів. Оскільки програма має еногастрономічний акцент, учасники зможуть насолодитися різноманітними стравами угорської, бойківської та інших характерних для цього регіону кухонь, а також скуштувати ексклюзивні закарпатські вина та органічні сири.

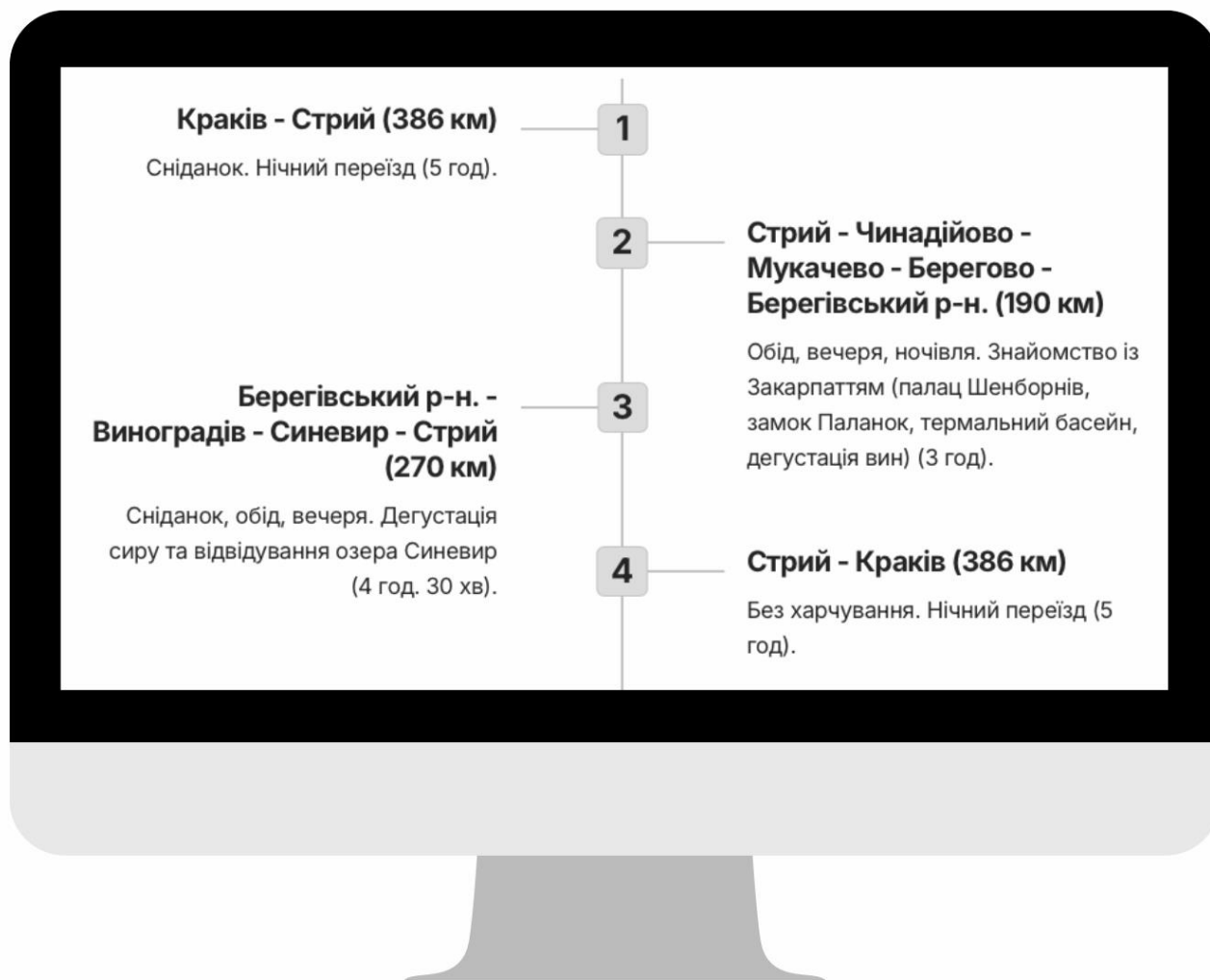


Рис. 4.14. Опис Маршруту

Презентований тур по Закарпаттю є надзвичайно багатогранним і насиченим досвідом, що поєднує у собі багатовікову історію, культурні традиції, природні краєвиди та сучасні можливості для відпочинку. Завдяки своєму унікальному географічному розташуванню та історичному розвитку, цей регіон має значний туристичний потенціал, який успішно використовує для залучення мандрівників з різних куточків світу.

Ключові об'єкти, що включені в маршрут, є непересічними пам'ятками архітектури та природи, які займають важливе місце в культурній спадщині України. Палац графів Шенборнів у Чинадійово, замок Паланок у Мукачеві, термальні джерела Берегового, ферма «Карпатський буйвіл» та озеро Синевир — всі ці об'єкти не лише представляють значну історичну та культурну цінність, але й забезпечують відвідувачам можливість насолодитися природною красою

Карпат, а також скористатися цілющими властивостями місцевих термальних вод і продуктів.

Тур не лише знайомить з історією та культурою, але й дарує можливість для активного відпочинку та оздоровлення. Термальні курорти та дегустації вин і сирів є важливою частиною програми, що робить подорож не тільки пізнавальною, але й фізично приємною. Крім того, подорож дає змогу туристам глибше пізнати місцеву культуру та традиції, насолодитися унікальною атмосферою Закарпаття і сповна відпочити від повсякденних турбот. Для ознайомлення наведені складові туру, що входять у вартість (рис. 4.15).



**Проїзд
комфортабельним
транспортом**

(Mercedes, MAN)



**Проживання 1 ніч
в приватних
садибах**



Туристичне страхування VUSO



Супровід гідом-представником



**Екскурсії на
об'єктах**



**2 сніданки та 2
вечері**

(шведський стіл в

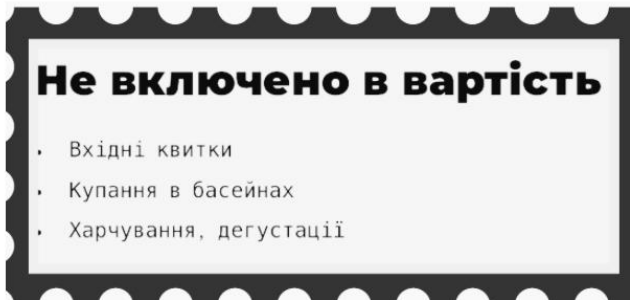


Рис. 4.15. Що входить у вартість туру

Завдяки різноманітності об'єктів та заходів, цей тур є відмінним варіантом для туристів різного віку, зокрема для людей середнього віку, які цінують спокійний і комфортний відпочинок з елементами пізнавальних екскурсій та релаксації. Подорож також має великий потенціал для розвитку туризму в регіоні, що сприяє покращенню інфраструктури, зростанню економіки місцевих громад та збереженню природних і культурних ресурсів Закарпаття.

Організація цього туру може бути реалізована в найкоротші терміни, оскільки цей регіон на сьогодні є однією з найкращих та найбільш стабільних зон в Україні з точки зору безпеки.

Було виконано аналіз вартості туру «Закарпатський релакс», розроблено калькуляцію витрат та обчислено загальні витрати на організацію подорожі (табл. 4.5).

Таблиця 4.5

Оцінка вартості подорожі «Закарпатський релакс»

Стаття	Ціна на 1 особу (грн.)	Вартість на групу (грн.)
Оформлення документів, договорів	120	3000
Транспорт–оренда автобуса	1050	26250
Готельні послуги - 1 доба, 2-місний номер "Класік" у готелі Optima Херсон	300	7500
Послуги харчування - сніданок (включено, в готелі, сухпай в автобусі) - обід (в готелі, сухпай) - вечеря (в готелі, сухпай)	0	0
Екскурсійні послуги - факультатив на Кінбурнську косу	300	7500
Вхідні квитки - квиток у Національний природний парк "Олешківські піски"	0	0
Страховання - активний відпочинок, туристичне страхування VUSO	650	16250
Разом	2420	60500
Загальновиробничі витрати		5000
Заробітна плата гіда/екскурсовода	100	2500
Витрати на рекламу	1800	43200
Виробнича собівартість	4448	111200
Прибуток 30%		33360
Вартість обслуговування групи		144560
Ціна одного ваучера без ПДВ	6023	
ПДВ 20%	1205	28912
Ціна продажу ваучера на групу з ПДВ	7228	173472

Після проведення розрахунків встановлено, що вартість одного ваучера з урахуванням ПДВ становитиме 7 228 грн. Продаж ваучерів для групи з 24 туристів дозволить отримати суму в 173 472 грн.

Згідно з виконаними розрахунками, необхідно оцінити можливі результати виконання, що дозволить визначити рівень завантаженості протягом року (табл. 4.6), а також на основі цих даних обчислити фінансові показники діяльності туристичної компанії, пов'язані з організацією туру (табл. 4.7).

Таблиця 4.6

План впровадження туру «Закарпатський релакс» на 2025 рік

Період	Кількість реалізованих турів	Дати заїздів	
Травень	4	06.05-08.05	13.05-15.05
		20.05-22.05	27.05-29.05
Червень	4	03.06-05.06	10.06-12.06
		17.06.-19.06	24.06-26.06
Липень	4	01.07-03.07	08.07-10.07
		15.07-17.07	22.07-24.07
Серпень	4	05.08-07.08	12.08-14.08
		19.08-21.08	26.08- 28.08
Вересень	4	02.08-04.09	09.09-11.09
		16.09-18.09	23.09-25.09
Жовтень	4	30.10-02.10	07.10-09.10
		14.10-16.10	21.10-23.10

Таблиця 4.7

Фінансові показники від реалізації турпакету

Показники	Сума, грн.
Валовий дохід від надання послуг	4163328
Чистий дохід від надання послуг	3469440
Собівартість послуг	2668800
Валовий прибуток	800640
Податок на прибуток (18%)	144115,2
Чистий прибуток	656524,8

Згідно з запланованими розрахунками, у місяць передбачено організацію 4 турів, а за рік їх кількість досягне 24, адже вони здебільшого орієнтовані на вихідні дні. Очікується, що щомісячний дохід становитиме 109 421 грн, а за рік — 656 525 грн.

Також, на основі аналізу змінних і постійних витрат, а також обсягів продажів, було визначено точку беззбитковості як у грошовому, так і натуральному вимірі, а також мінімальну ціну туру (табл. 4.8).

Таблиця 4.8

Критична межа рентабельності туру

Частка змінних витрат	Точка беззбитковості у грошовому виразі	Точка беззбитковості у натуральному виразі
22%	65 052 грн.	9 осіб

З аналізу таблиці випливає, що суб'єкту туристичної діяльності потрібно реалізувати ваучери для 9 туристів, аби компенсувати витрати на організацію туру.

Очевидно, що існує тісний зв'язок між розвитком туризму та станом природного середовища. Отже, важливо планувати туристичну діяльність таким чином, щоб гармонійно поєднати зростання галузі з охороною природи. До того ж, у процесі планування туристичних об'єктів слід активно залучати представників місцевих громад.

Висновки до розділу 4

У даному розділі проведено детальний аналіз двох туристичних проєктів, спрямованих на стимулювання розвитку Західного регіону України. Розглянуто їх концепцію, економічну доцільність та потенційний вплив на соціально-економічний стан регіону.

Перший проєкт – інноваційний релігійний тур для українських військових, – спрямований на моральну та психологічну підтримку військовослужбовців і їхніх родин. Проєкт передбачає організацію комфортного житла, транспорту, екскурсій та відвідування визначних місць духовного значення. За рік планується реалізувати 36 таких турів, що забезпечить дохід у 87 231 600 грн за сезон. Для досягнення рентабельності необхідно продати ваучери мінімум 22 учасникам кожного туру.

Другий проєкт – екологічний туризм для гостей з Польщі, – орієнтований на використання природних ресурсів регіону та інтерес іноземних туристів до України. У рамках туру також передбачено забезпечення житла, транспорту та організацію екскурсій. Заплановано 24 тури на рік, які мають принести 656 525 грн сезонного прибутку, саме з 18-го ваучера починається прибуток.

Обидва проєкти є економічно вигідними та водночас сприяють популяризації регіону, підвищенню його туристичної привабливості та забезпечують соціальний ефект. Релігійний тур допомагає військовослужбовцям у їхній адаптації та відновленні, тоді як екологічний туризм залучає іноземних туристів, стимулюючи транскордонну співпрацю.

Таким чином, запропоновані туристичні проєкти поєднують економічну ефективність із соціальною значущістю, що робить їх перспективними для реалізації в Західному регіоні України.

ВИСНОВКИ

Туристично-рекреаційний потенціал – це сукупність природних, культурних, історичних, соціально-економічних та інших ресурсів, які можуть бути використані для регіонального розвитку та залучення туристів з дотриманням умов сталого розвитку

Ефективна рекреаційна система сприяє повноцінному використанню рекреаційно-туристичного потенціалу, створюючи умови для залучення туристів, розвитку інфраструктури та підвищення привабливості території для рекреації. Комплексний підхід до управління рекреаційною системою дозволяє максимізувати рекреаційно-туристичний потенціал, забезпечуючи сталий розвиток регіону.

Туристичний продукт є важливою складовою рекреаційної системи, оскільки він формує враження і задоволення туриста від подорожі. Ефективна рекреаційна система сприяє створенню якісного туристичного продукту, забезпечуючи зручність, комфорт та насолоду від відпочинку.

Впровадження інноваційних рішень для використання рекреаційно-туристичного потенціалу території є ефективним, адже завдяки інноваціям можна досягти досить високого рівня розвитку і забезпечити вигідну конкурентну позицію.

Дослідження туристичних уподобань свідчать, що для більшості мандрівників інноваціями є оновлені маршрути, унікальні послуги, оригінальні продукти, нестандартні поєднання турів, а також свіжі пропозиції туроператорів, зокрема пакетні тури, знижки на проживання та акційні ціни. У зв'язку з цим інноваційний підхід у створенні туристичного продукту дає можливість розробляти нові пакети послуг, маршрути або концепції обслуговування, які стають ключовими елементами стратегічного управління компаній.

Матеріальна база туристично-рекреаційної сфери Карпатсько-Подільського району, як і в Україні загалом, включає готелі та аналогічні заклади розміщення, а також спеціалізовані установи. Основу санаторно-курортної

інфраструктури регіону формують бальнеологічні ресурси (лікувальні мінеральні води), грязеві лікувальні джерела та кліматичні умови. Серед іноземних туристів, що відвідують регіон, переважають громадяни сусідніх європейських країн, а також Узбекистану, Ізраїлю та Німеччини. Подальший розвиток району передбачає диверсифікацію рекреаційних послуг, розширення релігійного та короткотривалого туризму.

Отже, Карпатсько-Подільський регіон має стійкий позитивний імідж як серед українських, так і серед іноземних туристів. Для українців регіон є привабливим через свою мальовничу природу, багатий національний колорит, культурну спадщину та можливості для активного й сімейного відпочинку. Додатково регіон цінується як екологічно орієнтована зона, що сприяє розвитку сталого туризму. Іноземці ж бачать Карпатсько-Подільський регіон як автентичний і доступний туристичний напрямок з багатими етнокультурними традиціями. Він приваблює їх природними ресурсами, історичними пам'ятками, різноманітністю зимових і літніх активностей, а також конкурентними цінами. Така комплексна привабливість посилює його потенціал на міжнародній туристичній арені та сприяє зростанню інтересу до регіону.

Проведення аналізу щодо розвитку туристично-рекреаційного потенціалу Карпатського регіону виявило низку важливих чинників, що впливають на перспективи галузі. Позитивний вплив таких факторів, як екологічна свідомість та зростання міжнародної привабливості України, відкриває значні можливості для розвитку екотуризму та просування України як туристичної дестинації. Це є суттєвим стимулом для покращення інфраструктури, дотримання екологічних норм та запровадження інновацій, здатних підвищити конкурентоспроможність туризму регіону на міжнародному рівні.

Проте низка викликів може суттєво обмежувати розвиток туристичного потенціалу. Серед них — негативні соціально-демографічні та економічні тенденції, зокрема зменшення кількості населення та падіння платоспроможності, що знижує внутрішній попит на туристичні послуги. Недостатній рівень кваліфікації випускників туристичних спеціальностей в

українських університетах також створює ризики для якості обслуговування в регіоні, що є критичним для конкурентоспроможності. Екологічний аспект підкреслює важливість збереження природного середовища та контролю над туристичним потоком, оскільки безконтрольний розвиток туризму може призвести до виснаження природних ресурсів та негативного впливу на традиційні ландшафти.

Політичні та етнічні фактори також відіграють значну роль. Війна та нестабільна політична ситуація змушують акцентувати увагу на збереженні та підтримці туристичного сектору. Крім того, зростання інтересу до України з боку міжнародної спільноти створює додаткові можливості для залучення іноземних туристів у перспективі. Утім, етнічна напруга і стереотипи можуть створювати додаткові перешкоди для формування позитивного іміджу регіону.

Зважаючи на високу ресурсозабезпеченість регіону було запропоновано декілька варіантів розвитку, до яких належить інноваційний релігійний тур для українських військових та екологічний тур для поляків.

Наведена характеристика інноваційного проєкту надала певні результати. Інноваційним проєктом виступає релігійний тур для українських військових. Головна мета цього проєкту полягає у допомозі військовим та їхнім родинам у відновленні після випробувань війни. Було здійснено аналіз факторів макросередовища, що можуть впливати на проєкт, зокрема екологічних, технологічних, економічних, правових, інфраструктурних та інших аспектів. Окрім того, оцінено, як ці фактори впливають на реалізацію проєкту, надано детальний опис кожного з них, визначено цілі та ступінь залученості, а також проаналізовано їх мотивацію.

Тур «Відкрий святу Україну» буде активний на ринку протягом 7 місяців в рік кожні вихідні та на великі релігійні свята. За результатами проведеного дослідження встановлено, що найбільш значущими є ризики, пов'язані зі стабільністю політичної ситуації в країні, несприятливими погодними умовами та специфікою учасників туру. Враховуючи ці ризики, слід розробити стратегії

управління ризиками та плани дій в разі їх виникнення, що дозволить зменшити їхній вплив на проект туру «Відкрий святу Україну».

Інша пропозиція орієнтована на інтерес іноземних гостей до мальовничого регіону. Тур побудований з метою познайомити туристів із закарпатськими кулінарними традиціями, унікальними замками та природними перлинами. Подорож стане чудовою нагодою відпочити від буденних справ.

Наведені пропозиції вважаються ефективними та можливими для впровадження з метою розвитку регіону.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 16.03.2017 р. № 168-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1088-2008-p#Text>
2. Про туризм : Закон України від 15.09.1995 р. № 324/95-ВР зі змінами і доповненнями. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр#Text>
3. Про курорти: Закон України від 05.10.2000 р. № 2026-III зі змінами і доповненнями. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2026-14#Text>
4. Про природно-заповідний фонд України : Закон України від 16.06.1992 р. №2456-XII зі змінами і доповненнями. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2456-12#Text>
5. Про пріоритетні напрямки інноваційної діяльності в Україні : Закон України від 08.09.2011 р. №3715-VI. зі змінами і доповненнями. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3715-17#Text>
6. Про інноваційну діяльність: Закон України від 04.07.2002 р. № 40-IV зі змінами і доповненнями. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15#Text>
7. Про інвестиційну діяльність: Закон України від 18.09.1991 р. № 1560- XII зі змінами і доповненнями. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1560-12#Text>
8. Державна служба статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>
9. Антоненко І. Я., Мельник І.Л. Особливості надання послуг на круїзних кораблях. *Ресторанний і готельний консалтинг. Інновації*. 2019. № 2. С. 180-193.
10. Антоненко І.Я., Мельник І.Л. Виклики і реалії управління інноваційними проєктами в ресторанному бізнесі. *Економіка та суспільство*. №55. 2023. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/issue/view/55>
11. Баєв В. В. Основи туropolерейтингу: навч. посіб. Київ : ДП “Вид. дім “Персонал”, 2016. 156 с.
12. Басюк Д. І. Основи туризмології: навч.-метод. посібник. Кам'янець-Подільський : Аксіома, 2005. 204 с.

13. Батенко Л. П., Загородніх О. А., Ліщинська В. В. Управління проєктами : навч. посіб. Київ : КНЕУ , 2014. 231 с.

14. Бейдик О. О., Руднева А.О., Москаленко О.О. Карпатсько-подільський ресурсно-рекреаційний район України: перспективні тури та види туризму. Рекреаційно-туристичний потенціал регіонів України: сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку : матеріали IV Всеукр. наук.-практ. інтернетконференції (м. Луцьк, 14–15 травня 2020 р.). Луцьк : Терен, 2020. С.22-24.

15. Блага Н. В. Управління проєктами : навч. посібник. Львів : Львівський державний університет внутрішніх справ, 2021. 152 с.

16. Державне агентство розвитку туризму України. Статистика. URL: <https://www.tourism.gov.ua/statistic>

17. Інформаційно-довідковий сайт «Україна». URL: http://proukraine.net.ua/?page_id=20

18. Горин Г. В. Рекреаційно-туристичний потенціал Західного регіону України у контексті транскордонного співробітництва. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України*. 2014. Вип. 2. С.171-178.

19. Зарічняк А.П. Відновлення туристично-рекреаційного потенціалу України в умовах кризових явищ : дис. .. канд. економ. наук : 08.00.03. Луцьк, 2024. URL: <https://ontu.edu.ua/download/dissertation/disser/2024/diser-Zarechniak.pdf>

20. Заставний Ф. Д. Географія України. Львів : Світ, 1994. 472 с.

21. Клімат Українських Карпат. URL: <http://carpathian-heritage.org.ua/ua/klimat>

22. Криволапов Е. А. Туристичні ресурси та інфраструктура - головні складові розвитку туризму в Україні. *Наукові перспективи*. 2023. № 3(33). URL: <http://perspectives.pp.ua/index.php/np/article/view/4185/4208>

23. Кудинова І. Інноваційний туристичний продукт як чинник розвитку індустрії туризму. *Біоекономіка та аграрний бізнес*. 2020. Vol. 11, № 2. Р. 33–40. URL: <https://doi.org/10.31548/bioeconomy2020.02.033>

24. Кузик С. П. Географія туризму : навч. посіб. Київ : Знання, 2011. 271 с.
25. Лікування в санаторіях України. Туристичний путівник «Дороговказ». URL: <https://ua.dorogovkaz.com>
26. Лотиш О.Я. Стратегічний аналіз і оцінка можливостей інноваційного розвитку туристичної галузі України. *Ефективна економіка*. 2017, №8. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5717>
27. Липчук В.В., Липчук Н.В. Рекреаційний потенціал агротуризму. *НВ ЛНУ ветеринарної медицини та біотехнологій. Серія «Економічні науки»*. 2024. 26(103), 56-61. <https://doi.org/10.32718/nvlvet-e10308>
28. Любіцева О. О. Методика розробки турів : навч. посіб. Київ : Альтерпрес, 2003. 104 с.
29. Мальська М. П., Цибух В. І., Худо В. В. Основи туристичного бізнесу : навч. посіб. Київ : Центр учб. літ., 2004. 272 с.
30. Масляк П.О. Рекреаційна географія: навч. посіб. Київ : Знання, 2008. 343с.
31. Моїсєєва Н.І. Інноваційний розвиток туристичної сфери регіону : теорія, методологія, практика: монографія. Миколаїв: ФОП Швець В.М. 2018. С. 330-335.
32. Калініченко С.М., Колеснік Т.В., Грохольський В.П., Грібіник А.В. *Economic sciences*. 2022(304), Том 1, № 2. С. 108–112. URL: [https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-304-2\(1\)-13](https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-304-2(1)-13)
33. Природа Карпат: унікальна флора та фауна українських гір. URL: <https://starapravda.com.ua/blog/pryroda-karpat-nykalnaya-flora-y-fauna-ukraynskyh-gor/>
34. Рекреаційно-туристичний потенціал України. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/potencial.htm
35. Руденко В.П. Географія природно-рекреаційного потенціалу України: навч. посіб. Львів, 1998.
36. Руденко В.П., Руденко С.В. оцінка міри своєрідності (унікальності) структури природно ресурсного потенціалу природних регіонів України.

Український географічний журнал. 2015, № 1. С.27-32. URL: https://ukrgeojournal.org.ua/sites/default/files/UGJ_2015_1_27-32.pdf

37. Родіна О. Туристична галузь України в контексті сучасних інтеграційних процесів. *Актуальні проблеми розвитку економіки регіону.* 2021. 2(17), 167–178. URL: <https://doi.org/10.15330/apred.2.17.167-178>

38. Сагалакова Н. О. Характеристика туристичного продукту як специфічного об'єкту ціноутворення. *Інвестиції: практика та досвід.* 2015. № 17. С. 27–33.

39. Скібіцький О. М. Інноваційний та інвестиційний менеджмент: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2011. С. 408-412.

40. Сокол Т.Г. Основи туристичної діяльності: підручник / за заг. ред. доктора пед. наук, проф. Орлова В.Ф. К.: Грамота, 2006. 264 с.

41. Туристичні ресурси України: навч. посіб. / О. О. Любіцева, Є. В. Панкова, В. І. Стафійчук. Київ : Альтерпрес, 2007. 369 с.

42. Угоднікова О. І. Управління проєктами в туризмі : навч. посібник. Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2021. 141 с.

43. Управління інноваційними проєктами в умовах міжнародної інтеграції : монографія / О.О. Охріменко, Н.Є. Скоробогатова, І.М. Манаєнко, Р.С. Ярецько. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, Вид-во «Політехніка», 2018. 262 с.

44. Шевцов О. С. Форми та методи конкуренції. 2019. URL: <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/14127>

45. Шепелюк С. І. Туристичний продукт та туристична послуга: критерії розмежування понять : підручник. Київ : Знання, 2011.

46. Як ринок притлумив «апетити» вітчизняного авіамонополіста. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubricsociety/2566146-ak-rinok-pritlumiv-apetiti-vitciznanogo-aviamonopolista.html>

47. Kotler P. Marketing for Hospitality and Tourism. Pearson Education, Limited, 2020. 688 p.

48. Kraus, R. G. Recreation and Leisure in Modern Society 6th Edition. Jones & Bartlett Pub..2001. 384 p. URL: <http://surl.li/tomlf>

49. Letunovska, N.Ye. Innovative marketing approaches to promote the consumption of tourist product. Proceedings of the conference "III International Scientific Conference" Corporate governance: strategies, processes, technology" (October 25th, 2019). Leipzig: Leipzig University, 2019. P. 73-75. URL: <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/75842>

50. Omelchenko H., Pilipenko S., Moisyeyeva N. Tourism as an innovational project of modern globalization. Innovative tools for socio-economic systems' development: monograph. Katowice: Katowice School of Technology. 2019. Pt. 25. P. 229-234

51. Porter M. E. Competitive strategy. Free Press, 2004. 416 p.

52. Product Development. UNWTO. World Tourism Organization a UN Specialized Agency. URL: <https://www.unwto.org/tourism-development-products>

53. Звіт про непрямі фінансові втрати економіки внаслідок військової агресії росії проти України станом на 1 липня 2024 року. URL: <https://skilky-skilky.info/wp-content/uploads/2024/10/Zvit-pro-nepriami-finansovi-vtraty-ekonomiky-vnaslidok-viyskovo-ahresii-Rosii.pdf>

54. Російсько-українська війна: вплив на довкілля: друге видання. URL: <https://www.topleadprojects.com/ukrainian-war-in-ua-environment-2024>

55. Sustainable Travel Report 2024. Booking.com. URL: <https://news.booking.com/download/904910bb-db77-4886-9ead-accbf87ad891/sustainabletravelreport2024.pdf>

56. Leading Examples of Sustainable Tourism Practices in Europe from the 2024 European Green Pioneer of Smart Tourism competition. Report. European Commission, Directorate-General Internal market, Industry, Entrepreneurship and SMEs (DG GROW). 2024. URL: https://smart-tourism-capital.ec.europa.eu/system/files/2024-02/GreenPioneer_BestPractices_2024.pdf

57. Encouraging Sustainable Tourism Practices. European Travel Commission (ETC). 2021. URL: <https://etc->

[corporate.org/uploads/2021/09/ETC_SUSTAINABLE_TOURISM_HANDBOOK_vs6_FINAL.pdf](https://www.eurocorporate.org/uploads/2021/09/ETC_SUSTAINABLE_TOURISM_HANDBOOK_vs6_FINAL.pdf)

58. Nientied P., Toto R. Planning for sustainable city tourism in the Netherlands. *European Spatial Research and Policy*. 2022, Vol.29. №2. PP. 219-234. URL: <https://doi.org/10.18778/1231-1952.29.2.12>

59. Economic Impact of War on Ukraine's Tourism and Hospitality Sector: Loss, Innovation, and Resilience. REPORT AND ANALYSIS. URL: <https://uhra.com.ua/2024/11/06/economic-impact-of-war-on-ukraines-tourism-and-hospitality-sector-2/>

ДОДАТКИ

Додаток А

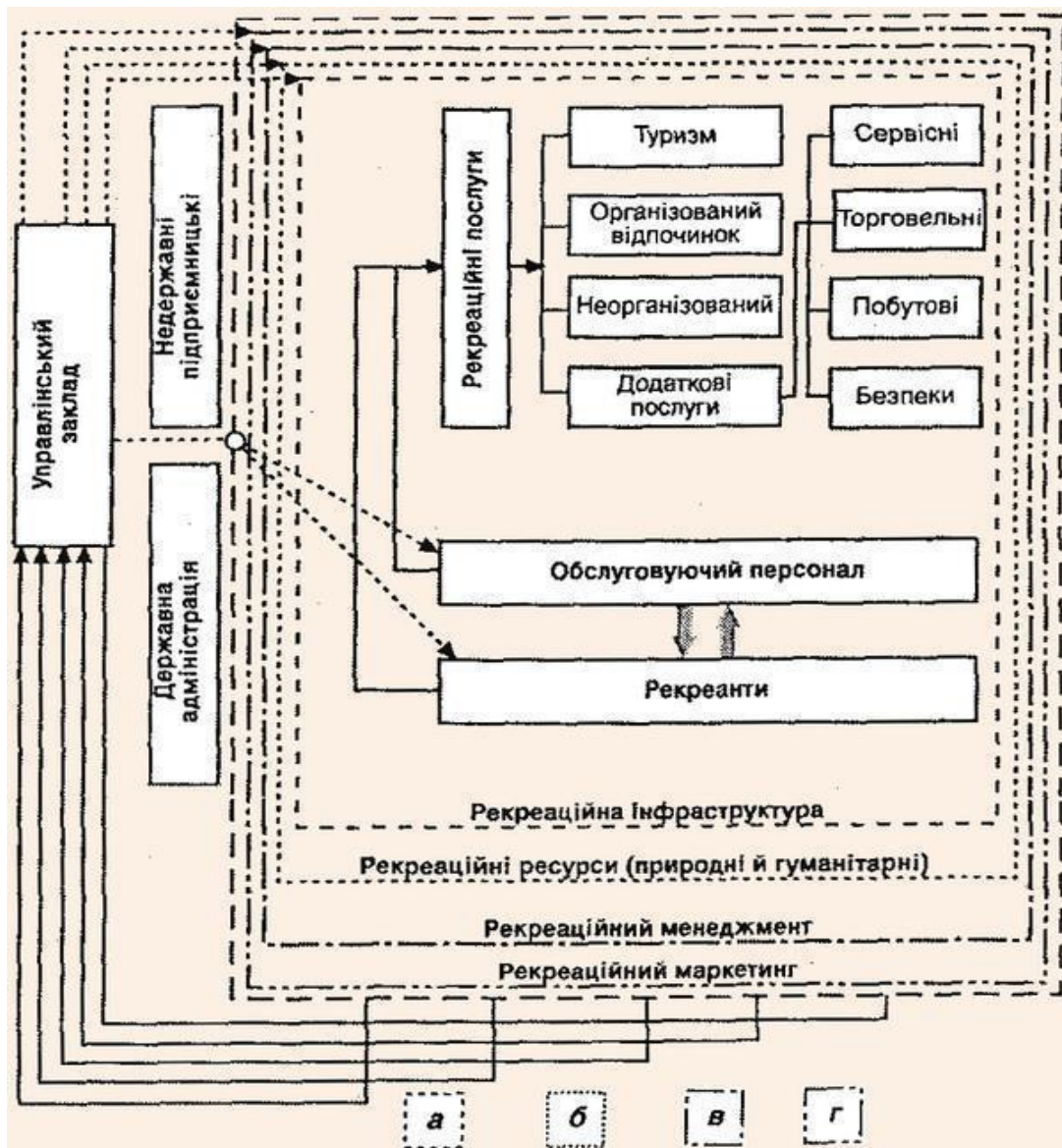


Рис. Схема системи організації територіально-рекреаційного господарства [34]

Схема системи організації територіального рекреаційного господарства: а - сфера рекреаційної інфраструктури, б - сфера рекреаційних ресурсів, в - сфера рекреаційного менеджменту, г - сфера рекреаційного маркетингу; зворотні управлінські зв'язки; 1 - задоволення рекреантів, 2 - рівні збереження відповідності природних комплексів потребам рекреантів, 3 - рівні збереження корисних властивостей і можливостей інфраструктури, 4 - стан обслуговуючого персоналу, 5 - рівні організації рекреаційного менеджменту й маркетингу.

Класифікація туристичних маршрутів [11]

Ознаки					
Мета подорожі	Вид пересування	Тривалість	Контингент	Клас обслуговування	Вид траси
Види маршрутів					
Пізнавальні	Пішохідні	Уікендові	Шкільні	V.I.P.	Лінійні
Рекреаційні	Кінні	Коротко-тривалі	Молодіжні	Люкс-апартамент	Кільцеві
Курортно-лікувальні	Велосипедні	Середньо-тривалі	Сімейні	Люкс	Радіальні
Спортивні	Мотоциклетні	Тривалі	Для дорослих	Першого класу	Комбіновані
Наукові	Автомобільні	Навколо світу	Для осіб зрілого віку	Туристичний	
Релігійні	Залізничні		Професійні	Кемпінг	
Діловий	Авіаційні		Конфесійно-орієнтовані		
Етнічний	Круїзні				
інші	Комбіновані				
Ознаки					
Вид транспорту	Кількість учасників	Набір послуг	Масштаб	Сезонність	Організаційні засади
Види маршрутів					
Власність тур. організації	Індивідуальні	Повний пансіон	Внутрішні	Цілорічні	Організовані
Орендовані	Групові	Напівпансіон	Міжнародні	Сезонні	Самодіяльні
Особистий транспорт туристів		Ліжко-сніданок (ВВ)		Демісезонні	

Мінеральні води, грязі Карпатсько-Подільського рекреаційного району

[25]

Область	Головні типи мінеральних вод, грязі	Медичні показники, профіль захворювання	Рекреаційно-курортні центри
Вінницька	Радонові; мулисті грязі (сапропель)	Органи дихання; органи травлення; обмін речовин; нервова, серцево-судинна, ендокринна, опорно-рухова системи; захворювання шкіри, гінекологія	Немирів, Хмільник, Вінниця, Бронниця та ін.
Закарпатська	Вуглекисла хлоридно-гідрокарбонатно-натрієво- кальцієва; миш'яковиста; крем'яниста; заліста; сульфідна; сульфатна; кальцієва; радонова	Ендокринна, сечовивідна, кровообігу, опорно-рухова; нервова системи; органи травлення, дихання (астма); обмін речовин; урологія; гінекологія	Кваси, Поляна, Чинадійово, Голубине, Свалява, Шаян, Плоске, Берегове, Довге, Косино, Солотвино, Солочин, Сойми, Виноградів, Велятино, Березняки та ін.
Івано-Франківська	Сульфідна сульфатно-гідрокарбонатно-кальцієва, сульфатно-кальцієва з підвищеним вмістом заліза та вуглекисню, торфова грязь	Опорно-рухова, периферійна нервова системи; гінекологія; органи дихання (туберкульоз)	Черче, Косів, Татарів, Шешори, Яремче, Ворохта, Микуличин, Поляниця та ін.
Львівська	Вуглекисла, гідрокарбонатна натрієво- кальцієва; сульфідна сульфатно-гідрокарбонатна кальцієва; сульфатно-хлоридна натрієво-магнієво-кальцієва (розсоли); «Нафтуся»; озокерит; торфова грязь; сірководнева	Органи травлення; сечовивідна, серцево-судинна, опорно-рухова системи; органи дихання; захворювання шкіри; урологія; гінекологія	Східниця, Трускавець, Моршин, Лисовичі, Великий Любінь, Шкло, Немирів, Брюховичі, Славське, Розлуч, Орявчик та ін.

Продовження табл.

Область	Головні типи мінеральних вод, грязі	Медичні показники, профіль захворювання	Рекреаційно-курортні центри
Тернопільська	Сірководнева; натрій-хлоридна йодобромна; лікувальні грязі (сульфатно-гідрокарбонатні торфоболотні, голуба глина)	Органи травлення; опорно-рухова, нервова, серцево-судинна, ендокринна системи; гінекологія	Медобори, Гусятин, Конопківка, Збараж, Микулинці та ін.
Хмельницька	Маломінералізована вода типу «Нафтуся»; радонова; гідрокарбонатно-магнієво- кальцієва	Органи травлення; серцево-судинна, імунна системи; органи дихання; урологія; гінекологія	Сатанів, Сатанів-2, Волочиськ, Маків та ін.
Чернівецька	Хлоридно-гідрокарбонатно-натрієва; залізиста; сірководнева; сульфатна; сульфатно-кальцієва; лікувальні грязі	Органи травлення; серцево-судинна, опорно-рухова системи; органи дихання; захворювання шкіри; урологія; гінекологія	Брусниця, Вижниця, Мигово та ін.

Апробація результатів кваліфікаційної роботи - тези

СЕКЦІЯ 2. Розвиток туризму та гостинності в регіонах України.

Вогулкіна Д. В.

*студентка 2 курсу магістерського рівня
спеціальності 242 “Туризм і рекреація”*

Мельник І. Л.

*доцент, кандидат економічних наук
Національний університет харчових технологій
м. Київ, Україна*

ДИВЕРСИФІКАЦІЯ НАПРЯМКІВ ТУРИЗМУ ЯК ЧАСТИНА ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ РЕГІОНУ УКРАЇНИ

Україна вступила на новий етап розвитку економіки та соціальної сфери, що відповідає європейським стандартам і напрямкам інтеграції. Відбувається зміна пріоритетів розвитку, трансформуються інструменти й механізми реформ, а також оновлюються процеси як на регіональному, так і галузевому рівнях. Ці зміни мають бути належним чином відображені в інформаційному просторі через формування сильного туристичного іміджу українських регіонів та його чітке, структуроване представлення в інформаційних джерелах. В українській науковій спільноті все більше уваги приділяється дослідженню проблематики створення позитивного іміджу регіонів, зокрема: питанням інформаційного забезпечення, аналізу вже існуючого й поки що не використаного потенціалу, а також унікальному досвіду розвитку регіонів у контексті їхніх стратегій.

У розвинених країнах простежується перехід до нової технологічної ери, де провідну роль починає відігравати сектор послуг. Це супроводжується тенденціями до персоналізації послуг, їх інтеграції в індустріальні галузі та формування якісно нового економічного зростання.

Незважаючи на багаті природні ресурси, кваліфіковану робочу силу й вигідне географічне розташування, Україна ще не змогла ефективно та повністю використати ці переваги для забезпечення сталого розвитку. Обмежене та нерівномірне використання потенціалу призвело до зростання дисбалансу між регіонами. Поточна ситуація свідчить, що розвиток регіонів не відповідає їхньому реальному економічному, технічному й природному потенціалу, а також стратегічним цілям євроінтеграції.

Одним з рішень може бути диверсифікація туристичних послуг в регіоні. До прикладу, передовим за рівнем рекреаційно-туристичного потенціалу протягом багатьох років залишається Карпатсько-Подільський регіон, який має позитивний імідж як серед українців, так і серед іноземців.

Для українців Карпатсько-Подільський регіон асоціюється насамперед із мальовничою природою, національним колоритом та культурною спадщиною. Відомі Карпати, Подільські Товтри, замки Західної України та безліч фестивалів

приваблюють тих, хто цінує активний відпочинок і знайомство з національними та релігійними традиціями. Українці сприймають регіон як доступну і привабливу туристичну локацію для гірськолижного спорту, походів у гори, оздоровлення, релігійного просвітлення, а також як місце для сімейного відпочинку і культурних екскурсій.

Також регіон сприймається як еко-орієнтована зона, що підтримує місцеве виробництво, збереження природних ресурсів і розвитку сталого туризму, що для українців додає йому особливої цінності.

Для іноземних туристів Карпатсько-Подільський регіон є більш екзотичною та автентичною частиною Східної Європи. Іноземці, особливо з сусідніх європейських країн, сприймають його як недорогу і мальовничу альтернативу популярним гірським курортам Західної Європи. Зимові курорти, такі як Буковель, сприймаються як сучасні і доступні. Карпатський регіон стає також популярним серед любителів етнічного туризму, які приїжджають досліджувати українську народну культуру, традиції гуцулів, бойків та лемків.

Серед іноземців зростає інтерес до історичних та культурних пам'яток регіону, таких як замки Львівщини та Тернопільщини, монастирі та церкви, що охороняються ЮНЕСКО [1]. Водночас для іноземців особливо привабливі місцеві ціни на відпочинок, оздоровчі курорти, культурні фестивалі та різноманітність природних локацій.

Якщо взяти до уваги ЮНЕСКО як путівник туристичних магнітів, то на даний час в Україні виділено 7 об'єктів Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО, з них в Карпатсько-Подільському районі знаходяться 5 об'єктів (ансамбль історичного центру Львова, Дуга Струве, букові праліси Карпат, резиденція митрополитів Православної церкви Буковини та Далмації, дерев'яні церкви Карпатського регіону). Перспективними в Карпатсько-Подільському ресурсно-рекреаційному районі дестинаціями щодо надання статусу об'єктів Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО є Кам'янець-Подільський історико-культурний заповідник (м. Кам'янець-Подільський, Хмельницька обл.), замок «Паланок» (м. Мукачеве, Закарпатська обл.), замок «Олесько» (Львівська обл.), садиба та мавзолей М. І. Пирогова (м. Вінниця) [2].

Зважаючи на диверсифікацію туристичних послуг як метод покращення іміджу, пропонується в даному регіоні впровадження різноплановий турів.

Перший тур призначений для українських військових і є релігійним. Сенс цього туристичного продукту під назвою «Відкрий святу Україну» полягає у допомозі захисникам та їхнім родинам відновитися після випробувань війни. Військові матимуть можливість перебувати в українських святинях, щоб знайти спокій та переродження душі. Завдяки спілкуванню воїни можуть зрозуміти, як долати свої переживання та перетворювати їх на посттравматичне зростання. Захисникам покажуть території, святині, розкажуть про історію місця і запропонують долучитися до різних заходів, які мають позитивно позначитися на їхній психологічній реабілітації.

Другий тур базується на відносно високій зацікавленості іноземних туристів у відвідуванні даного регіону. Тож, тур розрахований на туристів із республіки Польща та спрямований на ознайомлення туристів з унікальними

еногастронічними ресурсами, замками та природними об'єктами Закарпаття. Туристи матимуть можливість на 100% відпочити від буденності, взяти участь у дегустації вин та сирів, поплавати у термальних басейнах та відвідати таємниче озеро Синевир.

Описані тури досить сильно відрізняються один від одного, але саме через них можна сформувати імідж Карпатсько-Подільського регіону, як такого, що сприяє глибокому відновленню, єднанню з природою і духовністю, естетичній та гастрономічній насолоді, і може приваблювати як українців, так і іноземців.

Список використаних джерел:

1. Скільки іноземців побувало в Україні за 2021 рік. The Village Україна. URL: <https://www.the-village.com.ua/village/city/city-news/321701-skilki-inozemtsiv-pobuvalo-v-ukrayini-za-2021-rik> (дата звернення: 15.11.2024).
2. Всесвітня спадщина ЮНЕСКО в Україні: які місця заслуговують на увагу. Visit Ukraine - SERVICE PORTAL ABOUT UKRAINE 24/7. URL: <https://visitukraine.today/uk/blog/1725/unesco-world-heritage-in-ukraine-what-places-are-definitely-worth-seeing#kijevo-pecerska-lavra-ta-sofiiskii-sobor> (дата звернення: 15.11.2024).



СЕРТИФІКАТ



підтверджує, що

Вогулкіна Дар'я Вікторівна

взяв(ла) участь у роботі II Міжнародної науково-практичної конференції

«Маркетингові та організаційні механізми повоєнного розвитку галузі гостинності та туризму України»

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

м. Харків, 26-27 листопада 2024 року

Проректор з наукової роботи НТУ «ХПІ»,
Заслужений діяч науки і техніки України,
Лауреат державної премії України в галузі
науки і техніки, доктор технічних наук,
професор Андрій МАРЧЕНКО

Завідувачка кафедри
маркетингу НТУ «ХПІ»,
докторка економічних наук,
професорка
Діана РАЙКО

Завідувачка кафедри туризму і готельно-
ресторанного бізнесу НТУ «ХПІ»,
докторка економічних наук,
професорка
Наталія ЯКИМЕНКО-ТЕРЕЩЕНКО

Апробація результатів кваліфікаційної роботи – наукова стаття

УДК 338.48

JEL Z 32

ПРАКТИКИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ У РЕГІОНАЛЬНОМУ ВИМІРІ

Мельник Ірина Леонідівна*, кандидат економічних наук, доцент,
завідувач кафедри туристичного та готельного бізнесу

Антоненко Ірина Ярославівна **, доктор економічних наук,
професор

Вогулкіна Дар'я Вікторівна, магістрантка спеціальності
Туризм і рекреація

Національний університет харчових технологій

* ORCID: [0000-0002-0729-2056](https://orcid.org/0000-0002-0729-2056)

** ORCID: [0000-0003-2299-2365](https://orcid.org/0000-0003-2299-2365)

© Мельник І.Л., 2024

© Антоненко І.Я., 2024

© Вогулкіна Д.В., 2024

Стаття отримана редакцією 12.12.2024 р.

The article was received by editorial board on 12.12.2024

Вступ. Однією з ключових проблем світового туристичного бізнесу сьогодні є перенасиченість ринку окремими туристичними послугами та пакетними пропозиціями, які спрямовані на задоволення потреб різних категорій туристів. За такої ситуації посилюється міжнародна конкуренція, що сприяє формуванню туристичних центрів як дестинацій в межах яких відбувається постійна підтримка туристичного сектору через співпрацю постачальників туристичних послуг, представників галузевих асоціацій, органів місцевої влади та інших стейкхолдерів. Одночасно з'являються нові можливості для вивчення та використання унікального потенціалу рекреаційно-туристичних ресурсів регіонів у формуванні туристичних продуктів для забезпечення добробуту громад і набуття конкурентних переваг на основі балансу економічних, соціальних та екологічних інтересів. Такий підхід сприяє сталому розвитку, оскільки він враховує потреби місцевих громад, захищає навколишнє середовище та забезпечує економічну ефективність.

Формування туристичних продуктів на основі балансу інтересів всіх сторін дозволяє створювати унікальні та привабливі пропозиції для туристів, підтримуючи при цьому місцеву культуру та зберігаючи природні ресурси для майбутніх поколінь. Інтерес до сталих практик розвитку

туризму у регіонах підтверджують пошукові запити потенційних туристів у мережі Internet, які за даними [1] у період з березня 2019 року по березень 2024 року за фразою «стабільні подорожі» зросли на 26%.

Огляд останніх джерел досліджень і публікацій. Туристичний сектор економіки з 1990-років визначає курс на сталий туризм як провідну концепцію розвитку галузі. [3-6] визначають обов'язкову співпрацю всіх стейкхолдерів на шляху до сталого розвитку туризму. Процес розбудови сталого туризму [7-11] відбувається через вивчення успішних практик окремих регіонів та детальний опис кейсів дестинацій, що можуть виступити зразковими практиками. Обґрунтовуються і [5-6] регіональні проблеми, що потребують вирішення для формування туристичних продуктів на засадах сталого розвитку.

Досліджуються кейси впливу війни на довкілля в Україні, зокрема, заповідні території [13-15], що значно зменшує рекреаційно-туристичний потенціал. Роїк О. [6] вказує на необхідність загальнодержавної підтримки розвитку туризму для післявоєнного відновлення. Корольчук Л. [3] обґрунтовує розвиток транскордонного сталого туризму як ефективного виду сталого туризму у поточних умовах в Україні.

Метою дослідження є вивчення успішних практик розвитку сталого туризму у регіональному вимірі; використання досвіду провідних дестинацій для розвитку сталого туризму в Україні.

Основний матеріал і результати. Відповідальний підхід до подорожей передбачає збереження навколишнього середовища, в тому числі рекреаційно-туристичних ресурсів, збереження місцевої культури, що формує інтерес до набуття нового туристичного досвіду через вивчення унікальних традицій та культурний обмін.

United Nations World Tourism Organization визнає важливість сталого туризму наголошуючи на проблемах, що перешкоджають його розвитку, а саме: екологічному впливі, соціальних наслідках та економічних ризиках. Ці виклики знаходять вирішення у стратегіях, що реалізуються регіонами, зокрема, з розвитку спеціалізованих видів туризму (які сьогодні вивчаються і як самостійні види спеціалізованого туризму, і як ніші сталого туризму), впровадження інновації – цифрових платформ і додатків, технології збереження енергії тощо.

Туризм включений до Глобальний цілей сталого розвитку Організації Об'єднаних Націй в якості цільового показника цілей 8, 12 і 14. Окрім обґрунтованих цілей низка міжнародних договорів, конвенцій і декларацій міжнародних асоціацій та організацій формують основи забезпечення стійкого розвитку туризму у світі, пропонують методологічну основу проведення оцінки взаємозв'язку між туризмом і навколишнім середовищем на рівні національної економіки, розробляють концепції використання раціональних моделей споживання і виробництва в рамках сектора, стратегії підвищення енергоефективності та збільшення використання відновлюваних джерел енергії, декларують основи сталого

майбутнього туристичної галузі, на основі врахування потреб людей, планети і прибутку [4].

Дослідження Booking.com Sustainable Travel 2024 вказує, що 83% туристів визнають важливість сталих подорожей у сучасному динамічному середовищі та використовують критерії екологічності при виборі маршрутів. 43% опитаних, з 31 тис. осіб у 34 країнах і територіях, почуваються винними, якщо роблять вибір на користь менш екологічних подорожей. 75% мандрівників у 2024 році заявили, що планують подорожувати більш екологічно протягом наступного року, зокрема, 57% хочуть зменшити споживання енергії під час майбутніх подорожей, 54% опитаних мають намір використовувати більш екологічні види транспорту [2]. Крім того, організація подорожей на принципах сталого туризму є викликом на постійне зростання світових туристичних потоків, які, як очікується, у 2024 році перевищать рекорд 2019 року (року до пандемії COVID-19), тобто за прогнозами складуть понад 1,5 млрд. міжнародних туристських прибуттів.

Успішні практики сталого розвитку туризму у країнах Європейського Союзу (ЄС) класифікуємо відповідно конкурсу European Green Pioneer of Smart Tourism, організованого у 2023 році Європейською комісією [7] за напрямками: охорона природи, управління сталим туризмом, залучення місцевої громади, співпраця з іншими громадами, розвиток місць та доступність, стале управління енергією та ресурсами, цифровізація, боротьба та адаптація до змін клімату.

Наприклад, створення глобального геопарку ЮНЕСКО Viana do Castelo Geopark (Португалія) для збереження місцевої геологічної спадщини, що має охоронну, освітню та виховну функції для досягнення сталого розвитку. Геопарк визначив та каталогізував декілька сайтів, що представляють геологічний інтерес, з яких 13 були віднесені до місцевих природних пам'яток, надаючи їм статус юридичного захисту. Для належного управління цими областями Viana Do Castelo здійснює регулярний моніторинг з метою оцінки наслідків діяльності людини, змін навколишнього середовища та визначення заходів щодо збереження геологічної спадщини [7].

Практика проведення «сталих подій» - ініціатива у місті Мантуя (Італія) ARC3A Mantua, офіційно відома як Actions for Collective Climate Resistance of Culture and Art (Дії для колективної кліматичної стійкості у сфері культури та мистецтва), є місцевим робочим столом, організованим під головуванням муніципалітету, як консорціум, що об'єднує громадян та професіоналів з культурної та екологічної сфер для розвитку центру екотуризму – Регіонального парку Мінчо. Муніципалітет ініціював серію вебінарів та опублікував індивідуальні рекомендації для підготовки операторів (івент-менеджерів) з організації заходів та фестивалів на засадах сталості. Досвід та інструменти, розроблені в ARC3A, постійно вдосконалюються та використовуються для організації заходів у Мантуї,

що має ключову роль у формуванні «зеленої» ідентичності Мантуя, залучаючи відвідувачів та туристів з усієї Європи [7].

Проект впровадження «розумних» автобусних зупинок у місті Гревена (Греція) - з метою покращення якості життя громадян та туристів і застосування сучасних практик, що приносять істотне оновлення у міське середовище та громадський транспорт, муніципалітет в рамках стратегічного плану міської мобільності побудував «розумні» автобусні зупинки. Основними перевагами зупинок є енергетична незалежність, завдяки фотоелектричним сонячним панелям, що як сучасні екологічно чисті технології забезпечують освітлення, зарядку для пристроїв та функціональність телематики, в тому числі: оголошення часу прибуття міського та міжміського транспорту через світлодіодні електронні знаки, а у перспективі – вільне підключення до мережі Wi-Fi.

Додаток Geopark Guide, розроблений для Геопарку Караванкен (Австрія/Словенія), для запровадження стійкої та інноваційної транскордонної мережі привабливих екскурсій. Ця ініціатива включає в себе тримовні анімаційні кліпи та спільну туристичну веб-/та мобільну програму, відому як «Geopark Guide». Основна мета – покращення маркетингової підтримки та рівня безпеки для гостей, рекомендації та передача знань, які спрямовані на підвищення обізнаності про життєво важливе георізноманіття та біорізноманіття регіону [7].

Проект «Історичні сади району Дубровника» на острові Локрум, розташований біля узбережжя Дубровника (Хорватія) для стійкого використання природної спадщини та ефективного управління заповідними районами, адже лісова рослинність охоплює приблизно 90% острова. Для посилення систем, що захищають місцеву природу в заповіднику Локрум, було встановлено інформаційно-презентаційні панелі (надає інформацію, сповіщення та інтерактивні карти), лічильник для відвідувачів, датчики диму, розумні контейнери Bigbelly для збору пластику та змішаних відходів, що працюють від сонячної енергії. Система є незалежною від енергії та керується за допомогою сенсорної технології, посилюючи ефективне управління потенціалом природної зони [7].

У місті Дубровник (Хорватія) реалізувалися ініціативи щодо управління туристичними потоками для зменшення надмірного навантаження від круїзних туристів. Ефективна рекреаційна система сприяє повноцінному використанню рекреаційно-туристичного потенціалу, створюючи умови для залучення туристів, розвитку інфраструктури та підвищення привабливості території для рекреації. Комплексний підхід до управління рекреаційною системою дозволяє максимізувати рекреаційно-туристичний потенціал, забезпечуючи сталий розвиток регіону, що і було реалізовано у проекті «Поважай місто» [8]. Стартувавши у 2017 році з налагодження діалогу між туристичним бізнесом, круїзними лініями, муніципалітетом та місцевою громадою, проєкт надав механізми громадського обговорення питань присвячених

розвитку дестинації, запровадив систему опитувань та розрахунок Індексу задоволеності мешканців міста, систему продажу квитків та програм, що регулюватиме туристичне навантаження. В той же час пандемія COVID-19 показала високу залежність економіки міста від роботи туристичного сектору, адже круїзні туристи – це, переважно, іноземці, що унеможлиблює компенсацію втрат міжнародних туристів за рахунок внутрішніх.

Місто Амстердам (Нідерланди), як і всі туристичні дестинації овертуризму, у 2020 році переглянуло туристичну політику для відновлення туристичних потоків відповідно до нових правил роботи, затверджених через пандемію COVID-19, та у відповідь на незадоволення резидентів міста рівнем свого життя через надмірний туризм. Основні лінії нової візії стосувалися реалізації сталого туризму: свідомо залучати відвідувачів, яких цікавить культура та унікальність Амстердаму; аналізувати та розуміти туристичну поведінку за допомогою централізованого управління даними щодо залучення відвідувачів; заохочення, сприяння у реалізації та висвітлення результатів про успішні ділові практики; залучення мікрорайонів до процесів формування ініціатив та прийняття рішень; управління «нічним життям» з метою зменшення; розробити інтегрований генеральний план для відновлення балансу між життям, роботою та туристами; переоблаштувати громадські простори з акцентом на обсяги туристів та необхідність управління натовпом [11]. Практичними інструментами для реалізації нової візії стали, зокрема, заборона оренди житла у приватних власників з метою відпочинку; розосередження туристів за рахунок популяризації відвідування мікрорайонів, що раніше не були привабливими, наприклад, шляхом розвитку культурного туризму; проведення нового просторового планування туристичного бізнесу, що уникає надмірної концентрації; розробка карт та інформаційних панелей для прогнозування туристичних потоків та направлення відвідувачів, створення зеленого простору, інвестиції в «стійкий» громадський транспорт, розумну логістику тощо.

Однак, не зважаючи на запроваджені практики сталого туризму, Амстердам має продовжувати пошук ініціатив для оптимізації туристичного потоку. Оскільки за результатами аналізу 70-ти найпопулярніших у світі напрямків відпочинку та «Індексом надмірного туризму» у категорії міські дестинації (Overtourism Index), входить у трійку міст, які найбільше постраждали від овертуризму у 2024 році. Кожен напрямок оцінювали за шкалою від одного до п'яти на основі чотирьох критеріїв: щільність туристів на душу населення, щільність туристів на квадратний кілометр, сезонність і зрілість стійкості приймаючої країни [12].

Розглянуті кейси як локальні практики успішно інтегруються у національну стратегію. Робити туризм більш відповідальним – це завдання всіх стейкхолдерів кожного сектору економіки.

Німеччина як дестинація здійснює своє позиціювання на туристичній мапі через сталий туризм. Німецька національна туристична рада ще до

пандемії COVID-19 визначила розрив між існуючим туристичним продуктом та бажаним туристичним продуктом – незалежні подорожі із зосередженням уваги на природі, прогулянках на свіжому повітрі. Метою ради було надання кожному туристу чіткої та переконливої інформації, щоб кинути виклик помилковим уявленням про те, що продукти сталого туризму є дорожчими або не здатні забезпечити потрібний рівень комфорту, а також зробити концепцію стійкості більш «відчутною» для відвідувачів.

Попит на екотуризм та стійкий туризм у Німеччині зростає і зараз. Згідно з дослідженням, проведеним у 2023 році Федеральним управлінням охорони навколишнього природного середовища з фінансовою підтримкою Міністерства навколишнього середовища, 61 % населення позитивно ставляться до екологічної доброзичливості під час відпустки. Зростаюча кількість туроператорів дотримується обов'язкових екологічних та соціальних стандартів у наданні послуг, що підтверджується матеріальними свідоцтвами – сертифікатами та якісними знаками. Це стосується, наприклад, ощадливого використання природних ресурсів, таких як вода, використання екологічно чистого транспорту, зменшення кількості відходів або участі в проектах для збереження різноманітності видів. Органічні ферми пропонують для туристів кімнати на час відпустки, а також локальні та сезонні страви, громадські організації виступають за більш активні дії щодо захисту навколишнього середовища та природи [8].

Туристам в Німеччині, які із задоволенням проводять час на природі, пропонують різноманітні можливості, включаючи відвідання 104 природних парків та 16 біосферних заповідників під охороною ЮНЕСКО. Кожна подорож Німеччиною є доступною для туристів, у тому числі для людей з інклюзією [9].

Забезпечення сталого розвитку в сфері туризму підкреслює необхідність ефективної та раціональної взаємодії між усіма учасниками ринку, оскільки аналіз сталого розвитку охоплює процес збереження та відтворення генетичного фонду нації, забезпечення прав та свобод, охорону довкілля, створення умов для відновлення біосфери та її локальних екосистем, зниження антропогенного впливу на природне середовище та гармонізацію розвитку.

Незважаючи на значний потенціал і різноманіття туристичних ресурсів, до війни в Україні спостерігався досить низький рівень освоєння та експлуатації туристичного потенціалу, порівняно з іншими країнами. Нині у більшості регіонах України ситуація загострилася внаслідок ведення військових дій та часті бомбо-ракетні обстріли, через що знищуються туристичні ресурси, інфраструктура та природне середовище [6].

25 об'єктів природно-заповідного фонду України під окупацією чи постійними обстрілами. За оцінками дослідження «російсько-українська війна: вплив на довкілля» знищено 9,7 млн. дерев та рослин, 75 тис.

особин тваринного світу, 21,1 тис. га рослинного світу пошкоджено, 648,5 пожеж в лісах та інших насадженнях, бойові дії призвели до забрудненню ґрунтів та засмічення територій, наприклад, підрив дамби Каховської ГЕС призвів до змиву сміття хвилею води у орієнтовному обсязі 2,9 млн. кубометрів [13].

Туристичний сектор України, який показав стабільне зростання у період 2015-2019 року, зазнав катастрофічних втрат через російське вторгнення в 2022 році. До повномасштабної війни туристична сфера України одержувала 1,6 млрд. доларів США доходу, підтримувала 1,2 мільйона робочих місць, і складала 6,2% ВВП. Прогноз розвитку на основі довоєнних темпів зростання (3,3% щорічного зростання в'їзного туризму та на 2,8% зростання доходів) вказував на реалізацію європейських тенденцій та відповідав цілям України до 2034 року [14].

За оцінкою Київською школою економіки станом на 1 липня 2024 року непрямі втрати сектору культури, спорту та туризму в Україні склали 7,304 млрд. дол. США, в тому числі 2,131 млрд. дол. США (29,2% від загальних втрат даного сектору) визначені як непрямі втрати готельного бізнесу, 0,496 млрд. дол. США (6,8%) як непрямі втрати для туристичних підприємств (табл.1).

Сукупні втрати сфери туризму за результатами Загальнонаціонального опитування щодо впливу війни на туристичну галузь України «Економічний вплив війни на сектор туризму та гостинності України: Втрати, інновації та стійкість» станом на 2024 рік оцінюються у 5,5 млрд. дол. США доходу та 710 тис. робочих місць [14]. В той же час розуміємо, що розмір втрат збільшується після кожного наступного обстрілу.

Таблиця 1

Оцінка непрямих втрат сфери культури, спорту та туризму в Україні на 1 липня 2024 року [15]

Види втрат	Оцінка втрат, \$ млрд, за методом	
	Виручка	Додана вартість
Зменшення доходів (готелі)	2,131	0,794
Зменшення доходів (виробництво та демонстрація кіно)	1,916	0,714
Зменшення доходів (видавництво)	1,295	0,483
Зменшення доходів (культура)	0,788	0,294
Зменшення доходів (туризм)	0,496	0,185
Зменшення доходів (спорт)	0,257	0,096
Зменшення доходів (розваги)	0,112	0,042
Витрати на демонтаж та вивезення будівельних відходів	0,309	0,309
Загальні непрямі втрати сектору	7,304	2,916

Однак, сталий розвиток туризму в Україні на рівні державної політики забезпечується за рахунок його промоції у світі, підвищенні рівня обізнаності цільових аудиторій щодо туристичних можливостей України та споживчих переваг українського національного туристичного продукту. Іншими напрямками розвитку туристичного потенціалу на державному рівні

є інформаційна політика, зокрема: популяризація потенціалу України та її бренду на міжнародній арені [6] для формування відкладеного попиту щодо відвідування регіонів після перемоги.

Питання впровадження успішних європейських практик сталого розвитку туризму в Україні сьогодні визначає безпекова ситуація, що робить регіони транскордонного співробітництва пріоритетними як для внутрішнього туриста, так і для потенційних інвесторів.

За дослідженнями [3] та на основі розглянутих кейсів з досвіду євро регіонів можна зазначити, що транскордонний сталий туризм має високий потенціал для розвитку. В той же час варто відзначити успішні практики регіонів України з проведення фестивалів, розбудови тематичних туристичних маршрутів, наприклад, формування Доріг вина та смаку, відродження обрядів і традицій як об'єктів культурної спадщини.

Висновки. Туристи використовують критерій екологічності як один з базових при виборі туристичного продукту, що передбачає необхідність реалізації практик сталого туризму транспортними компаніями, закладами розміщення та харчування, екскурсійної діяльності та екскурсійного супроводу, іншими суб'єктами бізнесу, що надають послуги, а також забезпечується через спільне запровадження екоініціатив разом із місцевою владою та резидентами регіону. Конкурентоспроможність підприємства за рахунок сталих практик зменшує операційні ризики та формує імідж на ринку.

Практики сталого розвитку туризму сьогодні передбачають інвестиції у місцеві громади для формування сучасних виробників туристичних послуг (готельних підприємств, фермерських господарств, крафтових виробників, ресторанів тощо); розвиток екологічного туризму шляхом подорожей природоохоронними територіями; розвиток сільського «зеленого» туризму через відпочинок у невеликих містах з розміщенням у садибах; популяризацію культурного туризму, в тому числі історико-культурного, гастрономічного та винного тощо; впровадження діджитал-інструментів для енергоощадного використання ресурсів, комплексного просування дестинацій на всіх цифрових платформах тощо; маркетингові кампанії, спрямовані на виховання відповідального туриста.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Sustainable Travel Report 2022. Booking.com. URL: <https://news.booking.com/download/1161485/booking.comsustainabletravelreport2022final.pdf>
2. Sustainable Travel Report 2024. Booking.com. URL: <https://news.booking.com/download/904910bb-db77-4886-9ead-accbf87ad891/sustainabletravelreport2024.pdf>
3. [Korolchuk](#) L. Development of sustainable tourism in Ukraine in times of war. *Вісник Національного університету "Львівська політехніка"*.

Серія “Проблеми економіки та управління”. 2023. [Vol. 7, № 2](#). PP. 18-26. DOI: <https://doi.org/10.23939/semi2023.02.018>

4. Горіна Г. О. Сталій розвиток туризму: стратегічні настанови та практики управління. *Торгівля і ринок України*. 2024, (1(53)). DOI: <https://doi.org/10.33274/2079-4762-2023-53-1-52-63>

5. Павліха Н. В., Цимбалюк І. О., Савчук А. Ю. Сталій розвиток туризму та рекреації: сучасні виклики й перспективи для України [Електронний ресурс] : монографія. Електрон. текст., граф. дані. Луцьк : Вежа-Друк, 2022. 211 с.

6. Роїк, О. Напрямки сталого розвитку туризму України в умовах післявоєнного відновлення. *Економічний простір*. 2023, (184), 58-61. DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/184-9>

7. Leading Examples of Sustainable Tourism Practices in Europe from the 2024 European Green Pioneer of Smart Tourism competition. Report. European Commission, Directorate-General Internal market, Industry, Entrepreneurship and SMEs (DG GROW). 2024. URL: https://smart-tourism-capital.ec.europa.eu/system/files/2024-02/GreenPioneer_BestPractices_2024.pdf

8. Encouraging Sustainable Tourism Practices. European Travel Commission (ETC). 2021. URL: https://etc-corporate.org/uploads/2021/09/ETC_SUSTAINABLE_TOURISM_HANDBOOK_vs6_FINAL.pdf

9. Demand for eco-tourism and sustainable travel is also growing in Germany. URL: <https://www.tatsachen-ueber-deutschland.de/en/sustainability-and-environment/sustainable-tourism>

10. German National Tourist Board. URL: <https://www.germany.travel/en/home.html>

11. Nientied P., Toto R. Planning for sustainable city tourism in the Netherlands. *European Spatial Research and Policy*. 2022, Vol.29. №2. PP. 219-234. URL: <https://doi.org/10.18778/1231-1952.29.2.12>

12. [Overtourism Index – New Tool To Fight Destination Overload](https://tourismanalytics.com/blog-posts/overtourism-index-new-tool-to-fight-destination-overload). URL: <https://tourismanalytics.com/blog-posts/overtourism-index-new-tool-to-fight-destination-overload>

13. Російсько-українська війна: вплив на довкілля: друге видання. URL: <https://www.topleadprojects.com/ukrainian-war-in-ua-environment-2024>

14. Economic Impact of War on Ukraine’s Tourism and Hospitality Sector: Loss, Innovation, and Resilience. REPORT AND ANALYSIS. URL: <https://uhra.com.ua/2024/11/06/economic-impact-of-war-on-ukraines-tourism-and-hospitality-sector-2/>

15. Звіт про непрямі фінансові втрати економіки внаслідок військової агресії росії проти України станом на 1 липня 2024 року. Київська школа економіки. URL: <https://skilky-skilky.info/wp-content/uploads/2024/10/Zvit-pro-nepriami-finansovi-vtraty-ekonomiky-vnaslidok-viyskovoi-ahresii-Rosii.pdf>

REFERENCES:

1. Sustainable Travel Report 2022. Booking.com. Available at: <https://news.booking.com/download/1161485/booking.comsustainabletravelreport2022final.pdf>
2. Sustainable Travel Report 2024. Booking.com. Available at: <https://news.booking.com/download/904910bb-db77-4886-9ead-accbf87ad891/sustainabletravelreport2024.pdf>
3. [Korolchuk](#) L. (2023). Development of sustainable tourism in Ukraine in times of war. *Journal of Lviv Polytechnic National University. Series of Economics and Management Issues*. Vol. 7, № 2. PP. 18-26. DOI: <https://doi.org/10.23939/semi2023.02.018>
4. Gorina G. O. (2024). Sustainable Tourism Development: Strategic Guidelines and Management Practices. *Trade and Market of Ukraine*, (1(53)). <https://doi.org/10.33274/2079-4762-2023-53-1-52-63>
5. Pavlikha, N.V. Tsymbaliuk, I.O. and Savchuk, A.Yu. (2022), Stalyj rozvytok turyzmu ta rekreatsii: suchasni vyklyky j perspektyvy dlia Ukrainy [Sustainable development of tourism and recreation: modern challenges and prospects for Ukraine], Vezha-Druk, Luts'k.
6. Roik, O.R. (2023). Napriamky staloho rozvytku turizmu Ukrainy v umovakh pislia voiennoho vidnovlennia [Directions of sustainable development of tourism in Ukraine in the context of post-war reconstruction]. *Ekonomichnyi prostir*, 184, 58-61. DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/184-9>
7. Leading Examples of Sustainable Tourism Practices in Europe from the 2024 European Green Pioneer of Smart Tourism competition. Report. European Commission, Directorate-General Internal market, Industry, Entrepreneurship and SMEs (DG GROW). 2024. Available at: https://smart-tourism-capital.ec.europa.eu/system/files/2024-02/GreenPioneer_BestPractices_2024.pdf
8. Encouraging Sustainable Tourism Practices. European Travel Commission (ETC). 2021. Available at: https://etc-corporate.org/uploads/2021/09/ETC_SUSTAINABLE_TOURISM_HANDBOOK_vs6_FINAL.pdf
9. Demand for eco-tourism and sustainable travel is also growing in Germany. Available at: <https://www.tatsachen-ueber-deutschland.de/en/sustainability-and-environment/sustainable-tourism>
10. German National Tourist Board. Available at: <https://www.germany.travel/en/home.html>
11. Nientied P., Toto R. (2022). Planning for sustainable city tourism in the Netherlands. *European Spatial Research and Policy*. Vol.29. №2. PP. 219-234. Available at: <https://doi.org/10.18778/1231-1952.29.2.12>
12. [Overtourism Index – New Tool To Fight Destination Overload](#). Available at: <https://tourismanalytics.com/blog-posts/overtourism-index-new-tool-to-fight-destination-overload>

13. Russo-Ukrainian War: Environmental Impact. Second Edition. Available at: <https://www.topleadprojects.com/ukrainian-war-in-ua-environment-2024>

14. Economic Impact of War on Ukraine's Tourism and Hospitality Sector: Loss, Innovation, and Resilience. REPORT AND ANALYSIS. Available at: <https://uhra.com.ua/2024/11/06/economic-impact-of-war-on-ukraines-tourism-and-hospitality-sector-2/>

15. The report on indirect financial losses of economy as a result of russia's military aggression against Ukraine as of July 1, 2024. Kiev School of Economics. Available at: <https://skilky-skilky.info/wp-content/uploads/2024/10/Zvit-pro-nepriami-finansovi-vtraty-ekonomiky-vnaslidok-viyskovo-ahresii-Rosii.pdf>

УДК 338.48

JEL

Мельник Ірина Леонідівна, кандидат економічних наук, доцент, завідувач кафедри туристичного та готельного бізнесу, Національний університет харчових технологій. **Антоненко Ірина Ярославівна**, доктор економічних наук, професор, Національний університет харчових технологій. **Вогулкіна Дар'я Вікторівна**, магістрантка спеціальності Туризм і рекреація, Національний університет харчових технологій.

Практики сталого розвитку туризму у регіональному вимірі

Підкреслено ключову роль розвитку туризму на засадах сталості та виділено екологічну складову як невід'ємну частину сталого туризму. Вивчено успішні практики сталого розвитку на прикладі природоохоронних територій, міст, регіонів, країн Європейського Союзу. Встановлено напрями реалізації практик (проєктів) сталого розвитку туризму: охорона природи, управління сталим туризмом, залучення місцевої громади, співпраця з іншими громадами, розвиток місць та доступність, стале управління енергією та ресурсами, цифровізація, боротьба та адаптація до змін клімату. Визначено, що в сучасному суспільстві впровадження нових ініціатив в туризмі потребує комплексного та системного підходу із залученням різних груп стейкхолдерів, особливо резидентів регіону, адже саме резиденти відчують негативний вплив овертуризму. Досліджено втрати сфери туризму від війни в Україні. Підкреслено, що навіть в умовах війни Україна має потенціал для реалізації європейського досвіду з розвитку сталого туризму.

Ключові слова: сталий туризм, овертуризм, практики сталого туризму, Європейський Союз, Україна.

UDC 338.48

JEL Z 32

Iryna Melnyk, Phd of Economics, Associate Professor, Head at the Department of Tourism and Hotel Business, National University of Food

Technology. **Iryna Antonenko**, Doctor of Economics, Professor, National University of Food Technology. **Daria Vohulkina**, master's student, specialty Tourism and recreation, National University of Food Technology.

SUSTAINABLE TOURISM PRACTICES IN REGIONAL DIMENSION

The key role of tourism development on the basis of sustainability is emphasized. The ecological component is highlighted as an integral part of sustainable tourism.

Successful sustainable tourism practices development were studied on the example of environmental territories, cities, regions, countries of the European Union. The directions of implementation of sustainable tourism practices development of tourism were established: nature protection, management of sustainable tourism, involvement of local community, cooperation with other communities, development of places and accessibility, sustainable management of energy and resources, digitalization, struggle and adaptation to climate change. It is determined that today, the introduction of new initiatives in tourism requires a comprehensive and systematic approach with the involvement of different groups of stakeholders, especially residents of the region, because overtourism have a negative impact of residents. Sustainable tourism practices development today include investments in local communities for the formation of modern manufacturers of tourist services; development of ecological tourism through the travel of nature conservation areas; development of rural tourism through vacation in small cities in estates; popularization of cultural tourism, including historical, cultural, gastronomic and guilty, etc.; introduction of digital tools for energy-saving use of resources, complex promotion of destinations on all digital platforms, etc.; marketing campaigns aimed at raising a responsible tourist. The loss of tourism from war in Ukraine has been investigated. It is emphasized that even in the war, Ukraine has the potential for the implementation of European experience in the development of sustainable tourism.

Keywords: sustainable tourism, overtourism, sustainable tourism practices, regional dimension, European Union, Ukraine.