

Київський національний торговельно-економічний університет

Кафедра туризму та рекреації

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

«Проектування національного продукту активного туризму та його просування на міжнародний ринок»

Студент 2 курсу, 12м групи,
освітнього ступеня «магістр»,
спеціальності 242 «Туризм»,
спеціалізації «Міжнародний
туристичний бізнес»

Смельянцева Ганна

Валеріївна

Науковий керівник :
к.е.н, доцент

підпис керівника

Білик В. В.

Гарант освітньої програми
д.е.н, професор

підпис керівника

Ткаченко Т. І.

Київ 2020

Київський національний торговельно-економічний університет

Факультет ресторанно-готельного та туристичного бізнесу

Кафедра туризму та рекреації

Освітній ступінь «магістр»

Спеціальність 242 «Туризм»

Спеціалізація «Міжнародний туристичний бізнес»

Затверджую

Зав. кафедри

Г. І. Ткаченко

« _____ » _____ 20 _____ р.

Завдання

на випускню кваліфікаційну роботу студентіві

Смельянцевій Ганні Валеріївні

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи:

**Проектування національного продукту активного туризму та його
просування на міжнародний ринок**

Затверджена наказом КНТЕУ від «18» грудня 2019 р. № 4353.

2. Строк здачі студентом закінченої роботи: 20.11.2020 р.

3. Цільова установка та вихідні дані до роботи:

Мета роботи: дослідження ресурсного потенціалу, розробка проекту та просування нового туристичного продукту активного туризму на міжнародний ринок.

Об'єкт дослідження: процеси розробки турів активного туризму, як нового національного туристичного продукту та його просування на міжнародний туристичний ринок.

Предмет дослідження: Теоретичні та прикладні аспекти використання ресурсного потенціалу України для розвитку активного туризму.

4. Консультанти по роботі із зазначенням розділів, за якими здійснюється консультивання:

Розділ	Консультант (прізвище, ініціали)	Підпис, дата	
		Завдання видано	Завдання виконано
1	Білик В. В.		
2	Білик В. В.		
3	Білик В. В.		

5. Зміст випускної кваліфікаційної роботи (перелік питань за кожним розділом):

Вступ

РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ АКТИВНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

1.1 Сутність та видова класифікація активного туризму

1.2 Особливості організації активного туризму

РОЗДІЛ II. ДОСЛІДЖЕННЯ ПОТЕНЦІАЛУ АКТИВНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ ДЛЯ ВИХОДУ НА МІЖНАРОДНИЙ РИНОК

2.1 Оцінка стану та ресурсної бази розвитку активного туризму в регіонах України.

2.2 Характеристика туроператорів та провайдерів активного туризму в Україні.

2.3 Дослідження міжнародного ринку активного туризму

РОЗДІЛ III. ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО ПРОЕКТУВАННЯ ТА ПРОСУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОГО ПРОДУКТУ АКТИВНОГО ТУРИЗМУ

3.1 Обґрунтування та основні положення проекту національного продукту активного туризму

3.2 Рекомендації щодо просування національного продукту активного туризму на міжнародний ринок

Висновки та пропозиції

Список використаних джерел

Додатки

6. Календарний план виконання роботи:

№ пор.	Назва етапів випускної кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	
		за планом	фактично
1.	Вибір і затвердження теми випускної кваліфікаційної роботи	01.09.2019-04.11.2019	01.11.2019
2.	Оформлення і затвердження завдання на роботу	05.11.2019-03.02.2020	29.11.2019
3.	Написання та попередній захист 1 розділу випускної кваліфікаційної роботи у наукового керівника	04.02.2019 - 21.06.2020	02.04.2020
4.	Написання та оформлення наукової статті	до 01.07.2020	30.04.2020
5.	Написання та попередній захист 2 розділу випускної кваліфікаційної роботи у наукового керівника	22.06.2020-04.10.2020	04.10.2020
6.	Написання та попередній захист 3 розділу випускної кваліфікаційної роботи у наукового керівника	05.10.2020-01.11.2020	30.10.2020
7.	Оформлення випускної кваліфікаційної роботи за структурою, представлення роботи на кафедрі та попередній захист у комісіях	02.11.2020-10.11.2020	09.11.2020
8.	Доопрацювання, оформлення, друкування, підготовка матеріалів до захисту	11.11.2020-19.11.2020	19.11.2020
9.	Представлення готової зшитої випускної кваліфікаційної роботи на кафедрі	до 20.11.2020	
10.	Захист випускної кваліфікаційної роботи в екзаменаційній комісії	Згідно з розкладом	

7. Дата видачі завдання « _____ » _____ 20__ р.

8. Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи

(прізвище, ініціали, підпис)

9. Гарант освітньої програми

(прізвище, ініціали, підпис)

10. Завдання прийняв до виконання студент

(прізвище, ініціали, підпис)

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ АКТИВНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	10
1.1 Сутність та видова класифікація активного туризму.....	10
1.2 Особливості організації активного туризму	15
РОЗДІЛ II. ДОСЛІДЖЕННЯ ПОТЕНЦІАЛУ АКТИВНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ ДЛЯ ВИХОДУ НА МІЖНАРОДНИЙ РИНОК.....	24
2.1 Оцінка стану та ресурсної бази розвитку активного туризму в регіонах України.....	24
2.2 Характеристика туроператорів та провайдерів активного туризму в Україні	34
2.3 Дослідження міжнародного ринку активного туризму	41
РОЗДІЛ III. ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО ПРОЕКТУВАННЯ ТА ПРОСУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОГО ПРОДУКТУ АКТИВНОГО ТУРИЗМУ.....	48
3.1 Обґрунтування та основні положення проекту національного продукту активного туризму	48
3.2 Рекомендації щодо просування національного продукту активного туризму на міжнародний ринок	52
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	58
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	61
ДОДАТКИ	

ВСТУП

Активний туризм в Україні розвивається як невід'ємна складова туристичної галузі і спрямований на зміцнення здоров'я, розвиток фізичних, морально-вольових та інтелектуальних здібностей людини шляхом залучення її до участі у спортивних походах різної складності та змаганнях з техніки спортивного туризму, самодіяльних туристичних подорожах, мандрівних туристичних подорожах активного характеру.

Спортивний та самодіяльний активний туризм є невід'ємною складовою вітчизняної туристичної галузі, сприяє розвитку та поширенню активних форм відпочинку, а отже, має ще й рекреаційні, пізнавальні, виховні, економічні та інші функції. Розвиваючись на межі спорту і активного дозвілля в природному середовищі, активний туризм сприяє розвитку внутрішнього туризму шляхом пропаганди відносно дешевого і одночасно ефективного відпочинку, що в умовах невисоких матеріальних доходів значної частини населення країни надає йому соціально-пріоритетного значення для відповідних державних, громадських та комерційних організацій.

Розвиток нових напрямів активного туризму - екстремального, пригодницького, наддалеких вітрильних та інших подорожей, проведення комбінованих за видами туризму (автомобільного, велосипедного, вітрильного, водного, гірського, мотоциклетного, пішохідного, спелеологічного тощо) подорожей з використанням наявних природно-рекреаційних, історико-культурних та кадрових ресурсів країни не тільки створює умови для залучення до активних занять туризмом населення України, а й має стимулюючий вплив на розвиток міжнародного та зарубіжного туризму, сприяє загальному розвитку туристичної галузі як високорентабельної галузі економіки України та її входженню до світового туристичного ринку.

Актуальність обраної теми обумовлена тим, що технічний прогрес і одноманітність життя негативно позначаються на стані здоров'я людини. За останні роки інтерес в туризмі змістився від пасивної «пляжної» рекреації до активних видів і форм туризму, які є одними з ефективних засобів зняття напруги.

Вони включають види відпочинку і подорожі, розваги, спорту, що вимагають значного фізичного напруження.

Мета випускної кваліфікаційної роботи - дослідження ресурсного потенціалу, розробка проекту та просування нового туристичного продукту активного туризму на міжнародний ринок.

Досягнення цієї мети передбачає розв'язання таких завдань:

- обґрунтування розвитку активного туризму в Україні;
- дослідження формування активного туризму в Україні;
- розгляд сучасних підходів до розвитку активного туризму в Україні;
- дослідження розвитку перспективних видів активного туризму;
- аналіз міжнародного туристичного ринку активного туризму;
- розгляд ресурсного потенціалу регіонів країни.

Об'єкт дослідження - процес розвитку активного туризму, як нового національного туристичного продукту та його просування на міжнародний туристичний ринок.

Предмет дослідження - теоретичні та прикладні аспекти використання ресурсного потенціалу України для розвитку послуг активного туризму та їх просування на міжнародний ринок.

Методи дослідження. Теоретичною і методологічною основою досліджень виступають положення сучасної теорії державного регулювання, наукові роботи вітчизняних і зарубіжних вчених з питань державної політики та регулювання туристичної галузі, матеріали наукових конференцій. У процесі дослідження використано такі загальнонаукові та спеціальні методи: метод статистичного аналізу – для дослідження стану туристичної галузі світу, України, окремих регіонів; метод експертного оцінювання – для виявлення ключових чинників успіху та головних перешкод розвитку активного туризму в Україні; кластерний аналіз – у процедурі оцінки соціально-економічного впливу активного туризму на регіони світу та Україну.

Апробація результатів дослідження. За результатами дослідження підготовлено та опубліковано наукову статтю на тему: «Видова характеристика активного туризму» (див. додаток А).

Структура роботи. Випускна кваліфікаційна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків та пропозицій, списку використаних джерел та додатків. Кількість сторінок – 64, таблиць – 11, рисунків – 9, використаних джерел – 51.

РОЗДІЛ I

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ АКТИВНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

1.1. Сутність та видова класифікація активного туризму

Активну рекреацію (англ. active recreation) визначають як процес використання засобів, форм і методів фізичної культури і спорту, спрямований на задоволення потреб в активному відпочинку, відновленні сил, розвагах і вдосконаленні особистості у вільний і спеціально відведений час. [9].

Суть активного туризму полягає в тому, що мандрівники самі вибирають мету - об'єкти природи, які вони хотіли б відвідати (подивитися); самі прокладають маршрут, що забезпечує раціональне подолання перешкод, досягнення вибраних цілей. Сучасні активні подорожі - модель тих дослідницьких експедицій, які відкривали і вивчали Землю. Туристи теж відкривають і вивчають нові території.

Активний туризм - усі види туристських подорожей в різноманітному природному середовищі, які характеризуються активним способом пересування (пішим, велосипедним, лижним, кінним та водним з застосуванням малих плавзасобів) по маршруту, тобто з витратою відповідних фізичних зусиль туриста. В даний час до активних видів туризму відносять пішохідний, лижний, водний, велосипедний, гірський, кінний, та спелеотуризм. [44].

Досліджуючи сучасну наукову літературу з приводу тлумачення вище зазначеного терміну, доходимо висновку, що активний туризм – це вид туризму, що передбачає певні фізичні навантаження з використанням активних засобів пересування переважно на територіях з унікальним ландшафтом та збереженим природним середовищем.

Активний туризм може стати рушійною силою, що допоможе привернути увагу як внутрішніх туристів, так і закордонних гостей до певного регіону. У цілому можна визначити такі позитивні результати від розвитку активного туризму:

- створення додаткового попиту на туристичні продукти, а отже, стимулювання розвитку готельного та ресторанного бізнесу;
- формування позитивного іміджу держави та суспільства;
- створення нового туристичного продукту, а отже, й освоєння нових туристичних можливостей;
- посилення взаємозв'язків між регіонами всередині та поза межами країни;
- спонування молоді до громадської активності, надання альтернативних варіантів проведення дозвілля;
- стимулювання розвитку інфраструктури;
- створення нових робочих місць.

Особливістю активного туризму є те, що досягнення спортивних результатів тут не є головною метою, і тому він може бути більш масовим, доступним для широких верств населення. Головним завданням активного туризму є залучення громадян до корисного і раціонального використання вільного часу, забезпечення оптимального використання туристських ресурсів, турбота про особисту безпеку туристів.

Безсумнівно, активний вид відпочинку приносить позитивні емоції і включає в себе ряд переваг, серед яких можна виділити основні:

1. Фізичні навантаження для всього організму - так як сучасний світ охопила популярність всіляких комп'ютерних технологій, люди займаються малорухомою діяльністю. Наприклад, менеджеру, який постійно сидить за комп'ютером, просто необхідно хоча б раз в два місяці виїжджати на активний відпочинок, щоб «розім'яти» себе і позбавитися від накопиченої негативної енергії.

2. Легке і позитивне мислення - зазвичай тим, хто не звик бути в активному життєвому ритмі, важко пристосуватися на спортивний лад, проте такий туризм дозволить кардинально змінити свої уявлення про відпочинок.

3. Рівень занять під силу - якщо ви віддасте перевагу активному туризму, то це зовсім не означає, що необхідно влаштовувати змагання і доводити комусь

який ви завзятий спортсмен. Такий відпочинок призначений в першу чергу для заряду енергії та підняття настрою. [19].

Мета активного туризму полягає в:

- відновленні сил та оздоровленні, раціонального харчування, підвищення адаптації до незвичних умов, нервового розвантаження;
- вдосконаленні загальної і спеціальної фізичної підготовки, виробленні витривалості, спритності, сили, рівноваги;
- наданні практичних навичок у доланні перешкод, оволодінні технікою пересування пішки, на лижах, їзди на велосипеді, греблі;
- психічному вдосконаленні та емоційному збагаченні внутрішнього світу людини, вихованні рішучості, сміливості, впевненості в собі, відповідальності;
- розширенні краєзнавчого кругозору, поповненні знань з географії, біології, історії, етнографії і культури;
- плануванні роботи туристських гуртків, засвоєнні теоретичних основ організації і проведення походів, розробки маршрутів;
- набутті спортивного досвіду участі в походах.

Активний туризм - це не просто вид подорожі, він включає в себе різні тури, наприклад пригодницькі:

- відвідування вулканів, екзотичних місць, водоспадів, островів та ін. Це зазвичай нестандартні тури в екзотичні і екологічно чисті природні резервації, які пов'язані з незвичайними подорожами, нетрадиційними засобами пересування. В окремих випадках такі тури пов'язані з серйозними фізичними навантаженнями, ризиком, вони вимагають сміливості, умінь, а іноді і спеціальної підготовки.
- тури на місця катастроф (землетрусів, повеней, вивержень вулканів, техногенних катастроф, наприклад огляд Чорнобильської АЕС з вертольота) і екстремальних ситуацій, наприклад, споглядання страти, публічних езекуцій та ін.;
- сафарі, риболовля, полювання, фотополювання, поїздки на мотосанях та

всюдиходах взимку або на джипах по важкодоступним місцевостям. [24].

Активний туризм можна поділити на: пішохідний, гірський, водний, лижний, автомобільний, гірськолижний, велосипедний, кінний та ін. Наведені види туризму не являють собою вичерпного переліку. Туризм як суспільне явище має значно більшу кількість описаних в літературі видів. [9]. Кількість видів активного туризму постійно зростає й урізноманітнюється. Класифікація видів активного туризму представлена в таблиці 1.1.

Таблиця 1.1

Класифікація видів активного туризму

Види	Характеристика
Пішохідні наземні й підземні види	турпоходи різних категорій складності та цільової орієнтації (спортивні, оздоровчі, відпочинково-цільові, історико-краєзнавчі, екотуристичні, науково-експедиційні тощо), спортивно-туристичне орієнтування, стаціонарна (турбазна, наметова), екорекреація з радіальними екскурсійно-туристичними походами, лижні походи, спортивні мисливство і рибальство, фотополювання, любительське збиральництво (грибів, ягід, чар-зілля), спелеотуризм та інші традиційні й модерно-ігрові види.
Упряжні види	верховий (на конях, мулах, віслюках, верблюдах, слонах), упряжно-санний (оленячі й собачі упряжки).
Колісно-мобільні види	велотуризм, мототуризм, пустельні й болотно-бездорожні раллі, снігокати тощо.
Гірські види	гірський туризм і альпінізм, скелелазання, катання на лижах, модерні гірськолижні види спорту.
Водні види	подорожі на яхті, катамарані, вітрильно-гребних човнах різноманітної (в т.ч. архаїчної) конструкції, водні лижі, скутер, підводне плавання, підводне полювання.
Аеродинамічні види	повітроплавання, (дельта-, моно)планеризм, подорожі на 1- 2-місних спортивних літаках, парашутизм.
Комбіновані види	різні види спортивних і театралізованих забав: експедиційне поєднання сплаву гірськими ріками з пішими переходами, інші форми комбінації водно-пішохідно-упряжного туризму, театралізовані реконструкції історичних битв, командні баталії, спортивне переслідування тощо.
Інноваційні види, екстрім	робінзонада, одноосібні екстемальні експедиції (в тропічних нетрях, в гірській системі, в океані, за полярним колом тощо), сафарі, життя у відсталому племені з активною участю у ритуальних (зокрема ініціальних) тубільних культах і таке інше.

Джерело: складено за [19, 40]

Активні види відпочинку завойовують все більшу популярність серед простих туристів. Особливо популярним став дайвінг, один із найактивніших видів. Дайвінг затягує. Він небезпечний і цікавий. Він модний. Самі дайвери впевнені, що кращого відпочинку, ніж занурення на 40-метрову глибину з

важкими балонами за спиною, придумати неможливо. При погляді на цифри стає ясно: поширення дайвінга порівнянне тільки з епідемією. Зараз в світі майже 20 мільйонів сертифікованих дайверів-аматорів, а 40 років тому їх було кілька сотень. [30].

Також, зараз в усьому світі дуже популярні стрибки з парашутом. З парашутом почали стрибати більше півстоліття тому, але в масовий вид відпочинку, він перетворився тільки років 15 тому. Зараз існує багато варіантів стрибків з парашутом. Це і скайсерфінг і групова акробатика, але все більшу популярність набирає V.A.S.E. jumping. Це не тільки гострі відчуття, але і чудове видовище. Багато людей спеціально приїжджають на різні змагання, щоб подивитися, як люди стрибають з хмарочосів, телевізійних веж, мостів, скель. [22].

Одним з найактивніших відпочинків можна сміливо назвати альпінізм, де перевіряється як фізична, так і психологічна витривалість людини. Альтернативою альпінізму може стати похід по печерах. Вражень від такого походу зазвичай вистачає надовго.

Активна подорож передбачає тісну взаємодію людини з природою. По річці можна плисти на човні або плоту, але треба бути обережним - в річці можна потонути. Дощ створює великі незручності для туристів, але він живить ріки, напуває рослини. Ці та подібні їм спостереження і враження можуть сформувати у людини розуміння залежності людей від природи, природи від людей, взаємозв'язку явищ природи, дадуть можливість усвідомити себе частиною природи. [25].

Активність подорожі полягає в тому, що мета і шлях до неї визначені та оголошені заздалегідь («заявлений» маршрут). Непроходження маршруту, його зміна означає провал подорожі, поразку команди (туристської групи). Звичайно, все тут досить умовно, але подібні умовності притаманні взагалі спорту. [25].

До активного туризму входить так званий «дикий» туризм. «Дикі» туристи мають намір відвідати район, подивитися ті чи інші об'єкти, але конкретного маршруту, який вони зобов'язані пройти, у них немає. Залежно від ситуації під час

подорожі «дикі» туристи коректують свої наміри, змінюють маршрут. Ясно, що чіткої межі між активним і «диким» туризмом немає.

Важливими чинниками впливу на розвиток активного туризму, є демографічні зміни, матеріальний та соціальний стан населення, рівень освіти, тривалість відпустки, професійна зайнятість та багато інших чинників.

Демографічна структура населення України та аналіз вікових груп, які найбільше подорожують, ще раз підтверджують, що в Україні найбільш активна частина населення від 30 до 40 років, на відміну від економічно розвинених країн, де люди старшої вікової групи, 55 – 60 років, відіграють все більш важливу роль в активному туризмі. [38].

Розвиток екстремального туризму пов'язаний з розвитком туристичної галузі в світовому масштабі та туристичної галузі в Україні. Тільки у 2017 році всі міжнародні (іноземні) туристи на свої подорожі витратили понад 1,34 трлн. дол. При цьому 16 % від цієї суми припали лише на США, 49 % – на топ-10 країн і 0,67 % – на Україну. [29].

Взагалі ж активний туризм один із найперспективніших видів туризму, який привертає до себе все більше людей. З'являються нові місця для активного відпочинку, як штучні, наприклад гірськолижні курорти, так місця створені природою про які люди раніше і не знали, наприклад печери. А то, що цей вид туризму активно розвивається видно хоча б з того, що з'являються все нові його види.

1.2. Особливості організації активного туризму

Термін «організація» використовується в різних значеннях. У цьому разі він визначає зміст діяльності установ, їх підрозділів або окремих виконавців-професіоналів з метою досягнення більш повного розвитку послуг активного туризму. [16].

У туристичній сфері працюють фахівці різноманітних професій, які забезпечують розвиток туристичної індустрії, виконуючи управлінські,

економічні й технологічні функції та обов'язки. Зосередимо увагу на розгляді чотирьох основних спеціальностей, які найближчі до туристичної сфери та достатньо розповсюджені:

- менеджер з активного туризму, що забезпечує розробку турів та організацію туристського обслуговування на туристичних маршрутах;
- економіст (фінансовий менеджер), що забезпечує бізнес-планування та організацію комерційної діяльності туристських підприємств та фірм;
- туристичний інструктор (гід) – фахівець з організації туристичної діяльності в туристичних групах. Інструктор повинен володіти прийомами надання першої медичної допомоги, володіти знаннями про вікові особливості груп туристів, бути зв'язуючою ланкою між керівництвом готелів, баз і туристами;
- спеціаліст з активного туризму відповідає за розробку та реалізацію спеціальних рухових режимів, орієнтованих на профілактику та усунення психічних і фізичних перенапруг, соціально-культурне, моральне, екологічне та фізичне виховання особистості. [16; 21].

До недавнього часу активний відпочинок розвивався переважно силами захоплених дослідженням території країни і власних можливостей людей, об'єднаних різними туристичними клубами і товариствами. За час їх діяльності була накопичена велика база описів маршрутів, звітів про виконані подорожі.

Кращі традиції самодіяльних походів в даний час продовжують туристичні компанії, що спеціалізуються на організації пригодницьких турів (об'єднують в собі види активного відпочинку, екскурсії та сервіс на маршруті) і реалізують програми активного відпочинку.

Для організації активного відпочинку туристів використовують таку форму проведення, як похід. Туристський похід передбачає проходження нового, заздалегідь розробленого або відомого маршруту, як в населеній, так і незаселеній місцевості з певними цілями: пізнавальними, оздоровчими, спортивними, навчальними, тренувальними та ін. В даний час активні види туризму на туристичному ринку представлені послугою «туристський похід». Основними

видами походів в активному туризмі є одноденні, двох-трьох денні походи (ПВД - похід вихідного дня) і багатоденні. [25].

Наведена нижче черговість етапів підготовки до походу виправдала себе на практиці:

- *Визначення мети походу.* Мета походу може бути різноманітною: оздоровчою (поліпшити самопочуття, зняти стреси на природі та ін.), пізнавальною (ознайомитись з історією краю, культурою народів, з природою рідного краю), військово-патріотичною (ознайомитись з місцями бойової та трудової слави), навчальною (навчитись техніці туризму), спортивною (підвищити туристичну кваліфікацію, вдосконалювати навички туристської техніки), природоохоронною (встановити годівниці для птахів, очистити від сміття території), тренувальною (підготуватися до більш складних походів) і т. д.
- *Підбір групи учасників.* При комплектуванні групи необхідно дотримуватися певних вимог. Бажано, щоб люди були однієї вікової групи, мали однакову фізичну підготовленість, спільні інтереси, що дозволить розробляти єдині норми переходів, перенесення вантажів і т. д.
- *Розподіл обов'язків серед учасників походу.* У туристських групах, де учасники самостійно організують похід, між ними розподіляються їх функціональні обов'язки. Керівник групи - найбільш досвідчений і користується авторитетом серед інших або підготовлений інструктор. Він відповідає за все, що відбувається під час походу, в тому числі за безпеку. В обов'язки заступника керівника або завгоспа по спорядженню входять підбір і підготовка наметів, примусів, іншого групового і спеціального спорядження. Медик стежить за станом туристів і в разі потреби надає медичну допомогу. Якщо чисельність групи достатня, окремим туристам доручають вести щоденник походу, робити фотографії, виділяють ремонтного майстра. У комерційних туристських групах, які організують або туристські фірми, або гіді-провідники, які займаються організацією активного туризму, функції керівника виконує інструктор походу. Розподіл обов'язків у поході добровільний.

- *Визначення району походу.* Райони походу обираються виходячи з мети походу і пори року. Для вибору району потрібно вивчити звіти туристських клубів в маршрутно-класифікаційній комісії, звернутися до досвідчених туристів. Необхідно вивчити топографічні карти району, де передбачається провести маршрут. Необхідно вивчити спеціалізовану літературу про історію обраної території, про визначні пам'ятки тих чи інших місць, туристські карти з особливостями маршрутів.
- *Складання календарного плану і графіка походу.* При підготовці до походу необхідно розробити календарний план заходів, який складається на основі передбачуваного маршруту. В нього будуть входити заходи, що мають на меті безпосередню підготовку групи до походу, наприклад, проведення зборів, перевірку фізичної підготовки, підготовку спорядження та інше. План оформлюється у вигляді таблиці. У туристських групах, де похід пропонується як послуга, календарний план призначений в основному для організаторів.
- *Складання кошторису походу.* Щоб знати, скільки буде потрібно коштів на проведення походу, складається кошторис. Він складається з прибуткової і витратної частини. [35].

З метою забезпечення безпеки туристів організатори активного туризму:

- проводять туристські консультації;
- забезпечують туристів справним спорядженням та інвентарем;
- здійснюють навчання туристів засобам профілактики і захисту від травм і нещасних випадків, інформування про небезпеку, з якою турист може зустрітися при здійсненні подорожі, що обумовлюється характером маршруту та поведінкою самих туристів, видають рекомендації про способи усунення джерел небезпеки;
- надають оперативну допомогу туристам, які потрапили в небезпечну ситуацію, здійснюють транспортування потерпілих;
- здійснюють страхування туристів на випадок раптового захворювання, від нещасних випадків. [25].

Заходи щодо забезпечення безпеки туристів, які повинні бути виконані організаторами активного туризму:

- надання туристам вичерпних відомостей про особливості туру, про санітарно-епідеміологічну ситуацію і можливий ризик зараження інфекційними хворобами в місцях, куди вони направляються, заходи особистої профілактики і дії у випадках захворювання;
- дослідження та обладнання туристських маршрутів;
- матеріально-технічне і медичне забезпечення туристів в процесі підготовки і проведенні подорожі;
- надання допомоги в організації та проведенні аварійно-рятувальних робіт;
- інструктаж туристів щодо захисту від травматизму та нещасних випадків, надання першої медичної допомоги, про заходи особистої профілактики інфекційних та паразитарних хвороб;
- розробка пам'яток для туристів;
- перевірка і контроль фізичної, технічної, спеціальної підготовки туристів, керівників туристських груп до подорожей, змагань та інших туристських заходів при організації активного туризму;
- користування послугами інструкторів-провідників, якщо організовані ними подорожі пов'язані з проходженням туристами маршрутів, що становлять підвищену небезпеку для життя і здоров'я туристів;
- повідомлення про терміни і маршрут туру органу, спеціально уповноваженого за вирішення завдань у сфері захисту населення і територій від надзвичайних ситуацій, за місцем проведення туру (походу, сплаву та ін.) не менше ніж за три дні до його початку;
- негайне інформування органу, спеціально уповноваженого за вирішення завдань у сфері захисту населення і територій від надзвичайних ситуацій, уповноваженого державного органу виконавчої влади автономного округу по туризму та зацікавлених осіб про надзвичайні події, що сталися з туристами під час подорожі, а також про не повернення з подорожі туристів;

- інші заходи щодо забезпечення безпеки туристів, що розробляються самостійно відповідно до законодавства. [25].

Одним з основних напрямків туристичної діяльності є вирішення питань, пов'язаних із забезпеченням туристів засобами розміщення. Сьогодні світова мережа готелів може задовольнити будь-який смак. Засобами розміщення туристів є будь-які об'єкти, які надають туристам епізодично або регулярно місця для ночівлі.

У міжнародній практиці (див. табл. 1.2) прийнята стандартна класифікація засобів розміщення туристів, розроблена експертами ЮНВТО, згідно з якою всі засоби розміщення діляться на дві основні категорії: колективні та індивідуальні. [28].

Таблиця 1.2

Стандартна класифікація засобів розміщення туристів

Колективні засоби розміщення туристів	Готелі та аналогічні засоби розміщення	<ul style="list-style-type: none"> • Готелі. • Аналогічні засоби розміщення.
	Спеціалізовані заклади	<ul style="list-style-type: none"> • Оздоровчі заклади. • Табори відпочинку. • Конгрес-центри.
	Інші колективні заклади	<ul style="list-style-type: none"> • Житло, яке призначене для відпочинку. • Кемпінги.
Індивідуальні засоби розміщення туристів	Індивідуальні засоби розміщення	<ul style="list-style-type: none"> • Власне житло. • Орендовані кімнати. • Орендоване житло. • Розміщення у родичів та знайомих.

Джерело: складено за [28]

Готелі - основний класичний тип розміщення звичайних туристів, але не у випадку з туристами, які відпочивають за правилами активного виду туризму.

Спеціалізовані засоби розміщення відрізняються від готелів мінімальним набором обов'язкових та додаткових послуг, невеликим комфортом номерів та котеджів, а також обслуговуванням переважно певних категорій туристів (рибалок, мисливців, альпіністів, "водних" туристів, дослідників природи та ін.). Перелік послуг, що надаються безпосередньо пов'язаний з потребами зазначених туристів. Для альпіністів - опис гірських маршрутів і прокат спорядження, для рибалок і мисливців - прилади для оброблення здобичі, утримання мисливських

собак, продаж патронів, ремонт снастей та ін. Або, наприклад, автотурбаза, яка на відміну від звичайної турбази призначена для автотуристів і має автомобільну стоянку, автомийку, місця для огляду і ремонту автомобілів. [28].

Туристські бази (турбази) - підприємства готельного типу, що надають групам туристів нічліг, харчування і забезпечують їх туристично-екскурсійним, культурно-побутовим та фізкультурно-оздоровчим обслуговуванням. Раніше турбази будувалися на так званих планових туристських маршрутах, в місцях їх початку, закінчення або перетину декількох маршрутів. [28].

Альпіністський табір (альптабір) - спортивна база, призначена для навчання альпіністів і вдосконалення їх майстерності. В даний час вони орієнтовані і на обслуговування звичайних туристів - індивідуалів, дитячих туристичних груп, спортсменів (борців, легкоатлетів та ін.), що проходять підготовку в умовах середньогір'я. Як правило, в альптаборі є літні будиночки, капітальні споруди (адміністративний і житловий корпус), методичні та лікарські кабінети, пункт прокату альпіністського та гірськолижного спорядження, рятувальний загін, місце для наметового табору. У ньому передбачено розміщення та харчування туристів, їх культурно-масове і побутове обслуговування, виконання альпіністами навчально-тренувальних та спортивних планів. [28].

Ще один вид спеціальних засобів розміщення - *гірські хатини і притулки*. Як правило, вони будуються і належать різним туристським, альпіністським клубам, федераціям, іноді державі або рятувальним службам і призначені для короткострокового перебування.

Стоянка - місце розміщення туристської групи для ночівлі, відпочинку. В активному туризмі розрізняють кілька видів стоянок - бівак, ночівля, базовий табір. На стоянках, як правило, використовуються намети і спальні мішки, відводяться місця для приготування їжі. Основна вимога до вибору місця стоянки - безпека туристів, комфортність відпочинку (наявність води, рівний майданчик під намети, укриття від вітру). [28].

Бівак (від нім. *Biwac*, фр. *Bivouac*) - місце розміщення туристської групи на маршруті для ночівлі або відпочинку. Взимку в високогір'ї бівак іноді організовують шляхом спорудження снігових печер, хатин, ям. Під час складних сходжень там, де звичайний намет поставити неможливо (немає горизонтальних майданчиків), використовують спеціальні підвісні намети на платформах. [28].

Ночівлі - відоме місце розміщення альпіністських груп під горою, на яку планується сходження.

Серед індивідуальних засобів розміщення, які використовуються в активному і пригодницькому туризмі, варто відзначити лоджії (орендовані у місцевих жителів спеціальні будови), та розміщення в приватному секторі, широко використовується в етнографічних турах і аграрному туризмі.

Залежно від програми туристичного обслуговування, маршруту і тактики його проходження можуть використовуватися різні з зазначених видів розміщення.

За оцінкою експертів активний туризм щорічно стимулює переміщення мільйонів учасників, організаторів та глядачів змагань. Область спортивних інтересів учасників пов'язана з бажанням успішного проведення заходів та досягнення перемог на змаганнях. При цьому спрямованість інтересів учасників спортивного туризму крім чисто спортивного, пов'язана з пізнанням культури, мистецтва, літератури, особливостей побуту та праці населення того чи іншого регіону країни. [38].

У зв'язку з цим виникає проблема підготовки кадрів - фахівців, здатних до ефективного обслуговування активних туристів, в тому числі до виконання функцій менеджерів спортивних команд, менеджерів заходів, фінансових менеджерів активного туризму.

Незважаючи на наявний тут досвід роботи представників-функціонерів більш ніж ста міжнародних об'єднань (федерацій з видів туризму), сучасні умови підготовки спортсменів і проведення заходів визначають необхідність становлення фахівців нового покоління - менеджера туристсько-спортивного оперейтинга. [6].

Туристично-активний оперейтинг відзначається деякою специфікою. Це - вид туристського підприємництва, пов'язаний з комплектацією спеціалізованих туристично-активних програм і комплексів послуг, необхідних відповідно до потреб учасників і завданнями активного туризму. [6].

Туристично-активний оперейтинг виконує спеціальну роль в туристській індустрії: формує і реалізує пакет послуг туристично-активного профілю, який може включати в себе (крім традиційно встановлених функцій) наступне:

- розробку і проведення спортивних змагань;
- організацію спортивних походів;
- організацію екскурсій;
- здійснення експорту туристично-активних ресурсів;
- організацію ексклюзивних спортивно-пригодницьких турів.

Висновки до розділу 1

Розділ має за мету ознайомлення з характеристикою активного туризму та його станом. У ньому викладено інформацію, яка стосується видів активного туризму, його організацію в рамках національного туризму. Матеріали розділу ознайомлюють з термінологічною базою. Зроблено спробу висвітлити питання кадрового забезпечення сфери активного туризму.

РОЗДІЛ 2

ДОСЛІДЖЕННЯ ПОТЕНЦІАЛУ АКТИВНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ ДЛЯ ВИХОДУ НА МІЖНАРОДНИЙ РИНОК

2.1. Оцінка стану та ресурсної бази розвитку активного туризму в регіонах України

В Україні протягом останніх років з'являються спеціалізовані туроператори з активного туризму, відкриваються нові об'єкти активного відпочинку, з'являються пункти прокату та сервісу туристичного спорядження, розширюється спеціалізована база проживання. Проте серед вітчизняних туристів поки що не спостерігається підвищення попиту на активний відпочинок. Здебільшого, активний туризм в Україні носить індивідуальний характер, розвиваючись в межах туристичних клубів або гуртків [38].

Для активного туризму ідеально підходять безліч регіонів України завдяки різноманітному ландшафту – чергування низин та гір, боліт та рівнин, степу, лісів та гір тощо (табл. 2.1).

З вище наведеної таблиці видно, що туристичні території України мають більш ніж достатній потенціал для розвитку активного туризму. Так, наприклад, понад двадцять річок у різних регіонах використовуються для рафтингу та сплавів на катамаранах, рафтах, байдарках і каяках. Ріки з порогами 2-3 категорії знаходяться у Карпатському регіоні та в Центральній Україні, в інших регіонах ріки переважно зі спокійною течією і зручні для сімейного відпочинку. Особливо цікавим є туристичний район Подністров'я, де ріки течуть у мальовничих глибоких каньйонах висотою до 200 м. [37].

Сезон для рафтингу і катамаранингу в Україні починається в кінці квітня. В цей період популярними є найбільш вражаючі порожисті ділянки Прута, Чорного Черемоша, Чорної Тиси з бурхливою холодною водою, високими порогами, перекатами та неймовірним драйвом. Влітку та восени найбільш популярними стали Дністер з величезним зелено-червоним каньйоном, Південний Буг з бурхливими гранітними порогами, Случ з чистою прозорою водою, Сіверський

Донець з меланхолійними крейдовими Святими горами, Десна з прадавньою рослинністю та незліченною кількістю озер та багато інших. [34].

Таблиця 2.1

Туристичні території України придатні для активного туризму

<i>Туристична територія</i>	<i>Короткий опис</i>	<i>Види активного туризму</i>
Карпати	Молоді гори з висотами до 2061 м, вкриті лісами. Густа мережа швидких гірських річок. Висока концентрація об'єктів природно-заповідного фонду. Унікальний етнічний колорит регіону, збережені характерні народні промисли. Оригінальна дерев'яна архітектура церков та будинків.	Пішохідний. Велосипедний. Гірськолижний. Водний. Скелелазіння. Екологічний. Кінний. Парапланеризм. Подієвий.
Подністрів'я	Рівнинна територія з глибокими долинами річок у вигляді каньйонів. Цікаві геологічні особливості стінок каньйонів (скельні відслонення, гроти, печери, водоспади). Подільські Товтри – залишки древнього коралового рифу. Особливий клімат регіону завдяки специфічному рельєфу. Велика кількість замків. Печери у гіпсових товщах зі значною протяжністю ходів.	Водний. Пішохідний. Велосипедний. Повітроплавання. Кінний. Екологічний. Парапланеризм. Подієвий.
Полісся	Рівнинна територія, вкрита лісами, з високим рівнем зволоження. Густа мережа річок зі спокійною течією та піщаними берегами, багато боліт та озер. Заповідний режим територій. Важкодоступність регіону для масового туризму, а тому добре збережені природа, традиційна дерев'яна архітектура, етнокультурні особливості. Збережений давній народний промисел – бортництво.	Екологічний. Велосипедний. Водний. Кінний. Скелелазіння.
Подніпров'я	Горбиста рівнина з великою кількістю глибоких ярів та балок. Акваторії водосховищ на річці Дніпро з високим правим берегом. Унікальний рельєф Канівського заповідника - наслідок дії давнього льодовика. Археологічне, історичне, культурне багатство регіону. Відомі центри народних ремесел.	Велосипедний. Водний. Вітрильний. Пішохідний. Парапланеризм. Повітроплавання. Гірськолижний.
Побужжя	Рівнинна частина України, де на поверхню виходить найдавніше геологічне утворення - Український кристалічний щит, у вигляді гранітних скель, порогів на річці Південний Буг та на її притоках. Залишки старих млинів у долині Південного Бугу. Археологічні та історичні пам'ятки.	Водний. Скелелазіння. Пішохідний. Велосипедний.
Причорномор'я	Територія з рівнинним рельєфом та степовою рослинністю, обмежена на півдні акваторіями Чорного та Азовського морів. Мілководні лимани з довгими піщаними косами - місця гніздування багатьох видів птахів, в тому числі рідкісних. Велика кількість заповідних територій, де охороняються степові рослинні угруповання та водно-болотні угіддя та сліди стародавніх культур.	Екологічний. Вітрильний. Водний. Парапланеризм. Дайвінг. Велосипедний. Подієвий.

Окрім водного туризму, в нашій країні досить широко представлені можливості для дайвінгу. Цікаві місця є і в таких куточках країни: чорноморське узбережжя біля Одеси, акваторія Херсонської області, морське дно поблизу острова Зміїний приховують кораблі, літаки, амфори античних та середньовічних часів. Деякі прісноводні водойми України також є цікавими для дайвінгу. Зокрема, водами дніпровських водосховищ було затоплено цілі села, а під водами Дністровського водосховища ховаються залишки с. Бакота, яке в період XI-XIV ст. було великим містом Галицько-Волинського князівства. Загалом, підводна археологічна спадщина України налічує майже 900 пам'яток, а біля 1000 ще не досліджені. [38].

Також можна виділити екстремальний туризм на території України. За результатами аналізу визначено регіони України, в яких популярні наземні екстремальні види туризму (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Потенціал екстремального туризму у регіонах України

Вид екстриму	Місце проведення	Особливість
<i>Пейнтбол</i>	м. Київ	Творче об'єднання «Планета-Бомба» представляє: «Битва за Київ». Великі сценарні ігри присвячені визволенню Києва від Німецької армії. Місце проведення: Бровари, недобудований завод (ТЕЦ). Ігри відбуваються у режимі non-stop.
<i>Скейтбординг</i>	м. Ірпінь (Київська область) м. Івано-Франківськ	Скейтпарк чудово підходить для скейтерів та ролерів. У Києві є єдиний критий скейт-парк України Red Bull Transformers на якому проводять чемпіонати зимової й літньої сезії. На честь Дня міста Івано-Франківська площею біля Міського озера проходять фестивалі для екстремалі Західної України «Х-Гуцулля».
<i>Страйкбол</i>	35 км від м. Житомира	Туристи приїзять помірятися силами, себе показати і відпочити командами з Житомира, Києва і Бердичева.
<i>Даунхіл</i>	Буковель	Кубок України з гірського велосипеда (траси на Вовчинецьких горах). Змагання з даунхілу проходять відповідно до правил Федерації велосипедного спорту України.
<i>Альпінізм, скелелазіння</i>	Карпати, скелі Довбуша	Проводяться змагання зі спортивного скелелазіння.
<i>Спелеотуризм</i>	м. Тернопіль	Понад 216 км має печера Оптимістична. Печера Вітрова.

З кожним роком збільшується кількість людей, охочих до гострих вражень, небезпечного відпочинку.

За результатами дослідження визначено 10 найпопулярніших видів екстремальних екскурсій по Україні (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

Топ 10 найпопулярніших видів екстремальних екскурсій по Україні

Місце екскурсії	Характеристика	Вартість
«Бункер ГО у Києві»	«Підземелля і Дахи – екстремальні екскурсії».	800 грн.
«Одеські катакомби»	Відвідування Одеських катакомбів.	250 грн.
«Stay in Kiev» (тур, що стріляє)	Катання на танках, стріляння з Калашнікова та іншої бойової зброї.	від 800 грн.
«Екскурсії в Зону відчуження ЧАЕС»	Спочатку туристів водять по охайному Чорнобиллю, потім провозять через КПП в 10-км зону, показують ЧАЕС і везуть в Прип'ять.	800 – 1000 грн.
«Спіймай свою хвилю!» Київ, Одеса, Дніпро, Запоріжжя (вейк-парк Adrenaline Wake)	Вейкбординг або вейк – являє собою комбінацію водних лиж і серфінгу. Катер буксує рейдера, який знаходиться на короткій та широкій дошці. Рухаючись на швидкості 30-40 км/год з додатковим баластом на борті, катер залишає за собою хвилю, яку райдер використовує як трамплін.	30 грн./5 хв; в місяць/800 грн.
«Стрибок в безодню». Висота стрибка 420 м (Дніпро)	Секунди розтягуються в хвилини, перед очима пролітає життя і вікна офісів вежі «Міст-Сіті».	170 грн.
Рафтинг. Дністровський каньйон, Південний Буг і Чорний Черемош	Захоплюючий спуск по гірських бурхливих річках вздовж мальовничих берегів на надувних судах.	1000 – 1300 грн.
Мотокрос	Водіння мотоцикла здатне подарувати не тільки спортивний заряд, витривалість, силу волі, але і радість від відчуття абсолютної швидкості і свободи.	200 грн./год.
Параплан, надлегкий літальний апарат	Принцип його польоту такий, як у планера або дельтаплана. На ньому можна і знижуватися, і набирати висоту.	200 – 400 грн.
Велотур (до 200 км)	Найпопулярніший маршрут – Мукачево – Берегово – Виноградів – Хуст – Мукачево.	60 грн./год. до 850 грн./неділя

За результатами аналізу виявлено 10 із найпопулярніших видів активного туризму в Україні та вартість їх використання.

Дослідження доводить, що заняття активним туризмом є досить дорогим видом спорту, що може негативно вплинути на кількість туристів, які можуть дозволити собі даний вид відпочинку.

Але можна зазначити, що Україна має всі ресурси для проведення даного напрямку туризму та може стати привабливою для залучення іноземних туристів. З нагоди неминучої необхідності зростання ринку активного туризму поліпшиться якість надання послуг, сервісу, розвитку інфраструктури. Відбудеться орієнтування на розвинені центри європейських ринків активного туризму. [31].

Різноманітність природних ландшафтів країни та велика кількість закинутих промислових об'єктів тільки сприяє швидкому розвитку екстремальних видів спорту та активного туризму.

Основні проблеми розвитку активного туризму надано на рисунку 2.1.

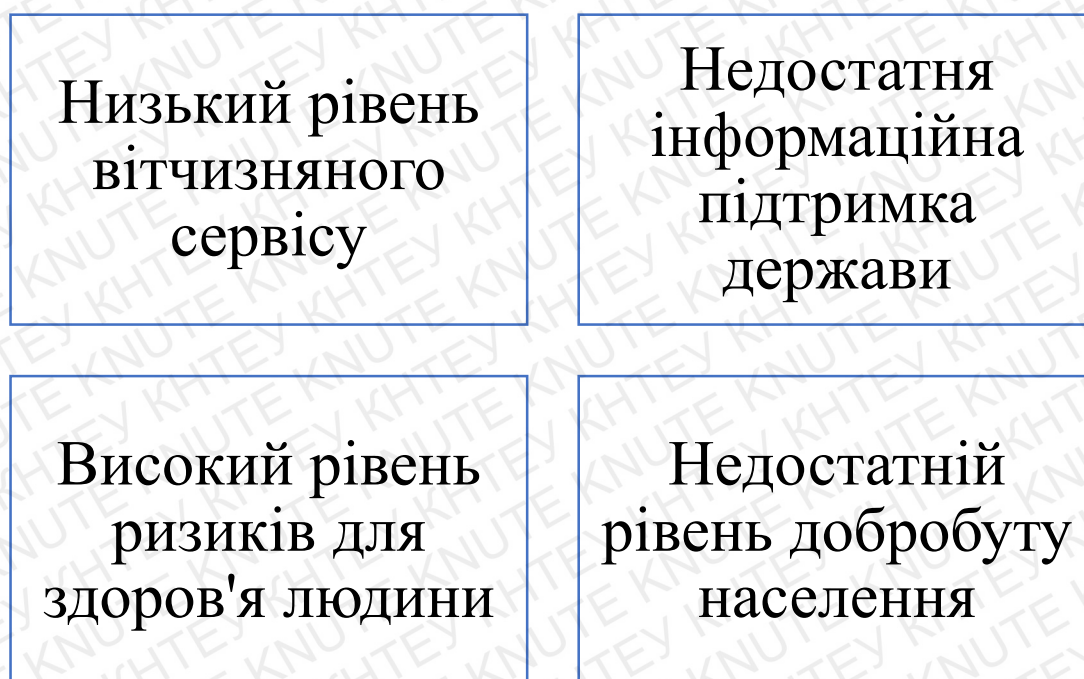


Рис. 2.1 Основні проблеми активного туризму

Найпопулярнішим та найбільш масовим видом активного туризму є гірськолижний. Україна має наявні природні ресурси та передумови для розвитку цього виду туризму. На території України гірськолижний туризм розвивається у Карпатському регіоні, на території якого розташовані невисокі, вулканічного походження, середньою висотою близько 1200–1400 м Карпатські гори. Найвища точка знаходиться в районі сел Ясиня і Яблуниця – гора Говерла – 2061 м. Поруч розташовані всі двохтисячники Українських – Бребенескул (2032 м), Піп Іван

Чорногорський (2028 м), Петрос (2020 м), Гутин Томнатик (2016 м), Ребра (2001 м), які зосереджені на масиві Чорногора. Гірські вершини покриті снігом близько 5 місяців протягом року, мають зручні гірські схили і тому на території всіх чотирьох областей є всі умови для розвитку гірськолижного туризму. Важливою складовою є також необхідна туристична інфраструктура – добре обладнані гірськолижні траси, підйомники та маршрути, наявність снігогенеруючого обладнання, пунктів прокату гірськолижного спорядження, а також достатня кількість готелів, туристичних комплексів, інших місць проживання, місць харчування, які з кожним роком покращуються на гірськолижних курортах.

Гірськолижний туризм розвивається в 19 районах областей Карпатського регіону. Найбільша їх кількість зосереджена на території Закарпатської області – 8, що по Карпатському регіону становить 42%, по чотири гірськолижних району мають Івано-Франківська та Чернівецька області, що в процентному співвідношенні складає 21%, а на території Львівської області розташована найменша кількість гірськолижних районів – 3, що становить 16% від території регіону. Найбільш розвинені гірськолижні райони серед туристів – це Яремчанський в Івано-Франківській області; Рахівський, Міжгірський, Великоберезнянський та Воловецький в Закарпатській; Сколівський у Львівській та Вижницький у Чернівецькій областях, тому що вони розташовані у найвищих ділянках гір та саме в них знаходяться великі добре обладнані гірськолижні курорти. [20].

Найбільша кількість гірськолижних курортів знаходиться в Закарпатській області – 16, що в процентному співвідношенні становить 42%. По районах їх розподіл такий: в Міжгірському – 6, в Рахівському – 3, в Великоберезнянському – 2, по одному в Мукачівському, Тячинському, Перечинському, Воловецькому та Хустському. Друге місце займає Івано-Франківська область з кількістю 9, що становить 24% від Карпатського регіону. Найбільша їх кількість в Яремчанському – 4 та Косівському районах – 3, Верховинський та Долинський райони мають лише по одному курорту. На третьому місці знаходиться Львівська область – 8 курортів, що становить 21%. Сколівський район зосереджує найбільшу їх

кількість – 6, а Турківський та Миколаївський – по одному. Чернівецька область посідає останнє місце за кількістю гірськолижних курортів – 4, що в процентному співвідношенні становить 13%. По одному курорту мають Герцаївський, Вижницький, Путильський та Новоселицький райони. В Україні є достатня кількість гірськолижних курортів, деякі з них обладнані по міжнародним стандартам. Найзначнішими гірськолижними курортами у Івано-Франківській області є Буковель; Закарпатській – Драгобрат, Пилипець та Красія; Львівській – Славське та Тисовець; Чернівецькій – Мигове. [23].

Найбільшу кількість гірськолижних підйомників має Закарпатська область – 60, що в процентному співвідношенні становить 39%. Другу позицію займає Івано-Франківська область – 39, що дорівнює 25%, третю позицію – Львівська область – 37, що становить 24%, а найменшу кількість підйомників має Чернівецька область – 18, що дорівнює 12%. Найбільшу кількість засобів розміщення має Івано-Франківська область – 204, що в процентному співвідношенні становить 43%. Другу позицію займає Закарпатська область – 142, що дорівнює 30%, третю позицію – Львівська область – 83, що становить 17%, а найменшу кількість засобів розміщення має Чернівецька область – 46, що дорівнює 10%.

Таблиця 2.4

Рейтинг областей Карпатського регіону з розвитку гірськолижного туризму

Області	Місце області за кількістю гірськолижних:				
	районів	курортів	трас	підйомників	засобів розміщення
Закарпатська	1	1	2	1	2
Івано-Франківська	2	2	1	2	1
Львівська	3	3	3	3	3
Чернівецька	4	4	4	4	4

Джерело: складено автором на основі [12]

Як видно з таблиці, лідерами з розвитку гірськолижного туризму є Закарпатська та Івано-Франківська області. Закарпатська область є лідером за кількістю районів, курортів та підйомників, а Івано-Франківська – за кількістю гірськолижних трас та засобів розміщення. Закарпатська область за умови

розвитку інфраструктури має можливість стати лідером вітчизняного гірськолижного туризму. Третю позицію за усіма показниками займає Львівська область, а четверту – Чернівецька.

Обов'язковим елементом характеристики гірськолижного туризму є наявність туристичних потоків. У 2018 р. лідером за кількістю відвідувань був курорт Буковель – 2,1 млн туристів з України, Білорусі, Молдови та інших країн. Також популярністю користується курорт Славське з кількістю туристів 0,8 млн чол. і молодий та перспективний курорт Тисовець з 0,035 млн туристів. [23].

Аналізуючи гірськолижний туризм в Україні, можна зробити висновок, що цей вид туризму являє собою основу розвитку активного туризму в Україні у зимовий період.

Якщо говорити про активний туризм, то можна стверджувати, що в Україні він має здебільшого аматорський характер. Але не лише це є причиною непрофесійності цього підвиду спортивного туризму. Основним є відсутність налагодженої інфраструктури для таких туристів, незначна кількість спортивних турів у масштабах країни, мала кількість оздоблених стежок, промаркованих маршрутів тощо. Як основні групи активного спортивного туризму, що популярні в Україні, можна виділити: пішохідний туризм, велосипедний туризм, альпінізм, -лижний туризм.

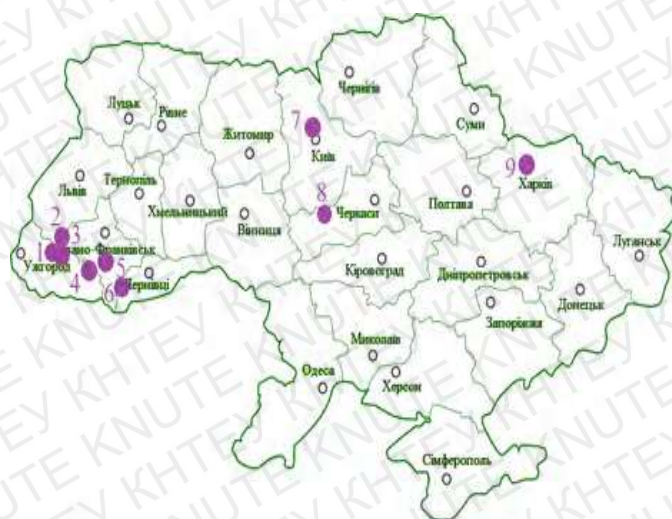
На рис. 2.2–2.5 зображено місця, це можлива та доцільна активізація розвитку активного туризму в Україні. Серед зазначених можливих місць розвитку активного туризму є місця, вже популярні серед туристів, і такі, що поки що не є загальновідомими.

Оскільки люди, що займаються активним туризмом, можуть не мати відповідної спортивної підготовки, важливою є наявність визначних пам'яток у місцях відпочинку. На рис. 2.6 зображено інформацію щодо наявності заповідників, природних парків та пам'яток природи в різних областях України. Таким чином, на основі рис. 2.2–2.6 можна зобразити мапу України з найпривабливішими для активного туризму регіонами (рис. 2.7).



- | | |
|------------------------------|----------------------------|
| 1 - Тусташ | 14 - Фурси |
| 2 - Чортові скелі | 15 - Богуслав |
| 3 - Кам'яне Село | 16 - урочище Гард |
| 4 - Новоград-Волинський | 17 - Буцький каньйон |
| 5 - Дениші | 18 - Южноукраїнськ |
| 6 - Коростишів | 19 - Чепель |
| 7 - Кам'янець-Подільський | 20 - о. Хортиня |
| 8 - Дністровське волохосвище | 21 - Нікітська розколина |
| 9 - Могилів-Подільський | 22 - скеля Голова Чацького |
| 10 - Дзвоники | 23 - Бахчисарай |
| 11 - скелі Каспича | 24 - скелі Довбуша |
| 12 - Круподеринці | 25 - Бужанка |
| 13 - Буки (Київська обл.) | |

Рис. 2.2. Туристичні місця для шанувальників альпінізму [19]



- | |
|-----------------------|
| 1 - Пилипець |
| 2 - Славське |
| 3 - Ізки |
| 4 - Драгобрат |
| 5 - Буковель |
| 6 - Мінгово |
| 7 - Вишгора |
| 8 - Водяники |
| 9 - Альпійська долина |

Рис. 2.3. Туристичні місця для шанувальників лижного спорту [19]



Рис. 2.4. Густота веломаршрутів в областях України [19]



Рис. 2.5. Густота пішохідних маршрутів в областях України [19]



Рис. 2.6. Природно-заповідний фонд розвитку України [19]



Рис. 2.7. Можливості для активного туризму [19]

Таким чином, можна побачити, що найпридатнішими для розвитку активного туризму є Закарпатська, Львівська, Івано-Франківська, Чернівецька,

Київська та Черкаська області. Утім, це не означає, що решта областей не придатна для розвитку активного туризму. Проблема полягає в тому, що інші регіони мають менш розвинену туристичну інфраструктуру, зокрема спортивну.

Усі райони, які на рис. 2.7 позначено як регіони з нереалізованими потенціалом, є перспективними, але поки що не користуються увагою спортивних туристів. Деякі із цих регіонів не є цікавими для альпіністів або лижників, проте всі вони можуть зацікавити велотуристів, а деякі й піших туристів.

Основна проблема полягає у відсутності будь-яких велодоріжок в більшості областей України, кемпінгів, промаркованих та обладнаних маршрутів і, головне, якої-небудь реклами активного туризму в «блідих» регіонах.

2.2. Характеристика туроператорів та провайдерів активного туризму в Україні

Розвиток нових напрямів активного туризму - екстремального, пригодницького, наддалеких вітрильних та інших подорожей, проведення комбінованих за видами туризму (автомобільного, велосипедного, вітрильного, водного, гірського, мотоциклетного, пішохідного, спелеологічного тощо) подорожей з використанням наявних природно-рекреаційних, історико-культурних та кадрових ресурсів країни не тільки створює умови для залучення до активних занять туризмом населення України, а й має стимулюючий вплив на розвиток міжнародного та зарубіжного туризму, сприяє загальному розвитку туристичної галузі як високорентабельної галузі економіки України та її входженню до світового туристичного ринку. [8; 33].

Розвитком активного туризму самостійно стали займатися громадські організації - федерації спортивного туризму та туристські союзи. На жаль, відсутність фінансової підтримки з боку державних інституцій вкрай негативно відбилася на активному туризмі і в його розвитку розпочався період занепаду. Результат - різке падіння масовості у активному туризмі.

Від остаточного занепаду активний туризм був у цей час врятований ентузіастами, що залишилися у федераціях та туристських союзах, які, не маючи

фінансування, змогли лише зберегти форпости туристського руху, що дозволило втримати його від остаточного занепаду.

У цей період у багатьох регіонах туристська громадськість почала шукати вихід із скрутного становища через об'єднання громадських та комерційних інтересів. ТанDEM фінансів і громадської структури почав давати позитивні результати. Але мізерність фінансових комерційних можливостей і слабкість структури не давали активному туризму можливостей стабільно розвиватися. Реальне ж зростання показників у розвитку активного туризму в регіонах можна було спостерігати лише там, де до громадської структури та комерційних грошей змогли частково залучити ще й державне фінансування. [14].

Федерація спортивного туризму України. Засновано у 2000 році. В 2002 році рішенням колегії Держкомспорту України Федерація отримала статус національної. Осередки Федерації діють в 24 областях та місті Києві. Федерація спортивного туризму України спрямовує свої зусилля на розвиток автомобільного, вітрильного, велосипедного, водного, гірського, комбінованого, лижного, мотоциклетного, пішохідного, спелеологічного видів спортивного туризму. Календарний план ФСТУ. (див. додаток Б).

6 жовтня на Вінниччині відбувся Кубок України з водного спортивного туризму та 8-11 жовтня у Запоріжжі на острові Хортиця відбувся XXIII чемпіонат України зі спортивного гірського туризму, проведення якого планувалося на квітень цього року, проте у зв'язку з карантинними заходами було відкладено на невизначений період.Продемонструвати свою спортивну майстерність у найвідповідальніших змаганнях сезону зібралися учасники з 10 регіонів України, а саме: міста Києва, Дніпропетровської, Донецької, Запорізької, Київської, Миколаївської, Львівської, Одеської, Полтавської та Харківської областей України. (див. додаток В, додаток Г).

Також існує громадська організація – **Українська асоціація активного та екологічного туризму**, яка створює умови для популяризації та розвитку пригодницького і екологічного туризму в Україні. Українська Асоціація Активного та Екологічного Туризму – громадська ініціатива, яка займається

популяризацією та розвитком дружніх природі активних видів відпочинку та екологічного туризму. Асоціація – сфера професіоналів, де обмінюються актуальною інформацією, піднімаються і вирішуються назрілі проблеми. [42].

В останні роки Україна інтенсивно будує інфраструктуру, а разом з цим з'являється все більша кількість спеціалізованих туроператорів і гідів, сучасного туристичного спорядження і спеціалізованих магазинів, пунктів прокату та сервісу, спеціалізованих закладів проживання і окремих об'єктів активного відпочинку, різноманітної туристичної інформації, карт, путівників та ін. Постійно покращуються комунікації України з іншими країнами і континентами, що впливає на зростання кількості вітчизняних любителів активного та еко туризму. [42].

Асоціація побудована за принципом внутрішньогалузевої самоорганізації і об'єднує всіх зацікавлених у розвитку активного та екологічного туризму: комерційні і громадські організації, приватних осіб, органи місцевого самоврядування та влади, іноземні представництва.

Завдання асоціації:

- Пропаганда активного та здорового способу життя.
- Збільшення масовості активного та екологічного туризму.
- Створення та проведення постійної інформаційно-рекламної кампанії.
- Підвищення якості надання послуг та рівня безпеки туристів.
- Кадрове забезпечення і розвиток інфраструктури.
- Вдосконалення нормативно-правової бази.
- Фінансове та матеріально-технічне забезпечення галузі.
- Рациональне використання природних та історико-культурних туристичних ресурсів.
- Стійкий розвиток туристичних територій та об'єктів, місцевих громад.
- Підвищення конкурентоспроможності українського ринку пригодницького та еко туризму. [42].

Напрямки діяльності асоціації:

- **Рекламно-інформаційний та промоційний** - участь у профільних виставках в Україні та за кордоном, PR активних видів туризму, популяризація серед молоді здорового та активного способу життя, видання спеціалізованої реклами, каталогів, путівників; робота постійно діючого інформаційного центру, співпраця із ЗМІ; організація тематичної публічної реклами, тематичних конкурсів, прес-турів, фото-виставок.
- **Консолідуючий та стимулюючий** - взаємодія членів Асоціації, обмін інформацією та пропозиціями, участь у виставках, спільне обговорення та вирішення проблемних питань, система знижок для членів Асоціації, галузеві конкурси для визначення лідерів, створення «Знаку якості».
- **Кваліфікаційний та освітній** - підвищення якості обслуговування та безпеки туристів, організація семінарів, тренінгів, курсів для гідів-провідників, обмін досвідом з вітчизняними та іноземними партнерськими організаціями, популяризація серед молоді здорового та активного способу життя.
- **Нормативно-правовий** - правовий захист інтересів членів Асоціації, внесення необхідних змін у нормативно-правові документи, розробка Стратегій, Національних, регіональних та місцевих програм розвитку активних видів туризму та екотуризму, уніфікація термінології.
- **Аналітико-статистичний** - моніторинг та аналіз стану ринку, маркетингові дослідження, статистична інформація, прогнози.
- **Екологічний** - впорядкування та раціональне використання природних та історико-культурних туристичних ресурсів України, захист навколишнього середовища, впровадження екологічної сертифікації, налагодження тісної співпраці членів Асоціації з природоохоронними територіями, підтримка стійкого розвитку туристичних територій, розвиток волонтерства.
- **Інфраструктурний** - стимулювання розвитку спеціалізованої інфраструктури, розробка інфраструктурних проектів, створення мережі маршрутів активного та екологічного туризму України, маркування туристичних маршрутів.

- **Проектний та економічний** - проекти, інвестиції, власні проекти Асоціації, експедиції. [42].

Заходи що проводить УАЕТА: промоція дружніх природі активних видів туризму, постійний моніторинг та аналіз стану ринку, стимулювання розвитку спеціалізованої та допоміжної туристичної інфраструктури, організація навчання гідів-провідників, підвищення якості обслуговування та безпеки туристів, підвищення кваліфікаційного рівня гідів-провідників, видання туристичних путівників та каталогів, організація та проведення прес-турів, організація публічної реклами пригодницького та екологічного туризму, участь у виставках, розширення мережі маршрутів, залучення до використання нових об'єктів і територій, підтримка стійкого розвитку природних та історико-культурних територій через тісну співпрацю з ними (нпп, заповідниками), співпраця з органами місцевого самоврядування та керівними органами в галузі туризму, співпраця з профільними іноземними асоціаціями та туристичними організаціями, обмін досвідом з вітчизняними та іноземними партнерськими організаціями.

Характеристика види туризму та учасників асоціації представлена в додатках. (див. додаток Д, додаток Е).

Загалом, питання найпопулярніших напрямків у туркомпаніях досить складне, адже є оператори, що спеціалізуються на певному виді відпочинку чи регіоні, хоча у їхньому арсеналі можуть бути представлені тури у різні куточки України. Однак, відповіді провідних операторів дають досить чітке уявлення про те, що найбільше цікавило українського туриста в подорожах рідною країною.

«**Tour U**». Лідером продажів у туристичній компанії «Tour U» залишається Львів, на долю якого припадає 65% замовлень на рік, 15% складають тури Львів + околиці в радіусі до 300 км. Також представники компанії зазначили зацікавленість туристів у відпочинку на природі, зокрема це гори, водойми з розвиненою інфраструктурою, готелі з басейнами. Вагомим чинником при виборі місця відпочинку є цікаві та якісні локації харчування, активні розваги та місця ночівлі. Відтак, найпопулярнішим напрямком серед багатоденних подорожей

стали Карпати, зокрема Тур в Карпати на свята. Лідерами одноденних поїздок стали Тернопіль, Тустань, Синевир, Розточчя. (див. додаток Ж).

Активні тури, які рекомендує «Tour U» у 2019 році:

- Замінник кримському клімату Дністровський каньйон, Національний природний парк Подільські Товтри та Бакоту. Надзвичайної краси природа, гарне розміщення готелю, тур не перенасичений екскурсіями, надзвичайний сервіс розваг, риболовля, басейн, відкрита водойма. [43].

«Svitlana Tour». Карпати лідер і в звітах туристичної компанії «Svitlana Tour». Якщо ширше, мова йде про Яремче, Ворохту і підйом на Говерлу. Трошки менше туристів обирали Мукачево та Ужгород. Загалом, Івано-Франківська та Закарпатська область пропонують універсальне поєднання туристичних атракцій, як от унікальна природа, постійні ярмарки та фестивалі, різноманіття закладів розміщення від найдешевших садиб до дорогих готелів. Друге місце туроператор «Svitlana Tour» віддає Причорноморському регіонові: Залізний Порт, Скадовськ, острів Джарилгач. (див. додаток И).

Активні тури, які рекомендує «Svitlana Tour» у 2019 році:

- Активний тур в Карпати. Маршрут для багатьох знайомий: Яремче, Говерла, Яблунецький перевал, підйом на ГАЗ-66 на вершину Драгобрату і далі по хребту повз гарне озеро Ворожеска аж до гірського озера Герешаска. Біля озера туристам влаштовують пікнік на фоні гір та мальовничих пейзажів.

- Чорнобиль не втрачає актуальності, тому пропонують дводенний тур в Зону Відчуження. Це і ностальгічний туризм, і екстремальний, і активний. [43].

«Etnotur». Напрямок для відчайдухів та фанатів гір – «Вихідні в Карпатах». В даному турі кожен турист може піднятися на вершину Говерли. Маршрут побудований таким чином, щоб його могли подолати діти від 4 років і люди віком за 60. А наступного дня туристи їдуть знайомитись із родзинками Карпат – Ворохта, Яремче та Буковель. В зимову пору року також вибір доволі різноманітний. Плай, Пилипець, Славське, Мигове, Красія – це курорти, на яких можна весело та активно провести вікенд. На кожному з них є по декілька трас різної складності. (див. додаток И). [43].

«Яструб-тур». Туроператор «Яструб-тур» серед лідерів літнього відпочинку назвав Одеську область, а саме Затока, Чорноморськ, Грибівка, Татарбунари. Щодо активного відпочинку, популярним напрямком залишається Західна Україна, зокрема підкорення гірських вершин. Лідером зимового відпочинку є Буковель. (див. додаток Л). [43].

«Go2Chernobyl». Серйозної популярності набуває туризм у Чорнобильській зоні. Туроператор «Go2Chernobyl», що займається виключно турами у зону відчуження, зазначив: порівняно з 2016 роком, кількість туристів, що відвідали зону відчуження, зросла майже вдвічі й у 2018 році становила 63000 чоловік. З них 40% туристів поїхали з «Go2Chernobyl». (див. додаток К). [43].

Топові туроператори України згадують, переважно, одні й ті самі проблеми, які, на їхню думку гальмують розвиток активного туризму:

1. Погані дороги. Дуже часто, чим цікавіший туристичний об'єкт, тим гірша до нього дорога. Чимало шляхів мають статус районних, а це означає, що за їх ремонт візьмуться не скоро.
2. Застаріла база готелів, у тому числі санаторії та бази відпочинку з меблями часів СРСР.
3. Поганий стан багатьох туристичних пам'яток.
4. Недолуга логістична інфраструктура (відсутність туалетів, паркінгів, смітників тощо).
5. Відсутність стандартизації та сертифікації закладів розміщення і харчування.
6. Нестача кадрів для надання туристичних послуг на туристичних об'єктах.
7. Завищені ціни на пасажирські перевезення. Це є одним з основних факторів підвищення цін на тури по Україні.
8. Завищений рівень цін інфраструктурних об'єктів та курортів у високий сезон.
9. Монополія авіаліній.

Незважаючи на низку проблем та перешкод, активний туризм в Україні дійсно розвивається і стає все більш популярним. Особливо популярними стають одноденні маршрути та тури вихідного дня. Отже, чим відпочинок в Україні привабливий і які його переваги:

1. Мальовничі місця, а також їх розмаїття: море, гори, пустеля, озера, архітектура, традиції.
2. Дешеві тури по Україні. В середньому, подорож по Україні обходиться одному туристу в 650 грн на один день, зазначають оператори.
3. Можливість побувати у дикій природі (заповідних природних місцях), що належать до різних географічних зон.
4. Доступна вартість їжі, розваг, ресторанів тощо.
5. Однією з переваг активного туризму є його молодість на території України, а це говорить про безліч шляхів розвитку.
6. Талановиті люди, зокрема гіді, екскурсіводи, розробники маршрутів.

2.3. Дослідження міжнародного ринку активного туризму

Туристичний ринок – це сфера задоволення потреб населення у послугах, пов'язаних з відпочинком, змістовним проведенням дозвілля чи оздоровленням. Формування національного туристичного ринку обумовлене дією внутрішніх та зовнішніх чинників. [23].

Аналіз туристичного ринку в кожному туристському регіоні світу висвітлює історію розвитку, поточний стан і майбутнє світового туристського сектора і переслідує основні цілі:

- ідентифікувати ті регіони, де міжнародний туризм зростає, і ті, де він знижується;
- пояснити причини великих розходжень у географічному розподілі числа туристів і доходів від них, динаміку цих розходжень;
- ідентифікувати країни, де міжнародний туризм має великий потенціал для перетворення у важливий елемент економічного розвитку.

Європа. Мешканці північних країн Європи зазвичай проводять відпустку на курортах країн Середземномор'я, а мешканці південних теплих країн віддають перевагу відпочинку на гірськолижних курортах. Тут багато морів, якими Європа буквально порізана, великих озер, дуже різних за довжиною і водного режиму

річок, серед яких є й інтернаціональні, що протікають через декілька країн (Дунай, Рейн і ін.), що сприяє високому розвитку активного туризму.

Характер природних умов має великий вплив на вибір потенційними туристами маршруту або району подорожі. Туристи беруть до уваги кліматичні і ландшафтні особливості, багатство і унікальності рослинного і тваринного світу, природні можливості для активного відпочинку. Дуже важливу для туризму роль відіграє географічне положення район або країни, перш за все тут вимагає відзначити близькість до моря, до гірських і лісових масивів, характер берегової лінії.

Велике значення для туристів має рельєф району. Популярністю користуються райони зі складним і, як правило, мальовничим рельєфом. Гірський рельєф виграє перед рівниною не тільки в естетичному плані. Він має у своєму розпорядженні великий запас рекреаційних ресурсів завдяки чистоті гірського повітря, підвищеному рівню ультрафіолетового випромінювання, можливості організації гірськолижних і альпіністських центрів і т.д. Тому не випадково багато гірських систем Європи стали успішними туристськими районами (Франція, Чехія, Німеччина, Австрія). Річки і озера також є важливими туристськими ресурсами. Вони прикрашають ландшафт, формують сприятливий мікроклімат, надають змогу туристам відпочивати біля води, займатися водними видами спорту, забезпечують туристські центри водою. В даний час приозерні курорти й зони відпочинку Фінляндії, Польщі, Угорщини, Швейцарії та інших країн є популярними районами туризму. До туристичних ресурсів відносяться і ліси, завдяки яким можна «ізолюватися» від зовнішнього світу і «цивілізації». Ліс має дуже велике оздоровче значення, знижує рівень шуму в зонах відпочинку (Швейцарія, Австрія, Німеччина). [13].

Невеликі відстані та компактність територій дають змогу відвідати декілька країн одночасно та поєднати різні види туризму. Найпоширеніший вид активного туризму в країнах Європи це гірськолижний. Болгарія, Польща, Словаччина, Австрія, Франція, Італія, Швейцарія, Фінляндія. Курорти Болгарії, Польщі та

Словаччини — дуже популярні серед українських туристів. Різноманітність гірськолижних трас приваблює як початківців, так і лижників з досвідом.

Таблиця 2.5

**Кількість туристичних прибуттів
в Європейський туристичний регіон за період 1995–2015 рр.**

<i>Роки</i>	1995	1998	2001	2004	2007	2010	2013	2015
<i>Млн. туристів</i>	309	359	392	423	485	477	563	608

Джерело: [23]

Кількісні показники туристичних прибуттів у розрізі країн-світових лідерів за останні роки змінились, але їх позиційна послідовність загалом залишилася беззмінною. Так, за період 2007–2015 рр. у число світових лідерів за кількістю прибуттів входили такі держави Європейського туристичного регіону, як Франція, Іспанія, Італія, Туреччина, Німеччина, Велика Британія, Австрія. До 2013 р. такі ж лідируючі позиції займала й Україна з показником понад 20 млн турприбуттів, але військові дії на сході держави привели до природного різкого скорочення інтересу до країни – майже в два рази зменшився показник прибуттів – до 12,4 млн в 2015 р. [13].

Америка. За показниками розвитку туризму регіон є другим у світі після Європи. На нього припадає 16% обсягу міжнародного туризму. Як і в Європі, основними є внутрішньоконтинентальні потоки туристів – між США і Канадою. Інтенсивний також обмін туристами із країнами Центральної Америки, насамперед із Мексикою.

Відповідно до природних умов у регіоні виділяють 5 рекреаційно-туристичних зон:

- *східна.* Займає північний схід США і південь Канади, де іноземних туристів приваблюють історико-архітектурні пам'ятки, культурні цінності великих міст;

- *західна.* Virізняється незайманими природними ландшафтами, національними парками Канади і США, гірськими спортивними та бальнеологічними курортами, найбільше підходить до активних видів туризму;

- *центральна*. Найменше приваблює туристів. Великі простори її зайняті під сільськогосподарські культури, невеликі міста не мають цікавих історичних і культурних пам'яток;

- *північна*. Охоплює Аляску і північ Канади, приваблива суворою природою, належить до перспективних районів;

- *узбережжя Атлантичного і Тихого океанів*. Має м'який клімат, тепле море, добре розвинуту інфраструктуру активного туризму.

Австралія й Океанія. Туризм у регіоні є не тільки одним із джерел іноземної валюти, а й важливою галуззю економіки. Австралія, Фіджі, Тонга, Нова Каледонія, Вануату, Західне Самоа, острови Кука отримують від нього 20-30% іноземної валюти.

В Австралію щорічно приїжджають із туристичною метою 3,3 млн. осіб, у Нову Зеландію – 1,3 млн., у країни Океанії – майже 500 тис. іноземців. Регіон приваблює можливостями активного відпочинку у горах, унікальністю та екзотичністю природи. Сприяє цьому також добре розвинута туристична інфраструктура, відмінний сервіс в Австралії, Новій Зеландії, на Гаваях. В Австралійських Альпах розміщені гірськокліматичні курорти і добре обладнані центри зимових видів спорту. Основні курортні міста Австралії розташовані на східному узбережжі: Таунсвілл, Туеумба і найпопулярніший – Золотий Берег, відомий морським парком з акулами й дельфінами, казино, чудовими умовами для серфінгу. [30].

Серед островів Океанії особливо виділяються о. Таїті (пляжі, розкішний ботанічний сад, музей П. Гогена), о. Пасхи з гігантськими кам'яними фігурами “маос”, і печерами, які приваблюють туристів з усього світу.

Важливим завданням для України є виведення на європейський ринок конкурентоспроможного національного туристичного продукту, здатного зробити значний внесок у формування позитивного сальдо зовнішньої торгівлі та зростання ВВП.

Конкурентоспроможність України на європейському ринку туристичних послуг означає можливість забезпечення виробництва такого туристичного

продукту, який буде здатний конкурувати в сформованому середовищі європейського ринку. У 2005 р. Україна отримала повноправне членство в Європейській туристичній комісії, головним завданням якої є створення спільного простору європейського туризму шляхом проведення узгодженої політики в рекламно-інформаційній сфері, створення та просування інтегрованого іміджу та туристичного продукту об'єднаної Європи на світовий ринок.

У 2017 р. частка України на європейському ринку в'їзного туризму становила лише 2,1%, а в загальноєвропейських надходженнях від туристичної діяльності – 0,2% [50]. Натомість у 2013 р. дані показники мали значення 9,9% і 1,4% відповідно [50]. Нестабільна внутрішньополітична та економічна ситуація, збройний конфлікт на сході України спричинили як скорочення в'їзних туристів, так і загрозове падіння доходів галузі.

Дані рейтингів економічного розвитку туристичної сфери, які складаються Світовою Радою подорожей та туризму, свідчать, що прямий внесок сфери туризму у ВВП, зайнятість і капітальні інвестиції нашої країни нижче середніх європейських показників. Так, у 2017 році за прямим внеском у ВВП Україна займала 173 місце з часткою 1,5% при середньому показникові в Європі – 2,5%, за прямим внеском у зайнятість – 171 місце з часткою 1,4% при середньому показникові в Європі – 1,8%, а за внеском у капітальні інвестиції – 175 місце з часткою 1,9% при середньому показникові в Європі – 4,4%. [50].

Оскільки країни мають різні конкурентні переваги в туристичній сфері, достовірно оцінити конкурентоспроможність того чи іншого напрямку за допомогою кількісних показників досить складно. У зв'язку з цим використовується рейтинговий підхід. Одним із ключових рейтингових показників конкурентоспроможності країни в сфері туризму є Індекс конкурентоспроможності сектора подорожей та туризму (Travel and Tourism Competitiveness Index), який складається Всесвітнім економічним форумом кожні два роки і охоплює близько 140 країн.

Дослідження проводиться за тісної співпраці із такими провідними міжнародними організаціями як Всесвітня туристична організація (UNWTO),

Всесвітня Рада з подорожей і туризму (WTTC), Міжнародна асоціація повітряного транспорту (IATA), Міжнародний союз охорони природи (IUCN) тощо. В оцінках Всесвітньої туристичної організації представлено географічний поділ світу на укрупнені регіони і субрегіони. Відповідно до класифікації Україна відноситься до групи країн Центральної та Східної Європи, куди також входять країни Балтії, більшість країн СНД, Болгарія, Польща, Словаччина, Чехія, Угорщина і Румунія.

У рейтингу туристичної конкурентоспроможності країн світу Україна посідає досить невисоке місце. Так, у 2007 р. вона займала 78 місце (з індексом 3,89 із 7 можливих), у 2008-2009 рр. – 77 (з індексом 3,76 і 3,84 відповідно), у 2011 р. – 85 (з індексом 3,83), у 2013 р. – 76 (з індексом 3,98), у 2017 р. – 88 (з індексом 3,5) [48]. У рейтингу 2015 р. наша держава представлена не була, оскільки дослідження не проводилось. Але порівняно з дослідженням 2013 р. нами втрачено 12 позицій (див. додаток Н).

Отже, сьогодні Україну можна віднести до країн із середнім рівнем розвитку туристичного продукту, у якій в достатній мірі не використовуються сприятливі передумови для належного розвитку в'їзного туризму.

Розвитку активного, пізнавального, лікувально-оздоровчого та екологічного туризму в Україні сприяють помірний клімат, своєрідність природних пейзажів, наявність різноманітної санаторно-курортної бази, унікальних природних та лікувальних об'єктів, флори і фауни, історико-культурних пам'яток.

Проте сьогодні в Україні спостерігається значний фізичний і моральний знос матеріальної бази туризму, недостатнє число готелів та інших засобів розміщення сучасного рівня комфорту, що відповідають міжнародним стандартам. Особливо насторожує потенційних подорожуючих стан безпеки в Україні. Серед актуальних проблем розвитку туризму також низька якість доріг; недостатнє рекламно-інформаційне забезпечення або взагалі відсутність інформації в європейських країнах про різноманітні місця України; слабка управлінська культура туризму та ін. [39; 45], що свідчить про неефективність маркетингової політики щодо просування українського туристичного продукту на європейський ринок.

Урізноманітнення і розвиток пропозиції України можливі на напрямках культурно-пізнавального і екскурсійного, екологічного, а також спортивного туризму. Потребує маркетингових зусиль ринок курортно-лікувального туризму, підтримки та відновлення - ринок круїзного та спортивного туризму, розбудови - ринок гірськолижного туризму.

Висновок до розділу 2

В даному розділі було проведено дослідження міжнародного ринку, проаналізована ресурсна база розвитку активного туризму в Україні, були розглянуті провідні туроператори та громадські організації активного туризму в Україні.

Незважаючи на значний туристичний потенціал, Україна сьогодні програє європейським країнам за багатьма показниками конкурентоспроможності туристичних послуг, оскільки не приділяє належної уваги цій сфері, не раціонально використовує свої конкурентні переваги, пов'язані з геополітичним положенням, забезпеченням природними лікувальними та історико-культурними ресурсами. Наша держава є практично не конкурентоспроможною, що зумовлено, перш за все, недостатнім розвитком інфраструктури туризму та сервісу, неефективністю державної політики; відсутністю сформованого привабливого туристичного іміджу країни. Підвищення конкурентоспроможності сфери туризму – ключове завдання економіки сучасної України.

Отже, розвиток туристичної справи в Україні потребує підтримки, узгодженого розвитку в межах усієї індустрії туризму країни. Активний туризм є одним з пріоритетних напрямків розвитку внутрішнього та іноземного туризму в Україні, одним з найбільш сталих видів туристичних ринків.

РОЗДІЛ 3

ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО ПРОЕКТУВАННЯ ТА ПРОСУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОГО ПРОДУКТУ АКТИВНОГО ТУРИЗМУ

3.1. Обґрунтування та основні положення проекту національного продукту активного туризму

Проведене дослідження показало, що серед активних видів туризму особливої популярності набуває велосипедний туризм. За оцінкою фахівців, велотуризм на туристичному ринку може стати досить перспективним напрямком, через те що має ряд переваг серед інших видів туризму:

- 1) для туриста такий варіант проведення відпочинку є комплексним, тому що дозволяє задовольнити не тільки пізнавальну потребу, а й розвинути фізичну форму;
- 2) велотуризм - найпростіший, недорогий і ефективний спосіб подорожувати по країні або за її межами. Веломаршрути, як правило, не вимагають значних грошових витрат, а також спеціальної підготовки;
- 3) велотуризм є екологічно чистим видом туризму, що не завдає шкоди навколишньому середовищу і не виробляє шуму та вібрацій;
- 4) з медичної точки зору поїздка на велосипеді – хороший тренінг вестибулярного апарату, який координує ходу і рівновагу, а також чудове аеробне навантаження;
- 5) велотуризм – це всесезонний вид туризму. У велопоходи можна ходити як влітку, так і навесні, восени і навіть взимку;
- 6) для велосипедного туризму немає недосяжних місць. Можна з упевненістю прогнозувати стійкі перспективи розвитку велотуризму і з точки зору професійної діяльності. Чимало вітчизняних туристичних фірм підтверджують наявність попиту на велотури і більшість з них виявляють готовність до реалізації подібних туристичних продуктів.

Мета проекту:

- Розробка та впровадження нового туристичного продукту, який має стати конкурентоспроможним.
- Поширення спортивно-оздоровчого туризму, як на ринку України, так і на міжнародному рівні.
- Популяризація велотуризму.
- Поєднання активного виду туризму з оздоровчим.

Розроблений велосипедний тур «Термали та містична краса Синевиру» відноситься до турів вихідного дня (3 дні/2 ночі). Маршрут туру: Київ – Мукачево – Берегово – Мукачево – оз. Синевир – Київ. (див. додаток П, додаток Р).

Програма туру включає в себе проведення оглядової екскурсії на велосипеді по місту Мукачево, відвідування відомого замку Паланок та відпочинок в термальних басейнах, організацію харчування туристів, розміщення їх в готелі міста. При цьому, розроблений тур (табл. 3.1) відрізняється відносно недорогими цінами, пізнавальною ефективністю і інформаційною насиченістю, передбачає організацію екскурсійно-пізнавального та активного відпочинку для туристів і має на меті ознайомлення мандрівників з історією міста, його становленням і розвитком.

Таблиця 3.1

Велосипедний тур «Термали та містична краса Синевиру»

Програма перебування		
День 1. 23:00 – Виїзд з Києва до Мукачево. 09:00 – Поселення в готель «Червона гора». 09:30 – 11:00 – Вільний час. 11:00 – 14:00 – Велосипедна прогулянка до замку «Паланок», екскурсія по замку. 14:30 – Обід в ресторані «Бограч». 16:00 – 18:30 – Велосипедна прогулянка по місту. 19:00 – Вечера в ресторані «Бограч».	День 2. 9:00 – Сніданок в готелі. 10:00 – Виїзд із Мукачева до Берегова. 11:00 – Прибуття до сучасного комплексу відпочинку «Жайворонок». 11:00 – 14:00 – Відпочинок та оздоровлення в термальних басейнах. 14:00 – Обід в ресторані українсько-угорської кухні. 15:00 – 16:00 – Вільний час. 16:00 – Виїзд до Мукачева. 17:00 – 19:00 – Вільний час. 19:00 – Вечера в ресторані «Бограч».	День 3. 7:00 – Сніданок в готелі. 8:00 – Виїзд з Мукачева до оз. Синевир. 10:30 – Прибуття на оз. Синевир. 10:30 – 13:00 – Велосипедна прогулянка поблизу оз. Синевир. 13:00 – Обід в ресторані «Берлога». 14:00 – Виїзд до Києва. 23:30 – Прибуття в Київ.

Україна славиться не тільки швидкими річками, кришталево чистими озерами, приголомшливо красивими ставками, водоймами і водоспадами, але й цілющими, термальними джерелами. Термальні води України мають температуру від +20 градусів за Цельсієм і вище та характеризуються унікальними, лікувальними властивостями. Термальні джерела України мають позитивний вплив на людський організм, допомагають впоратися з недугами та підвищити імунітет.

Гарячі джерела допомагають навіть впоратися з депресією. Їх застосовують комплексно в програмах антистресової терапії. Найбільш популярні, відомі на весь світ термальні води (гарячі джерела) Закарпаття розташовуються у напрямках Мукачево – Берегово. Найпопулярніший серед туристів термальний басейн «Жайворонок» в Берегово розташовується недалеко від кордону з Угорщиною.

Особливості термальних басейнів в Берегово:

- Глибина джерел 1200 м.
- Склад води неможливо відтворити штучно.
- Ідентичні термальні джерела є лише на Курильських островах, в Ісландії та Новій-Зеландії.

На території комплексу «Жайворонок» в Берегово є термальні басейни відкритого і закритого типу. Гордістю комплексу є єдиний в Україні великий критий басейн. Температура води в басейнах цілий рік тримається на позначці від +36 градусів за Цельсієм. І дозволяє купатися у будь-яку пору року. Умови і тарифи комплексу «Жайворонок». (див. додаток С).

Озеро Синевир справедливо вважається найкоштовнішим природним скарбом однойменного Національного природного парку та однією з візитних карток Українських Карпат. Розташоване воно на висоті 989 м над рівнем моря. Краєвиди навколо водного дзеркала – надзвичайною мальовничі та величні. Стрімкі схили, вкриті струнками ялинами, вік яких сягає 140-160 років, спадають прямо до водної поверхні. Посередині ж озера розмістився, немов зіниця

блакитного ока, невеликий острівець площею усього кілька метрів. Звідси і народна назва Синевиру – Морське око. [47].

Довкола озера активно розвивається туристична інфраструктура. Просто на березі Синевиру туристи зможуть посмакувати в колибі бограчем – національним угорським супом, послухати гірських музиків, купити сувеніри і сфотографуватися на пам'ять біля опудала ведмедя на фоні озера. Найбільш сприятливий час для даної подорожі - травень-вересень.

Вартість туру (див. табл. 3.2) включає проїзд на сучасному автобусі, проживання в готелі (2 ночі), харчування, супровід екскурсовода, оренду велосипедів.

Таблиця 3.2

Калькуляція ціни на туристичний продукт

№	Стаття витрат	Сума витрат (за 1 особу)
1	Транспортне обслуговування	2 478
2	Розміщення у готелі «Червона гора»	1 600
3	Харчування	1 950
4	Послуги екскурсовода	500
5	Інші послуги (оренда велосипедів)	300
Всього прями змінні витрати		6 828
6	Умовно-постійні витрати (Витрати на оплату праці працівників адміністративного апарату туристичного оператора, відрахування на соціальні заходи, витрати на рекламу, витрати на інші заходи щодо стимулювання збуту, усі інші витрати)	420
Всього витрат		7 248
7	Прибуток туристичного оператора (25%)	1 812
8	ПДВ (20%)	1 450
Ціна туру на 10 осіб		72 480
Ціна туру на 1 особу		7 248

Враховуючи вище зазначені розрахунки можна дізнатися рентабельність туристичної послуги. Дані щодо рентабельності туру зазначені у таблиці 3.3.

Таблиця 3.3

Собівартість організації на одну особу	Прибуток на одну особу	Рентабельність послуги
7 248	1 812	25%

Розроблений тур «Термали та містична краса Синевиру» відноситься до турів вихідного дня і передбачає розміщення туристів в Мукачеві на 2 ночі. Для розміщення великої групи туристів доцільно використовувати послуги не дуже

дорогих готелів та засобів розміщення. Найпридатнішим для цих цілей є готель «Червона гора», в якому достатній номерний фонд, засоби розміщення різного цінового діапазону і додаткові послуги. Це впливає на цінову стратегію розробленого туру і передбачає його віднесення до бюджетного популярного туру вихідного дня.

3.2. Рекомендації щодо просування національного продукту активного туризму на міжнародний ринок

У туризмі велике значення надається заходам щодо просування продукту до споживача. Під просуванням туристичного продукту розуміють комплекс заходів, спрямованих на реалізацію туристичного продукту: реклама, участь у спеціалізованих виставках, ярмарках, організація туристичних інформаційних центрів із продажу туристичного продукту, видання каталогів, буклетів і т. п.

Просування продукту може здійснюватися в таких напрямках:

- рекламна кампанія;
- стимулювання збуту (продаж);
- персональні продажі;
- зв'язки з громадськістю.

Заходи стимулювання збуту, спрямовані на клієнтів, заслуговують на особливу увагу у зв'язку зі значним завищенням кількості пропозицій над попитом туристичного продукту. Багато фірм практикують знижки цін: знижки у випадку бронювання турів у встановлений термін, знижки сезонних розпродаж, знижки окремим категоріям покупців (діти, сімейні пари, молодята), бонусні знижки, надані постійним клієнтам, групові знижки.

Як подарунки і сувеніри застосовують різні канцтовари, фірмові майки, друковану продукцію і т. д. Туристам приємно в день народження під час подорожі одержати від фірми квіти, фрукти, солодощі.

Зв'язок із громадськістю припускає формування сприятливого іміджу туристичної компанії шляхом створення сприятливих відносин з різними державними і громадськими структурами.

В даному туристичному продукті дуже важливим аспектом є якість наданої послуги і висока кваліфікація гідів. Для вирішення цього питання, необхідна система контролю якості обслуговування та кваліфікації гідів. Інструментом цієї системи можуть послужити опитування, проведені серед туристів після споживання туристичної послуги, а також створення електронної книги відгуків і пропозицій та видача на початку маршруту буклетів з пропозицією написати в разі незадоволеністю поїздкою відповідального за проект співробітнику.

Участь у спеціалізованих виставках і ярмарках надає туристському підприємству широкі можливості одночасного розповсюдження і отримання широкого спектру економічної, організаційної, технічної і комерційної інформації при відносно доступній її вартості.

Виставка – показ, основною метою якого є ознайомлення публіки шляхом демонстрації засобів, що є в розпорядженні людства для задоволення потреб в одній або декількох галузях його діяльності або майбутніх його перспектив.



Рис. 3.1. Класифікація виставок

При прийнятті рішення про участь у виставці необхідно враховувати:

- час і місце проведення виставки;
- авторитет виставки;
- чисельність і якісний склад учасників та відвідувачів;
- рівень ділової активності;

- можливість надання виставці площі і послуг;
- умови участі у виставці.

Пропонуємо наступні напрямки просування туру «Термали та містична краса Синевиру»:

- ✓ За допомогою власного сайту, в соціальних мережах, на форумах.
- ✓ Розклеювання оголошень та роздача рекламних листівок на території вищих навчальних закладів.
- ✓ За допомогою розміщення оголошень в магазинах спорядження - туристичного або спортивного, а також в торгових точках продажу велотехніки.
- ✓ Влаштувати промо-акцію.

Можна провести активну роботу по просуванню туру, шляхом пропозиції знижок. Збут туристичних послуг пропонується стимулювати за допомогою наступних видів знижок:



Рис. 3.2. Види та розмір знижок

Характеристика різних видів реклами, які можна було би використати для просування національного туристичного продукту вказані в таблиці 3.4.

Таблиця 3.4

Складові рекламної кампанії для просування туру

Вид реклами	Вартість	Характеристика
Радіореклама	Один вихід (15 сек) – 300 грн. П'ять виходів в день – 1500 грн.	Даний метод досить дорогий та не підійде для нових туристичних фірм, але може бути ефективним для просування туристичного продукту.
	За тиждень – 10 500 грн.	
Виготовлення сувенірної продукції	Ручки (100 шт) – 350 грн. Блокноти (40 шт) – 2000 грн. Пакети поліетиленові (100 шт) – 250 грн. Прапорці (10 шт) – 120 грн. Повітряні кульки (40 шт) – 80 грн.	Можна на сувенірну продукцію в місяць виділяти в середньому 3000 грн або замовляти тільки при проведенні масштабних заходів та свят.
	Разом: 2800 грн.	
Реклама в газеті	(1/8 блок) – 1750 грн.	Рекламу в газеті або туристичному журналі можна зробити постійною.
Інтернет-розсилка	0 грн.	Найефективніший та безоплатний спосіб. Але використовується, зазвичай, лише з постійними клієнтами або з туристами, які вже мандрували з обраною туристичною фірмою хоча б один раз.
Реклама на сітібордах	2,7 на 3,7 – 3500 грн.	Можна замовляти періодично. З урахуванням сезонності.
Роздача листівок	Друк листівок (1000 шт) – від 600 грн. Оплата праці за роздачу (5 годин) – 400 грн.	Роздача листівок та буклетів буде корисна тим компаніям, які хочуть анонсувати відкриття нової фірми або нового туру. Даний вид промо-акції не вимагає значних грошових вкладень, але має досить хорошу ефективність. Якщо правильно підібрати локацію і час роздачі, то можна охопити більшу аудиторію потенційних клієнтів.
	Разом: 1000 грн.	
Разом: 19 550 грн.		

З таблиці видно, що можна активно просувати свої послуги за допомогою різних видів реклами. Але фірма може не використовувати всі ці методи реклами одночасно. Щомісяця обирається один або декілька з найбільш ефективних методів реклами, з урахуванням факторів сезонності, посилення конкуренції та інше. В середньому турфірма щомісяця витратить на рекламу близько 20 000 грн. Це стосується більш розвинених туристичних фірм, з достатнім рівнем прибутку. Якщо ж розглядати туристичні фірми на початковому рівні та їх новий національний туристичний продукт, то найефективнішими методами будуть: інтернет-розсилка, виготовлення сувенірної продукції та роздача листівок. В середньому треба буде виділити близько 4000 грн.

Участь в спеціалізованих виставках є одним з видів просування туристичного продукту. Даний метод дуже дорогий, але має високу цінність при просуванні туру. Тур «Термали та містична краса Синевиру» може зацікавити активних туристів з Угорщини та Польщі, так як історія західної України тісно пов'язана з історією цих країн. Також не буде проблемою знайти гідів, які володіють угорською або польською мовами.

Отже, для просування туру «Термали та містична краса Синевиру» найбільш вдалим є такі способи:

- реклама в засобах масової інформації. Для просування туру краще використовувати інтернет-розсилку та розміщення повідомлень в газетах або туристичних журналах.
- друк рекламних проспектів. В них буде міститися корисна інформація для потенційних туристів в якості короткого довідника та надаватися програма туру, опис туристичних послуг, ілюстрацій, екскурсій, транспортних послуг та інше. Їх рекомендується розкласти в офісі турфірми, щоб відвідувачі могли з ними ознайомитися та в спеціалізованих магазинах. В офісі турфірми можна виділити невелику стійку, на якій будуть лежати ці проспекти, стійка повинна привертати увагу, можна розтягнути прапор з інформацією про новий туристичний продукт. У спеціалізованих магазинах, наприклад, таких як, «Sportmaster», магазини спортивного спорядження, розкласти можна на стійках або на касі.
- листи-розсилки. В туристичних фірмах є в наявності список постійних клієнтів, яким і будуть відправлятися подібні листи, що інформують про наявність нової пропозиції, послуги, що входять у вартість туру, знижки. Можна також використовувати список потенційних клієнтів (цільових груп), інтереси і бажання, яких відомі заздалегідь (наприклад, члени спортивних клубів, туристичних клубів та ін.). Можна розсилати в інтернеті або зробити як гарне запрошення, оформити його в конверті і розіслати по спортивним секціям, в туристичні клуби. Для груп розроблені додаткові знижки, в листі-розсилці це буде все вказано.

Таким чином, просування велосипедного туру «Термали та містична краса Синевиру» включає в себе комплекс заходів, що складається з розміщення рекламних оголошень, розсилки листів з описом та вартістю даного туру по електронній пошті, участь в міжнародних туристичних виставках для презентації нового національного туристичного продукту, а також листів запрошень постійним клієнтам і групам, зацікавлених в даному напрямку, розміщення реклами в мережі Інтернет, а також поширення рекламних проспектів і купонів зі знижкою на даний тур в місцях скупчення потенційних споживачів активного туризму (спортивних магазинах, фітнес-центрах).

Висновок до розділу 3

В даному розділі було розроблено новий національний туристичний продукт. Розроблений тур відноситься до активного виду туризму, розрахований на активних велотуристів. Також в програму туру входить екскурсія в легендарний замок «Паланок» та оздоровлення в термальних басейнах.

Було розглянуто найпридатніші методи просування туру на міжнародний ринок. І я вважаю, що найбільш вдалим та ефективним методом буде участь на міжнародних туристичних виставках, де можна було би гідно та детально представити новий національний туристичний продукт.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

1. В першому розділі роботи розкривається поняття активного туризму, його видова класифікація, переваги та недоліки, які існують. Активний туризм і економіка тісно пов'язані між собою, так як туризм стимулює зростання доходів елементів інфраструктури. Різноманітність видів активного туризму дозволяє кожному індивідуально підібрати для себе будь-який з видів відпочинку, який буде задовольняти бажання і потреби туриста. Було виявлено, що активний туризм позитивно впливає на людей не тільки в фізичному плані, а й в психічному також. Були досліджені особливості організації активного виду туризму:

- ✓ розглянуті чотири основні спеціальності, які найближчі до туристичної сфери;
- ✓ описана черговість етапів підготовки до туристичного походу;
- ✓ була представлена характеристика безпеки в активному туризмі;
- ✓ наведена класифікація засобів розміщення для активних туристів.

2. У другому розділі давалась оцінка стану активного туризму в регіонах України, розглянуті туроператори та провайдери та наведена конкурентоспроможність України на міжнародному туристичному ринку. Було виявлено, що найбільша кількість видів активного туризму зосереджена в Карпатах та Причорномор'ї. Активний туризм тісно пов'язаний з екстремальним, тому були також вказані екстремальні види туризму та 10 найпопулярніших екстремальних екскурсій на території України та їх особливості. Були описані основні проблеми активного туризму в Україні та передумови для успішного розвитку цього виду туризму. Був представлений рейтинг областей Карпатського регіону з розвитку гірськолижного туризму. Були наведені туристичні місця для шанувальників альпінізму, лижного спорту, густота пішохідних та велосипедних маршрутів в областях України, можливості для активного туризму.

3. Провайдери активного туризму в Україні – Федерація спортивного туризму України (ФСТУ) та Українська асоціація активного та екологічного туризму (УАЕТА), була розглянута їх діяльність, види туризму, учасники та останні заходи, які були проведені. Також були представлені активні тури, які рекомендують українські туроператори («Svitlana Tour», «Etnotur», «Яструб-тур»,

«Go2Chernobyl»). Говорячи про активний туризм в Україні, можна стверджувати, що він має здебільшого аматорський характер. Основним є незначна кількість спортивних турів, мала кількість оздоблених стежок, промаркованих маршрутів та ін. Але все ж таки Україна має багато можливостей та ресурсів для розвитку активного туризму. Протягом останніх років з'являються спеціалізовані туроператори з активного виду туризму, розширюється спеціалізована база проживання та створюються нові пункти прокату та сервісу туристичного спорядження.

4. У третьому розділі відбувалося проектування нового національного туристичного продукту та були розглянуті рекомендації щодо просування цього продукту. Розроблений тур «Термали та містична краса Синевиру» - комбінований активний велосипедний тур. Який включає в себе відвідування замку «Паланок» в м. Мукачеві, термальних басейнів в м. Берегово та активний відпочинок на озері Синевир. Даний тур найбільше підійде для туристів з Угорщини та Польщі. Тому було запропоновано презентувати тур на міжнародних виставках, а також способи для просування туру – робити інтернет-розсилку з інформацією про новий тур, листи-запрошення, різноманітні можливі знижки, розміщувати рекламу в спеціалізованих місцях (спортивних магазинах, туристичних клубах тощо).

5. Стримуючим фактором у розвитку активного туризму в Україні є відсутність або низький рівень розвиненості інфраструктури, тому існує необхідність працювати над її покращенням у регіонах, найбільш сприятливих для активного туризму, де вже над її розвитком працюють аматори, та створювати цю інфраструктуру в регіонах, які тільки починають шукати у себе активно-туристичний потенціал, а саме:

- розробляти та промарковувати пішохідні та велосипедні маршрути різної складності;
- займатися підготовкою та облаштуванням гірських маршрутів, які можуть зацікавити альпіністів різного рівня підготовки;

- створювати гірськолижні комплекси не тільки в Карпатах, а і в інших регіонах України, зокрема поблизу великих міст;
- приводити до ладу парки та заповідники, слідкувати за їх станом;
- будувати якісні дороги, що дало б змогу значно скоротити час, який необхідно провести в дорозі, аби потрапити в інше місто України, та зробило б цю подорож комфортнішою та безпечнішою;
- стимулювати середні навчальні заклади залучати дітей до активного способу життя: організовувати походи, проводити квести на природі, які допомагатимуть школярам краще розуміти навколишній світ та зацікавлять їх спортивним туризмом, тощо;
- створювати кемпінги з усіма необхідними для нормальної життєдіяльності умовами;
- пропагувати здоровий та спортивний спосіб життя;
- поширювати інформацію серед населення про цікаві, маловідомі та поки що нетуристичні місця України.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Александрова А.Ю. География международного туризма // Краєзнавство. Географія. Туризм. – 2004.- № 25-28, липень.-С. 48-54.
2. Алмашій В.В. Стан та основні напрямки розвитку туризму як невід’ємної складової транскордонного співробітництва Закарпаття // Теорія та практика державного управління. - 2014. - №4. - С.233-241.
3. Антоненко І.Я. Державне регулювання просування туристичного продукту: міжнародний та вітчизняний досвід // Інвестиції: практика та досвід. - 2013. - №21. - С.17-22.
4. Антонюк К. Інституціональна структура регулювання та розвитку міжнародного туризму // Ринок цінних паперів України. - 2014. - №9-10. - С.3-10.
5. Бабарицька В.К., Малиновська О.Ю. Менеджмент туризму. Туроперейтинг. Понятійно-термінологічні основи, сервісне забезпечення турпродукту: Навчальний посібник. – К.: Альтерпрес, 2004. – 288 с.
6. Бартошук О.В. Моделі розвитку індустрії туризму (зарубіжний досвід) // Держава та регіони. Серія "Економіка та підприємництво". - 2011. - №2. - С.62-68.
7. Бокланова И.К. Организация культурно-массовой работы в туристических учреждениях. – М.: 1982.
8. Бухаріна Л.М. Розробка стратегії розвитку сфери туризму в Україні // Економіка та держава. - 2009. - №1. - С.103-105.
9. Волкова І. І., Кондакова Г. О. Розвиток Спортивно-оздоровчого туризму в Україні. – 2014.
10. Волощенко В. Механізми державного управління конкурентоспроможністю туристичної галузі в сучасній Україні. Публічне адміністрування: теорія та практика. 2014. Вип.1.
11. Врублевська О.О., Г.П. Катеруша. Прикладна кліматологія. Конспект лекцій. - Дніпропетровськ: «Економіка», 2005. -131 с.

12. Габа М.І. Фактори впливу на розвиток та діяльність у сфері сільського зеленого туризму Карпат // Інтелект XXI. - 2014. - №5. - С.87-94.
13. Дмитриевский Ю.Д. Туристические регионы мира. Учебн.пособие. Смоленск, 2000.
14. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу. Навчальний посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2007.-224с.
15. Жадько К.В. Понятійне визначення механізмів державного управління міжнародним туризмом // Держава та регіони. Серія "Державне управління". - 2008. - №3. - С.72-76.
16. Жданова О.М., Тучак А.М., Поляковський В.І., Котова І.В. Організація та методика оздоровчої фізичної культури і рекреаційного туризму: Навч. пос. – Луцьк: Вежа, 2000. – 234 с.
17. Жук М.В. Експортний потенціал регіону: теорія, методологія, практика / М.В. Жук. -Чернівці: Рута, 2002. 199 с.
18. Захарченко П.В., Жваненко С.А. Модель інноваційного розвитку економіки національного курортно-рекреаційного комплексу // Економіка та держава. - 2013. - №4. - С.47-50.
19. Зінченко О.А., Біла А.А. Стан та перспективи розвитку спортивного туризму в Україні. – 2016. – с. 4.
20. Зубалій М.Д., Петровський В.С. Пішохідний і лижний туризм. – К.: Здоров'я, 1984. – 128 с.
21. Калитюк В.А. Рекреаційно-туристичний комплекс в умовах ринку. – Львів, 1999. – 162 с.
22. Кодыш Е.М. Соревнование туристов. - М.: ФиС, 1990.
23. Колесник О.О. Статистичний аналіз ринку туристичних послуг: автореф. дис... к.е.н.: 08.00.10. - Київ, 2011. - 20 с.
24. Колотуха О.В. Дитячо-юнацький туризм в Україні як специфічна територіальна рекреаційна система / Колотуха О.В. // Культура народів Причорномор'я. - 2002. - №36. - С.283-288.

25. Костриця М.Ю., Дубовис М.С. Туристичний похід вихідного дня. – К.: Здоров'я, 1989. – 150 с.
26. Кузьмін О.Є. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства / О.Є. Кузьмін, Н.І. Горбаль: підручник. Львів: Компакт-ЛВ, 2005. 304 с.
27. Лісіцина І.І. Державно-приватне партнерство в галузі туризму: за-рубіжний досвід // Бізнес Інформ. - 2013. - №11. - С.196-203.
28. Мальська М.П., Антонюк Н.В., Ганич Н.М. Міжнародний туризм і сфера послуг: Підручник. – К.: Знання, 2008. – 661 с.
29. Організація дозвілля в туристичній індустрії. Опорний конспект лекцій для студентів професійного спрямування 6.050200 «Менеджмент організацій» варіативної компоненти «Менеджмент туристичної індустрії».
30. Петрова І.О. Дозвілля в зарубіжних країнах: Підручник. – К.: Кондор, 2005. – 408 с.
31. Полковниченко С.О. Сучасний стан туристичного співробітництва України з Європейським Союзом. Науковий вісник Полісся. 2015. №3. С.78-84.
32. Портер М. Конкуренція. Пер. с англ.: учебное пособие / М. Портер. М.: Изд. дом "Вильяме", 2001. 495 с.
33. Смирнов Є.В., Смирнова О.П. Стратегічні імперативи розвитку туристичної галузі України. Економіка та держава. 2016. №8. С.28-34.
34. Соколенко С.И. Глобальные рынки XXI столетия: перспективы Украины / И.С.Соколенко. — К.: Логос, 1998. 568 с.
35. Спортивний туризм. - Правила змагань. -К.:, 1998.
36. Степаненко Н.О. Розвиток туристичної діяльності України в умовах євроінтеграції. Міжнародні відносини. Серія «Економічні науки». 2017. №10.
37. Туристичні ресурси України / Під ред. О.І.Лугова. – К.: Ін-тут туризму федерації профспілок України, 1996. – 352 с.
38. Цибух В.І. «Туризм в Україні» // «Економіст», №6 (June) 2000 р., с.34-35.

39. Цибух В.І. Проблеми і завдання розвитку туризму в Україні в ХХІ столітті // Туристський феномен: економічні, соціальні, екологічні і культурно-історичні передумови і наслідки. Матеріали ІV Міжнародн. наук.-практ. конф. – Донецьк, 2002. – с. 6-17.
40. Щур Ю. В., Дмитрук О. Ю. Спортивно-оздоровчий туризм. – К.: Альтерпрес, 2003. – 232с.
41. Розвиток міжнародного ринку. URL: <https://tourlib.net>.
42. Громадська організація УАЕТА. URL: <https://www.uaeta.net>.
43. Туроператори активного туризму в Україні. URL: <https://ua.igotoworld.com>.
44. Активний туризм. URL: <https://uk.wikipedia.org>.
45. Сучасний стан активного туризму в Україні. URL: <https://works.doklad.ru>.
46. Замок «Паланок». URL: <https://www.karpaty.info/ua/uk/zk/mk/mukachevo/sights/zamok/>
47. Озеро Синевир. URL: <https://7chudes.in.ua/nominaciyi/ozero-synevyr/>
48. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017. URL: <https://www.weforum.org/reports/the-travel-tourismcompetitiveness-report-2017>
49. Про туризм. Закон України від 15.09.1995 № 324/95-ВР, підстава – 2581-VIII. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80>
50. UNWTO Tourism Highlights, 2014-2018 Edition. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419876>
51. Рейтингові оцінки конкурентоспроможності українського туризму 2017. URL: <http://edclub.com.ua/analityka/reytyngovi-ocinky-konkurentospromozhnosti-ukrayinskogo-turyzmu-2017>паланок