

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ**

КАФЕДРА ТУРИЗМУ ТА РЕКРЕАЦІЇ

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

*«ПРОСУВАННЯ ПРОДУКТУ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ ВІННИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ
НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ»*

Студентки 2 курсу, 9м групи,
спеціальності 242 «Туризм»,
спеціалізації «Міжнародний
туристичний бізнес»

підпис студента

Кучерук Вікторія
Михайлівна

Науковий керівник
д-р екон. наук, професор

підпис керівника

Ткаченко Тетяна
Іванівна

Гарант освітньої
програми:
д-р екон. наук, професор

підпис керівника

Михайліченко Ганна
Іванівна

Київ 2021

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

Т. І. Ткаченко

« 21 » січня 2021 р.

Завдання

на випускню кваліфікаційну роботу студентів

Кучерук Вікторії Михайлівні

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи:

«Просування продукту зеленого туризму Вінницької області на міжнародному ринку»

Затверджена наказом КНТЕУ від «29» грудня 2020 р. № 3953.

2. Строк здачі студентом закінченої роботи: 19.11.2021 р.

3. Цільова установка та вихідні дані до роботи:

Мета роботи: розроблення та обґрунтування пропозицій щодо вдосконалення процесу просування продукту зеленого туризму Вінницької області на міжнародному ринку.

Об'єкт дослідження: процес просування продукту зеленого туризму на міжнародному ринку.

Предмет дослідження: теоретичні, методологічні та практичні засади процесу просування туристичного продукту зеленого туризму Вінницької області на міжнародному ринку.

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

Розділ	Консультант (прізвище, ініціали)	Підпис, дата	
		Завдання видано	Завдання виконано
1	Ткаченко Т.І.	25.01.2021	14.04.2021
2	Ткаченко Т.І.	25.01.2021	12.08.2021
3	Ткаченко Т.І.	25.01.2021	28.10.2021

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

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ПРОСУВАННЯ ПРОДУКТУ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ

1.1. Сутність та наукові засади зеленого туризму

1.2. Методичні засади просування туристичних продуктів на міжнародному ринку зеленого туризму

РОЗДІЛ 2. ПЕРЕДУМОВИ ПОСУВАННЯ ПРОДУКТУ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ ВІННИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ

2.1. Оцінка факторів розвитку продукту зеленого туризму Вінницької області

2.2. Аналіз діяльності Департаменту маркетингу міста та туризму Вінницької міської ради у напрямку сприяння розвитку зеленого туризму в регіоні

2.3. Дослідження показників просування продуктів зеленого туризму Вінницької області

РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ПРОГРАМИ ПРОСУВАННЯ ПРОДУКТУ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ ВІННИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ

3.1. Обґрунтування передумов створення проекту нового продукту зеленого туризму

3.2. Формування програми просування нового туристичного продукту на міжнародному ринку

3.3. Оцінка ефективності просування нового продукту зеленого туризму на міжнародному ринку

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	01.09.2020-29.12.2020	15.11.2020
2.	Оформлення і затвердження завдання на роботу	30.12.2020-31.01.2021	25.01.2021
3.	Написання та попередній захист 1 розділу випускної кваліфікаційної роботи у наукового керівника	01.02.2021-30.04.2021	14.04.2021
4.	Написання та оформлення наукової статті	До 30.04.2021	27.04.2021
5.	Написання та попередній захист 2 розділу випускної кваліфікаційної роботи у наукового керівника	01.05.2021-10.10.2021	12.08.2021
6.	Написання та попередній захист 3 розділу випускної кваліфікаційної роботи у наукового керівника	11.10.2021-31.10.2021	28.10.2021
7.	Оформлення випускної кваліфікаційної роботи за структурою, представлення роботи на кафедрі та попередній захист у комісіях	01.11.2021-08.11.2021	08.11.2021
8.	Доопрацювання, оформлення, друкування, підготовка матеріалів до захисту	09.11.2021-18.11.2021	15.11.2021
9.	Представлення готової зшитої випускної кваліфікаційної роботи на кафедрі	до 19.11.2021	18.11.2021
10.	Захист випускної кваліфікаційної роботи в екзаменаційній комісії	Згідно з розкладом	08.12.2021

7. Дата видачі завдання « 21 » січня 2021 р.

8. Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи:

Ткаченко Тетяна Іванівна

(прізвище, ініціали, підпис)

9. Гарант освітньої програми

Михайліченко Г.І.

(прізвище, ініціали, підпис)

10. Завдання прийняв до виконання студент

Кучерук В.М.

(прізвище, ініціали, підпис)

This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There is no text or other markings on the paper.

Відмітка про попередній захист _____
(ПІБ, підпис, дата)

12. Висновок про випускну кваліфікаційну роботу

Випускна кваліфікаційна робота студентки Кучерук В.М. може бути
(прізвище, ініціали)
допущена до захисту в екзаменаційній комісії.

Гарант освітньої програми _____ Михайліченко Г.І.
(підпис, прізвище, ініціали)

Завідувач кафедри _____ Ткаченко Т. І.
(підпис, прізвище, ініціали)

« » 2021 p.

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ПРОЕКТУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ У СФЕРІ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ	11
1.1. Сутність та наукові засади зеленого туризму	11
1.2. Методичні засади проектування туристичних продуктів у сфері зеленого туризму	17
РОЗДІЛ 2. ПЕРЕДУМОВИ ПРОСУВАННЯ ПРОДУКТУ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ ВІННИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ	23
2.1. Оцінка факторів розвитку продукту зеленого туризму Вінницької області	23
2.2. Аналіз діяльності Департаменту маркетингу міста та туризму Вінницької міської ради у напрямку сприяння розвитку зеленого туризму в регіоні	30
2.3. Аналіз ринку зеленого туризму Вінницької області	35
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ПРОГРАМИ ПРОСУВАННЯ ПРОДУКТУ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ ВІННИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ	44
3.1. Обґрунтування проекту нового продукту зеленого туризму Вінницької області та напрямків його просування	44
3.2. Формування програми просування нового туристичного продукту на міжнародному ринку	50
3.3. Оцінка ефективності просування нового продукту зеленого туризму на міжнародному ринку	52
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	58
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	62
ДОДАТКИ	

ВСТУП

Актуальність дослідження наукових засад зеленого туризму обумовлюється тим, що в сучасних умовах досить важливим є систематизація напрямків розвитку туристичної індустрії. Зелений туризм має досить значний потенціал свого формування, однак в сучасних умовах, на жаль, в Україні відсутня чітко обґрунтована дорожня карта розвитку цієї туристичної сфери. Основними проблемами, які заважають розвиватися зеленому туризму, є відсутність у вітчизняних туроператорів системного досвіду в організації послуг цього виду туризму, певні проблеми з фінансування розвитку відповідної туристичної інфраструктури, відсутність суттєвої державної підтримки на рівні органів центральної та місцевої влади, тощо. Тому обґрунтування наукових засад зеленого туризму є передумовою для вирішення усіх наведених проблем, що пояснюється важливістю розуміння досліджуваної туристичної сфери як певного туристичного продукту, що має чітку класифікацію та сутнісні ознаки.

Зелений туризм є значущим сектором Всесвітньої туристської індустрії (12-30% світового туристського потоку) [15]. Дослідження Європейською федерацією зеленого туризму показують, що середній щорічний темп розвитку сегменту сільського туризму (без урахування екскурсійної діяльності) протягом останніх 10-15 років склав 10-15%, що набагато вище, ніж темп приросту європейського туризму загалом (4-5%) [15]. У сегменті зеленого туризму зосереджено до 20% місць розміщення. Україна прагне посісти чільне місце в європейському та світовому туристському співтоваристві. Важливість зеленого туризму як одного з несільськогосподарських видів діяльності підкреслюють багато вчених і практиків [49]. Вирішення низки проблем розвитку сільської місцевості (відтік молоді в міста, зниження зайнятості, низькі доходи сільського населення тощо) фахівці пов'язують з диверсифікацією сільської економіки. Одним з перспективних напрямів є туристська діяльність, яка за порівняно низьких витрат дає змогу вирішувати комплекс завдань соціально-економічного розвитку села.

Аналіз останніх наукових публікацій показав, що дослідженню питань формування туристичних продуктів, особливо в напрямку зеленого туризму, приділяється багато уваги в працях провідних науковців як Головня О.М., Дармостук Д. Г., Дейнега О.В., Почтовюк А.Б., Дідик Н.В., Варшава О.В., Ніколаєв К. Д., Оппельд Л. І., Гордіян А. О., Передрій Н.О., Сердюкова О.М. та ін. Однак, подальшого вивчення потребують питання, що стосуються можливих шляхів удосконалення розробки туристичних продуктів у сфері зеленого туризму в регіональному розрізі, зокрема на території Київської області.

Метою роботи є розроблення та обґрунтування пропозицій щодо вдосконалення процесу просування продукту зеленого туризму Вінницької області на міжнародному ринку.

Досягнення мети роботи передбачає вирішення таких **завдань**:

- визначити сутність та наукові засади зеленого туризму;
- дослідити методичні засади просування туристичних продуктів на міжнародному ринку зеленого туризму;
- здійснити оцінку факторів розвитку продукту зеленого туризму Вінницької області;
- провести аналіз діяльності Департаменту маркетингу міста та туризму Вінницької міської ради у напрямку сприяння розвитку зеленого туризму в регіоні;
- здійснити дослідження показників просування продуктів зеленого туризму Вінницької області;
- навести обґрунтування передумов створення проекту нового продукту зеленого туризму;
- визначити напрямки формування програми просування нового туристичного продукту на міжнародному ринку;
- провести оцінку ефективності просування нового продукту зеленого туризму на міжнародному ринку.

Об'єкт дослідження: процес просування продукту зеленого туризму на міжнародному ринку.

Предмет дослідження: теоретичні, методологічні та практичні засади просування туристичного продукту зеленого туризму Вінницької області на міжнародному ринку.

Методи дослідження. В роботі використані різні способи і прийоми наукових досліджень: статистичні спостереження – для встановлення динаміки окремих показників, аналіз і синтез – для структуризації підходів до класифікації, порівнянь, групування, типізації – для порівняльного аналізу показників розвитку туристичного підприємства, анкетування – з метою дослідження особливостей формування турпродуктів у сфері зеленого туризму, метод експертних оцінок, математичні методи. Для виявлення тенденцій розвитку туристичних дестинацій та систематизації отриманої інформації використані методи комп'ютерної обробки здійснені за допомогою пакетів прикладних програм.

Інформаційна база. Основними інформаційними джерелами, що були використані в процесі виконання випускної кваліфікаційної роботи є матеріали наведені в вітчизняній та закордонній літературі, законодавчих та нормативних актах, наукових працях вітчизняних та зарубіжних вчених та мережі Інтернет, статистичні дані Державної служби статистики України, внутрішня звітність туристичних підприємств.

Практичне значення одержаних результатів полягає у обґрунтуванні положень, висновків та рекомендацій, що можуть бути методичною основою для розроблення ефективного інструментарію управління розвитком туристичного бізнесу.

Апробація результатів дослідження. Результати дослідження відображено у науковій статті «Зелений туризм: теоретичні засади та європейські практики» у збірнику наукових статей студентів заочної форми навчання: «Туристичний бізнес: виклики та можливості розвитку» частина 1, Київ 2021. (див. Дод. А).

Структура роботи. Випускна кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел із 58 найменувань та додатків. Загальний обсяг роботи становить 60 сторінок.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ПРОЕКТУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ У СФЕРІ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Сутність та наукові засади зеленого туризму

Формування принципів зеленого туризму постійно вдосконалюється разом і з динамічними трендами розвитку світового ринку туристичних послуг. Останніми роками, як один з найперспективніших видів туризму, зелений туризм отримує більш швидкі темпи свого розвитку. Дослідження наукових основ зеленого туризму є суттєвим чинником кроком у формуванні ринку туристичних послуг в сфері послуг зеленого туризму. Попит на туристичні продукти зеленого туризму зростає в Україні з кожним роком, що пояснюється як ціновими факторами (туристичні продукти в сегменті зеленого туризму мають нижчу собівартість у порівнянні з відпочинком за кордоном), та і факторами соціально-економічного розвитку, у тому числі зростання актуальності внутрішнього туризму внаслідок пандемії коронавірусу (люди не завжди можуть виїхати за кордон у зв'язку з обмеженнями). Характеризуючи вітчизняний ринок туристичних послуг, слід зазначити, що Україна зараз займає одне з останніх місць серед європейських країн за рівнем розвитку [11].

Слід зазначити, що в сучасних наукових дослідженнях немає чіткого визначення категорії «зелений туризм». Врахувати існуючі визначення терміну «зелений туризм» у трактуванні різних авторів (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Визначення поняття «зелений туризм» у трактуванні різних авторів

№ п/п	Автор та джерело інформації	Зміст терміну «зелений туризм»
1.	Коркуна ОІ., Цільник ОЯ. [19], Головня ОМ. [6]	зміст зеленого туризму визначається у площині організації дозвілля в межах сільських територій, враховуючи компонентні складові їх інфраструктури

продовження табл. 1.1

№ п/п	Автор та джерело інформації	Зміст терміну «зелений туризм»
2.	Степанов В. Ю. [42], Сердюкова ОМ. [34]	туристична подорож з елементами дозвілля, яке організовується в межах відповідних агротериторій
3.	Кузик С. П., Рутинський М. Й., Кузик П. С. [22], Власенко І. В. [4]	особливий вид організації відпочинку у сільській місцевості, що передбачає використання житлового фонду приватних господарств та наявної в межах сільських територій елементів туристичної інфраструктури
4.	Габа М. І. [5], Дюк А. А., Бурлака Н. І. [13] Дюк А. А., Бурлака Н. І.	категорія туристичної індустрії, яка характеризується процесом ознайомлення відпочиваючих (туристів) з особливостями побуту сільських територій, дослідження соціально-культурних аспектів життя і побуту жителів відповідної сільської території.
5.	Самаріна І.В. Дідик Н.В. [37], Варшава ОВ. [11]	спосіб організації проживання та відпочину у агрооселях, якому притаманні наступні ознаки: в межах сільської території відбувається проживання туристів; організація дозвілля (атракцій) відповідно до спеціально складеної програми в межах конкретних агроосель та туристичних дестинацій; надання супутніх послуг (у т.ч. послуг харчування) відповідно до умов та побуту сільської території.
6.	Росоха В. [35], Ніколаєв К. Д. [22]	є специфічним видом туризму, який концентрується на наданні послуг відпочиваючим в межах специфічних сільських туристичних зон (дестинацій), що також включає можливість організації активних розважальних програм в межах визначених зон туристичного обслуговування
7.	Оппельд Л. І., Гордіян А. О [24]	спосіб організації дозвілля, що зосереджений у сільській місцевості з поєднанням елементів стаціонарного та активного (наявність туристичних маршрутів) відпочинку
8.	Євдокімова ОМ., Стренковська А.Ю. [43], Передрій Н.О [28]	організований спосіб формування дозвілля для потенційних туристів, що має на меті формування атракцій з використанням елементів соціально-культурного життя відповідної сільської місцевості

Джерело: складено автором на основі [19; 6; 22; 4; 5; 13; 37; 11; 35; 22; 24; 43; 28; 42; 34]

На думку Євдокимової О.М. Стренковська А.Ю. [43] та Передрій Н.О. [28], зелений туризм посідає провідне місце, оскільки туристи прагнуть отримати знання та досвід життя в сільській місцевості або ж відпочити на природі. На

думку наведених авторів, зелений туризм – це особливий вид туристичної діяльності, який орієнтований на надання послуг відпочивальникам у певних туристичних локаціях (туристичних напрямках), що також включає можливість організації активних розважальних програм у окремих сферах обслуговування туристів [43; 28].

Погляди науковців Коркуни О.І. [19] та Головні О. М. [6], що досліджували теоретичні засади зеленого туризму, дозволяють виявити нові особливості та специфічні ознаки формування продуктів зеленого туризму. Вони відзначають, що в міру функціонування туристичної галузі в Україні з'являються нові туристичні продукти у сегменті сільського та зеленого туризму. Наявні тенденції у зростанні попиту на продукти зеленого туризму, на думку авторів є не лише чинником розвитку внутрішнього туризму, а й драйвером вирішення соціально-економічних проблем сільських територій.

Авторський колектив у складі Кузика С.П., Рутинського М.Ю., Кузика П.С. [22] зазначає, що успішний розвитку туристичного ринку вимагає інноваційних напрямків формування продуктів внутрішнього туризму. Це є можливим за рахунок зростання ефективності продуктів зеленого туризму, удосконалення туристичної діяльності в наведеному сегменті та впровадження відповідних новацій та розробок. На думку вчених, зелений туризм – це специфічна форма відпочинку туристів на природі, яка передбачає використання локацій та розміщення у відповідних та елементах туристичної інфраструктури (замість готельні комплекси або сільські садиби) [22].

Як констатують Оппельд Л.І. та Гордіан А.О. [24], зміст зеленого туризму визначається на рівні дозволеної діяльності в сільській місцевості з урахуванням складових їх інфраструктури. На думку вченого, розвиток зеленого слід розглядати як низку заходів, спрямованих на мобілізацію його конкурентних переваг, які виливаються у збільшення зайнятості, скорочення трудової міграції, у тому числі молоді, підвищення ділової активності та підвищення фінансової спроможності села [24].

Крім думки Россохи В. [35] та Миколаєва К. Д. [22], зелений туризм вважається категорією туристичної галузі, яка характеризується процесом ознайомлення відпочиваючих (туристів) з особливостями сільського життя, вивчення соціокультурних аспектів життя і життя села [22; 35].

Самаріна І.В., Дідик Н.В. [37] та Варшауер О.Ю. [11] відзначають, що зелений туризм як популярний напрям відкриває все нові можливості для сучасного відпочинку, до яких варто віднести наступні: формування заходів рекреації у відповідності до спеціально визначених програм в окремих заміських локаціях (дестинаціях) та агрооселях (садибах); надання супутніх послуг (у тому числі у сфері ресторанного бізнесу) відповідно до сільських умов та побуту.

На думку авторів, зелений туризм – це спосіб організації проживання та відпочинку на відповідні сільській території, який має ряд характеристик у межах сільської місцевості. На думку Габи М.І. [5], Дюка А.А. та Бурлака Н.І. [13], внутрішня територія сільського зеленого туризму особливо актуальна з точки зору можливості підвищення рівня життя в українському селі. За останні кілька років незалежності України український ландшафт змінився негативно, в основному через урбанізацію. У сільській місцевості знизився рівень зайнятості, зросло безробіття, знизився добробут тощо. Автор розглядає зміст зеленого туризму як інструмент організованого дозвілля потенційних туристів, спрямований на створення атракціонів з елементами соціокультурного життя села. області [5; 13].

За визначенням Спільки сприяння сільському туризму в Україні [40], туристична дестинація у сфері зеленого туризму містить відповідні засоби розміщення. до яких переважно відносяться агрооселі. Також надається визначення агрооселі як житлового приміщення у сільській місцевості, котре має не більше 5 кімнат і відповідає вимогам категорії житла, пристосованого для відпочиваючих. Агрооселя має належити особам з правами власності на відповідну садибу, а сфера діяльності осіб стосується аграрного, соціального чи туристичного сектору економіки [40].

Базуючись на викладених вище підходах до формулювання змісту зеленого туризму як наукової категорії, можна стверджувати про диверсифікованість поглядів та варіантів визначення наведеного поняття. В узагальненому вигляді зелений туризм — це форма відпочинку у позаміських локаціях, що передбачає використання відповідної інфраструктури для організації туристичного обслуговування населення.

Важливо звернути увагу також на класифікація зеленого туризму. Ряд авторів, які досліджували типологію різних туристичних маршрутів, для визначення критеріїв класифікації у сфері зеленого туризму, спираються на базову групу ознак, яка включає виділення первинних (прямих) і вторинних (непрямих) ресурсів для забезпечення діяльності туристичних дестинацій у сфері зеленого туризму. Однак, варто додати, що для зеленого туризму ряд класифікаційних ознак залежать від спектру розгляду даної категорії. Наприклад, при характеристиці підвидів зеленого туризму, відмічається, що саме господарство, будинок власника та житло для гостей є первинними туристичними ресурсами, оскільки є об'єктами безпосереднього (прямого) туристичного інтересу.

Габа М.І. [5], Дюк А.А. та Бурлака Н.І. [13] вважають, що класифікація та типологія туристичних ресурсів для зеленого туризму залишається слабо опрацьованою. Більшість наукових робіт з розвитку зеленого туризму зазвичай застерігають, що зелений туризм переважно залежить від природних ресурсів. На рис. 1.1. наведено основні відмінності між окремими підвидами зеленого туризму: агротуризмом, фермерським та сільським туризмом.

Фахівці в галузі зеленого туризму [3; 7; 28; 34] також наголошують на важливості розвитку несільськогосподарської діяльності в спеціалізованих закладах туристичних дестинацій і фермерських господарствах як фактора підвищення стійкості та прибутковості, а також зниження сезонності та ризиків. Як вітчизняний, так і зарубіжний досвід доводить, що зелений туризм є ефективним засобом вирішення цієї проблеми [7].

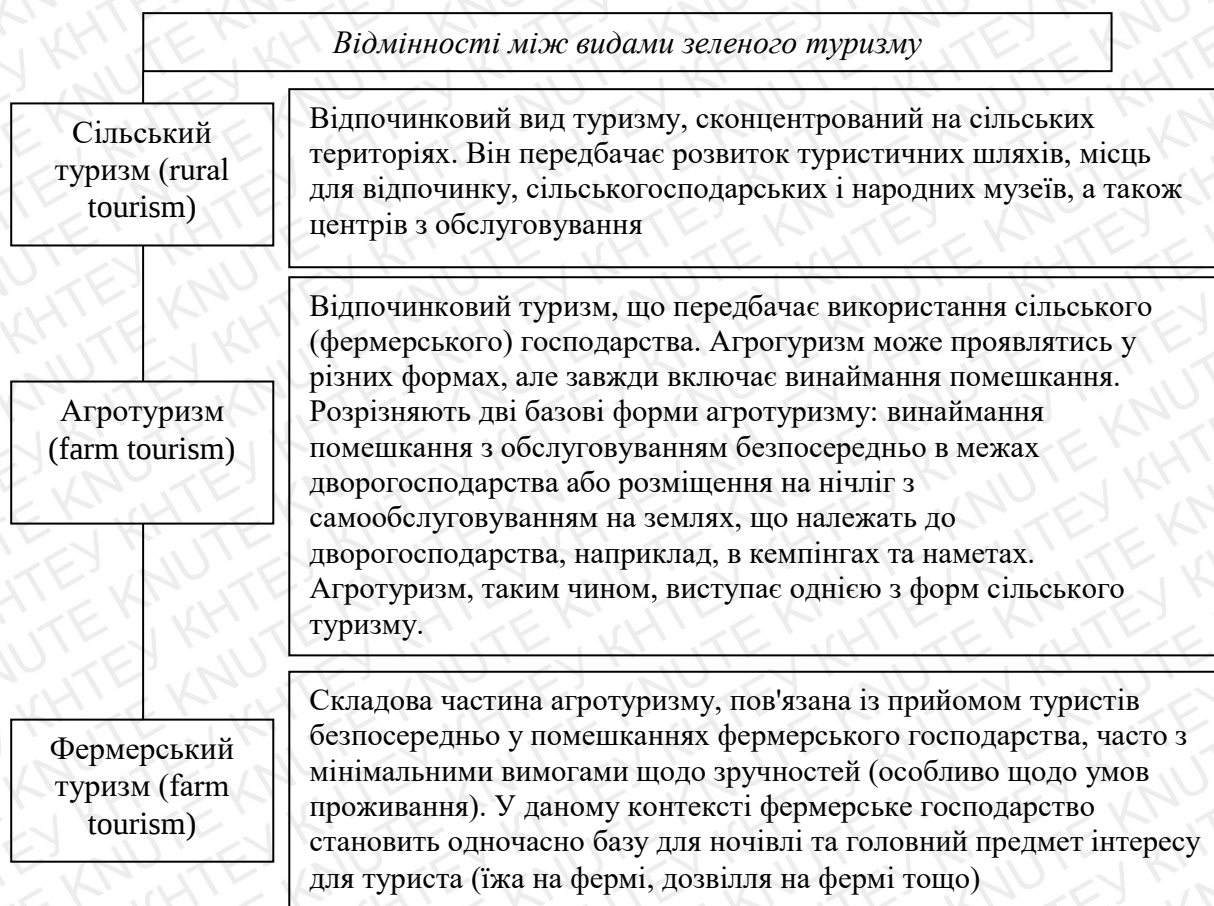


Рис. 1.1. Основні види зеленого туризму в сучасних умовах

Джерело: складено автором на основі [3; 7; 28; 34; 58]

Таким чином, вивчення теоретичних засад формування продуктів зеленого туризму дав змогу виявити змістовні ознаки поняття зеленого туризму. Базуючись на викладених вище підходах до формулювання змісту зеленого туризму як наукової категорії, можна стверджувати про диверсифікованість поглядів та варіантів визначення наведеного поняття. Зелений туризм – це особливий вид туристичної діяльності, який орієнтований на надання послуг відпочивальникам у певних туристичних локаціях (туристичних напрямках), що також включає можливість організації активних розважальних програм у окремих сферах обслуговування туристів. Успішний розвиток туристичного ринку вимагає інноваційних напрямків формування продуктів внутрішнього туризму. Це є можливим за рахунок зростання ефективності продуктів зеленого туризму, удосконалення туристичної діяльності в наведеному сегменті та

впровадження відповідних новацій та розробок. Зелений туризм – це специфічна форма відпочинку туристів на природі, яка передбачає використання локацій та розміщення у відповідних та елементах туристичної інфраструктури (заміські готельні комплекси або сільські садиби).

1.2. Методичні засади проектування туристичних продуктів у сфері зеленого туризму

Спираючись на дослідження туристсько-рекреаційних та аграрних ресурсів сільських територій, районування за потенціалом зеленого туризму можна відзначити, що в умовах територіальної соціально-економічної системи України диверсифікація господарств сільської місцевості за допомогою впровадження практики зеленого туризму може йти за декількома моделями.

Під регіональними моделями зеленого туризму мається на увазі сукупність домогосподарств, підприємств, суб'єктів та об'єктів економічної діяльності, туристично-рекреаційних ресурсів, компактно розміщених на одній території властивих в цілому території або окремої адміністративно-територіальної одиниці, на основі яких можлива організація напрямків туризму сільської місцевості. На території різних регіонів України, за наявних природних, аграрних, соціокультурних ресурсів розвивати зелений туризм доцільно за п'ятьма моделями [4]:

- 1) на базі мережі-міні готелів, подвійний «туризм у сільській місцевості», що передбачає проживання у колективних засобах розміщення, локалізованих у сільській місцевості, без процесу інтеграції у побут сільських мешканців, за допомогою спільного проживання на період проведення фестивалів, свят як пункти розміщення при організації турів вихідного дня та туристичних маршрутів.
- 2) зелений туризм, організований з урахуванням селяно-фермерських господарств;
- 3) зелений туризм, організований з урахуванням індивідуальних підсобних господарств.

4) зелений туризм, організований з урахуванням винних господарств, які у перспективі може стати інструментом і першоосновою для гастрономічних турів.

5) зелений туризм спортивної спрямованості з урахуванням фермерських господарств.

Регіональні моделі зеленого туризму відрізняє територіальна диференціація у межах територіальної соціально-економічної системи кожного регіону України, так і держави в цілому. На сучасному етапі усі національні організації зеленого туризму країн Європи об'єдналися в Європейську федерацію фермерського і зеленого туризму (European Federation for Farm and Village Tourism) або скорочено «EuroGites». Основні цілі цієї організації: сприяння розвитку сільського зеленого туризму та цільове інвестування проектів розвитку зеленого туризму [56].

Зелений туризм міцно закріпився в економіці багатьох країн. Він поширений та популярний в Італії, Франції, США, Англії, Іспанії, Німеччині, Литві, Польщі, Малайзії та ін [39]. На сьогоднішній день можна говорити про чотири усталені моделі розвитку зеленого туризму в рамках різних географічних районів: англо-американської, азіатської, західноєвропейської, східноєвропейської [10].

У світі є практичний досвід реалізації кількох моделей, що відносяться до сільських туристичних (еко-сільський туристичних). Їх можна згрупувати в такий спосіб:

- розвиток сільського туристичного бізнесу з урахуванням малого сімейного готельного господарства;
- будівництво великих та середніх приватних сільських туристичних об'єктів у сільській місцевості: спеціалізовані приватні готелі у формі стилізованих «сільських туристичних сіл», культурно-етнографічних центрів тощо;
- створення державних (або, рідше, приватних) сільськогосподарських парків;

Специфічні риси проектування зеленого туризму в різних країнах світу надані у табл. 1.2 [15].

Таблиця 1.2

Специфічні риси проектування зеленого туризму в різних країнах світу

<i>Модель</i>	<i>Призначення</i>	<i>Особливості</i>
Англо-американська (Великобританія, США, Канада)	Вихід з повоєнної економічної кризи	орієнтованість на автотуристів; надання ночівлі; зневага до національної специфіки; вузький асортимент додаткових послуг; відсутність державної підтримки; Види діяльності: піші, кінні прогулянки, мисливство, риболовля, екскурсії пам'ятками історії.
Азіатська (Шрі-Ланка, Малайзія, Японія)	Розширення спектра туристичних пропозицій країни	особлива роль національного колориту; комфортабельне розміщення у «VIP-селах» або дорогих національних готелях у сільській місцевості; широкий спектр додаткових послуг; активна державна підтримка; Види діяльності: гірський метал, альпінізм, підводне плавання, сафари.
Західноєвропейська (Франція, Італія, Іспанія, Німеччина, Данія, Фінляндія, Австрія)	Збільшення економічної ролі села	Організований сільський побут; розміщення в окремих будиночках сільської місцевості; близькість водойми; активна державна підтримка; ефективний інформаційний супровід; Види діяльності: заняття виноробством, сироварінням, відвідування мальовничих місць.
Східноєвропейська (Болгарія, Польща, Чехія, Литва, Кіпр, Греція)	Перерозподіл турпотоків у країні	Організований сільський побут; розміщення у сільській місцевості; застарілий житлово-комунальний фонд; висока вартість створення сільського туру підприємств; Види діяльності: участь у сільськогосподарській діяльності, традиційні види діяльності, залучення до сільського способу життя.

Джерело: складено автором на основі [34]

Концепції зеленого туризму, які реально здійснюються у світовій практиці, зазвичай, крім економічного (комерційного) аспекту, несуть також певне ідеологічне навантаження. Як правило, розвиток зеленого туризму пов'язують з вирішенням соціокультурних завдань (збереження національної та етнокультурної спадщини, збереження природного та історико-культурного середовища проживання, архітектурно-історичного простору, відродження та пропаганду традиційних цінностей та способу життя тощо). У практичному рішенні останніх провідна роль належить місцевим співтовариствам.

Говорячи про розвиток зеленого туризму в країнах Євросоюзу можна навести таку статистику: у країнах Євросоюзу кількість місць для проживання у сільській місцевості перевищує 600 000. Частка сільськогосподарських угідь, які надають розміщення туристам, становить 20 % у Швеції, 10 % в Австрії, 8 % у Є Німеччині та Нідерландах, 4% у Франції, 2% в Італії. В Іспанії, яка, безперечно, є однією з найрозвиненіших туристських країн у світі, зелений туризм розвинений слабо: лише 0,5 % сільськогосподарських земель використовуються для його розвитку.

Таблиця 1.3

Розподіл туристів із Європейського Союзу залежно від туристичного району

Країна	Напрямок відпочинку (%)			
	в селі	в горах	в місті	на узбережжі
Бельгія	25	19	5	55
Данія	25	14	40	42
Іспанія	27	19	27	53
Франція	29	27	18	51
Греція	8	11	20	70
Ірландія	27	8	37	46
Італія	11	24	19	58
Люксембург	19	29	17	62
Нідерланди	39	32	21	36
Португалія	29	8	24	62
Німеччина	34	30	15	44
Великобританія	29	13	19	58
Усього	25	23	19	52

Джерело: складено автором на основі [7]

Виходячи з отриманих даних, можна зробити висновок, що Франція займає одну з лідируючих позицій у туристичній сфері серед країн, що входять до складу ЄС, поступаючись за популярністю зеленого туризму лише Нідерландам та Німеччині. Досить високим є відсоток відвідування курортів, що розташовані

на узбережжі країни, а також у гірських місцевостях. Цей факт вкотре свідчить про різноманітність природних ландшафтів країни.

Актуальність зеленого туризму обумовлюється його впливом як на економічний, так і на соціально-демографічний розвиток сільських територій. Розвиток зеленого туризму є додатковим драйвером економіки сільського господарства, передусім, рахунок диверсифікації агровиробництва, збільшення частки екопродукції, підвищення рівня доходів фермерів, загалом добробуту сільського населення [3].

Як було зазначено вище, такий вид туризму як сільський включає сукупність різних видів туризму, які здійснюються в сільських територіях і включають діяльність осіб, які безпосередньо подорожують тут і перебувають не тільки з метою відпочинку, але й з іншими цілями. У групі зеленого туризму виділяють такі види туризму як аграрний, екологічний та туризм з цілями полювання. Можна скласти повноцінну послідовність ознак класифікації зеленого туризму [10].

У соціально-економічному плані місія зеленого туризму вирішує низку цілих завдань [8]: забезпечення соціально-економічного розвитку сільських територій за рахунок щодо нетрадиційних видів діяльності; створення та збільшення робочих місць (забезпечення зайнятості населення); згуртування жителів сільських територій, зниження відтоку молоді з сільських територій (скорочення процесу урбанізації в сільських територіях; збереження та популяризація традиційного сільського укладу, ремесел, способів обробітку землі та ін.; відродження національних традицій, звичаїв, національної культури; охороною природи, розвиток сільської інфраструктури, створення та активне функціонував туристичних підприємств у віддалених, малонаселених та неіндустріальних районах та регіонах та ін [8].

Зелений туризм має важливе місце у сфері туристичної діяльності, динамічно розвиваючись та приносячи непогані доходи. На розвиток зеленого туризму впливають деякі фактори, такі як природно-кліматичні, соціально-

економічні, економіко-географічні, соціальні, організаційні, екологічні та ін. сільських регіонів, їх збереження, відтворення та заощадження .

Врахування чинників, позитивно і негативно впливають в розвитку зеленого туризму і включення до господарську діяльність максимум ресурсів – основа формування турпродукту зеленого туризму. Ведення сільського бізнесу заняття складне, що передбачає насамперед наявність підприємницьких якостей та відповідальності з боку організатора даних послуг, а також завзятість, наполегливість та бажання бути залученим до всього процесу.

Отже, зелений туризм міцно закріпився економіки багатьох країн. Він поширений та популярний в Італії, Франції, США, Англії, Іспанії, Німеччині, Литві, Польщі, Малайзії та ін. Важливість зеленого туризму обумовлюється його впливом як на економічний, так і на соціально-демографічний розвиток сільських територій. Розвиток зеленого туризму є додатковим драйвером економіки сільського господарства, передусім, рахунок диверсифікації агровиробництва, збільшення частки екопродукції, підвищення рівня доходів фермерів, загалом добробуту сільського населення.

РОЗДІЛ 2

ПЕРЕДУМОВИ ПРОСУВАННЯ ПРОДУКТУ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ ВІННИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ

2.1. Оцінка факторів розвитку продукту зеленого туризму Вінницької області

Дослідження факторів розвитку продукту зеленого туризму Вінницької області передбачає визначення основних туристичних ресурсів регіону, його забезпеченості об'єктами туристичної інфраструктури (підприємствами готельного та ресторанного бізнесу), транспортними шляхами.

Ступінь використання ресурсного потенціалу залежить від умов, в яких воно відбувається. До основних умов використання ресурсного потенціалу Вінницького регіону варто віднести: природні передумови, населення, наявність об'єктів туристичної інфраструктури, інвестиційний потенціал сфери зеленого туризму. Розглянемо ці передумови детальніше.

1. Природні передумови

Вінницький регіон володіє достатніми умовами для функціонування зеленого туризму. До ключових факторів природного середовища, яке визначає основні напрямки розвитку сільського туризму області відносяться: пам'ятки природи, культурна спадщина, пам'ятки архітектури і археології, історичні пейзажні місця, місцеві дендропарки, місця для організації народних ремесл, бази «зеленого» відпочинку, городище трипільської культури.

Важливою природним ресурсом Вінниччини є джерела радонових вод, що досить активно використовуються для лікування хвороб шкіри. Зокрема, досить відомим є курорт Хмільник, де розміщується відомий на всю Україну санаторій, де лікують та проводять профілактику хвороб рухового апарату, шкірних хвороб та опіків.

2. Чисельність населення

Важливою умовою Вінницької області є демографічна. Для цього скористаємося даними Головного управління статистики Вінницького регіону.

Динаміку чисельності населення області подано у Додатку Б та на рис. 2.1. Як свідчать дані рис. 2.1, у 2013 році чисельності населення Вінницької області становила 1627 тис.осіб. У 2014-2020 рр. спостерігалось постійне зниження чисельності населення регіону передусім як за рахунок міграційних потоків, так і природним шляхом.

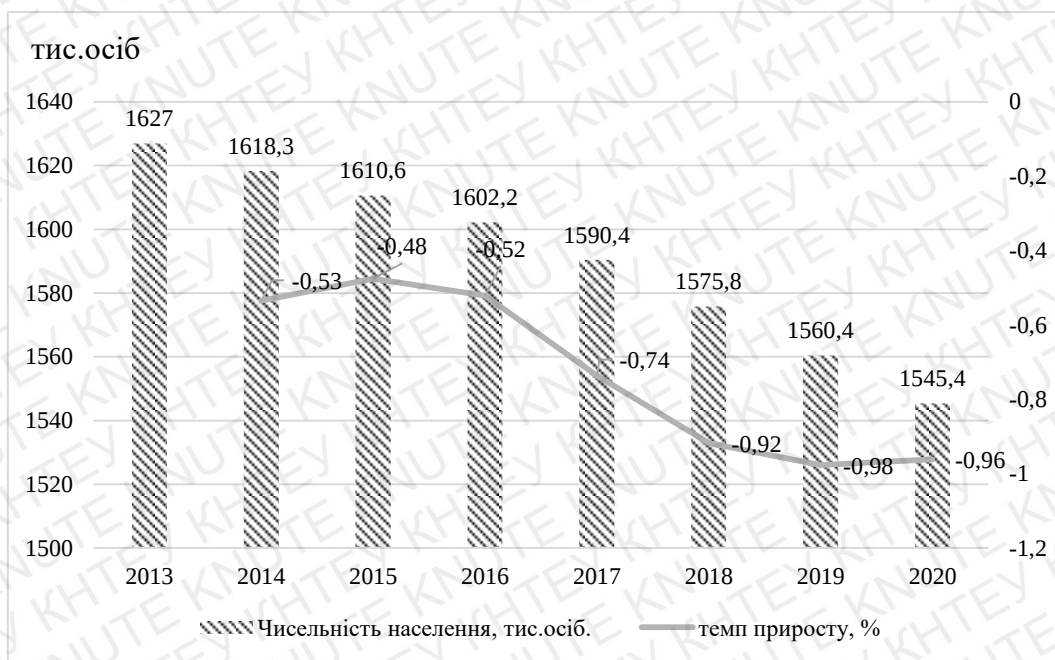


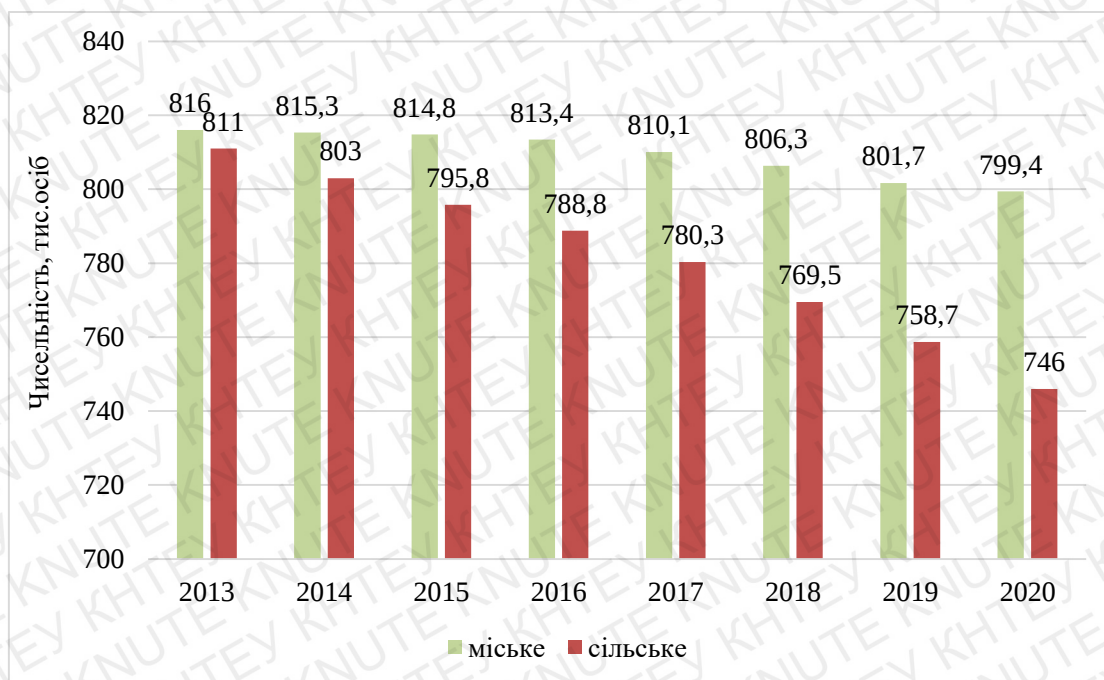
Рис. 2.1. Динаміка чисельності населення Вінницької області у 2013-2020 рр., тис.осіб

Джерело: складено автором за даними [52]

У 2017-2020 рр. темп зниження населення області значно прискорився. Такі тенденції досить негативно впливають на потенціал розвитку зеленого туризму в регіоні, оскільки знижують рівень його забезпечення необхідними трудовими ресурсами з одного боку, а з іншого – зменшують можливості генерування потенційного попиту на туристичні продукти зеленого туризму у міський жителів самої області. Тому варто також розглянути структуру населення у розрізі міського та сільського (рис. 2.2).

Як свідчать статистичні дані, чисельність сільського населення області мала тенденцію до скорочення, що говорить про зниження потенціалу пропозиції послуг зеленого туризму на ринку області. Так, якщо у 2013 році в області в селах

поживало 811 тис.осіб, що майже дорівнювало чисельності міського населення, то у 2020 році чисельність сільських жителів складала 746 тис.осіб, значно збільшивши відрив від кількості міського населення. Водночас тренд до зниження чисельності міського населення не був настільки вираженим, як тренд скорочення сільського населення.



*Рис. 2.2. Динаміка чисельності міського та сільського населення
Вінницької області у 2013-2020 рр., тис.осіб*

Джерело: складено автором за даними [52]

Таким чином, демографія області має негативний вплив на формування потенціалу пропозиції послуг зеленого туризму області.

3. Туристична інфраструктура

Наступним важливим чинником потенціалу розвитку зеленого туризму в Вінницькій області є розвиток засобів розміщення різних типів. Їх динаміку подано у Додатку В та на рис. 2.3.

Як видно з даних рис. 2.3, протягом 2016-2020 рр. можна було спостерігати тенденцію до зниження кількості колективних засобів розміщення Вінницького регіону, а також спеціалізованих закладів розміщення. Так, у 2017 році кількість колективних засобів розміщення скоротилася до 24 одиниць до 164 од. У 2018-

2020 році відбувалося подальше скорочення засобів розміщення, продиктоване наслідками інфраструктурної кризи – в області було закрито ще додатково 14 об'єктів готельно-туристичної інфраструктури.

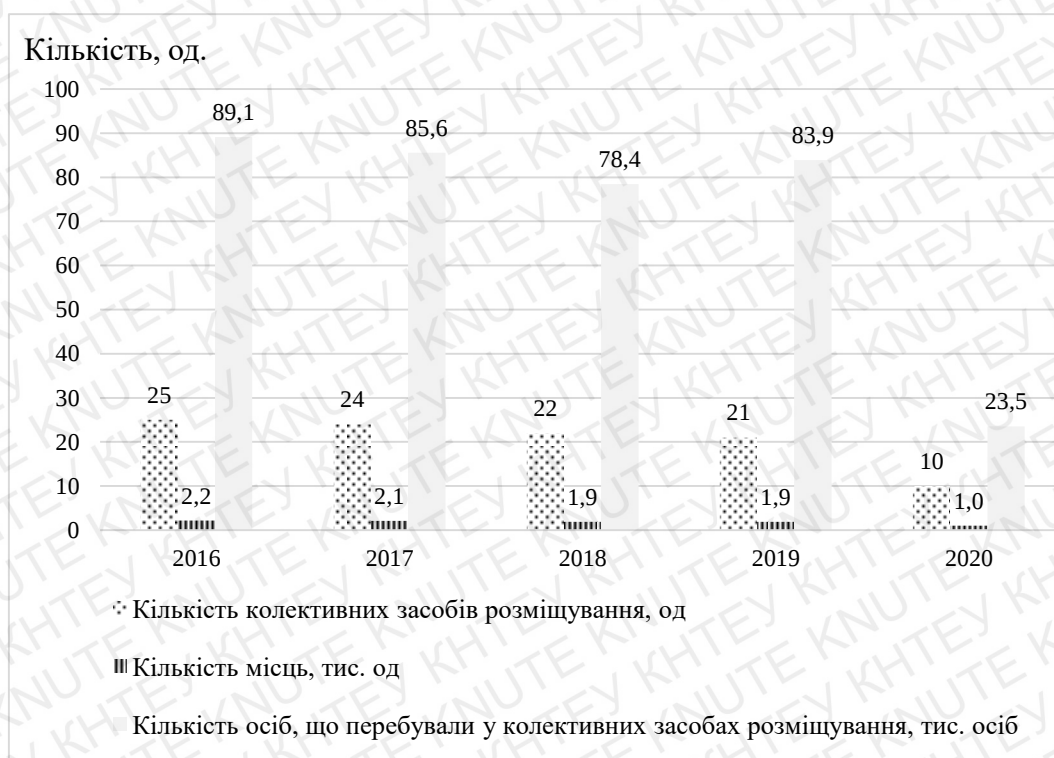


Рис. 2.2. Динаміка кількості колективних засобів розміщення Вінницької області за 2016-2020 рр., од.

Джерело: складено автором за даними [52]

Аналогічну динаміку мав також і показник кількості місць. Більш докладно тенденції у розвитку колективних засобів розміщення Вінницької області наведено на рис. 2.4 (за даними Додатку В).

Таким чином, можна помітити, що зменшення кількості місць для розміщення в межах наявних засобів розміщення становило супроводжувалося у 2016-2018 рр. зростанням чисельності обслужених осіб. Це означає, що попри скорочення чисельності об'єктів фонду для розміщення туристів, все ж таки відбувалося зростання рівня обслуговування у цій сфері.

На далі варто охарактеризувати показники розвитку транспортної інфраструктури в Вінницькій області. Експлуатаційна довжина залізничних колій скла да є 1497 км а бо 6,7% від загальноукраїнського показника ;

автомобільних доріг — 9,5 тис. км, у тому числі 9,2 тис. км із твердим покриттям, що складає відповідно 5,5 і 5,6%.

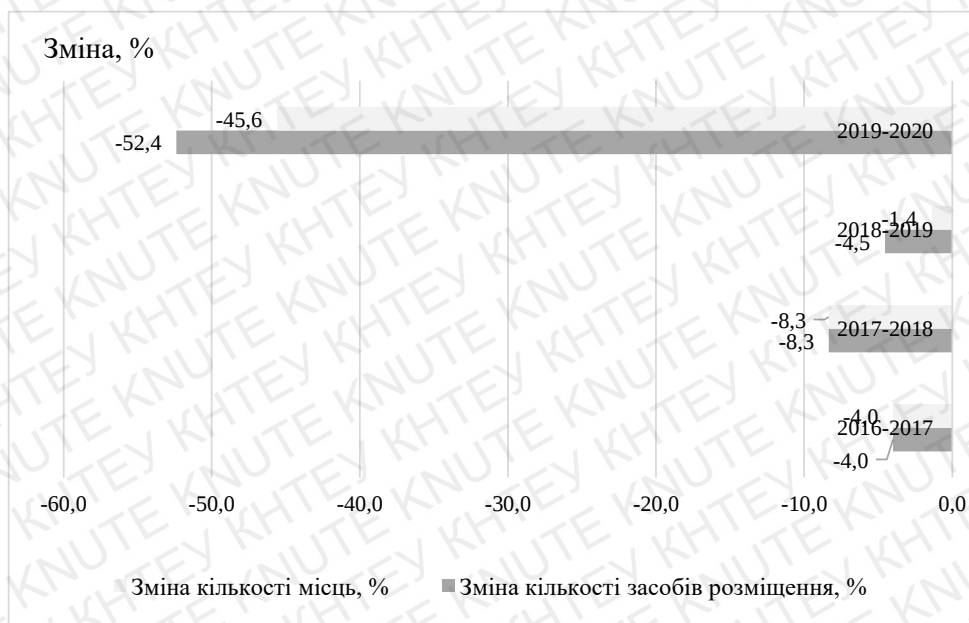


Рис. 2.3. Темпи зміни кількості засобів розміщення Вінницької області у 2016-2020 рр.

Джерело: складено автором за даними [52]

Динаміку показників пасажирообороту по Вінницькій області наведено на рис. 2.4.

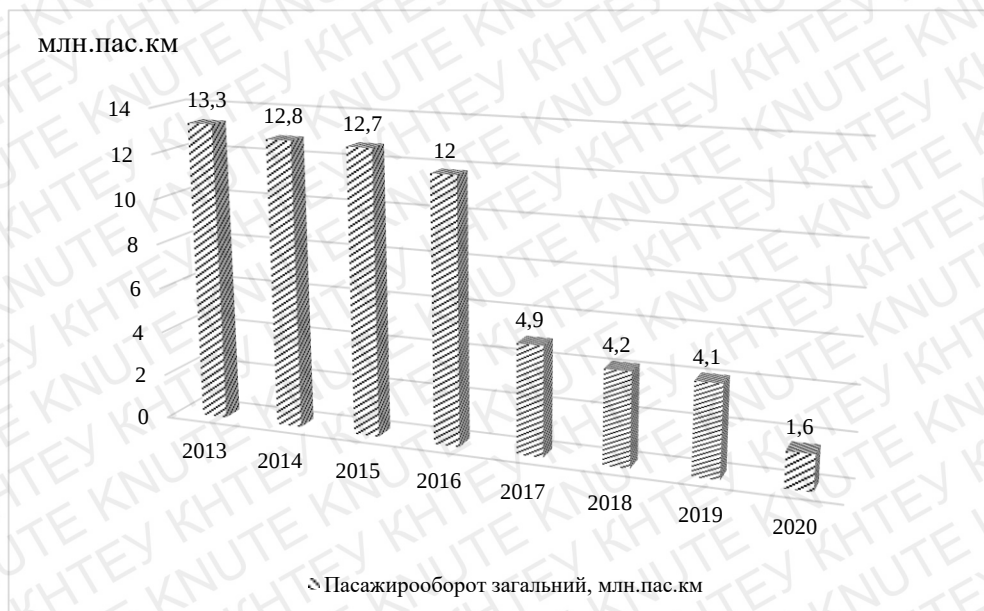


Рис. 2.4. Показники пасажиропотоків за усіма видами транспорту у Вінницькій обл. за 2013-2020 рр., млн.пас.км

Джерело: складено автором за даними [52]

Динаміка пасажиропотоків по Вінницькій області у 2013-2020 рр. суттєво скоротилася. Так, якщо у 2013 році було досягнуто показник пасажиропотоку на рівні 13,3 млн.пас.км, то у 2017 році даний показник знизився до рівня 4,9 млн.пас. км. У 2020 році відбулося значне зниження пасажиропотоків до 1,5 млн.пас.км, що є наслідком локдаунів та скорочення фіксації переміщень населення.

4. Інвестиційний потенціал зеленого туризму

Важливою передумовою розвитку зеленого туризму в Вінницькій області є інвестування у об'єкти туристичної інфраструктури та засоби розміщення. Спочатку розглянемо основні показники, що характеризують інтенсивність інвестування в об'єкти туристичної інфраструктури та засоби розміщення в межах всієї Вінницької області та м. Вінниці. Динаміку обсягу капітальних інвестицій в туристичну галузь та галузь розміщення в регіоні за 2013-2020 рр. наведено на рис. 2.5.

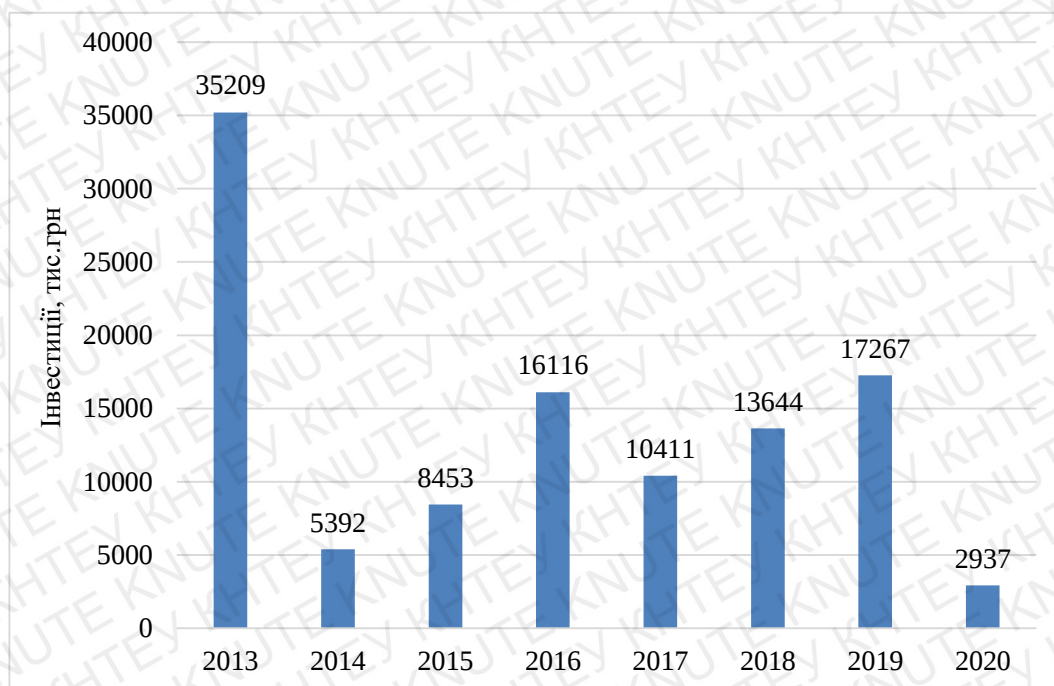


Рис. 2.5. Динаміка обсягу капітальних інвестицій у об'єкти туристичної інфраструктури та засоби розміщення в Вінницькому регіоні за 2013-2020 рр.

Джерело: складено автором за даними [52]

Як свідчать дані рис. 2.5, у 2013-2014 році можна було спостерігати зниження обсягу капітального інвестування у об'єкти туристичної інфраструктури та засоби розміщення в Вінницькому регіоні. Так, за цей період обсяг капітальних інвестицій скоротився на 84,7%. Однак, у подальших періодах (2015-2016 рр.) обсяги капітальних інвестицій почали зростати у гривневому еквіваленті: у 2015 році зростання склало 23,9%, у 2016 році – 37,2%.

Структуру інвестицій у засоби розміщення туризму в Вінницькій області за джерелами фінансування наведено на рис. 2.6.

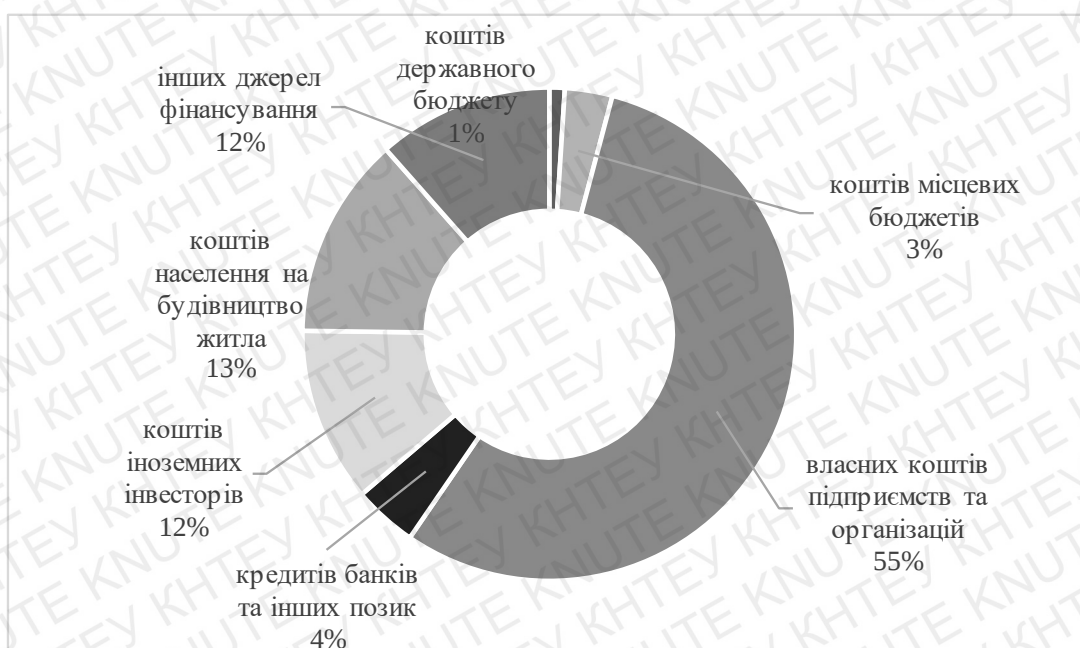


Рис. 2.6. Структура інвестицій у Вінницькій області за джерелами фінансування, % (2020 р.)

Джерело: складено автором за даними [52]

Як свідчать статистичні дані, наведені на рис. 2.7, основними джерелом коштів для здійснення інвестицій в засоби розміщення у 2020 році були власні фінансові ресурси підприємств – 55%. Приблизно однакові частки у фінансуванні інвестицій в області мали такі джерела як кошти іноземних вкладників (12%), кошти приватних інвесторів у будівництво нерухомого майна (13%) та інші джерела фінансування (12%).

Також у ході дослідження варто охарактеризувати таку важливу передумову розвитку зеленого туризму як забезпеченість області відповідним природно-ресурсним потенціалом.

Таким чином, у даному питанні було розглянуто основні передумови формування ресурсного потенціалу для розвитку зеленого туризму в Вінницькій області. Чисельність сільського населення області мала тенденцію до скорочення, що говорить про зниження потенціалу пропозиції послуг зеленого туризму на ринку області. Так, якщо у 2013 році в області в селах проживало 811 тис.осіб, що майже дорівнювало чисельності міського населення, то у 2020 році чисельність сільських жителів складала 746 тис.осіб, значно збільшивши відрив від кількості міського населення. Водночас тренд до зниження чисельності міського населення не був настільки вираженим, як тренд скорочення сільського населення. Зменшення кількості місць для розміщення в межах наявних засобів розміщення становило супроводжувалося у 2016-2020 рр. зниженням чисельності обслужених осіб. У 2020 році обсяги капітальних інвестицій у засоби туристичної інфраструктури у Вінницькій області становили близько 2937 тис.грн. Область багата землями природно-заповідного фонду та історико-культурного фонду. Також в області є велика кількість штучних насаджень, що посилює перспектив для розвитку зеленого туризму.

2.2. Аналіз діяльності Департаменту маркетингу міста та туризму Вінницької міської ради у напрямку сприяння розвитку зеленого туризму в регіоні

В рамках компетенцій Вінницької міської ради, які визначені у сфері розвитку території та організації її благоустрою, відповідно до законодавства України було створено Департамент маркетингу міста та туризму Вінницької міської ради (далі – ДММТ). Даний орган почав свою роботу відповідно до рішення засідання Вінницької міської ради від 29 травня 2012 року. Основною метою створення даного департаменту було досягнення цілей ефективного

розвитку туристичної галузі Вінницької області, формування передумов для вдосконалення просування туристичних продукцій дестинацій регіону, підтримка реалізації політики у сфері розвитку галузі туризму та рекреації м. Вінниця та в області в цілому, підвищення якості туристичних послуг та інфраструктури. Також діяльність департаменту спрямована на розвиток бренду туристичного регіону, що передбачає підвищення іміджу області та її туристичного продукту на міжнародному ринку туристичних послуг.

Для досягнення мети своєї діяльності ДММТ вирішує ряд важливих завдань у напрямку формування пропозиції продукту зеленого туризму в регіоні:

- створення та вдосконалення туристичної пропозиції зеленого туризму в області;
- сприяння забезпеченню якісного рівня та розширення пропозиції туристичних послуг;
- формування передумов для ефективного розвитку зеленого туризму у м. Вінниця та області в цілому;
- створення сприятливих умов для розвитку послуг зеленого туризму в регіоні як на українському, так і на міжнародному ринку туристичних послуг;
- збільшення кількості туристів, у тому числі іноземних, збереження балансу між туристами та жителями;
- популяризація окремих туристичних напрямків у сфері зеленого туризму;
- створення позитивного іміджу Вінницької області, активне просування її бренду на основних напрямках та нових туристичних ринках;
- підтримка існуючих та створення нових подій та маршрутів зеленого туризму, які цікавлять іноземних туристів;
- реалізація маркетингової стратегії розвитку туристичного комплексу регіону, у тому числі зеленого туризму;
- розробка та впровадження заходів щодо охорони місцевих туристичних ресурсів.

На рис. 2.7. наведено основні показники, що характеризують результати роботи ДММТ Вінницької міської ради за 2016-2020 роки.

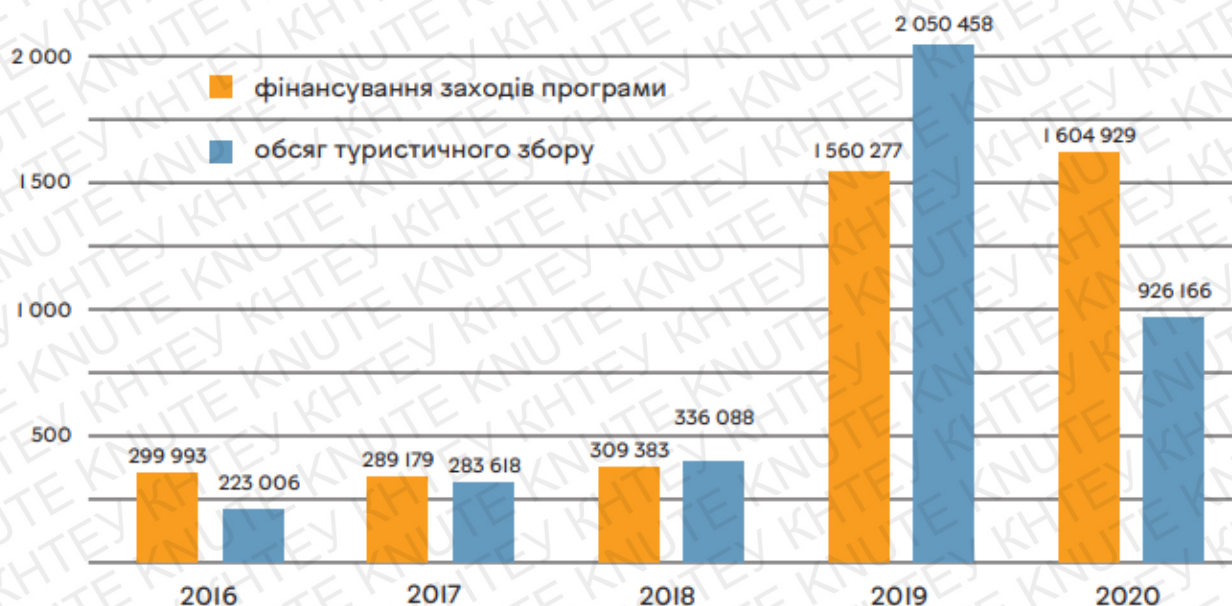


Рис. 2.8. Показники функціонування Департаменту у сфері розвитку туристичної галузі за 2016-2020 рр., грн

Джерело: складено автором за даними [52]

Як можемо бачити з даних, наведених на діаграмі, в цілому у 2016 році на фінансування заходів виконання програми розвитку та просування туристичних продуктів у Вінницькій області було асигновано 299993 грн, у 2017 році обсяги фінансування програми дещо скоротилися до рівня 289179 грн.

Варто відмітити, у 2018 році на фінансування заходів виконання програми розвитку та просування туристичних продуктів у Вінницькій області було виділено 309383 грн, а у 2019 році обсяги фінансування програми різко зросли майже в 5 разів до рівня 1560277 грн. У 2020 році, попри коронавірусну кризу, показник фінансування розвитку туристичної галузі регіону не зменшувався і навіть зріс до рівня 1604929 грн. Наведений факт був реалізований через зростання обсягів надходжень від туристичного збору. У свою чергу ставка туристичного збору на території Вінницької області, згідно рішення Вінницької міської ради №1501 від 25.01.2019 року була встановлена на рівні 0,5% від мінімальної зарплати за добу для внутрішніх туристів, а для приїжджих туристів ця ставка була в 4 рази вищою – 2%. Сума надходження від туристичного збору

у 2019 році становила 2050458 грн, тобто відбулося зростання на 32% порівняно з аналогічним показником минулого року. У 2020 році можна було спостерігати скорочення надходження туристичного збору на 55% переважно через впровадження карантинних обмежень та локдауну.

Досить значним чинником для підвищення економічних результатів функціонування ДММТ як органу, що в особі владних органів відповідає за стан розвитку туристичної галузі, є сприяння відкриттю нових локацій у сфері зеленого туризму. Показники кількості відвідувачів музеїв у 2020 році в порівнянні з 2019 роком зменшилась у зв'язку із карантинними заходами більше ніж у 4 рази (рис. 2.8).

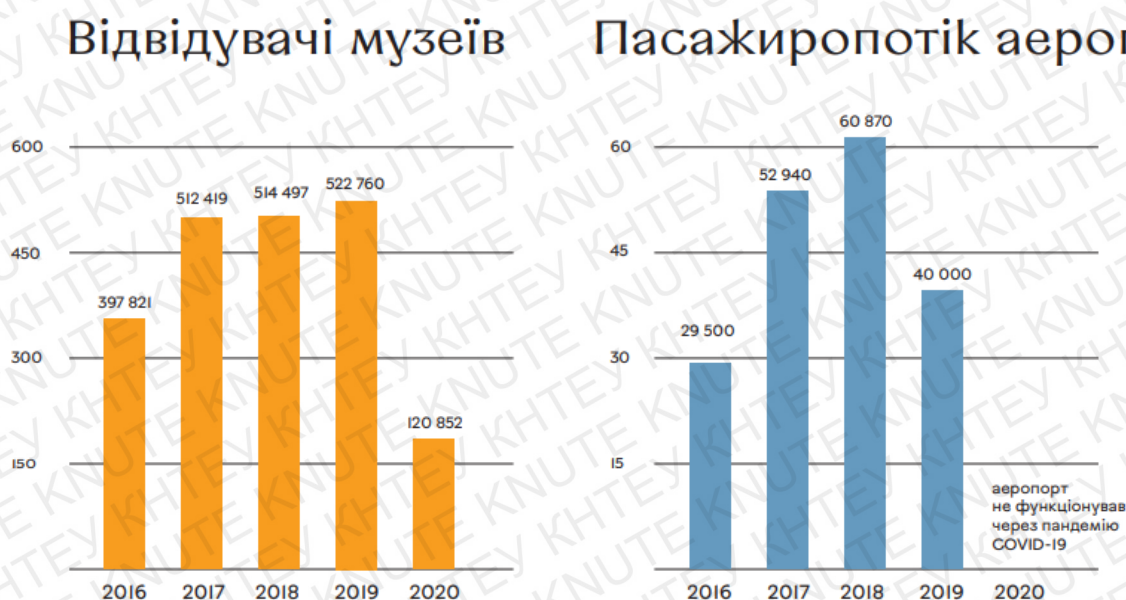


Рис. 2.8. Показники відвідування музеїв та пасажиропотоку Вінницького регіону за 2016-2020 рр., грн.

Джерело: складено автором за даними [52]

За період активної діяльності аеропорту Вінниця саме місто Вінниця продовжувало нарощувати свою популярність як зручне та комфортне місце для авіаперельотів. Так, у 2017 р. було відкрито ряд регулярних рейсів. Основними з них варто виділити такі як Вінниця – Варшава, Вінниця – Тель-Авів. до

переліку чартерних рейсів варто віднести напрямки Вінниця – Шарм-ель-Шейх, Вінниця – Даламан, Вінниця – Анталія.

ДММТ міської ради м. Вінниця було ініційовано та проведено дослідження перспектив розвитку ринку туристичної галузі у Вінницькому регіоні. Результати даного дослідження характеризують основні характеристики Вінницької області як туристичного центру України (див. рис. 2.10).

Маркетингове дослідження

У липні 2019 року вперше проведено маркетингове дослідження туристичної привабливості Вінниці, в рамках якого опитано 400 гостей міста віком від 18 років

61.6%

відпочивальників
серед туристів



57.8%

респондентів
залишаються
на ночівлю

8.2%

іноземців
серед туристів



903 грн.

середні витрати
туристів за добу

4 + 3

дні
ночі
середня
тривалість
перебування



4.13

індекс туристичної
привабливості

ТОП РЕГІОНІВ, З ЯКИХ ПРИЇЗДЖАЮТЬ ТУРИСТИ

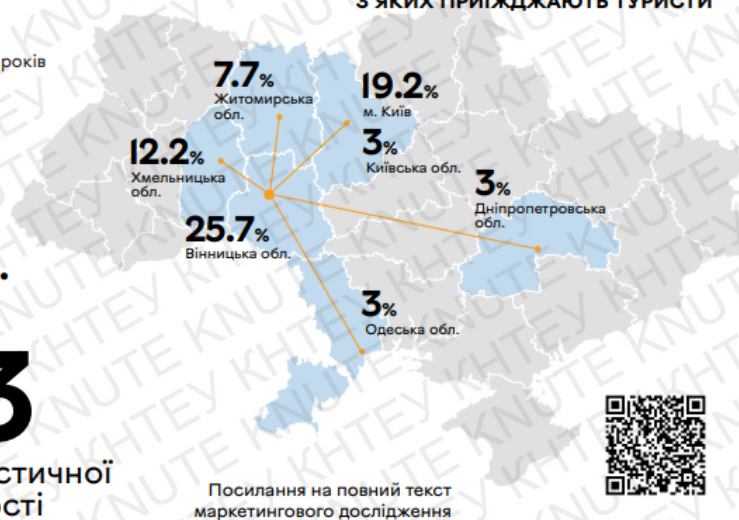


Рис. 2.9. Результати маркетингового дослідження перспектив туристичного розвитку Вінницького регіону

Джерело: див. статтю [52]

Важливо також відмітити особливості реалізації проекту «Агротуризм» – як шлях розвитку Вінницької області. Проект фінансується в рамках програм польської іноземної допомоги Міністерства закордонних справ Республіки Польща. Мета наведеного проекту – забезпечення розвитку зеленого туризму у області для активізації процесів просування туристичних продуктів, що пропонуються туристичними дестинаціями регіону.

Основоположною ціллю ДММТ Вінницької міської ради, згідно з згаданої програми програмами розвитку регіону, у напрямку розвитку зеленого туризму

є розробка конкурентоспроможного туристичного продукту м. Вінниця та подальший розвиток внутрішнього туризму, у тому числі і зеленого.

Отже, основною метою створення Департаменту маркетингу міста та туризму було досягнення цілей ефективного розвитку туристичної галузі Вінницької області, формування передумов для вдосконалення просування туристичних продукцій дестинацій регіону, підтримка реалізації політики у сфері розвитку галузі туризму та рекреації м. Вінниця та в області в цілому, підвищення якості туристичних послуг та інфраструктури. Також діяльність департаменту спрямована на розвиток бренду туристичного регіону, що передбачає підвищення іміджу області та її туристичного продукту на міжнародному ринку туристичних послуг.

2.3. Аналіз ринку зеленого туризму Вінницької області

У даному питанні варто розглянути особливості формування ринку зеленого туризму Вінницького регіону. З цією метою необхідно проаналізувати такі показники: кількість туристичних підприємств туризму в регіоні, що займаються організацією подорожей у сфері зеленого туризму, а також підприємств виробників туристичних послуг сільського зеленого туризму; кількість туристів у сфері зеленого туризму, основні центри організації зеленого туризму в області. Наведені напрямки аналізу дозволяють розкрити особливості використання наявної на території області туристичної інфраструктури в цілях формування туристичного продукту зеленого туризму та його просування на ринку туристичних послуг [6].

Динаміку кількості суб'єктів туристичної діяльності, які забезпечували надання послуг у сфері зеленого туризму в Вінницькій області наведено на рис. 2.10.

Як свідчать статистичні дані, у 2013-2020 рр. чисельність суб'єктів у сфері розвитку зеленого туризму мала тенденцію до коливання. Наведеними суб'єктами були окремі туристичні компанії, що просувають послуги зеленого

туризму та туристичні дестинації Вінницької області. У Вінницькій області послуги сільського зеленого туризму надають 13 сільських осель. З них 2 садиби мають третю (найвищу) категорію системи категоризації сільської нічліжної бази «Українська гостинна садиба» та 7 садиб мають базову категорію. Вони пропонують комфортне проживання, сімейний відпочинок, народну традиційну кухню, екологічно чисті продукти харчування, цікаве дозвілля. Найбільш активними в розвитку сільського зеленого туризму є Барський, Вінницький, Гайсинський, Жмеринський, Літинський, Могилів-Подільський, Немирівський, Тиврівський та Ямпільський райони [6; 57].



Рис. 2.11. Кількість суб'єктів туристичної діяльності, які забезпечували надання послуг у сфері зеленого туризму в Вінницькій області у 2013-2018 рр.

Джерело: складено автором за даними [53]

В регіоні у 2017-2020 рр. функціонувала програма розвитку туризму у Вінницькій області. Вперше за всі роки незалежності цього року в обласному бюджеті закладено кошти на фінансування заходів, що стосуються розвитку зеленого туризму. Крім того, цього року в межах Стратегії розвитку малого та середнього підприємництва Вінницької області було передбачено 1,5 млн грн для підтримки регіональних підприємців-початківців, які можуть отримати до

100 тис. грн. безповоротної фінансової допомоги для реалізації своїх бізнес-ідей. Особлива увага цього року приділяється розвитку малого підприємництва на селі [25; 57].

Успішним прикладом розвитку сільського зеленого туризму в області є Северинівська об'єднана територіальна громада. Метою розвитку туризму в рамках наведеної громади є впровадження проекту «Яблуневий шлях». Даний проект має на меті формування регіонального бренду «Подільське яблуко». Заходи проекту включають наступні активності [54]:

- організація різноманітних брендових фестивалів, створення та просування «яблучних» туристичних об'єктів та туристичних маршрутів;
- організація просування місцевих яблучних продуктів, забезпечення процесів вирощування яблук, та ін.

У ході страту імплементації проекту «Яблучний шлях» було почато формування на території Жмеринського та Барського районів туристичного кластеру та ініційовано новий екскурсійний маршрут у 2020 році Сума фінансування проекту в перспективі становить 700 тис. євро, з яких від Європейської комісії було включено прямі іноземні інвестиції в сумі 560 тис. євро. Додатково було зібрано кошти громади в сумі 140 тис. євро. [54].

Туристичний маршрут для наведеного проекту містить ряд об'єктів, які були створені та відремонтовані в рамках проекту. Одним з них є музей історії садівництва, що знаходиться в селі Олександрівка. В рамках музею ули оновлені виставки та проведено внутрішній ремонт. Наступним об'єктом туристичної атракції є розплідник старих подільських сортів яблуні, що знаходиться у селі Антонівка. Важливим туристичним об'єктом є дача садівника Дениса МакКлера у селі Северинівка. Поруч з дачею було побудовано кімнату-музей та реставровано стару теплицю. Також було запущено оздоровчі процедури на основі циклу вправ з використанням яблучного соку. Поруч також функціонує комунальне місцеве господарство, до складу якого відноситься лінія виготовлення яблучних чіпсів та соку [54].

Зелений туризм у Вінницькій області порівняно із західними регіонами лише розвивається, але вже є хороші приклади того, як це працює. Розвиток цього виду туризму здійснюють садиби «Родинне гніздо» в с. Гармаки барського району. Це мережа нерухомості в 3-х районах області - с. Гармаки (Барський район), с. Губник (Гайсинський район), с. Грабень (Тиврівський район). Туристам пропонується проживання в комфортабельних номерах з усіма зручностями. Родзинкою, однак, є можливість повністю зануритися в атмосферу самобутнього українського побуту та відпочити в оригінальних глиняних будиночках – «хатинках мазанок» з українським етно декором [54].

На базі міста Шаргород Вінницької області, яке має величезну історико-культурну спадщину і має потенціал стати сильним туристично-культурним центром, єдиним історико-культурним центром духовної толерантності та злагоди, в якому зберігаються унікальні пам'ятки історії. та культуру трьох народів (українського, польського та єврейського) не лише зберегли для нащадків, а й надихнули нові покоління мешканців та гостей міста на створення нових смислів та сюжетів ХХІ століття, розробив проект «Шаргородські НПЗ». Територія Арт-резиденції Шаргородського НПЗ – колишній цукровий завод. Але це центр ремесл і майданчик для художників. Проект передбачає створення та презентацію інноваційного туристичного продукту: тур-квест «Від шаленого містечка до сучасного мистецтва» [54].

Досить успішним зразком того, як можна ефективно організувати зелений туристичний продукт, є садиба Подільська, яка розташована в с. Гайове Барського району. На території садиби туристам пропонуються наступні види сервісів [54]:

- надання послуг розміщення на території садиби;
- організація послуг харчування;
- проведення розпродажу місцевих виробів;
- організація майстер-класів з майстрами сувенірів;
- проведення різних культурних програм.

Власники садиби сформували цікаву програму, яка дозволяє гостям отримати повний цикл цікавих послуг. Назва програми - дозвілля «Цікаве село Гайове для дітей». Мета програми в тому, аби усі бажаючі могли відвідати садибу та отримати задоволення від розваг та майстер-класів [54].

Сім'я Клецьких займається не лише сільським туризмом, а й досить екзотичним для нашого краю бізнесом – вирощуванням їстівного виноградного равлика родини HELICIDAE, роду *Helix (Aspersa Maxima)*. Звісно, в Україні цей екологічний бізнес не такий популярний, як за кордоном. Наразі подружжя Клецько не обмежується вирощуванням та продажем равликів – вони приймають туристів, організовують екскурсії та дегустації. «Долина равликів» тепер приймає туристів та гостей не лише з Вінниці, а й з усієї України [54].

Екстремальний та спортивний туризм у поєднанні з сільським розвитком демонструє громада С. Фішера Літинського району на прикладі спортивного клубу «X-TREMLINE». Клуб пропонує широкий спектр послуг, а саме: віндсерфінг, сапбординг (або stand up paddle) - SAP, paddleboarding, SAP surfing, stand-up paddling, SUP, кайтбординг або кайтинг, каякінг, шортбординг, дайвінг, сноукайтинг, air Bullets, тощо [55].

Зелений туризм у Вінницькій області має великі перспективи розвитку. Цьому сприяє наявність фермерських господарств, що спеціалізуються на цьому виді відпочинку, та ферм, готових до прийому туристів. Популярними у туристів є: «Комфорт», «Чарівний куточок», «Медова фабрика», «Каменний парк» [54].

Садиба «Затишок» розташована в селі Бернашівка Могилів-Подільського району. Село екологічно чисте, тихе, далеко від промислових зон, оточене горами та лісами. Будинок розташований біля Дністра, на кордоні трьох областей – Хмельницької, Чернівецької та Вінницької, тому зручно здійснити подорож до Хотинської та Кам'янець-Подільської фортець, Галайківського, Непоротівського та Лядовського скельних монастирів. Поруч із котеджем — будинок зі старовинним українським побутом та предметами побуту, вишитими подушками та рушниками, ткацьким верстатом, скринькою тощо. Є літній павільйон, мангал, дитячий майданчик [55].

Спеціалізацією функціонування садиби у сфері зеленого туризму є: риболовля, полювання, верхова їзда, плавання, догляд за домашніми тваринами, збір грибів та ягід, лікарські рослини. Садиба також надає додаткові послуги: інтернет, телебачення, автостоянка. Власники садиби розмовляють російською та німецькою мовами. Господар балує господиню медом і домашнім вином, свіжоспеченим хлібом, млинцями, м'якими іграшками. За бажанням відпочиваючих організовуються українські вечірки та сімейні свята вдома [55].

Садиба «Чарівний куточок» розміщена в селі Буш Ямпільського повіту. В межах садиби надаються такі послуги [55]:

- риболовля;
- катання на лижах;
- дитячий відпочинок;
- організація збору городини та садовини та їх консервація;
- відпочинок у сауні.

Елементами інфраструктури садиби є надання додаткових послуг автостоянки, трансферу, інтернету та телебачення. Власники садиби володіють російською та англійською. На території садиби розміщено чотири будинки зі зручностями, кожен із сучасними меблями та предметами традиційного українського побуту, такими як глечики, рушники, сумки тощо. У садибі «Чарівний куточок» кожен гість має можливість поринути у сільське життя на природі, насолодитися особливостями життя в сільській місцевості, скуштувати страви національної кухні. Умови проживання в садибі передбачають можливість розміщення гостей разом з домашніми тваринами [55].

Додатковими елементами інфраструктури садиби є мангал (гості можуть безкоштовно смажити собі їжу), обладнаний дитячий майданчик, спортивний майданчик по типу стріт-спорт та павільйон. Додатковим бонусом садиби є можливість розміщення на її території наметового містечка. Господиня садиби готує для гостей смачні страви. Можна, за бажанням, відвідати кущову фортецю, Лядовський Усіковенський скельний монастир, Гайдамацькі ущелини [55].

Садиба «Медовий завод» розташована у селі Вахтель Немирів. Спеціалізація: рибалка, відпочинок, краса та здоров'я. Послуги: автостоянка, полювання, риболовля, купання, відпочинок дітей, догляд за домашніми тваринами. Цінова політика - 200 грн. особи (з їжею). У радіусі 30 км проходять цікаві туристичні маршрути – Немирівське Городище, садибний парк, живі джерела, водяні млини, Підніжжя Богоматері, сплячі поля. Кількість спальних місць - 8, кімнат - 4, будинки - 1.

Кам'яний парк знаходиться в с. Буш Ямпільського району. Спеціалізація: рибальство, полювання, догляд за тваринами, відпочинок дітей, катання на лижах, човнах.

Великий внесок у розвиток сільського зеленого туризму робить Явірська асоціація екологів. Асоціація створила інформаційно-навчальний центр з розвитку сільського зеленого туризму. У центрі відкрито школу зеленого туризму. Регулярно проводяться семінари, диспути, майстер-класи для студентів, сільських голів та усіх бажаючих взяти участь у зеленому туризмі на території власних підсобних господарств.

Варто згадати зелену садибу «Катерина», яка знаходиться в с. Ільківка Вінницького району, ведуча Наталія Шибінська, голова Асоціації екологів «Явір». Колись це була стара колиба, яка була реконструйована, водопровід, каналізація, опалення, подвір'я, рекреаційні зони, майданчики для майстерень, приготування оригінальних українських страв.

Як бачите, для відкриття зеленого майна не потрібно багато зусиль. Це ще один плюс перед розвитком такої нерухомості по Вінницькій області та розвитком цього виду туризму.

Аналіз попиту на зелений туризм у сільській місцевості Вінницької області за останні п'ять років показує, що його формують такі ключові сегменти потенційних споживачів послуг, як:

- мешканці промислових центрів (які віддають перевагу такому способу відпочинку через його екологічність);

- молодь до 35 років, яка проживає у великих містах (більше чотирьох шостих від загальної кількості туристів);
- корінні народи (знаходять цей вид відпочинку незвичайним, екзотичним);
- знавці українських народних традицій (через чарівність сільського екологічного побуту та чистоту довкілля);
- Люди з низькими та середніми доходами (через доступні витрати на відпочинок).

Надалі важливо розглянути динаміку кількості обслужених туристів в цілому по Вінницькій області та у сфері зеленого туризму. Відповідні показники наведено у Додатку В та на рис. 2.12.



Рис. 2.12. Динаміка кількості обслужених туристів в цілому по Вінницькій області та у сфері зеленого туризму у 2013-2020 рр.

Джерело: складено автором за даними [53]

Як свідчать дані рис. 2.12, кількість обслужених туристів у сфері усієї туристичної галузі у 2013 році становила 29606 осіб, а чисельність туристів, обслужених у сегменті зеленого туризму, склала 830 осіб. Упродовж 2014 р. можна помітити суттєве скорочення чисельності обслужених туристів як в усіх

сегментах туристичного бізнесу, так і у сегменті зеленого туризму. Це було зумовлено передусім наслідками фінансової кризи та втратою Україною частини своїх територій. Ринок туристичних послуг у цей період зазнав значної дезорієнтації. Також зниження туристичного потоку можна було спостерігати у 2020 році внаслідок пандемії коронавірусу.

Отже, у даному питанні було охарактеризовано загальні тенденції розвитку ринку зеленого туризму в Вінницькій області. Як свідчать статистичні дані, у 2013-2020 рр. чисельність суб'єктів у сфері функціонування зеленого туризму області на мала визначеної тенденції. Було охарактеризовано деяких стейкхолдерів у сфері зеленого туризму регіону, до складу яких належали окремі туристичні компанії, що просувають послуги зеленого туризму та туристичні DESTINATIONI Вінницької області. У Вінницькій області послуги сільського зеленого туризму надають 13 сільських садиб. Як свідчать статистичні дані, у 2013-2020 рр. чисельність суб'єктів у сфері розвитку зеленого туризму мала тенденцію до коливання. Наведеними суб'єктами були окремі туристичні компанії, що просувають послуги зеленого туризму та туристичні DESTINATIONI Вінницької області. Також зниження туристичного потоку можна було спостерігати у 2020 році внаслідок пандемії коронавірусу. В регіоні у 2017-2020 рр. функціонувала програма розвитку туризму у Вінницькій області. Вперше за всі роки незалежності цього року в обласному бюджеті закладено кошти на фінансування заходів, що стосуються розвитку зеленого туризму.

РОЗДІЛ 3

РОЗРОБКА ПРОГРАМИ ПРОСУВАННЯ ПРОДУКТУ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ ВІННИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ

3.1. Обґрунтування проекту нового продукту зеленого туризму Вінницької області та напрямків його просування

У ході дослідження у попередньому розділі було обґрунтовано туристичні можливості території Вінницької області для формування та просування туристичних продуктів на міжнародний ринок туристичних послуг в сегменті зеленого туризму. Зведені результати представлено у матриці нижче:

Таблиця 2.2

SWOT-аналіз розвитку зеленого туризму Вінницької області

Сильні сторони (Strengths)	Слабкі сторони (Weaknesses)
1. Вигідне географічне розташування області 2. Туристично-привабливий регіон України 3. Значний транзитний потенціал та розвинена транспортна інфраструктура 4. Сприятливі умови для ведення сільського господарства 5. Наявність значної сировинної бази для виробництва будівельних матеріалів 6. Висококваліфіковані трудові ресурси 7. Велика кількість об'єктів історико-культурної спадщини, рекреаційних зон 8. Ведеться база даних інвестиційних пропозицій області з метою залучення потенційних інвесторів для розвитку зеленого туризму	1. Можливі транспортні проблеми 2. Значна протяжність області з півночі на південь 3. Відсутність на території області туристичних кластерів 4. Слабкий рівень підтримки програм розвитку зеленого туризму з боку держави та органів місцевого самоврядування 5. Проблема утилізації сміття (відсутність підприємств з його переробки) 6. Низька зайнятість населення в сільській місцевості, відсутність робочих місць в невеликих містах та селищах
Можливості (Opportunities)	Загрози (Threats)
1. Адаптація до сучасних європейських стандартів, у тому числі в сфері туристичного ринку 2. Вступ України до Європейського Союзу 3. Розвиток альтернативної енергетики 4. Впровадження електронного урядування 5. Удосконалення телекомунікацій 6. Отримання міжнародної технічної допомоги 7. Децентралізація та регіональний розвиток	1. Політична і соціально-економічна нестабільність 2. Загострення чи продовження воєнного конфлікту на сході 3. Нестабільність курсу національної валюти 4. Підвищення вартості усіх видів ресурсів 5. Монополізація ринків, відсутність конкуренції

*складено автором

За результатами оцінки, можемо охарактеризувати основні передумови для формування нового туристичного продукту зеленого туризму, який варто просувати на зовнішній туристичний ринок.

На території Вінницької області послуги сільського зеленого туризму надають 13 сільських осель. У ході дослідження у розділі 2 було розглянути найбільш привабливі об'єкти зеленого туризму області, серед яких варто виділити садибу «Чарівний куточок», яка розміщена в селі Буш Ямпільського повіту.

Сьогодні садиба «Чарівний куточок» для своїх гостей пропонує такі послуги [55]:

- розміщення у будиночках;
- 3-х разове харчування;
- риболовля;
- катання на лижах;
- дитячий відпочинок;
- організація збору городини та садовини та їх консервація;
- відпочинок у сауні.

На території садиби розміщено чотири будинки зі зручностями, кожен із сучасними меблями та предметами традиційного українського побуту, такими як глечики, рушники, сумки тощо. У садибі «Чарівний куточок» кожен гість має можливість поринути у сільське життя на природі, насолодитися особливостями життя в сільській місцевості, скуштувати страви національної кухні. Умови проживання в садибі передбачають можливість розміщення гостей разом з домашніми тваринами [55].

Власники садиби сформували цікаву програму, яка дозволяє гостям отримати повний цикл послуг. Назва програми - дозвілля «Чарівне село». Мета програми в тому, аби усі бажаючі могли відвідати садибу та отримати задоволення від розваг та майстер-класів [55].

Компонентами інфраструктури садиби є надання додаткових послуг автостоянки, трансферу, інтернету та телебачення. Власники садиби володіють

російською та англійською. Додатковими елементами інфраструктури садиби є мангал (гості можуть безкоштовно смажити собі їжу), обладнаний дитячий майданчик, спортивний майданчик по типу стріт-спорт та павільйон. Додатковим бонусом садиби є можливість розміщення на її території наметового містечка. Господиня садиби готує для гостей смачні страви. Можна, за бажанням, відвідати кушову фортецю, Лядовський Усіковенський скельний монастир, Гайдамацькі ущелини [55].

Для формування туристичного продукту на території садиби «Чарівний куточок» пропонуємо обґрунтувати основні передумови для створення проекту туристичного маршруту, які наведено у табл. 3.1.

Таблиця 3.1

Основні передумови для розробки туру у сфері зеленого туризму на території Вінницької області

Параметри проєктованого туру	Характеристика проєктованого туру
Регіон розміщення	Вінницька область, село Буша (Ямпільський р-н)
Напрямки туристичного маршруту	м. Ямпіль – с. Буша – м. Ямпіль
Основні об'єкти туристичної інфраструктури	1) Агрооселі на території садиби – чотири будиночки з усіма зручностями для гостей. Також в кожному будинку міститься українська піч. Інтер'єр кожного будиночка виконаний в українському стилі 2) Майданчик спортивний 3) Дитячий майданчик 4) Павільйон 5) Майданчик з мангалами та бесідками
Туристична компанія, через якого має відбуватися просування туристичного продукту	ТОВ «Вінтур-Плюс»

*складено автором

Туристичний продукт має надаватися на території села Буша. Специфікою даного туру зеленого туризму є те, що не передбачається якихось виїзних екскурсій. Єдиною екскурсійною програмою є програма «Чарівне село». Тривалість екскурсійної програми – 3 дні. Основними елементами програми у розрізі днів є такі:

1-й день: огляд села та території місцевості тривалістю 3 години. Даний огляд супроводжується організатором екскурсії, який виконує роль гіда.

2-й день: програма збору врожаю або ж обробки землі (в залежності від сезону та періоду вегетації рослин у саду при садибі). Тривалість – 4 години.

3-день: риболовля тривалістю 6 годин.

Важливу також звернути увагу на окремі компоненти туристичної інфраструктури, які пропонуються в межах туру. До послуг гостей надаються спеціальні агрооселі на території садиби. Це чотири будиночки з усіма зручностями для гостей. Також в кожному будинку міститься українська піч. Інтер'єр кожного будиночка виконаний в українському стилі. Додатковими елементами інфраструктури для зручності відпочинку є майданчики спортивний, дитячий, майданчик з мангалами та бесідками та павільйон.

Ключові компоненти формування проекту нового туристичного маршруту наведено у табл. 3.2.

Таблиця 3.2

Ключові компоненти формування проекту нового туристичного маршруту

Елементи туристичного маршруту	Опис
1	2
Назва туристичного продукту	«Чарівне село»
Трансфер	Передбачається, що туристи самостійно прибувають до м. Ямпіль. З м. Ямпіль (автовокзал) здійснюється доставка гостей до території садиби. Організацію доставки забезпечує власник садиби.

продовження табл. 3.2

1	2
Проживання	Проживання гостей має відповідати наступним умовам згідно програми туру: - в межах садиби в с. Буша – розміщення в окремих будиночках з усіма зручностями
Харчування	Адміністрація садиби забезпечує 3-х разове харчування для гостей. Додатково гості мають можливість за окрему плату замовити страви згідно з меню, яке надається адміністрацією садиби.
Розваги	Екскурсія по навколишній території садиби Робота в саду та на городі Риболовля

Джерело: складено автором

Важливим кроком до фіналізації концепції нового туристичного продукту є формування технологічної карти туристичного маршруту. Як було відмічено у табл. 3.2., назва туристичного продукту (програми) – «Чарівне село». Технологічна карта туристичного продукту складається з компонентів, які визначено у табл. 3.1 та 3.2. Додатковими параметрами є тривалість туру з декомпозицією на окремі активності, інформація про чисельність туристів у одній групі, тривалість перебування гостей на території садиби (людино-днів) для наведеного туристичної програми.

Технологічну карту проектованого продукту у сфері зеленого туризму наведено у табл. 3.3.

Таблиця 3.3

Технологічна карта туристичного маршруту у сфері зеленого туризму

«Чарівне село»

№	Параметри технологічної карти	Значення
1	2	3
1	Туристична компанія, яка просуває туристичний продукт	«Вінтур-Плюс»
2	Назва продукту	«Чарівне село»

продовження табл. 3.3

1	2	3
3	Транспорту для організація трансферу	Мікроавтобус
4	Пункти туристичного маршруту	м. Ямпіль – с. Буша – с. м. Ямпіль
5	Вид маршруту	двосторонній
6	Кілометраж	48 км
7	Тривалість маршруту в днях (календарних) у розрахунку на одного туриста	5 людино-днів
7.1	- у т.ч. тривалість трансферу (туди й назад)	0,2 людино-доби
7.2	- у т.ч. тривалість розміщення на території садиби	5 людино-днів
7.3	- у т.ч. тривалість екскурсій	3 людино-доби
8	Чисельність туристичних груп в межах маршруту	1 група
9	Чисельність туристів в одній туристичній групі	8
10	Загальна тривалість перебування туристів в рамках усієї туристичної групи, людино-днів	40 людино-днів

Джерело: складено автором

Отже, для формування туристичного продукту на території садиби «Чарівний куточок» було обґрунтовано основні передумови для створення проекту туристичного маршруту. Туристичний продукт має надаватися на території села Буша. Специфікою даного туру зеленого туризму є те, що не передбачається якихось виїзних екскурсій. Єдиною екскурсійною програмою є програма «Чарівне село». Тривалість екскурсійної програми – 3 дні. До послуг гостей надаються спеціальні агрооселі на території садиби. Це чотири будиночки з усіма зручностями для гостей. Також в кожному будинку міститься українська піч. Інтер'єр кожного будиночка виконаний в українському стилі. Додатковими елементами інфраструктури для зручності відпочинку є майданчики спортивний, дитячий, майданчик з мангалами та бесідками та павільйон.

3.2. Формування програми просування нового туристичного продукту на міжнародному ринку

Наступним етапом формування туристичного продукту є обґрунтування програми його просування. На сьогодні сама садиба «Чарівний куточок» не має навіть власного сайту. Тому, для більш ефективного просування даного продукту цю задачу варто доручити фахівцям, а саме – представника туристичної компанії ТОВ «Вінтур-Плюс». Ця компанія є туристичним оператором, який здатний провести рекламну кампанію з просування туру як на території України, так і на території Польщі. В якості зовнішнього ринку для просування варто обрати лише одну країну – Польщу, зважаючи на її географічну близькість та можливість залучити там певну частину потенційного попиту на проєктований туристичний продукт.

Для організації просування наведеного туристичного продукту варто використати концепцію створення комунікаційного каналу. Відповідно до даної концепції, туристичний оператор ТОВ «Вінтур-Плюс» здійснює розміщення рекламних повідомлень про туристичний продукт на різних онлайн-ресурсах з метою популяризації туристичної програми.

План проведення заходів з просування продукту зеленого туризму «Чарівне село» туристичним оператором ТОВ «Вінтур-Плюс» наведено у табл. 3.4.

Наведений план включає такі активності:

- підготовка до просування;
- формування рекламних матеріалів;
- створення графіку здійснення рекламних заходів;
- безпосередній запуск реклами онлайн;
- аналіз заходів.

Таблиця 3.4

**План проведення заходів з просування продукту зеленого туризму
«Чарівне село» туристичним оператором ТОВ «Вінтур-Плюс»**

№	Заходи	Час виконання	Бюджет витрат, тис.грн	Відповідальний за виконання
1	2	3	4	5
1	Формування рекламних інформаційних повідомлень	Січ. 2022 р.	4	Рекламний менеджер «Вінтур-Плюс»
2	Вибір онлайн-ресурсів для здійснення просування туристичного продукту	Січ. 2022 р.	2	
3	Визначення цільової аудиторії для здійснення просування, формування напрямів таргетингу для розсилки рекламних повідомлень	Лют. 2022 р.	2	Рекламний менеджер «Вінтур-Плюс» разом з керівництвом садиби
4	Формування медіа-плану проведення рекламної кампанії	Лют. 2022 р.	5	
5	Здійснення рекламної кампанії з просування туру та аналіз її результатів	Бер. – Трав. 2022	31	Рекламний менеджер «Вінтур-Плюс»
6	Разом	5	45	-

Джерело: складено автором на основі інформації, отриманої від туроператора «Вінтур-Плюс»

Згідно наведеного плану просування, етапом підготовки до рекламної кампанії з популяризації туристичного продукту «Чарівне село» є визначення рекламних інформаційних повідомлень, вибір онлайн-ресурсів для здійснення просування туристичного продукту, визначення цільової аудиторії для здійснення просування, формування напрямів таргетингу для розсилки рекламних повідомлень та формування медіа-плану проведення рекламної кампанії. Загальний період підготовки рекламної кампанії складе 2 місяці з січня по лютий. Саму рекламну кампанію планується запустити в інтернет з березня

по травень, аби встигнути залучити необхідну кількість туристів до старту туристичного сезону.

Таким чином, для організації просування наведеного туристичного продукту варто використати концепцію створення комунікаційного каналу. Відповідно до даної концепції, туристичний оператор ТОВ «Вінтур-Плюс» здійснює розміщення рекламних повідомлень про туристичний продукт на різних онлайн-ресурсах з метою популяризації туристичної програми. Бюджет програми просування становить 45 тис.грн. .

3.3. Оцінка ефективності просування нового продукту зеленого туризму на міжнародному ринку

Визначивши основні елементи запропонованої програми проектування та просування туристичного продукту «Чарівне село» туроператором «Вінтур-Плюс» у сегменті зеленого туризму, варто здійснити оцінку результативності наведених заходів, зокрема показники можливого прибутку від впровадження нового продукту. Для оцінювання витрат необхідно сформулювати калькуляцію собівартості туристичного продукту «Чарівне село». У табл. 3.5 наведено відповідні розрахунки.

Таблиця 3.5

Калькуляція вартості туристичного продукту «Чарівне село» (у розрахунку на 1-го туриста на 5 людино-днів) для туристів з України

№ з/п	Калькуляційна стаття	Показники на 5 людино-днів		
		Норматив витрат, грн	Кількість, туристів	Ціна на 1-го туриста, грн
1	2	3	4	5
1.	Послуги страхування	350,00	1	350,00
3.	Організація трансферу	1100,00	7	157,14
4.	Розміщення	1150,00	7	164,29
5.	Послуги харчування	4250,00	7	607,14
6.	Інші послуги	5000,00	7	714,29

продовження табл. 3.5

1	2	3	4	5
7.	Екскурсійне обслуговування	3200,00	7	457,14
	<i>Разом прямі витрати</i>			<i>2450,00</i>
7.	Операційні витрати (30% від прямих витрат)	-	-	735,00
8	Витрати на просування (виходячи з бюджету витрат та прогнозного потоку туристів)	45000	126	357,14
9	<i>Виробнича собівартість</i>	-	-	<i>3542,14</i>
10	Прибуток	40%	-	1416,86
11.	<i>Собівартість + прибуток на 1-го туриста</i>	-	-	<i>4959,00</i>
12.	Податок на додатку вартість (ПДВ)	20%	-	991,80
13.	Ціна продажу на 1-го туриста, з ПДВ	-	-	5950,80

Джерело: складено автором на основі інформації, отриманої від туроператора «Вінтур-Плюс»

Таким чином, вартість туру «Чарівне село» на одного відпочиваючого (у категорії – туристи з України) складає 5950,80 грн. (включно з ПДВ), а собівартість туру для садиби, враховуючи послуги просування – 3542,14 грн. у розрахунку на одного відпочиваючого на 5 діб.

Для іноземних туристів доцільно здійснювати просування туристичного продукту за ціною, яка є вищою за ціну для туристів з України. Це пояснюється специфікою ринку та рівнем ризиків, які бере на себе туроператор та адміністрація садиби.

Відповідно до сказаного, калькуляцію ціни туристичного продукту для пропозиції іноземним туристам наведено у табл. 3.6. Отже, вартість туру «Чарівне село» на одного відпочиваючого (в категорії – туристи з іноземних держав) складає 7669,92 грн. (включно з ПДВ), а собівартість туру для садиби, враховуючи

послуги просування – 4565,43 грн. у розрахунку на одного відпочиваючого на 5 діб.

Таблиця 3.6

Калькуляція вартості туристичного продукту «Чарівне село» (у розрахунку на 1-го туриста на 5 людино-діб) для іноземних туристів

№ з/п	Калькуляційна стаття	Показники на 5 людино-діб		
		Норматив витрат, грн	Кількість, туристів	Ціна на 1-го туриста, грн
1	2	3	4	5
1.	Послуги страхування	780,00	1	780,00
3.	Організація трансферу	1100,00	7	157,14
4.	Розміщення	1150,00	7	164,29
5.	Послуги харчування	4250,00	7	607,14
6.	Інші послуги	7500,00	7	1071,43
7.	Екскурсійне обслуговування	3200,00	7	457,14
	<i>Разом прямі витрати</i>			3237,14
7.	Операційні витрати (30% від прямих витрат)	-	-	971,14
8	Витрати на просування (виходячи з бюджету витрат та прогнозного потоку туристів)	45000	126	357,14
9	<i>Виробнича собівартість</i>	-	-	4565,43
10	Прибуток	40%	-	1826,17
11.	<i>Собівартість + прибуток на 1-го туриста</i>	-	-	6391,60
12.	Податок на додатку вартість (ПДВ)	20%	-	1278,32
13.	Ціна продажу на 1-го туриста, з ПДВ	-	-	7669,92

Джерело: складено автором на основі інформації, отриманої від туроператора «Вінтур-Плюс»

Варто також спрогнозувати фінансові результати від запуску нового туристичного продукту у сфері зеленого туризму. Для цього спочатку слід спрогнозувати можливу чисельність туристів, які зможуть згенерувати попит на туристичний продукт «Чарівне село». Після консультації з менеджером туристичного оператора ТОВ «Вінтур-Плюс» було обґрунтовано наступний прогноз попиту на продажу туристичного продукту (табл. 3.7).

Таблиця 3.7

Оцінка можливого попиту на туристичний продукт для внутрішніх та іноземних туристів на 2022 рік

<i>Квартали 2022-2023 року року</i>	<i>Туристи з України, осіб</i>	<i>Іноземні туристи, осіб</i>	<i>Разом, осіб</i>
2022 рік			
1 кв 2022	-	-	-
2 кв 2022	30	5	35
3 кв 2022	54	30	84
4 кв 2022	66	60	126
Разом	150	95	245
2023 рік			
1 кв 2023	12	3	15
2 кв 2023	96	30	126
3 кв 2023	55	75	130
4 кв 2023	70	80	150
Разом	221	185	406

Джерело: складено автором на основі інформації, отриманої від туроператора «Вінтур-Плюс»

Так, на 2022 рік орієнтовна кількість туристів, що обслуговуються в рамках туристичного продукту «Чарівне село», становитиме 245 осіб, у тому числі 150 осіб – туристи з України, 95 осіб – туристи іноземних держав (Польща). На 2023 рік орієнтовна кількість туристів, що обслуговуються в рамках туристичного продукту «Чарівне село», становитиме 406 осіб, у тому числі 221 особа – туристи з України, 185 осіб – туристи іноземних держав (Польща).

Оцінка ефективності запропонованих заходів ґрунтується на визначенні потенційних доходів та можливих витрат з урахуванням потенційного попиту. На основі даних для розрахунку туристичних продуктів та прогнозу попиту на їх продаж визначено прогнозні результати формування та реалізації турів «Чарівне село» (табл. 3.8).

Таблиця 3.8

Оцінка результатів просування туристичного продукту зеленого туризму «Чарівне село» на 2022-2023 роки

Період	Доходи від продажу турів (без ПДВ), тис.грн			Витрати		Фінансові результати		
	Внутрішні туристи	Іноземні туристи	Разом	Прямі витрати, тис.грн	Непрямі витрати (просування та загальновиробничі), тис.грн	Прибуток до оподаткування, тис.грн	Податок на прибуток, тис.грн	Чистий прибуток, тис.грн
2022 рік								
1 кв 2022	0	0	0	0	14	-14	0	-14
2 кв 2022	148770	31958	180728	89686	39406	51637	9295	42342
3 кв 2022	267786	191748	459534	229414	98824	131295	23633	107662
4 кв 2022	327294	383496	710790	355929	151779	203083	36555	166528
Разом	743850	607202	1351052	675029	290023	386001	69483	316518
2023 рік								
1 кв 2023	59508	19175	78683	39111	17091	22481	0	22481
2 кв 2023	476064	191748	667812	332314	144694	190803	34345	156459
3 кв 2023	272745	479370	752115	377536	159689	214890	38680	176210
4 кв 2023	347130	511328	858458	430471	182713	245274	44149	201124
Разом	1155447	1201621	2357068	1179433	504187	673448	117174	556274

Джерело: складено автором на основі інформації, отриманої від туроператора «Вінтур-Плюс»

За результатами розрахунків встановлено, що прогнозний дохід від реалізації туристичного продукту «Чарівне село» у 2022 році становитиме 1351052 грн., у тому числі 743850 грн. - від реалізації продукту туристам з України, 607202 грн - від реалізації продукту туристам іноземних держав (Польща). Прогнозні прямі витрати (вартість) становлять 675029 грн., а непрямі витрати (утримання туристичної інфраструктури та просування туристичного продукту на ринок) – 290023 грн. Чистий прибуток від просування туристичного продукту у 2022 році становитиме 316518 грн.

Прогнозний дохід від реалізації туристичного продукту «Чарівне село» у 2023 році становитиме 2357068 грн., у тому числі 1155447 грн. - від реалізації продукту туристам з України, 1201621 грн - від реалізації продукту туристам іноземних держав (Польща). Прогнозні прямі витрати (вартість) становлять 1179433 грн., а непрямі витрати (утримання туристичної інфраструктури та просування туристичного продукту на ринок) – 504187 грн. Чистий прибуток від просування туристичного продукту становитиме 556274 грн.

Отже, можна зробити висновки про те, що проєктований туристичний продукт буде рентабельним. Вартість туру «Чарівне село» на одного відпочиваючого (в категорії – туристи з України) складає 5950,80 грн. (включно з ПДВ), а собівартість туру для садиби, враховуючи послуги просування – 3542,14 грн. у розрахунку на одного відпочиваючого на 5 діб. У той же час вартість туру «Чарівне село» для туристів з іноземних держав складає 7669,92 грн. (включно з ПДВ), а собівартість туру для садиби, враховуючи послуги просування – 4565,43 грн. у розрахунку на одного відпочиваючого на 5 діб. Чистий прибуток від просування туристичного продукту у 2022 році становитиме 316518 грн., а у 2023 році 556274 грн.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

За результатами дослідження було сформовано такі висновки і пропозиції:

1. Вивчення теоретичних засад формування продуктів зеленого туризму дав змогу виявити змістовні ознаки поняття зеленого туризму. Базуючись на викладених вище підходах до формулювання змісту зеленого туризму як наукової категорії, можна стверджувати про диверсифікованість поглядів та варіантів визначення наведеного поняття. В узагальненому вигляді зелений туризм — це форма відпочинку у позаміських локаціях, що передбачає використання відповідної інфраструктури для організації туристичного обслуговування населення. Зелений туризм – це особливий вид туристичної діяльності, який орієнтований на надання послуг відпочивальникам у певних туристичних локаціях (туристичних напрямках), що також включає можливість організації активних розважальних програм у окремих сферах обслуговування туристів. Успішний розвитку туристичного ринку вимагає інноваційних напрямків формування продуктів внутрішнього туризму. Це є можливим за рахунок зростання ефективності продуктів зеленого туризму, удосконалення туристичної діяльності в наведеному сегменті та впровадження відповідних новацій та розробок. Зелений туризм – це специфічна форма відпочинку туристів на природі, яка передбачає використання локацій та розміщення у відповідних та елементах туристичної інфраструктури (заміські готельні комплекси або сільські садиби).

2. Зелений туризм міцно закріпився в економіці багатьох країн. Він поширений та популярний в Італії, Франції, США, Англії, Іспанії, Німеччині, Литві, Польщі, Малайзії та ін. Важливість зеленого туризму обумовлюється його впливом як на економічний, так і на соціально-демографічний розвиток сільських територій. Розвиток зеленого туризму є додатковим драйвером економіки сільського господарства, передусім, рахунок диверсифікації агровиробництва, збільшення частки екопродукції, підвищення рівня доходів фермерів та загалом добробуту сільського населення.

3. Було розглянуто основні передумови формування ресурсного потенціалу для розвитку зеленого туризму в Вінницькій області. Чисельність сільського населення області мала тенденцію до скорочення, що говорить про зниження потенціалу пропозиції послуг зеленого туризму на ринку області. Так, якщо у 2013 році в області в селах проживало 811 тис.осіб, що майже дорівнювало чисельності міського населення, то у 2020 році чисельність сільських жителів складала 746 тис.осіб, значно збільшивши відрив від кількості міського населення. Водночас тренд до зниження чисельності міського населення не був настільки вираженим, як тренд скорочення сільського населення. Зменшення кількості місць для розміщення в межах наявних засобів розміщення становило супроводжувалося у 2016-2020 рр. зниженням чисельності обслужених осіб. У 2020 році обсяги капітальних інвестицій у засоби туристичного інфраструктури у Вінницькій області становили близько 2937 тис.грн. Область багата землями природно-заповідного фонду та історико-культурного фонду. Також в області є велика кількість штучних насаджень, що посилює перспектив для розвитку зеленого туризму.

4. Основною метою створення Департаменту маркетингу міста та туризму було досягнення цілей ефективного розвитку туристичної галузі Вінницької області, формування передумов для вдосконалення просування туристичних продукцій дестинацій регіону, підтримка реалізації політики у сфері розвитку галузі туризму та рекреації м. Вінниця та в області в цілому, підвищення якості туристичних послуг та інфраструктури. Також діяльність департаменту спрямована на розвиток бренду туристичного регіону, що передбачає підвищення іміджу області та її туристичного продукту на міжнародному ринку туристичних послуг.

5. Охарактеризовано загальні тенденції розвитку ринку зеленого туризму в Вінницькій області. Як свідчать статистичні дані, у 2013-2020 рр. чисельність суб'єктів у сфері функціонування зеленого туризму області на мала визначеної тенденції. Було охарактеризовано деяких стейкхолдерів у сфері зеленого туризму регіону, до складу яких належали окремі туристичні компанії, що

просувають послуги зеленого туризму та туристичні дестинації Вінницької області. У Вінницькій області послуги сільського зеленого туризму надають 13 сільських садиб. Як свідчать статистичні дані, у 2013-2020 рр. чисельність суб'єктів у сфері розвитку зеленого туризму мала тенденцію до коливання. Наведеними суб'єктами були окремі туристичні компанії, що просувають послуги зеленого туризму та туристичні дестинації Вінницької області. Також зниження туристичного потоку можна було спостерігати у 2020 році внаслідок пандемії коронавірусу. В регіоні у 2017-2020 рр. функціонувала програма розвитку туризму у Вінницькій області. Вперше за всі роки незалежності цього року в обласному бюджеті закладено кошти на фінансування заходів, що стосуються розвитку зеленого туризму.

6. Формування туристичного продукту на території садиби «Чарівний куточок» було обґрунтовано основні передумови для створення проекту туристичного маршруту. Туристичний продукт має надаватися на території села Буша. Специфікою даного туру зеленого туризму є те, що не передбачається якихось виїзних екскурсій. Єдиною екскурсійною програмою є програма «Чарівне село». Тривалість екскурсійної програми – 3 дні. До послуг гостей надаються спеціальні агрооселі на території садиби. Це чотири будиночки з усіма зручностями для гостей. Також в кожному будинку міститься українська піч. Інтер'єр кожного будиночка виконаний в українському стилі. Додатковими елементами інфраструктури для зручності відпочинку є майданчики спортивний, дитячий, майданчик з мангалами та бесідками та павільйон.

7. Для організації просування наведеного туристичного продукту варто використати концепцію створення комунікаційного каналу. Відповідно до даної концепції, туристичний оператор ТОВ «Вінтур-Плюс» здійснює розміщення рекламних повідомлень про туристичний продукт на різних онлайн-ресурсах з метою популяризації туристичної програми. Бюджет програми просування становить 45 тис.грн.

8. Проектований туристичний продукт буде рентабельним. Вартість туру «Чарівне село» на одного відпочиваючого (в категорії – туристи з України)

складає 5950,80 грн. (включно з ПДВ), а собівартість туру для садиби, враховуючи послуги просування – 3542,14 грн. у розрахунку на одного відпочиваючого на 5 діб. У той же час вартість туру «Чарівне село» для туристів з іноземних держав складає 7669,92 грн. (включно з ПДВ), а собівартість туру для садиби, враховуючи послуги просування – 4565,43 грн. у розрахунку на одного відпочиваючого на 5 діб. За результатами розрахунків встановлено, що прогнозний дохід від реалізації туристичного продукту «Чарівне село» у 2022 році становитиме 1351052 грн., у тому числі 743850 грн. - від реалізації продукту туристам з України, 607202 грн - від реалізації продукту туристам іноземних держав (Польща). Прогнозні прямі витрати (вартість) становлять 675029 грн., а непрямі витрати (утримання туристичної інфраструктури та просування туристичного продукту на ринок) – 290023 грн. Чистий прибуток від просування туристичного продукту у 2022 році становитиме 316518 грн. Прогнозний дохід від реалізації туристичного продукту «Чарівне село» у 2023 році становитиме 2357068 грн., у тому числі 1155447 грн. - від реалізації продукту туристам з України, 1201621 грн - від реалізації продукту туристам іноземних держав (Польща). Прогнозні прямі витрати (вартість) становлять 1179433 грн., а непрямі витрати (утримання туристичної інфраструктури та просування туристичного продукту на ринок) – 504187 грн. Чистий прибуток від просування туристичного продукту становитиме 556274 грн.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Багрій М. В. Вдосконалення державного регулювання туристичної привабливості сільських територій / М. В. Багрій // Агросвіт. – 2014. – № 14. – С. 69-72.
2. Європейський досвід організації сільського зеленого туризму. Все про туризм. Туристична бібліотека: сайт. - 2018. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу:: http://tourlib.net/statti_ukr/siltur2.htm
3. Бондаренко В. М. Сільський зелений туризм Вінниччини: проблеми та перспективи розвитку/ В. М. Бондаренко // Серія: Економічні науки. – 2015. – № 40. – С. 12-19.
4. Власенко І. В. Стан підприємництва у сфері сільського зеленого туризму в Україні та за кордоном / І. В. Власенко // Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій. – 2017. – № 76. – С. 26-30.
5. Габа М. І. Сільський зелений туризм – перспективний вид туризму для реформування економіки України / М. І. Габа // Інтелект ХХІ. – 2016. – № 2. – С. 88-94.
6. Головня О.М. Перспективи сфери туризму як фактору соціально-економічного зростання Вінницької області / О.М. Головня // Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики, 2017. - №10 (26). - С. 69-78.
7. Гризовська Л.О. Особливості та сучасні тенденції управління туристичним бізнесом в Україні / Л.О. Гризовська // Причорноморські економічні студії, 2018. - №26. – С. 115-118
8. Дармостук Д. Г. Тенденції розвитку зеленого туризму в Україні / Д. Г. Дармостук // Теорія та практика державного управління, 2017. - №2. – С. 1-7
9. Дейнега О.В., та ін. Перспективи сільського зеленого туризму в підвищенні конкурентоздатності країни та регіону / О.В. Дейнега, А.Б. Почтовюк // Перспективи розвитку сільського та екологічного туризму в Україні: зб. тез

доповідей Міжнародної науково-практичної конференції. - 2016. - С. 156-158

10. Денисенко М.П. Формування системи управління якістю послуг у сфері туризму / М.П. Денисенко, Н.М. Терещенко // Наукові праці МАУП, - 2014. - № 1. - С. 134-138.

11. Дідик Н. В. Розвиток зеленого туризму – пріоритетне завдання для України / Н. В. Дідик, О. В. Варшава // Економіка і суспільство. – 2017. – № 9. – С. 763-767.

12. Довідник із землеустрою / за ред. Л. Я. Новаковського. - 4-те вид., перероб. і допов. – К. : Аграрна наука, 2015. – 492

13. Дюк А. А., Бурлака Н. І. Розвиток зеленого туризму в Україні / А. А. Дюк, Н. І. Бурлака // Ефективна економіка. - 2018. - № 12. - [Електронний ресурс]: Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6795>

14. Європейський досвід організації сільського зеленого туризму [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://tourlib.net>

15. Железняк А. Порівняльна характеристика моделей розвитку зеленого туризму в країнах східної Європи (на прикладі України, республіки Білорусь, Польщі) / А. Железняк, Є. Хоміч, М. Бекта : [Електронний ресурс] : Режим доступу : nbuv.gov.ua

16. Івашина Л. Роль об'єднаних територіальних громад у розвитку сільського зеленого туризму / Л. Івашина // Державне управління та місцеве самоврядування: зб. наук. пр. - 2017. - № 3(34). - С. 143-148.

17. Ільницька-Гикавчук Г. Особливості оцінювання якості туристичних послуг / Г. Ільницька-Гикавчук // Науковий вісник НЛТУ України, 2017. - №27. – С. 62-64.

18. Камушков О. С. Застосування інтернет-маркетингу рекламної діяльності на підприємствах готельно-ресторанного господарства / О. С. Камушков, В. А. Язіна // Економічна та продовольча безпека України. - 2015. - № 3-4. - С. 24-27.

19. Кокуна О.І, та ін. Розвиток зеленого туризму в умовах формування об'єднаних територіальних громад / О.І. Коркуна, О.Я. Цільник // Економіка та

управління національним господарством. – 2019. - №1. – С. 24-28

20. Король М.М. Аналіз європейського досвіду організації зеленого туризму / М.М. Король, В.В. Атаманчук // Науковий вісник Ужгородського національного університету. – 2016. – Вип. 7. – Ч. 2. – С. 30-33.

21. Король М.М. Аналіз європейського досвіду організації зеленого туризму / М.М. Король, В.В. Атаманчук // Науковий вісник Ужгородського національного університету. - 2016. - №7. - Ч.2. - С. 30-33.

22. Кузик С. П., та ін. Соціально-економічне значення сільського зеленого туризму в контексті сучасних пріоритетів розвитку сільських територій України / С. П. Кузик, М. Й. Рутинський, П. С. Кузик // Все о туризме – туристическая библиотека: сайт. - 2018. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://tourlib.net/statti_ukr/kuzyk.htm

23. Мельниченко С.В., та ін. Управління бізнес-процесами в туризмі : монографія / С.В. Мельниченко, К.А. Шеєнкова. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. – 270 с

24. Музичка Є. О. Стан і тенденції розвитку ділового туризму в Україні / Є. О. Музичка, В.А. Петренко // Економіка та держава, 2018. - №1. – С. 54-59

25. Ніколаєв К. Д. Екологізація та розвиток сільського зеленого туризму в Україні: монографія / К. Д. Ніколаєв.- Київ: Видавництво НПУ імені М. П. Драгоманова, 2016. – 153 с.

26. Оливко О. Оцінка якості комплексного туристичного продукту / О. Оливко // Вісник КНТЕУ, 2015. - №2. – С. 58-63

27. Оппельд Л. І., та ін. Міжнародний досвід зеленого туризму в Україні: проблеми та перспективи / Л. І. Оппельд, А. О. Гордіян // Ефективна економіка, 2014. - № 1. – URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2667>

28. Панчук А.П. Туристична індустрія України / А.П. Панчук, І.В. Панчук // Інноватика у вихованні, 2017. - №5. - С. 154–161.

29. Папп В.В., та ін. Організаційний механізм управління якістю послуг на туристичних підприємствах / В.В. Папп, Н.В. Бошота // Економіка і суспільство, 2018. - №15. – С. 437-443

30. Паш В. В. Сільський зелений туризм як пріоритетний напрям розвитку сільських територій України / В. В. Паш // Агросвіт. – 2015. – № 18. – С. 17-22.
31. Передрій Н.О. Напрями розвитку сільського зеленого туризму в Україні / Н.О. Передрій // Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. Серія «Економічні науки», 2014. - Вип. 1(8). - Т 1. - С. 265-270.
32. Перспективи розвитку сільського зеленого туризму в Україні. Все про туризм – туристична бібліотека: сайт. - 2018. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://tourlib.net/statti_ukr/siltur7.htm
33. Про туризм: Закон України від 15.09.1995 № 324/95-ВР [Електронний ресурс] – режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80>
34. Рега М. Тенденції та перспективи розвитку управління підприємствами туристичної сфери в сучасному ринковому середовищі / М. Рега // Молодий вчений, 2015. - № 5 (20). - С. 72-75.
35. Россоха В., та ін. Розвиток сільських територій в умовах децентралізації управління: стан, проблеми, перспективи / В. Россоха, М. Плотніков // Економічний дискурс. - 2018. - №4. - С. 41-53.
36. Сагалакова Н. Характеристика туристичного продукту як специфічного об'єкту ціноутворення / Н. Сагалакова // Інвестиції: практика та досвід, 2015. - № 17. - С. 27-33.
37. Самаріна І.В. Розвиток сільського зеленого туризму на Дніпропетровщині / І.В. Самаріна // Агробізнес сьогодні. – 2020. - №11. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://agro-business.com.ua/agro/rehionalnyi-vymir/item/8355-rozvytok-silskoho-zelenoho-turyzmu-na-dnipropetrovshchyni.html>
38. Сердюкова О.М. Сутність сільського зеленого туризму / О.М. Сердюкова // Економіка та держава, 2014. - №3. - С.87-90.
39. Скляр Г. Економічна сутність та закономірності розвитку ринку туристичних послуг в Україні / Г. Скляр // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки, 2014. - № 1. - С. 106-112.
40. Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні

[Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.greentour.com.ua/>

41. Ставська Ю.В. Особливості та тенденції розвитку індустрії зеленого туризму / Ю.В. Ставська // Східна Європа: економіка, бізнес та управління, 2018. - №6. – С. 59-64

42. Степанов В. Ю. Сільський зелений туризм в Україні: проблеми та перспективи / В. Ю. Степанов // Актуальні проблеми державного управління. – 2018. – № 1(53). – С. 1-5.

43. Стренковська А.Ю., та ін. Проблеми та перспективи розвитку зеленого туризму в Україні / О.М. Євдокімова, А.Ю. Стренковська // Причорноморські економічні студії. – 2019. - №38(2). – С. 41-44

44. Тарасюк Г. М. Розвиток вітчизняного туризму в контексті світових туристичних тенденцій / Г. М. Тарасюк // Науковий вісник Ужгородського національного університету, 2016. - №7. – С. 127-131

45. Тищенко С.В. Сільський зелений туризм у контексті розвитку нетрадиційної форми господарювання / С.В. Тищенко // Науковий вісник Херсонського державного університету, 2018. - №8. – С. 293-301.

46. Тищук І.В. Динаміка та тенденції розвитку сільського зеленого туризму в регіонах України / І.В. Тищук // Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання: матеріали 18 Міжнародної науково-практичної конференції (23-24 березня 2017 року, м. Черкаси): у 2 т. - Т. 1. - Черкаси: Видавець Чабаненко Ю.А., 2017. - 400 с.

47. Туристи на селі: приховані можливості України / Радіо Свобода, від 18.07.2018 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.radiosvoboda.org/a/svoboda-v-detalyah/29374595.html>

48. Шиманська В.В. Стратегічне управління якістю туристичних послуг в межах розвитку туристичного комплексу України: теоретичні аспекти / В.В. Шиманська. // Економіка. Управління. Інновації, 2015. [Електронний ресурс]– Режим доступу: 1. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2015_1_44.

49. Щетинина М. П. Сільський туризм / М. П. Щетинина // збірник матеріалів: Міжнародний форум. – Барнаул: АЗБУКА, 2013 – 346 с.

50. Язіна В. А. Сільський зелений туризм як основний інструмент створення успішного українського туристичного села / В. А. Язіна, В. О. Ткач, С. П. Кожушко // Причорноморські економічні студії. - 2018. - № 29(2). - С. 37-41

51. Язіна В. А. Теоретична сутність організаційно-правового механізму управління готельно-ресторанним господарством / В. А. Язіна // Український журнал прикладної економіки. - 2016. - Т. 1, № 2. - С. 132-139

52. Сайт Вінницької міської ради. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.vmr.gov.ua/Executives/Lists/DepartmentOfMarketingAndTourism/ShowContent.aspx?ID=15>

53. Сайт Державної служби статистики Вінницької області. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.vn.ukrstat.gov.ua/index.php/statistical-information.html#>

54. Зелений туризм: навіть маленьке село може заробляти [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://sg.vn.ua/news/zelenyj-turyzm-navit-malenke-selo-mozhe-zaroblyaty/>

55. Садиби Вінничини [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://ua.dorogovkaz.com/usadba_volschebnyj_ugolok.php

56. Світовий досвід розвитку сільського зеленого туризму [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://archive.nbuv.gov.ua>.

57. Вінницька обласна програма розвитку туризму до 2020 року. Вінницька обласна асоціація органів місцевого самоврядування [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://sg.vn.ua/news/vinnytska-oblasna-programa-%20rozvytku-turyzmu-do-2020-roku-ye-start/>

58. Сайт Львівського державного університету фізичної культури імені І. Боберського, Лекція № 5: «Концептуально-теоретичні аспекти сільського зеленого туризму» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://repository.ldufk.edu.ua/bitstream/34606048/23931/1/%D0%9B%D0%B5%D0%BA%D1%86%D1%96%D1%8F%205.pdf>

ДОДАТОК А



**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ
ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**ТУРИСТИЧНИЙ БІЗНЕС:
ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ
РОЗВИТКУ**

**Збірник
наукових статей
студентів
Частина 1**

Київ 2021

**Київський національний торговельно-економічний
університет
Факультет ресторанно-готельного та туристичного бізнесу
Кафедра туризму та рекреації**

ТУРИСТИЧНИЙ БІЗНЕС: ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ РОЗВИТКУ

**Збірник наукових статей студентів заочної форми навчання,
які здобувають освітній ступінь «магістр»
спеціальностей 073 «Менеджмент»
(спеціалізація «Туристичний
та курортно-рекреаційний менеджмент»),
242 «Туризм» (спеціалізація «Міжнародний
туристичний бізнес»)**

Частина 1

Київ 2021

ЗМІСТ

ВСТУП	5
ТУРИСТИЧНИЙ ТА КУРОРТНО-РЕКРЕАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ	
БОРИСИЧОВА В. УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМИ РЕСУРСАМИ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА	6
КРИНІЦЬКА Л. РОЗРОБКА МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ТУРИЗМУ В МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ	10
ЛОКУТОВА О. ФОРМУВАННЯ АГРОТУРИСТИЧНИХ КЛАСТЕРІВ ЯК СКЛАДОВА РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ	16
НЕЧИПУРЕНКО Д. МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ЦІННІСНО- ОРІЄНТОВАНОГО УПРАВЛІННЯ В ТУРИЗМІ	21
РІПЕНКО Д. СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ЗНАННЯМИ НА ТУРИСТИЧНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ	27
СИТНИК Р. ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ КОРПОРАТИВНОЮ КУЛЬТУРОЮ ПЕРСОНАЛУ ТУРИСТИЧНОЇ МЕРЕЖІ	32
ТОЛОЧИН А. МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТНОГО СТАТУСУ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА	38
МІЖНАРОДНИЙ ТУРИСТИЧНИЙ БІЗНЕС	
АНДРІЄВСЬКА О. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМУ МІСТА КАМ'ЯНЕЦЬ-ПОДІЛЬСЬКИЙ	45
БЛОЩИНСЬКА А. ПРОСУВАННЯ ПРОДУКТУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ ЧЕРНІВЕЦЬКОЇ ОБЛАСТІ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ	53
ГОЛОВА М. ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ МАРКЕТИНГУ ТУРИСТИЧНОЇ ДЕСТИНАЦІЇ	59
ГОРОБЕЦЬ В. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ І ПРОСУВАННЯ ПРОДУКТУ МУЗЕЙНОГО ТУРИЗМУ	64

СРЕСЬКО В. МУЗИЧНИЙ ТУРИЗМ ЯК СКЛАДОВА ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ	71
КОНОНЕНКО П. КУЛЬТУРНА СПАДЩИНА ЯК РЕСУРС РОЗВИТКУ ЕТНОГРАФІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	75
КОРОЛЬОВА П. ГІРСЬКОЛИЖНИЙ ТУРИЗМ ІВАНО-ФРАНКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ В ПЕРІОД ПАНДЕМІЇ COVID-19	81
КРИЛОМАКА А. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ПРОЄКТУВАННЯ ПРОДУКТУ ДИТЯЧОГО ОЗДОРОВЧОГО ТУРИЗМУ ДЛЯ МІЖНАРОДНОГО РИНКУ	86
КУЧЕРУК В. ЗЕЛЕНИЙ ТУРИЗМ: ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ТА ЄВРОПЕЙСЬКІ ПРАКТИКИ	93
МИНЧЕНКО А. ОСОБЛИВОСТІ ТУРИСТИЧНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ ЛЮДЕЙ ПОХИЛОГО ВІКУ	100
ПОДОЛИННА А. ПРОСУВАННЯ ПРОДУКТУ РЕЛІГІЙНОГО ТУРИЗМУ ВІННИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ	104
СОРОКОПУД А. СУТНІСТЬ ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЙОГО ПРОСУВАННЯ	111
ЧЕРНИШЕНКО Д. ПРОСУВАННЯ КУРОРТНОГО ПРОДУКТУ ПРИАЗОВ'Я ДЛЯ ІНОЗЕМНИХ ТУРИСТІВ	116
ШЕВЧУК О. ФОРМУВАННЯ ІВЕНТИВНОГО ПОРТФЕЛЯ ЗАКАРПАТСЬКОЇ ОБЛАСТІ ДЛЯ РИНКУ В'ЇЗНОГО ТУРИЗМУ	120
ШИДІЙ А. СІЛЬСЬКИЙ ЗЕЛЕНИЙ ТУРИЗМ ЯК ПЕРСПЕКТИВНИЙ НАПРЯМ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ УКРАЇНИ	126
ТРОФИМЧУК Ю. НАУКОВІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМУ	131

ЗЕЛЕНИЙ ТУРИЗМ: ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ТА ЄВРОПЕЙСЬКІ ПРАКТИКИ

КУЧЕРУК В., 2 курс ФРГТБ КНТЕУ,
спеціальність «Туризм», спеціалізація «Міжнародний туристичний бізнес»

У статті уточнено зміст поняття «зелений туризм». Охарактеризовано особливості класифікації зеленого туризму. Наведено уточнення сутнісних ознак зеленого туризму та специфіки формування продукту зеленого туризму в Україні та зарубіжних країнах.

Ключові слова: зелений туризм, продукт зеленого туризму, передумови розвитку зеленого туризму

The article clarifies the meaning of the concept of «green tourism». Features of classification of green tourism in modern conditions are characterized. Clarification of the essential features of green tourism and the specifics of the formation of its tourist product in Ukraine and foreign countries.

Key words: green tourism, product of green tourism, preconditions of development of rural green tourism

Актуальність дослідження наукових засад зеленого туризму обумовлюється тим, що в сучасних умовах досить важливим є систематизація і визначення пріоритетних напрямків розвитку туризму. Зелений туризм має досить значний потенціал формування і функціонування, однак в сучасних умовах, в Україні відсутня чітко обґрунтована дорожня карта розвитку цього сегменту ринку туристичних послуг. Основними проблемами, які заважають розвиватися зеленому туризму, є відсутність у вітчизняних туроператорів системного досвіду в організації послуг цього виду туризму, певні проблеми фінансування розвитку відповідної туристичної інфраструктури, відсутність суттєвої державної підтримки на рівні органів центральної та місцевої влади. Тому обґрунтування наукових засад розвитку зеленого туризму є передумовою для вирішення усіх наведених проблем, що пояснюється важливістю розуміння досліджуваного сегменту туристичної сфери, а також чинників формування його туристичного продукту, який має чітку класифікацію та сутнісні ознаки.

Зелений туризм за оцінками Всесвітньої туристичної організації (UN WTO) є значущим сектором світового туризму – 12–30% світового туристичного потоку [5]. Дослідження Європейської федерації зеленого туризму показують, що середній щорічний темп розвитку сегменту зеленого туризму (без урахування екскурсійної діяльності) протягом останніх 10–15 років до початку пандемії склав 10–15%, що набагато вище, ніж темп приросту європейського туризму загалом (4–5%) [5]. У сегменті зеленого туризму зосереджено до 20% місць розміщення. Україна прагне посісти чільне місце в європейському та світовому туристичному співтоваристві в цьому контексті. Важливість зеленого туризму як одного з несільськогосподарських видів діяльності підкреслюють багато вчених і практиків. Вирішення низки проблем розвитку сільської місцевості (відтік молоді в міста, зниження зайнятості, низькі доходи сільського населення тощо) фахівці пов'язують з диверсифікацією сільської економіки. Одним з перспективних напрямів є туристична діяльність, яка за порівняно низьких витрат дає змогу вирішувати комплекс завдань соціально-економічного розвитку села.

Аналіз останніх наукових публікацій показав, що дослідженню питань формування туристичних продуктів, особливо в напрямку зеленого туризму, приділяється багато уваги в працях провідних науковців як Головня О.М. [1], Дармостук Д. Г. [2], Дейнега О.В., Почтовюк А.Б. [3], Дідик Н.В., Варшава О.В. [4], Зінчук Т.О. [5], Ніколаєв К. Д. [7], Опшельд Л. І., Гордіян А.О. [8], Передрій Н.О. [9], Сердюкова О.М. [10], Ставська Ю.В. [11], Тищенко С.В. [15], Тищук І.В. [16] та ін. Змістовні питання сутності зеленого туризму в

контексті сталого туризму розглянуто Ткаченко Т.І. [17] Однак, подальшого вивчення потребують питання, що стосуються можливих напрямів удосконалення розробки інноваційних продуктів у сфері зеленого туризму в Україні, зокрема в регіональному розрізі.

Метою статті є висвітлення теоретичних засад і кращих практик розвитку зеленого туризму. Досягнення мети роботи передбачає вирішення таких завдань:

- уточнити зміст поняття «зелений туризм», виявити основні його сутнісні ознаки;
- розглянути особливості класифікації зеленого туризму;
- визначити компонентну структуру формування туристичних продуктів у сфері зеленого туризму.

Об'єктом дослідження є процес формування механізмів розвитку зеленого туризму на ринку туристичних послуг.

Предметом дослідження є теоретико-методологічні та практичні засади формування механізмів розвитку зеленого туризму.

Виклад основного матеріалу. Розкриваючи зміст теми дослідження, варто відмітити, що в сучасній літературі його часто ототожнюють з поняттям «сільський туризм». Розглянемо існуючі визначення поняття «зеленого туризму» у трактуванні різних авторів (табл. 1).

Таблиця 1

Визначення поняття «зелений туризм» у трактуванні різних авторів

Автор та джерело інформації	Зміст поняття «зелений туризм»
Головня О.М. [1]	Зміст зеленого туризму визначається процесами організації відпочинку в приватних господарствах у сільській місцевості, яка приваблює своєю недоторканою природою, пам'ятками історії та природи
Стренковська А.Ю., Євдокімова О.М. [12]	Зелений туризм виступає специфічною формою відпочинку в приватних господарствах сільської місцевості з використанням майна та трудових ресурсів особистого селянського, підсобного або фермерського господарства
Дейнега О.В., Почтовюк А.Б. [3]	Зелений туризм – вид організації відпочинку, що передбачає знайомство з місцевим побутом в агрооселях, вивчення традицій проведення народних свят, фольклорної творчості, організації подорожей вихідного дня
Дідик Н.В., Варшава О.В. [4]	Відпочинок у сільській місцевості характеризується тим, що, по-перше, відпочивальники ведуть сільський спосіб життя і знайомляться з місцевими звичаями; по-друге – це надання господарями туристу-відпочивальнику (споживачу) якісної послуги
Зінчук Т.О., Усюк Т.В. [5]	Це є відпочинковий вид туризму, зосереджений на природних територіях, який передбачає заняття різними формами активної рекреації у природних ландшафтах без заподіяння шкоди навколишньому середовищу
Оппельд Л. І., Гордіян А. О. [8]	Це вид проведення вільного часу у формі стаціонарного, з можливістю недалеких виїздів чи походів, відпочинку в сільській місцевості
Передрій Н.О. [9]	Це спрямована мандрівка в сільську місцевість з метою ознайомлення з місцевою культурою та історією природного середовища, яка не порушує цілісності екосистеми, при цьому робить охорону природних ресурсів відповідною для сільських мешканців
Сердюкова О.М. [10]	Мандрівка з відповідальністю перед навколишнім середовищем по відносно незайманих територіях з метою відпочинку на природі, що сприяє її охороні, чинить «м'який» вплив на навколишнє середовище, забезпечує активну соціально-економічну участь місцевих мешканців у збереженні природи та отриманні ними переваг від цієї діяльності

Джерело: складено автором на основі [1,12,3,4,5,8,9,10]

На основі наведених вище підходів до визначення змісту поняття «зелений туризм» можемо стверджувати про різні підходи та трактування. В узагальненій формі зелений туризм являє собою форму відпочинку у сільській місцевості, що передбачає використання відповідної сільськогосподарської інфраструктури для організації надання туристичних послуг.

Специфічною групою, що поєднує ознаки природних та антропогенних ресурсів, виступає сільськогосподарська та інша діяльність на селі, включаючи безпосередньо види сільськогосподарської діяльності, а також повсякденного побуту. До цієї ж групи ми відносимо технології сільськогосподарської та повсякденної діяльності, одержувані результати (продукти). Безумовно, ця група буде неповною без підприємства та виробництва сільськогосподарського призначення [11].

Останніми роками спостерігається тенденція створення та використання передумов розвитку зеленого туризму в Україні: застосування господарями садиб системи знижок, під яку підпадають переважно такі категорії населення: діти, пенсіонери, постійні туристи. Також варто зазначити, що пропозиція послуг зеленого туризму в Україні залежить від пори року, адже такому виду туристичної діяльності притаманна сезонність.

На нинішньому етапі розвитку зеленого туризму в Україні серед основних видів туристичної інфраструктури, облаштованих для прийому туристів, виділяють такі садиби [7]:

- фермерська (являє собою земельну ділянку з розташованими на ній житловим будинком, господарськими побутовими будівлями, комунікаціями різних видів (наземні, підземні), багаторічними насадженнями, що знаходиться поза межами населеного пункту);

- агрооселя (житлове приміщення з місцезнаходженням у сільській місцевості, яке залежно від своєї категорії має не більше п'яти кімнат, що є пристосовані до проживання туристів і належать на правах власності хазяїну, який займається сільськогосподарськими роботами або працює у сфері обслуговування чи соціальної сфері свого села).

У ФРН зелений туризм розвивався в рамках концепції «сталого розвитку» тієї чи іншої території і керувався міністерством сільського господарства. Як бізнес він став відігравати особливу соціокультурну функцію: з його допомогою німецька влада намагалася зберегти і популяризувати традиційну зовнішність німецького села, з притаманними їй традиціями, обрядами і ремеслами.

Порід з цим в Італії був прийнятий закон, що регулює питання, пов'язані з розвитком зеленого туризму. Особливість зеленого туризму в Італії полягає в тому, що держава не дозволила фермерам повністю переорієнтуватися на туризм, відмовившись від сільськогосподарського виробництва. Обслуговувати туристів мали право лише ті господарства, співробітники яких пройшли спеціальні курси. Друга вимога – умови проживання туристів повинні відповідати нормам і стандартам, прийнятим в Європі. З точки зору європейського туристу, така умова є цілком виправданою, хоча за своєю суттю зелений туризм пропонує міському жителю зануритися в атмосферу сільського життя, часом позбавлену будь-яких зручностей, тобто максимально наблизити його до природної реальності. Були й інші обмеження: сільським туризмом заборонили займатися особам, які вчинили кримінальні злочини в сфері гігієни та охорони здоров'я або обману в процесі підготовки харчування.

Територіально зелений туризм розвинений в трьох областях Італії: Тоскані, Південному Тіролі та П'ємонті. Нині вони дають більше 50% доходів від всього аграрного туризму по країні. Серед туристів в італійських селах переважають ті, хто хоче познайомитися з традиціями місцевого виноробства. Як результат, зелений туризм відіграв одну з перших ролей в підйомі економіки держави, сільське господарство країни вийшло зі стану депресії, частина працездатного населення перейшла зі збиткових галузей в перспективну сферу надання послуг. У даний час він розвивається в одній гілці з екологічним туризмом під загальним девізом «Природа та здоров'я».

Серйозну увагу сільському туризму приділено в Австрії. У переважній більшості дрібних фермерських господарств агротуризм став другою за значущістю сферою діяльності фермерів, що приносить стабільний дохід. Нині на австрійських фермах регулярно відпочивають близько 80 тис. осіб.

У Франції лише 7% від загальної кількості мандрівників зупиняються в готелях, решта 93% вибирають сільські готелі і кемпінги [2]. У Франції була створена асоціація «Туризм в сільській місцевості», яка за аналогією з німецькою «Аплагритур» взяла на себе організацію аграрного туризму в масштабах всієї країни. Це пояснювалося високою ефективністю зеленого туризму як сфери підприємництва. На зелений туризм також покладається місія з порятунку традиційного сільського господарства від деградації.

Серед країн Східної Європи уваги заслуговує Польща – один з лідерів в сфері аграрного туризму. До сфер зеленого туризму цієї країни відносяться: оренда будиночків під польською столицею, сільських котеджів на Балтиці, апартаменти на фермах біля підніжжя Польських Татр. Ці об'єкти аграрного туризму були зведені практично в кожному польському воєводстві ще в минулому столітті. Польща була і залишається аграрно-індустріальною країною. Тому зелений туризм став тут настільки популярним. Практично кожен третій громадянин цієї країни є фермером [12].

Активізація туристичних потоків у сфері зеленого туризму передбачає наявність відповідного туристичного продукту, який би повною мірою задовольняв потреби споживача. Досягнення широкої участі усіх зацікавлених осіб у наданні та споживанні послуг зеленого туризму підсилюється через наявність сертифікованих закладів відпочинку та харчування. У країнах – членах ЄС формування екоструктур готельно-ресторанного бізнесу є свого роду елементом успішної стратегії розвитку зеленого туризму. Проведення процедури сертифікації закладів відпочинку та присвоєння їм статусу «еко» здійснюється в рамках міжнародної програми «GreenKey», що реалізується в рамках проекту Міжнародної організації екологічної освіти. Програмою встановлено оцінку якості надання послуг гостинності, дотримання високих екологічних стандартів на основі відповідної документації, частих аудиторських перевірок [5].

За статистичними даними, успішно процедуру сертифікації пройшли 3200 готелів та інших закладів у 65 країнах світу (табл. 2).

Таблиця 2

**Рейтинг країн – членів ЄС за кількістю сертифікованих
екозакладів готельного бізнесу станом на 2020 р.**

Назва країни	Кількість закладів	Поширений бренд
Нідерланди	697	NH Groningen
Франція	604	Best Western
Греція	313	Mayor Pelekas Monastery
Бельгія	212	Hostel Hoge Rielen
Швеція	174	Best Western
Данія	142	Hornstrup Kursuscenter
Португалія	127	Pestana Palacio do Freixo
Фінляндія	85	Radisson Blu
Німеччина	31	Park Inn by Radisson, Radisson Blu
Естонія	21	Ammende Villa
Велика Британія	19	London Marriott Hotel
Латвія	12	Gallery Park

Джерело: складено автором на основі [5]

У рейтингу країн світу, що мають сертифіковані заклади туризму, Україна займає 21-ше місце, активно розвиваючи свою участь у міжнародній програмі сертифікації пляжів «BlueFlag» [5]. Учасники програми повинні суворо дотримуватися 32 оціночних критеріїв, серед яких можна виділити такі: чистота води та піску, дотримання вимог екологічного менеджменту і безпеки, проведення просвітницьких заходів екологічного спрямування.

Зелений туризм як окремий сегмент ринку туристичних послуг і новий напрям його розвитку виконує основні функції: захист навколишнього середовища та раціональне використання природних ресурсів. Причому ресурси використовуються таким чином, щоб якнайповніше задовольняти економічні, соціальні й естетичні потреби, зберігаючи культурні надбання і цінності, біологічне різноманіття та систему життєзабезпечення. Із усієї багатоманітності пріоритетів зеленого туризму можна виділити ті, які переважно відповідають

Цілі сталого розвитку стають визначальними в період економічної кризи та гарантують основні види безпечної життєдіяльності [5]:

- постачання екологічно чистих і якісних продуктів харчування, розповсюдження органічного виробництва сільськогосподарської продукції (продовольча безпека);
- надання природоохоронних послуг, збереження довкілля, збагачення рослинного та тваринного світу, поновлення фізичних і духовних сил (екологічна безпека);
- зростання доходів населення, боротьба з бідністю, розширення ринку праці (економічна безпека);
- створення власних брендів, марок, географічних зазначень агропродовольчої продукції (інтелектуальна безпека);
- розвиток альтернативних видів енергії, впровадження біоенергетичних технологій (енергетична безпека);
- надання послуг на сільських територіях з іпотерапії, ремісництва, рибальства, збирання ягід і грибів, збереження самотності (соціально– культурна безпека) тощо [5].

Отже, є всі підстави вважати зелений туризм складовою національної безпеки, що, своєю чергою, потребує належного інституційного середовища (рис. 2), досконалого фінансово-правового забезпечення щодо збалансованого використання природних ресурсів у поєднанні з історико-культурним і духовним потенціалом сільської місцевості. Важливим стимулом розвитку зеленого туризму є державна регіональна екологічна політика у поєднанні зі сталим розвитком, пріоритетами якої є модель взаємодії та партнерства на транскордонному рівні. При цьому сталий розвиток виступає «ключовим домінантом регіонального екологічного управління» [6].

Головними проблемами, що стримують процес розвитку зеленого туризму в Україні, є:

- зміни, ускладнення політичної та соціальної ситуації;
- недостатня підтримка з боку держави туристичної галузі, що впливає на соціальну та економічну ситуації в країні, тому що саме за належної державної підтримки зеленого туризму на його рівень розвитку можна спрямувати як зовнішні, так і внутрішні інвестиції.

На нашу думку, така ситуація тимчасова, а для того, щоб сільський туризм розвивався в подальшому та сприяв поліпшенню соціально-економічної ситуації сільських територій, необхідно:

- підтримувати відповіді якості послуг та формувати його позитивний імідж на ринку пропозицій;
- забезпечити системне надання консультаційної допомоги суб'єктам зеленого туризму щодо його розвитку;
- вдосконалити туристичну інфраструктуру та ефективно використовувати рекреаційні ресурси;
- забезпечити туристичну галузь висококваліфікованими спеціалістами.

Так, у Франції частка сільського туриста в туристичному потоці сягає 33%, у Великобританії близько 10% підприємців ведуть бізнес у сільській місцевості, інтегровані в індустрію зеленого туризму, а також пропонують відповідні послуги, в Німеччині дещо менше, а саме 4% підприємців, які обслуговують до 13% внутрішнього туристичного потоку [5].

У Новій Зеландії 11% в'їзного туристичного потоку вивідють ферми або селянські господарства, іноземні туристи становлять в середньому 53% споживачів послуг зеленого туризму. Цікаво відзначити, що якщо іноземні туристи, які відвідують ферми Нової Зеландії переважно належать до вікової групи 55-64 років, то у внутрішньому туристичному потоці переважають туристи віком 25-34 років.

Варто зазначити, що усім садибам зеленого туризму притаманна певна специфіка:

- 1) розміщення на сільських територіях;
- 2) спирання на своєрідні властивості села, такі як відкритий простір, агротурекреативне виробництво, контакт із природою, традиційні обряди та звичаї, культурна спадщина;
- 3) сільський характер як за об'єктами, так і за характером діяльності;
- 4) традиційність за характером;
- 5) різноманіття, що відображає складність сільського середовища, економіки й історії;

6) ритм сільського життя;

7) свіжа їжа, вироблена в господарстві власника садиби або в селі [4].

Усім зеленим садибам притаманні риси зеленого туризму:

- а) рівновага між середовищем, економікою та соціальними аспектами;
- б) інтеграція туристичної діяльності з метою охорони природи й соціально-економічного життя;
- в) формування нового ставлення та поведінки як туристів, так і власників садиби;
- г) використання суспільного й економічного потенціалу території.

Розробка туристичного продукту у сфері зеленого туризму – це процес перетворення ресурсів на туристичний продукт, який відбувається на різних господарюючих суб'єктах.

Будь-який продукт, навіть із найкращими споживчими властивостями, рано чи пізно витісняється з ринку іншим, більш вдосконалим. Не може бути вічного продукту, бо з часом попит на нього падає і отриманий від реалізації прибуток настільки малий, що подальша торгівля ним стає економічно не вигідною.

Висновки. Таким чином, аналіз теоретичних основ організації діяльності об'єктів зеленого туризму дав змогу визначити сутність поняття зеленого туризму, особливості здійснення подібної діяльності у світі, проведення аналогії щодо організації такого відпочинку в Україні. В узагальненій формі зелений туризм являє собою форму відпочинку у сільській або позаміській місцевості, що передбачає використання відповідної туристичної інфраструктури для організації надання туристичних послуг. Підтримка розвитку зеленого туризму на селі вирішить важливі для нашої країни та регіонів проблеми з високим рівнем безробіття в сільській місцевості, підвищить інтерес жителів до підтримки та розвитку благоустрою, підвищить інтерес молоді до активної участі в житті територіальних громад. На сьогодні особливу роль у проектуванні продуктів зеленого туризму відіграють маркетингові комунікації, тобто система просування продукту на ринку.

Список використаних джерел

1. Головня О.М. Перспективи сфери туризму як фактору соціально-економічного зростання Вінницької області / О.М. Головня // Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики, 2017. – №10 (26). – С. 69-78.
2. Дармостук Д. Г. Тенденції розвитку зеленого туризму в Україні / Д. Г. Дармостук // Теорія та практика державного управління, 2017. – №2. – С. 1-7
3. Дейнега О.В., та ін. Перспективи зеленого туризму в підвищенні конкурентоздатності країни та регіону / О.В. Дейнега, А.Б. Почтовюк // Перспективи розвитку сільського та екологічного туризму в Україні: зб. тез доповідей Міжнародної науково-практичної конференції. – 2016. – С. 156-158

4. Дідик Н.В., та ін. Розвиток зеленого туризму – пріоритетне завдання для України / Н.В. Дідик, О.В. Варшава // Економіка і суспільство, 2017. – №9. – С. 762–765
5. Зінчук Т.О., та ін. Зелений туризм в умовах сталого розвитку та викликів світової економічної кризи / Т.О. Зінчук, Т.В. Усюк // Проблеми економіки, 2020. – № 45. – С. 11–17.
6. Європейський досвід організації зеленого туризму [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://tourlib.net>
7. Ніколаєв К. Д. Екологізація та розвиток зеленого туризму в Україні: монографія / К. Д. Ніколаєв. – Київ: Видавництво НПУ імені М. П. Драгоманова, 2016. – 153 с.
8. Оппельд Л. І., та ін. Міжнародний досвід зеленого туризму в Україні: проблеми та перспективи / Л. І. Оппельд, А. О. Гордіян // Ефективна економіка, 2014. – № 1. – URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2667>
9. Передрій Н.О. Напрями розвитку зеленого туризму в Україні / Н.О. Передрій // Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. Серія «Економічні науки», 2014. – Вип. 1(8). – Т 1. – С. 265-270.
10. Сердюкова О.М. Сутність зеленого туризму / О.М. Сердюкова // Економіка та держава, 2014. – №3. – С.87-90.
11. Ставська Ю.В. Особливості та тенденції розвитку індустрії зеленого туризму / Ю.В. Ставська // Східна Європа: економіка, бізнес та управління, 2018. – №6. – С. 59-64
12. Стренковська А.Ю., та ін. Проблеми та перспективи розвитку зеленого туризму в Україні / А.Ю. Стренковська, О.М. Євдокімова // Причорноморські економічні студії, 2019. – № 38. – С. 41–44.
13. Сільський зелений туризм. Тренд туристичного сезону 2020 / Туристичний портал Херсонської ОДА. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://khoda.gov.ua/s%D1%96lskij-zelenij-turizm--trend-turistichnogo-sezonu-2020>
14. Собуцький С. Сільський зелений туризм: перспективи розвитку / С. Собуцький // Вісник: офіційно про податки, 2020. – № 2. – [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.visnuk.com.ua/ua/pubs/id/90010301>
15. Тищенко С.В. Сільський зелений туризм у контексті розвитку нетрадиційної форми господарювання / С.В. Тищенко // Науковий вісник Херсонського державного університету, 2018. – № 8. – С. 293–301.
16. Тишук І.В. Динаміка та тенденції розвитку зеленого туризму в регіонах України / І.В. Тишук // Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання: матеріали 18 Міжнародної науково-практичної конференції (23-24 березня 2017 року, м. Черкаси): у 2 т. – Т. 1. – Черкаси: Видавець Чабаненко Ю.А., 2017. – 400 с. Ткаченко Т.І.
17. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу : монографія. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. – 2-ге видання. – 463 с.

Робота виконана під науковим керівництвом д-ра екон. наук, професора ТКАЧЕНКО Т. І.

ДОДАТОК Б

Чисельність населення Вінницької області

	Чисельність наявного населення			Чисельність постійного населення		
	всього	у тому числі		всього	у тому числі	
		міське	сільське		чоловіки	жінки
2013	1627	816	811	1619,9	745,3	874,6
2014	1618,3	815,3	803	1611,2	742,2	869
2015	1610,6	814,8	795,8	1603,5	739,6	863,9
2016	1602,2	813,4	788,8	1595,1	736,6	858,5
2017	1590,4	810,1	780,3	1583,3	731,8	851,5
2018	1575,8	806,3	769,5	1568,7	725,7	843
2019	1560,4	801,7	758,7	1553,3	719	834,3
2020	1545,4	799,4	746	1538,3	712,7	825,6
2021	1529,1	795,8	733,3	1522	705,6	816,4

Джерело: див. статтю [53]

Аналіз роботи колективних засобів розміщення Вінницької області

	Кількість колективних засобів розміщування, од	Кількість місць, тис. од	Кількість осіб, що перебували у колективних засобах розміщування, тис. осіб
2016	25	2,2	89,1
2017	24	2,1	85,6
2018	22	1,9	78,4
2019	21	1,9	83,9
2020	10	1,0	23,5

Джерело: *див. статтю [53]*