

Державний торговельно-економічний університет

Кафедра туризму та рекреації

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

«Розроблення продукту активного туризму територією Сумської області та організація його реалізації на ринку країн ЄС»

Студента 4 курсу, 21 групи,
освітнього ступеня «бакалавр»,
спеціальності 242 «Туризм»
освітньої програми «Міжнародний
туризм»

підпис студента

Кравець
Владислав
Володимирович

Науковий керівник:
д.е.н., професор

підпис керівника

Ткаченко
Тетяна Іванівна

Гарант освітньої програми:
канд. держ. управ., доцент

підпис гаранта

Кравцов Сергій
Станіславович

Київ 2023

Державний національний торговельно-економічний університет
Факультет ресторанно-готельного та туристичного бізнесу
Кафедра туризму та рекреації
Освітній ступінь «бакалавр»
Спеціальність 242 «Туризм»
Освітня програма «Міжнародний туризм»

Затверджую

Зав. кафедри

Т.І. ТКАЧЕНКО

«___» листопада 2022 р.

ЗАВДАННЯ на випускню кваліфікаційну роботу студентів

Кравцю Владиславу Володимировичу

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи:

«Розроблення продукту активного туризму територією Сумської області та організація його реалізації на ринку країн ЄС»

Затверджена наказом ДТЕУ від «01» листопада 2022 р. № 2900

2. Строк здачі студентом закінченої роботи: до 02.06.2023 р.

3. Цільова установка та вихідні дані до роботи:

Мета роботи: обґрунтування пропозицій щодо розроблення та ефективності реалізації продукту активного туризму територією Сумської області на ринку країн ЄС.

Об'єкт дослідження: процес розроблення та реалізації продукту активного туризму на ринку послуг.

Предмет дослідження: теоретико-методичні та прикладні засади процесу розроблення та реалізації продукту активного туризму територією Сумської області на ринку країн ЄС.

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

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ПРОДУКТУ АКТИВНОГО ТУРИЗМУ ТЕРИТОРІЄЮ СУМСЬКОЇ ОБЛАСТІ

- 1.1. Діагностика ринку активного туризму області
- 1.2. Ресурсний потенціал розвитку активного туризму області
- 1.3. Маршрут і програма нового туру активного туризму територією області

РОЗДІЛ 2. ОБҐРУНТУВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ НОВОГО ПРОДУКТУ АКТИВНОГО ТУРИЗМУ ТЕРИТОРІЄЮ СУМСЬКОЇ ОБЛАСТІ НА РИНКУ КРАЇН ЄС

- 2.1. План маркетингових комунікацій
- 2.2. Цінова політика та продуктова програма
- 2.3. Економічне обґрунтування ефективності реалізації туру

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

5. 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	01.09.2022 – 01.11.2022	01.11.2022
2	Оформлення і затвердження завдання на роботу	02.11.2022 – 02.12.2022	21.11.2022
3	Написання та попередній захист 1 розділу випускної кваліфікаційної роботи у наукового керівника	03.12.2022-10.02.2023	10.02.2023
4	Написання та попередній захист 2 розділу випускної кваліфікаційної роботи у наукового керівника	11.02.2023 – 21.04.2023	21.04.2023
5	Оформлення випускної кваліфікаційної роботи	22.04.2023 – 08.05.2023	08.05.2023
6	Попередній захист у комісіях, доопрацювання, оформлення, друкування, підготовка матеріалів до захисту	09.05.2023-22.05.2023	22.05.2023
7	Представлення готової зшитої випускної кваліфікаційної роботи на кафедрі	23.05.2023 – 01.06.2023	01.06.2023
8	Захист випускної кваліфікаційної роботи в екзаменаційній комісії	Згідно з розкладом	

6. Дата видачі завдання «21» листопада 2022 р.

7. Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи

(підпис)

Т.І. Ткаченко

8. Гарант освітньої програми

(підпис)

С.С. Кравцов

9. Завдання прийняла до виконання студент

(підпис)

В.В. Кравець

10. Відгук наукового керівника випускної кваліфікаційної роботи

Студент Кравець Владислав Володимирович виконав випускну кваліфікаційну роботу на тему «Розроблення продукту активного туризму територією Сумської області та організація його реалізації на ринку країн ЄС» у визначений кінцевий термін.

За змістом, структурою та оформленням робота відповідає встановленим вимогам. Робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків.

У вступі роботи обґрунтовано актуальність теми, наведено характеристики сучасного стану досліджуваної проблеми, визначено мету і завдання, зазначено об'єкт і предмет дослідження, методи дослідження, структуру роботи.

У першому розділі студентом розглянуто теоретико-прикладні засади активного туризму, здійснено діагностику ринку послуг цього сегмента в Сумській області, описано ресурсний потенціал розвитку активного туризму області.

У другому розділі запропоновано новий тур пізнавального туризму, запропоновано програму та маршрут туру, маркетингові заходи з просування туру на ринку туристичних послуг країн ЄС, здійснено економічне обґрунтування реалізації туру.

У цілому поставлена у роботі мета досягнута, сформульовані завдання виконані. Робота виконана самостійно, з дотриманням принципів академічної доброчесності. Після перевірки роботи на унікальність тексту виявлені недоліки усунені.

Разом з тим, автор дещо переформатовав структуру роботи відносно до Завдання, хоча основні складові цього завдання - виконані.

Електронну версію випускної кваліфікаційної роботи отримано для передачі до репозитарію ДТЕУ.

Випускна кваліфікаційна робота студента Кравця В.В. рекомендується до захисту в екзаменаційній комісії.

Науковий керівник
випускної кваліфікаційної роботи _____ Т.І. Ткаченко
(підпис, дата)

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

11. Висновок про випускну кваліфікаційну роботу

Випускна кваліфікаційна робота студента _____
(прізвище, ініціали)
може бути допущена до захисту в екзаменаційній комісії.

Гарант освітньої програми _____ С.С. Кравцов
(підпис)

Завідувач кафедри _____ Т.І. Ткаченко
(підпис)

«__» _____ 20__ р.

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗРОБКИ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ АКТИВНОГО ТУРИЗМУ	9
1.1. Поняття та сутність активного туризму Ошибка! Закладка не определена. 9	
1.2. Діагностика ринку активного туризму	14
1.3. Оцінка ресурсного потенціалу Сумської області для розвитку активного туризму	21
РОЗДІЛ 2. ОБҐРУНТУВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ НОВОГО ПРОДУКТУ АКТИВНОГО ТУРИЗМУ ТЕРИТОРІЄЮ СУМСЬКОЇ ОБЛАСТІ НА РИНКУ КРАЇН ЄС.....	24
2.1. Розроблення маршруту та програми туру	24
2.2. Заходи та інструменти просування-туру на ринку країн ЄС..... Ошибка! Закладка не определена. 29	
2.3. Економічне обґрунтування туру.....	34
ВИСНОВКИ.....	39
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	40
ДОДАТКИ.....	43

ВСТУП

У сучасному світі туризм є однією з провідних галузей економіки. У розвинених країнах зростання суспільного добробуту супроводжується скороченням частки витрат на харчування та предмети розкоші у структурі загальних споживчих витрат населення. Одночасно зростає частка витрат на туризм та проведення вільного часу. Туризм у середині ХХ століття трансформувався з предмету розкоші у необхідний елемент масових споживчих благ, а витрати на відпочинок для сім'ї з середнім рівнем достатку виступають важливою складовою бюджету.

В останні роки спостерігається різке зростання інтересу до активних розваг. Активний туризм орієнтований, в основному, на молоду аудиторію, але інтерес до нього виявляють люди різного віку, що мають різне сімейне та суспільне становище, що істотно відрізняються рівнем культури та фізичного розвитку. Таке зростання інтересу людей до активного туризму пояснюється зміною способу життя людини за останні століття. Сучасна людина, яка звикла до стабільного, малорухливого способу життя, відчуває потреби у фізичній активності, адреналіновому сплеску, виході з рамок повсякденності, пізнанні нового, задоволення духовних потреб у зміні обстановки. Активний туризм – це один із найкращих способів задоволення даних потреб.

Ступінь вивченості теми дослідження є доволі низькою. Серед зарубіжних авторів можна виділити праці П. Кнопа, Х. Гібсона та С. Геммона, які досліджували активний туризм та його взаємозв'язок зі спортом та відпочинком. Серед вітчизняних вчених вивченням питань активного туризму займалися О. Колотуха, О. Булашев, Л. Федоришина, В. Зігунов, О. Беспала та інші. Водночас їх праці залишають чимало невирішених питань, що і зумовлює **актуальність** даного дослідження.

Мета роботи: обґрунтування пропозицій щодо розроблення та ефективності реалізації продукту активного туризму територією Сумської області на ринку країн ЄС.

Відповідно до мети сформовані наступні **завдання:**

- Дати визначення поняттю та сутності активного туризму;
- Провести діагностику ринку активного туризму;
- Оцінити ресурсний потенціал Сумської області для розвитку активного туризму;
- Здійснити розроблення маршруту та програми туру;
- Запропонувати заходи та інструменти просування туру на ринку країн ЄС;
- Провести економічне обґрунтування туру.

Об'єкт дослідження: процес розроблення та реалізації продукту активного туризму на ринку послуг.

Предмет дослідження: теоретико-методичні та прикладні засади процесу розроблення та реалізації продукту активного туризму територією Сумської області на ринку країн ЄС.

В процесі роботи над даною темою були використані наступні **методи:**

- системний аналіз;
- комплексний підхід;
- класифікація;
- моделювання;
- конкретизація.

Практичне значення даного дослідження полягає в можливості його використання в подальшому вивченні теми активного туризму та розробленому туристичному продукті, який може бути використаний для надання туристичних послуг вітчизняними суб'єктами туристичної діяльності.

Випускна кваліфікаційна робота складається зі вступу, двох розділів, висновків та списку використаних джерел з 27 найменувань.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗРОБКИ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ АКТИВНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Поняття та сутність активного туризму

Поняття «активний туризм» має кілька визначень:

- подорож, яка включає принаймні два з наступних трьох елементів: фізичну активність, природне середовище та культурне занурення [20, с. 12];
- форма подорожей з активними способами пересування або здійснюваних за допомогою м'язових зусиль чи спеціального спорядження [25, с. 101];
- вид рекреаційно-туристської діяльності, яка здійснюється в природному середовищі, і полягає у проходженні туристських маршрутів різними активними засобами пересування із подоланням різноманітних перешкод (перевалів, вершин, порогів, каньйонів, печер тощо) [6, с. 107].

Одразу необхідно відмітити, що в англomовній літературі поняття «активний туризм» відсутнє, а UNWTO, інші профільні організації, а також дослідники називають даний вид туризму «adventure tourism», тобто «пригодницький туризм», що, на наш погляд, значно краще розкриває сутність даного явища.

Як бачимо, перше визначення надто загальне і не зовсім відображає суть активного туризму. Наприклад, під активним туризмом можна розуміти груповий піший похід у ліс, адже він також включає природне середовище та фізичну активність, або велосипедну екскурсію містом, адже вона включатиме фізичну активність та культурне занурення. Друге визначення теж недостатньо точне і визначає лише частину того, що входить у активний туризм. Тому в даному дослідженні будемо спиратися на останнє визначення активного туризму, дане Олександром Колотухою.

Можна сказати, що під активним туризмом слід розуміти будь-які переміщення людини в місце, де вона не проживає, а також докладає набагато більшої кількості фізичних зусиль, ніж у звичайному житті. Також активний туризм передбачає під собою часту зміну місця, турист не «засиджується» довго на одному місці.

Деякі дослідники, такі, як С. Курилюк, не розділяють спортивно-оздоровчий та активний туризм, вважаючи, що і те, і інше – це «спосіб життя значного кола суспільства, для якої туризм служить ефективним засобом фізичного оздоровлення внаслідок обмеження фізичних навантажень з поєднанням прогулянок, подорожей, інтелектуальних та розвиваючих ігор, культурного розвитку» [9, с. 16]. На нашу думку, це невірно, адже спортивно-оздоровчий, як і спортивний туризм, можуть бути лише складовою активного туризму, а не взаємозамінними поняттями.

Також слід пам'ятати, що, на відміну від спортивно орієнтованого туризму, досягнення спортивних результатів не є головною метою здійснення активного туризму.

Сутність активного туризму полягає у здійсненні подорожей, під час яких туристи мають можливість відчувати себе частинкою природи, дізнатися більше про історію та культуру різних країн, зустріти нових людей та розвинути свої фізичні та розумові здібності. Активний туризм забезпечує можливість насолоджуватися навколишнім середовищем та зберігати природні ресурси, а також збільшує свідомість людей про важливість екологічного туризму та сталого розвитку. Це може бути піші прогулянки, велосипедні поїздки, гірськолижні тури, скелелазіння, сплав на каяках, альпінізм та інші види активного відпочинку.

Популярність активного туризму зростає з кожним роком, оскільки він надає людям можливість відчувати природу та отримати нові враження, покращити своє здоров'я та відпочити від повсякденних проблем. До факторів, що стримують його розвиток, можна віднести те, що активний туризм має свої ризики та потребує іноді досить серйозної підготовки.

Базовою основою формування різновидів активного відпочинку та змістовного дозвілля на сьогодні виступають види екологічного спорту і в першу чергу – це види спортивного туризму (пішохідний, лижний, гірський, водний, велосипедний, спелео, автомото, вітрильний та комбінований), а також альпінізм, скелелазіння, гірськолижний спорт, сноуборд, спортивна радіоперенгація, спортивне орієнтування, водний слалом, а також вітрильний, підводний, риболовний та парашутний спорт [10, с. 83].

Класифікація активного туризму може проводитись за різними критеріями. Один із можливих підходів полягає у поділі на типи за видами фізичної активності, яку здійснюють туристи. Зазвичай виділяють наступні типи активного туризму:

- Піші прогулянки та трекінг – подорожі пішки з метою відвідати віддалені локації та насолодитися красою природних пейзажів.
- Велосипедні тури – подорожі на велосипеді, які можуть проходити як по шосе, так і по пересіченій місцевості.
- Водні види спорту – це може бути сплав на каяках, каное, рафтинг, вейкбординг, сноркелінг, дайвінг, яхтинг та інші види активності на воді.
- Гірськолижні тури – зимові подорожі для катання на лижах та сноубордах в гірських районах.
- Альпінізм – включає в себе сходження на вершини гір, а також скелелазіння.
- Екстремальний туризм – включає в себе подорожі, які пов'язані з високим ризиком та потенційно небезпечні, наприклад, бейсджампінг, вільний польот на параплані, спуски на зорбах, сходження на вулкани тощо [27].

Ці типи активного туризму можуть поєднуватися між собою та доповнюватися різними додатковими елементами, такими як кемпінг, відвідування культурних та історичних пам'яток, гастрономічні враження та інше.

Пропонуємо узагальнити існуючі класифікації, об'єднавши їх за категорією напрямків (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Класифікація активного туризму за категорією напрямів

Категорія напрямів	Напрями
Водний	Вейкбординг, віндсерфінг, водні лижі, дайвінг, каньйонінг, каякінг, рафтинг, серфінг
Наземний	Авто-мототуризм, геокешинг, індустриальний туризм, кінний туризм, роуп-джампінг, скейтбординг, слеклайн, спелеологія
Повітряний	Повітроплавання, дельтопланеризм, кайтбординг, парапланеризм, парасеймінг, парашутний спорт, скайсерфінг, бейс-джапмінг
Гірський	Альпінізм, гірські лижі, гірський туризм, льодолазіння, маунтбайк, скелелазіння, скітур, сноубординг, трекінг, хелі-скі
Екзотичний	Джайлоо, туризм на полюсах Землі

Джерело: розроблено автором на основі [10, с. 81-82; 14, с. 102-103; 19]

Як бачимо, активний туризм включає кілька напрямів різного плану, які, своєю чергою, діляться різні види діяльності з елементами фізичного навантаження і/або екстриму. Залежно від їх співвідношення туризм вважатиметься або пригодницьким, або екстремальним, тобто, активним.

При розгляді активного туризму слід розглянути також і екстремальний туризм, який є окремим випадком активного. Слово «екстрим» запозичене з англійської мови (extreme) і дослівно перекладається як «крайній», «граничний» [13, с. 84]. Зазвичай екстремальними називають дії, пов'язані з небезпекою для людського життя. Активний туризм та екстремальний туризм мають дуже багато схожого: людина виявляє велику активність, не сидить довго на місці та пересувається, проте розрізняє їх, передусім, ступінь небезпеки, що супроводжує туриста.

Екстремальний туризм, як підвид активного, розкриває можливість втілення спортивних, важких ідей відпочинку для любителів «гострих» відчуттів. Різновиди екстремального туризму вражають, дають волю будь-якому мандрівнику, незалежно від статі, віку та статку [1, с. 2].

Для багатьох екстремальних видів туризму характерні високий рівень небезпеки для життя та здоров'я, величезна кількість акробатичних трюків, високий рівень адреналіну. Цим екстремальний туризм відлякує та приваблює: з одного боку, по відношенню до інших видів туризму, наприклад, рекреаційного, частка любителів екстриму мала внаслідок деяких психологічних аспектів (вік, стать, як зазначалося вище), з іншого боку, за останні десятиліття екстремальний туризм набирає популярність і набуває все більше шанувальників. Отже, ставлення до екстриму неоднозначне.

Порушення правил, встановлених для того чи іншого виду екстремального відпочинку, спричиняє високу травмонебезпечність. Хоч би як це парадоксально звучало, але екстремальний відпочинок, що несе в собі великий елемент небезпеки, повинен бути, в першу чергу, безпечним відпочинком.

Таким чином, екстремальний туризм, як частина активного туризму, вимагає набагато більшої зібраності, чіткості, налагодженості з боку організаторів маршруту. При складанні турів, що включають елементи екстриму та активного фізичного навантаження, слід ретельніше продумувати систему безпеки та організації сервісної діяльності. Комфорт і безпека мають відігравати ключову роль розробки турів активними туристськими маршрутами, адже недбале ставлення до подібних специфічних моментів може призвести до дуже сумних наслідків.

Таким чином, активний туризм – це всі види туристських подорожей (як самостійних, так і організованих), що характеризуються активним способом пересування (тобто людина докладає більше фізичних і моральних зусиль, ніж у повсякденному житті) по маршруту. Туристи, найчастіше, активно переміщаються місцевістю (віддаленої від місця проживання туриста), тобто. не «засиджуються» одному місці. До активного туризму відносять піший, гірський,

лижний, кінний, авто- і мототуризм, спелеотуризм, водний та інших. Активний туризм включає також безліч напрямів (екологічний, оздоровчий, пригодницький, спортивний, екстремальний). Вони мають як і загальне (активність, переважання фізичних і моральних навантажень), і відрізняються друг від друга (переважно цілями).

1.2 Діагностика ринку активного туризму

Глобальний ринок активного туризму є важливим сегментом в туристичній індустрії, який включає види туризму, що зосереджуються на активному проведенні відпочинку та спортивних занять. Він охоплює широкий спектр активностей, включаючи пішохідний туризм, гірський туризм, велосипедний туризм, каякінг, рафтинг, альпінізм, дайвінг, парашутний спорт, віндсерфінг та багато інших видів активного відпочинку.

Останнім часом глобальний ринок активного туризму продемонстрував стрімке зростання, завдяки зростанню обізнаності про важливість здорового способу життя та активного відпочинку серед населення. Особливо молодь, яка стає більш зацікавленою у розвитку фізичної активності, а також цікавиться більш екологічно-відповідальними способами відпочинку.

У 2021 році обсяг світового ринку активного туризму оцінювався в 282,1 мільярда доларів США, і прогнозується, що з 2022 до 2030 року він зростатиме на 15,2% у середньому за рік [16]. Таке зростання пов'язане з тим, що останніми роками спостерігалася постійна зміна інтересів та попиту на традиційні та інноваційні види відпочинку. Багато людей почали шукати альтернативи традиційному відпочинку та цікавитися новими видами активностей, що включають природу, культуру та фізичну активність – тобто всі ті елементи, які, за визначенням ВТО, є елементами активного туризму.

Як наслідок - індустрія активного туризму за останні роки демонструвала значне збільшення кількості мандрівників та відповідне зростання витрат завдяки зростанню ринковий попит. Згідно зі статистичними даними Всесвітньої

туристичної організації, завдяки зростанню рівня доходів і падінню витрат на авіап перевезення та розміщення, кількість міжнародних туристів зросла до понад 1,5 мільярда до кінця 2019 року з 680 мільйонів у 2000 році [21].

Основні ринки активного туризму зосереджуються на таких географічних регіонах, як Північна Америка, Європа, Азія, Латинська Америка, та Океанія. Ці регіони пропонують багато можливостей для різних видів активностей завдяки їх унікальним ландшафтам та природним ресурсам. Азіатсько-Тихоокеанський регіон є одним із найпопулярніших туристичних напрямків завдяки чудовим пейзажам, гарній їжі та можливостям розміщення. Крім того, Азіатсько-Тихоокеанський регіон також є домом для пляжів і заповідників дикої природи, що ще більше збільшує його популярність як напрямку для подорожей [15].

Загалом одними з найбільш популярних країн для активного туризму є:

- Канада - відома своїми гірськолижними курортами, багатьма національними парками та прекрасними місцями для екстремального туризму, сплавах по річках та велоспорту.
- Швейцарія - пропонує велику кількість активностей на природі, зокрема гірські походи, гірськолижний та велосипедний туризм.
- Норвегія - відома своїми фіордами, водоспадами, вражаючими лижними курортами, треками та багатьма видами зимових видів спорту.
- Коста-Ріка - відома джунглями, де відкриваються можливості для спостереження дикої природи, а також такими активностями, як відвідування вулканів, рафтинг та вітрильний спорт.
- Австрія - пропонує чудові курорти для гірськолижного спорту, а також треки для походів та велосипедних маршрутів.
- Непал - зі своїми вражаючими Гімалаями, Непал пропонує популярні треки, як найвища гора планети – Еверест, та є місцем, де пропонуються незабутні альпіністські тури [23].

Конкурентне середовище активного туризму формують наступні складові (рис. 1.1).



Рис. 1.1. Складові конкурентного середовища активного туризму

Джерело: складено автором

Як і кожен продукт на будь-якому ринку, послуги активного туризму різняться за популярністю, і періодично їх популярність може зростати або знижуватись. Сьогодні серед трендів на ринку активного туризму фахівці The Adventure Travel Trade Association виділяють наступні:

1. Екологічна сталість. Завдяки все більшій увазі до екологічних питань, активний туризм переживає трансформацію у напрямку сталості. Це відображається у популяризації екотуризму, використанні екологічно чистого спорядження та зменшенні негативного впливу на навколишнє середовище. Туристичні компанії активно інтегрують принципи сталого розвитку у свої діяльності, отримуючи міжнародні сертифікати зеленого туризму.

2. Індивідуалізація та кастомізація послуг. Сучасні туристи прагнуть унікальних вражень та переживань, індивідуальних програм, що враховують їх особливості та інтереси. Туристичні агентства активно пропонують кастомізовані пакети, які забезпечують максимальне задоволення потреб клієнтів.

3. Технологічний розвиток. Розвиток цифрових технологій змінює спосіб планування, організації та реалізації активних туристичних подорожей. Мобільні додатки, дрони та віртуальна реальність стають все більш поширеними у сфері активного туризму. Вони полегшують навігацію, дозволяють отримувати актуальну інформацію про погодні умови та місцеві особливості, а також сприяють підготовці туристів до майбутніх подорожей через симуляції досвіду віртуальної реальності.

4. Освітні та культурні аспекти. Активний туризм все частіше стає засобом отримання нових знань та розширення світогляду. Туристи прагнуть зануритись у місцеву культуру, вивчити історію та традиції відвідуваних регіонів. Це сприяє популяризації культурно-освітніх програм, що включають зустрічі з місцевим населенням, відвідування історичних пам'яток та участь у традиційних заходах.

5. Здоров'я та благополуччя. З огляду на зростаючу увагу до здорового способу життя та фізичного розвитку, активний туризм відіграє важливу роль у покращенні фізичного та емоційного благополуччя людей. Велнес-туризм, який об'єднує активний відпочинок з процедурами оздоровлення та збалансованим харчуванням, продовжує набирати популярність [18].

Враховуючи технологічний розвиток, багато компаній, що працюють у сфері активного туризму, починають впроваджувати інноваційні технології для покращення своїх послуг, таких як онлайн-бронювання, мобільні додатки, віртуальна реальність, тощо. Це допомагає забезпечити кращі та зручніші варіанти для туристів та сприяє подальшому зростанню глобального ринку активного туризму.

Окрім того, сучасні туристи стають все більш зацікавленими в автентичних та місцевих досвідах, що можуть забезпечити активні види відпочинку. Це спонукало компанії, що пропонують послуги активного туризму, розширити свою пропозицію та працювати з місцевими гідями, організаціями та спільнотами для створення унікальних та більш особистих відпочинкових пакетів.

Однак, глобальний ринок активного туризму також стикається з певними викликами, такими як зміни клімату, екологічні проблеми, обмеження місцевих ресурсів, та політична нестабільність в окремих регіонах. Ці виклики потребують розважливого планування та координації між компаніями, урядами та місцевими спільнотами для стабілізації та забезпечення сталого розвитку глобального ринку активного туризму.

В подальшому розвитку активного туризму важливим аспектом буде підвищення стандартів безпеки, які гарантують захист і здоров'я туристів. Це стосується як оснащення та обладнання, так і кваліфікації провідників та інструкторів.

Сегменти споживачів на ринку активного туризму можуть бути розглянуті з різних точок зору, таких як вік, стать, дохід, рівень активності, зайнятість тощо. Основні сегменти споживачів активного туризму можна визначити наступним чином (рис. 1.2).

Також останнім часом зростають такі сегменти, як корпоративні групи та групи зі спільними інтересами. До перших належать організації, які можуть використовувати активний туризм як частину корпоративних подій, командоутворення або мотиваційних програм для працівників.



Рис. 1.2. Сегменти споживачів продукту активного туризму

Джерело: розроблено автором на основі [26; 17]

Вони зазвичай замовляють спеціалізовані пакети послуг, які враховують інтереси та потреби корпоративних клієнтів. Другі можуть включати людей, які об'єднуються через спільні інтереси, такі як екологія, культурна спадщина, екстремальні види спорту чи навчальні мандрівки. Такі групи зазвичай шукають тури, які спрямовані на певні теми або види активності.

Говорячи про український ринок активного туризму, слід зауважити, що в Україні він продовжує розвиватися і пропонує різноманітні можливості для туристів. Українські ландшафти та природа створюють чудові умови для занять активним туризмом, як для місцевого населення, так і для іноземних туристів.

Основні привабливі регіони для активного туризму в Україні:

1. Карпати: Західний регіон України є домівкою для Карпатських гір, які пропонують різноманітні можливості для активного відпочинку, зокрема гірські лижі, сноуборд, пішохідний туризм, велопогулянки, рафтинг та альпінізм.
2. Чорне море: Південний регіон країни пропонує ряд можливостей для активного відпочинку на воді, таких як віндсерфінг, кайтсерфінг, водний лижі,

парасейлінг, а також підводне плавання та дайвінг біля коралових рифів і затонулих суден.

3. Дніпро, Дунай, Десна, Південний Буг та їх притоки: Ці водойми надають можливості для каякінгу, рафтингу та риболовлі [25].

Основні види активного туризму, які пропонує Україна представлені в таблиці 1.2.

Таблиця 1.2

Класифікація активного туризму за напрямками

Вид туризму	Локації в Україні	Активності
Гірські види спорту	Карпати (Буковель, Драгобрат, Славське)	гірськолижний туризм, сноуборд, альпінізм, трекінг
Водні види спорту	Чорне море, Дніпро, Десна, Південний Буг	рафтинг, каякінг, каное, віндсерфінг, кайтсерфінг, підводне плавання, дайвінг
Велосипедний туризм	Різноманітні маршрути по Україні	екскурсії містами, довготривалі походи, маршрути через національні парки та історичні міста
Екстремальні види спорту	Всюди по Україні	зорбінг, параглайдинг, скелелазіння
Екотуризм	Карпатський національний природний парк, Асканія-Нова, Шацькі озера	пішохідний туризм, спостереження за дикою природою та птахами, відвідування заповідників та біосферних резерватів
Спелеотуризм	Оптимістична печера, Тектітова печера, Млинки, Вертеба	відвідування печер, дослідження підземелля
Конний туризм	Конні клуби в Карпатах та інших мальовничих місцях України	верхова їзда, конні спортивні змагання

Джерело: розроблено автором на основі [14; 7]

У подальшому, розвиток ринку активного туризму в Україні залежить від забезпечення якісної інфраструктури, доступності та маркетингу туристичних послуг. Це створить сприятливі умови для приваблення туристів та зростання цього сектору економіки.

1.3. Оцінка ресурсного потенціалу Сумської області для розвитку активного туризму

На можливості та потенціал розвитку видів активного туризму в Сумській області впливають різноманітні фактори. Перш за все, це туристичні ресурси, тобто сукупність природних і соціально-культурних комплексів та їх елементів, що сприяють задоволенню фізіологічних та соціальних потреб людини, відновленню її працездатності, які при сучасній та перспективній структурі рекреаційних потреб і техніко-економічних можливостях використовуються для прямого й опосередкованого споживання та виробництва туристичного продукту [22, с. 6].

Згідно з класифікацією Всесвітньої туристичної організації, туристичні ресурси поділяють на такі групи:

- природні багатства;
- енергетичні багатства;
- людський чинник (демографічний і культурологічний аспекти);
- інституційні, юридичні та адміністративні аспекти;
- соціальні аспекти, рівень і традиції в сфері освіти, охорони здоров'я та відпочинку;
- різноаспектні блага та послуги, транспорт, зв'язок, інфраструктура сфери відпочинку і розваг;
- економічна та фінансова діяльність [24].

Одним з найважливіших чинників для розвитку активного туризму є природні умови та ландшафти. Сумська область знаходиться в лісостеповій зоні України, тому на її території можна знайти різноманітні природні об'єкти: ліси, річки, озера, заплавні луки тощо. Все це створює сприятливі умови для розвитку таких видів активного туризму, як піший туризм, велосипедні прогулянки, водні види спорту та інші.

Окремо поговоримо про водні туристичні ресурси області. Водні ресурси Сумської області уключають в себе річки, озера, водосховища, болота, що є

поверхневими водами та підземні води. Загальна довжина річкової мережі у Сумській області – 8020км. Сумщиною протікає 1543 річки, з них одна велика річка – Десна (загальна довжина 1130км.). Річки Псел, Сейм, Клевень, Сула, Хорол та Ворскла належать до середніх (загальна довжина у межах Сумської області становить 801км.). На території Сумської області – 537 озер площею – 2042га, однак зі змінами клімату частина озер пересихає, а площа їх водного дзеркала зменшується, що ускладнює розвиток водного туризму. Заболоченість території Сумської області досить нерівномірна. Найвищі показники характерні для північних районів – зона мішаних лісів (Українське Полісся), на жаль, спостерігається тенденція до зменшення площі водно-болотних угідь регіону [5, с. 136-137].

Важливим фактором для розвитку активного туризму є наявність інфраструктури. У Сумській області є декілька національних парків та заповідників, а також багато туристичних маршрутів та готелів, що забезпечують потреби туристів у відпочинку та розвагах. Згідно з даними агрегатору закладів гостинності, в області станом на квітень 2023 року налічується 322 готельних заклади різних рівнів [3]. Туристична сфера має реальні перспективи розвитку також завдяки наявності лікувальних мінеральних джерел, значній кількості санаторіїв, будинків відпочинку, дитячих таборів і рекреаційних пунктів для відпочинку.

Хоч територія Сумщини транспортно доступна для туристів, у перспективі економічного розвитку області, необхідне оновлення усіх видів транспорту, підвищення технічного стану автодоріг, розширення мережі автобусних маршрутів у сільській місцевості, що дасть можливість для розвитку сільського туризму [2, с. 143].

Важливим чинником є підтримка влади та розвиток співпраці між різними сторонами, що забезпечують розвиток туризму в області. Наприклад, проведення туристичних заходів, розвиток мережі туристичних інформаційних центрів, створення туристичних маршрутів та інші.

Як бачимо, ресурсний потенціал Сумської області є великим і має перспективи для розвитку активного туризму. Особливо перспективними видаються район річок Десна та Псел, де можна розвивати такі види активного туризму, як річковий рафтинг, каноїнг, каякінг тощо; природні заповідники «Посулля», «Банний Яр, «Михайлівська цілина», де можна розвивати піший та велосипедний туризм тощо.

Однак, для досягнення розвитку активного туризму в області потрібно вирішувати ряд проблем, які забезпечать комфортні умови для туристів та збільшення їхньої зацікавленості у відвідуванні області. Наприклад, потрібно вирішувати питання з охороною природних ресурсів та забезпеченням безпеки туристів. Також важливо розвивати інфраструктуру, забезпечити відповідний рівень сервісу та якості послуг, розвивати маркетингову стратегію та просувати область на міжнародному рівні, привертаючи іноземних туристів, що збільшить дохід області та покращить її економічну ситуацію.

Отже, загалом, ресурсний потенціал Сумської області для розвитку активного туризму є великим. Проте, для його успішного розвитку потрібно розв'язати низку проблем та забезпечити належний рівень інфраструктури, сервісу та якості послуг, що забезпечить комфортні умови для туристів та збільшить їхню зацікавленість в відвідуванні Сумської області.

РОЗДІЛ 2

ОБҐРУНТУВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ НОВОГО ПРОДУКТУ АКТИВНОГО ТУРИЗМУ ТЕРИТОРІЄЮ СУМСЬКОЇ ОБЛАСТІ НА РИНКУ КРАЇН ЄС

2.1. Розроблення маршруту та програми туру

Як було визначено в попередньому розділі, Сумська область пропонує широкий вибір привабливих видів активного туризму, які відповідають інтересам та потребам будь-якого туриста. Разом з тим, велика кількість заповідних територій та природних пам'яток, які розкинулися по всій території області, перетворюють її в чудове місце для відпочинку, насолоди красою природи та фізичної активності.

Видами активного туризму з найбільшим потенціалом до розвитку в Сумській області вважаємо водний, велосипедний та кінний туризм. Річки та озера Сумської області створюють можливість для різноманітних видів водного спорту, таких як веслування, каякінг, каноїнг, плавання та риболовля. Велосипедний туризм в Сумській області приваблює туристів своїми мальовничими маршрутами, які проходять через ліси, поля та села. Із заповідниками та лісовими масивами, які розкинулися по всій території області, кінний туризм стає чудовою можливістю для туристів насолодитись красою природи та зайнятись улюбленим видом спорту.

Зважаючи на спрямованість розроблюваного туристичного маршруту на іноземних туристів з країн ЄС, вважаємо привабливим варіантом водний вид туризму, який дозволить європейцям водночас і зайнятись фізичною активністю на тлі мальовничих пейзажів природи Сумщини, і познайомитись з українською культурою.

Водний туризм пропонує багато різних варіантів транспортних засобів. Оптимальним для сплаву річками Сумщини бачимо нерозбірні каяки, які, по-перше, в перспективі є вигіднішими, ніж надувні або розбірні каяки за рахунок своєї довговічності, а, по-друге, є значно легшими в управлінні за рахунок

більшої маси, що дозволяє з легкістю керувати ними навіть початківцю. Не менш важливим фактором вибору саме нерозбірних каяків є відсутність на пропонованому маршруті перепон (порогів, мостів, дамб), які змушували б групу переносити каяки вручну.

Визначившись з типом транспорту, перейдемо до розробки маршруту. Сумська область володіє значною кількістю річок, які можна використати для організації каякінг-туру (див. Додаток А). На нашу думку, оптимальним видається маршрут річками Клевень та Сейм, який дозволить групі насолодитися пейзажами найбільшої в Сумській області природно-заповідної території – Сеймського регіонального ландшафтного парку, та водночас не буде занадто складним. Ці річки послідовно впадають одна в одну, а течія з середньою швидкістю в 2-2,5 кілометри дозволяє групі гребти в помірному темпі, який не буде зашвидким для людей з середньою фізичною підготовкою.

Пропонований маршрут виглядає наступним чином (рис. 2.1).

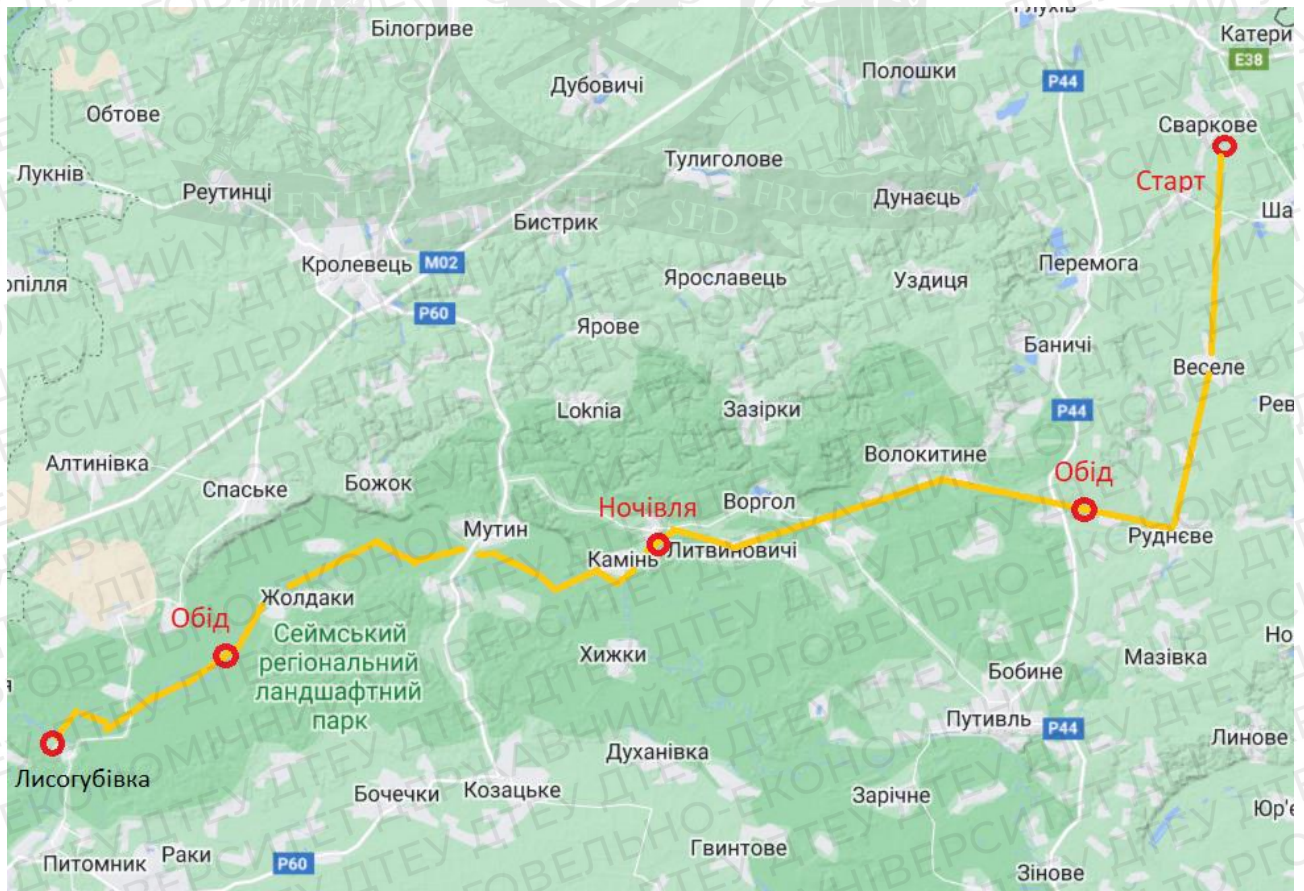


Рис. 2.1. Маршрут каякінг-туру Сумською областю

Джерело: складено автором

Маршрут річкою Клевень проходитиме поблизу наступних населених пунктів: Сваркове – Черневе – Будища – Рудневе – В’язенка – Стрільники – Кагань – Щербинівка – Яцине – Стара Шарпівка – Литвиновичі – Камінь. Біля села Камінь річка Клевень впадає в Сейм. Далі маршрут виглядає наступним чином: Камінь – Мутин – Заболотове – Жолдаки – Озаричі – Лисогубівка.

Загальна довжина маршруту становить 102 кілометри по воді. Більша частина подорожі проходить територією Сеймського регіонального ландшафтного парку.

Зважаючи на довжину туристичного маршруту та високу швидкість течії на більшій частині маршруту, його проходження займає близько 15 годин зі середньою швидкістю руху в 7 кілометрів за годину. Таким чином, пропонується тур можна класифікувати як тур вихідного дня – 2 дні та одна ніч. Ночівля пропонується на ділянці маршруту між селами Литвиновичі та Камінь. Також на маршруті передбачені дві зупинки на обід – біля села Стрільники в перший день та на Сеймському серпантині за селом Жолдаки в другий день.

Характеристики туру:

- Назва туру: «Пейзажі Сумщини».
- Місце проведення: від села Сваркове до села Лисогубівка.
- Тривалість туру: 2 дні / 1 ніч.
- Сезонність туру: травень-жовтень.
- Протяжність маршруту: по водній поверхні 102 км.
- Цільова аудиторія: Цільовою аудиторією цього туру можуть бути

прибічники активного відпочинку, любителі каякінгу та природи, які хочуть дослідити красу річок Сумської області та відчувати дух пригоди. Також тур може бути цікавим для тих, хто хоче відвідати маловідомі туристичні місця та познайомитися з місцевими жителями, їхньою культурою та традиціями. Оскільки тур спрямований на європейців, цільова аудиторія може складатися з туристів обох статей з різних країн. Вік учасників від 18 до 55 років. Дорослі можуть взяти із собою дітей за бажання (від не молодше 7–8 років). Рівень фізичної підготовки – середній, без обмеження за станом здоров'я.

- Кількість учасників туру: 12.

Протягом всього туру групу супроводжуватимуть два інструктори-провідники, які займатимуться керуванням групою, допомогою в керуванні плавальним засобом, допомагатимуть в облаштуванні табору, розведенням багаття на стоянці та приготуванням їжі, а також слідкуватимуть за порядком та за технікою безпеки на воді.

Технологічна картка туру наведена в таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

Технологічна картка туру «Пейзажі Сумщини»

Пункт відправки		
Час відправлення	Час прибуття	Місце зупинки
1 день		
	10:00	С. Сваркове
10:20	14:00	С. Стрільники
16:00	19:00	С. Литвиновичі
2 день		
10:00	14:00	С. Жолдаки
15:00	19:00	С. Лисогубівка
19:00		м. Суми

Джерело: складено автором

Послуги, що входять у вартість туру, та додаткові послуги, які туристам необхідно враховувати під час купівлі, представлені у таблиці 2.2.

Таблиця 2.2

Послуги, що входять / не входять до вартості туру

Послуги, що входять до вартості	Послуги, що не входять до вартості
Трансфери м. Суми – с. Сваркове та с. Лисогубівка – м. Суми	Трансфери містом
Харчування на 2 дні (1 сніданок, 2 обіди, 1 вечеря)	Додаткові послуги
Супровід гідів-екскурсоводів	
Групове спорядження (намети, килимки, водне спорядження, кемпінгова кухня)	

Джерело: складено автором

Учасникам сплаву необхідно мати особисті речі. Приблизний список особистого спорядження для сплаву наведено в додатку Б.

Програма туру представлена в таблиці 2.3

Таблиця 2.3

Програма туру «Пейзажі Сумщини»

День	Час	Вид діяльності
День 1	10:00	Трансфер з міста Суми до місця початку подорожі. Проведення інструктажу з техніки безпеки.
	10:20	Початок сплаву по маршруту.
	14:15 – 15:55	Приготування обіду. Відпочинок.
	16:00	Продовження сплаву по маршруту.
	19:15	Облаштування туристичного табору. Приготування вечері.
	21:00-22:45	Відвідування похідної лазні з купанням у річці (за бажанням). Ігри на згуртування групи.
	23:00	Відбій
День 2	8:30-8:45	Зарядка (за бажанням)
	9:00	Сніданок
	9:30	Збір табору
	10:00	Продовження сплаву
	14:15 – 15:55	Приготування обіду. Відпочинок.
	16:00	Продовження сплаву по маршруту.
	19:00	Прибуття до села Лисогубівка
	19:20	Трансфер до міста Суми

Джерело: складено автором

Для реалізації туру необхідною є співпраця з постачальниками на етапах трансферу з міста Суми до села Сваркове, а також на зворотному шляху – з села

Лисогубівка до міста Суми. Для співпраці було вирішено обрати компанію TransMarine, яка надає гарний вибір автобусів різного класу та місткості [11].

Іншим постачальником є страхувальник. Пропонується обрати компанію PZU, яка має вигідні поліси туристичного страхування, які різняться в залежності від місця та мети поїздки [12].

Питання вартості розробленого туру та проблеми його просування на ринку ЄС будуть розглянуті в наступних підрозділах.

2.2. Заходи та інструменти просування нового туру на ринку країн ЄС

Перш ніж окреслювати підходи до просування розробленого туру, зауважимо, що ми розглядаємо ситуацію лише після завершення війни, адже Сумська область межує з країною-агресором та в 2022 році зазнала тимчасової окупації, що є надзвичайно сильним стримуючим фактором для закордонних туристів. У зв'язку з війною також не працює міжнародний аеропорт «Суми», що дуже сильно ускладнить іноземним туристам процес релокації до Сумщини. Не слід забувати і про те, що значна частина Сумщини вважається замінованою територією, на якій проведення туристичних заходів становить суттєвий ризик. Відповідно, в цьому та наступному підрозділах ми окреслюємо бачення засобів та методів просування туру за умови завершення війни, відновлення авіасполучення та розмінування території.

Щоб визначити економічну ефективність турпродукту, необхідно виконати SWOT-аналіз. Він дає можливість оцінити фактичне становище і стратегічні перспективи турпродукту, що розробляється, його сильних і слабких сторін, ринкових можливостей і факторів ризику [4, с. 114]. SWOT-аналіз розробленого туру наведений в таблиці 2.4

Як бачимо, незважаючи на суттєві слабкі сторони та існуючі загрози, SWOT-аналіз розробленого каякінг-туру «Пейзажі Сумщини» показав, що даний тур має значний потенціал, але для досягнення успіху необхідно вирішувати

Таблиця 2.4

SWOT-аналіз туру «Пейзажі Сумщини»

S (Сильні сторони)	W (Слабкі сторони)
1. Природні ресурси - вода в річках Сумської області має високу якість та чудово підходить для занять каякінгом, до того ж є чимало річок, які протікають через мальовничі пейзажі. 2. Сезонність - каякінг-тури в Сумській області можна проводити впродовж багатьох місяців року, але в особливо теплу пору року водні пригоди набувають особливого чарівності та насиченості. 3. Наявність кваліфікованих інструкторів та гідів - у Сумській області є кваліфіковані каякінг-інструктори та гіді, які можуть надавати послуги як початківцям, так і досвідченим туристам. 4. Низька конкуренція – в Сумській області ніша каякінгу є абсолютно вільною.	1. Низький рівень популярності - каякінг являє собою досить незвичний вид відпочинку, що може ставити під загрозу його комерційну вигідність. 2. Обмежена доступність - доступність до деяких ділянок водойм у Сумській області може бути обмежена через віддаленість від населених пунктів або недостатню інфраструктуру транспортних маршрутів. 3. Низький рівень інформаційної підтримки - інформація про каякінг-тури у Сумській області може бути недостатньою або недоступною для туристів з Європи, що може впливати на кількість замовлень та дохідність туристичних компаній.
О (Можливості)	Т (Загрози)
1. Зростання популярності здорового способу життя - зростання зацікавленості у людей здоровим способом життя може підвищити популярність каякінгу в якості активної форми відпочинку. 2. Розвиток туризму в регіоні - зростання потоку туристів до Сумської області може збільшити кількість клієнтів. 3. Розвиток інфраструктури водних маршрутів - розвиток інфраструктури водних маршрутів може збільшити доступність для каякінгу в Сумській області та забезпечити більше можливостей для проведення різних маршрутів. 4. Нові форми маркетингу та просування - використання нових технологій та соціальних мереж може допомогти залучити нових клієнтів та збільшити обізнаність про каякінг-тури в Сумській області. 5. Розвиток співпраці з іншими туристичними компаніями - співпраця з іншими туристичними компаніями може збільшити кількість пакетних пропозицій та підвищити дохідність.	1. Погіршення якості водойм - забруднення водойм може погіршити якість води та вплинути на популярність каякінгу в Сумській області. 2. Негода та інші природні катастрофи - негода та інші природні катастрофи можуть погіршити умови для каякінгу та зменшити кількість туристів. 3. Тривала війна та економічна криза - економічна нестабільність може призвести до скорочення видатків на туризм та зменшити кількість клієнтів. 4. Конкуренція з іншими видами активного туризму - наявність інших видів активного туризму (наприклад, рафтинг) може становити конкуренцію для каякінг-туризму в Сумській області.

Джерело: складено автором

проблеми та виклики, розробляти стратегії для подолання загроз та використовувати можливості для збільшення обсягів продажів та доходів.

Основною проблемою, вочевидь, є слабкі позиції не лише Сумщини, а й України загалом, на світовому туристичному ринку. Навіть не враховуючи ефект війни, український туристичний ринок знаходиться в стані занепаду, відповідно, лише агресивна реклама дозволить розробленому туру знайти свого споживача.

Для просування каякінг-туру «Пейзажі Сумщини» можна використовувати внутрішню і зовнішню рекламу (рис. 2.2).



Рис. 2.2. Елементи рекламної діяльності

Джерело: складено автором на основі [8, с. 57-58]

До видів внутрішньої реклами відносять проспекти, каталоги і фірмові календарі. Фірмові вивіски, покажчики проїзду, оформлення інтер'єрів, прийомних і службових приміщень, спецодяг персоналу є важливими складовими елементами фірмового стилю, що створює імідж для його ділових партнерів і споживачів.

Зовнішня реклама є ефективним засобом, оскільки вона розрахована, перш за все, на сприйняття широкими верствами населення. З усього різноманіття видів зовнішньої реклами підприємства найбільш частіше використовують різні рекламні щити, транспаранти, транспорт. Найбільш високою умовною вартістю володіє саме зовнішня реклама з використанням рекламних щитів, транспарантів і реклами на транспорті.

Загалом для просування каякінг-туру «Пейзажі Сумщини» на ринку країн ЄС можна використовувати різноманітні заходи та інструменти маркетингу та реклами:

1. Створення веб-сайту. Сайт повинен містити детальну інформацію про тур, рекламні фото та відео, опис маршруту, послуги та ціни, контактну інформацію тощо. На сайті також можна включити відгуки задоволених клієнтів та інформацію про регулярні акції та знижки. З огляду на цільову аудиторію, сайт обов'язково повинен у залежності від геолокації пропонувати клієнту інформацію мовою його країни або хоча б англійською.

2. Використання соціальних медіа. Соціальні медіа є дуже ефективним інструментом для просування активних турів. Можна використовувати популярні соціальні мережі, такі як Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn тощо, для просування туру та залучення нових клієнтів. Важливо регулярно публікувати нові фото та відео, оновлювати інформацію про тур, відповідати на запитання користувачів тощо.

3. Використання контекстної реклами. Контекстна реклама є ефективним інструментом для просування каякінг-туру. Можна використовувати Google AdWords або інші сервіси контекстної реклами для розміщення оголошень на сторінках пошукових систем, що пов'язані з каякінгом та туризмом.

4. Партнерські відносини з туристичними агентствами. Партнерство з туристичними агентствами може бути вигідним для обох сторін, адже туристичні агентства можуть рекомендувати каякінг-тури своїм клієнтам та сприяти в розповсюдженні інформації про них.

5. Залучення медійних осіб (інфлюєнс-маркетинг) та подієвий маркетинг. Цікавою видається ідея залучити у якості інструктора якогось відомого каякера, який сам по собі стане своєрідним «магнітом» для зарубіжної аудиторії. Аналогічно можна брати участь або навіть організовувати каякінг-фестивалі чи змагання, що дозволить суттєво збільшити обізнаність про туристичний продукт.

Усі ці заходи та інструменти можуть бути використані для привернення уваги туристів з країн ЄС до каякінг-туру Сумською областю. Важливо також дотримуватися високих стандартів якості послуг, щоб задовольнити потреби та очікування клієнтів.

В якості базових можна запропонувати наступні маркетингові заходи (табл. 2.5).

Таблиця 2.5

Розробка рекламної кампанії для просування каякінг-туру «Пейзажі Сумщини»

Медіа-носій	Опис	Кількість	Сума, грн	Термін дії
Google Ads	Пошукова реклама на Google для привернення уваги клієнтів	1	70 000	3 місяці
Facebook Ads	Таргетована реклама на Facebook для привернення уваги	2	60 000	3 місяці
Instagram Ads	Рекламні пости та сторіс на Instagram для залучення клієнтів	3	40 000	3 місяці
YouTube Ads	Реклама на YouTube для залучення уваги	2	50 000	2 місяці
Журнали	Реклама в туристичних журналах для привернення уваги	4	30 000	2 місяці
Месенджери	Розсилка пропозицій у месенджерах	1	10 000	3 місяці
Інфлюєнсери	Співпраця з інфлюєнсерами для привернення уваги	2	50 000	3 місяці
РАЗОМ		15	310 000	-

Джерело: складено автором

Крім того, можна розглянути можливість співпраці з туристичними операторами та агентствами в країнах ЄС, які спеціалізуються на водних видах спорту та туризмі. Це може допомогти залучити нових клієнтів та збільшити обсяги продажів.

Загальні витрати на реалізацію рекламної кампанії за весь період складуть 310 тис. грн. Пропонована рекламна кампанія протягом всього періоду повинна розподілятися рівномірно в часі через приблизно рівні інтервали. Обрахування решти витрат буде здійснено в наступному підрозділі дослідження.

2.3. Економічне обґрунтування туру

Для розрахунку вартості туру необхідно розрахувати його собівартість, тобто вартісну оцінку використовуваних у процесі виробництва та продажу туристського продукту матеріальних та інших ресурсів, а також інших витрат на його виробництво та продаж.

Усі витрати туристичної організації поділяються на виробничі (пов'язані з виробництвом туристичного продукту) та комерційні (пов'язані з просуванням та продажем туристичного продукту). Виробничі витрати залежно від способу включення в собівартість туристського продукту поділяються на прямі і непрямі (накладні).

- Непрямі (накладні) - це витрати, пов'язані з організацією та управлінням виробництвом туристського продукту, що відносяться до діяльності туристичної організації в цілому.

- Прямі - це витрати, пов'язані з виробництвом туристичного продукту, які можна прямо і безпосередньо включати в собівартість відповідного об'єкта калькулювання;

Для організації розробленого туру необхідні початкові витрати, пов'язані з купівлею чи орендою водного туристичного спорядження. За умови його купівлі необхідні одноразові початкові витрати становитимуть 248,66 тис. грн (табл. 2.6).

Таблиця 2.6

Розрахунок одноразових витрат для організації каякінг-туру «Пейзажі Сумщини»

Спорядження	Технічні характеристики	Кількість штук	Середня вартість за одну одиницю/ грн	Загальна сума / грн
Байдарка двомісна	Вантажопідйомність (кг) 190	4	23 000	92000
Сап- борд		1	20 000	20000
Транець		1	8000	8000
Сокира		1	800	800
Рятувальні жилети	7 шт. розмір 50-52 7 шт. розмір 46-48	14	900	12600
Ремонтний набір	Латки, клей ПВХ	2	1000	2000
Аптечка першої допомоги		1	700	700
Котел	1 котел – на 10 літрів 1 котел – на 8 літрів	2	10 л-1500 8 л – 1300	2800
Сковорідка		1	2000	2000
Похідна лазня		1	30 000	30000
Дрова		2	75	150
Камені для лазні		1	350	350
Віник для лазні		3	300	900
Пальник		2	3500	7000
Газовий балон		3	120	360
Намет		7	5 000	35000
Тент	Діаметр 5.8 м	1	4 000	4000
Спальник		14	1 500	21000
Туристський килимок		14	500	7000
Насос		2	1000	2000
РАЗОМ				248660

Джерело: складено автором

До прямих витрат у розроблюваному нами турі можна віднести такі групи виробничих витрат:

1. Витрати на придбання прав на послуги сторонніх організації, що використовуються при виробництві туристичного продукту, які включають витрати:

– Транспортне обслуговування: Трансфери м. Суми – с. Сваркове та с. Лисогубівка – м. Суми (автобус на 14 місць).

– Страхування туристів.

2. Витрати, виробничого персоналу:

– Оплата праці інструкторів, які виконують роботи на підставі договору цивільно-правового характеру.

– Відрахування на соціальні потреби від оплати праці інструкторів.

Визначимо їх вартість (табл. 2.7).

Таблиця 2.7

Перелік прямих виробничих витрат, що входять до собівартості

Перелік витрат	Вартість, грн.
Транспортні витрати на трансфери	16 000
Страхування туристів	500
Заробітна плата інструкторів за 2 дні	5400
Харчування на 2 дні для групи (1 сніданок, 2 обіди, 1 вечеря)	8900
ВСЬОГО	30800

Джерело: складено автором

У розробленому нами турі до непрямих (накладних) витрат відносяться:

– Витрати на оплату праці працівників апарату управління, а також відрахування на соціальні потреби від оплати праці працівників апарату управління;

– Амортизаційні відрахування на повне відновлення коштів;

– Оплата послуг зв'язку;

– Інші непередбачені витрати

Непрямі виробничі витрати зведемо до таблиці 2.8.

Повна собівартість туру визначається шляхом складання кошторису затрат на виробництво, просування та продаж з урахуванням комерційних витрат, що становлять у середньому 10–15 %.

Таблиця 2.8

**Перелік непрямих виробничих витрат, що входять до собівартості
нового туру**

Перелік витрат	Вартість, грн.
Заробітна плата адміністративного персоналу	15 000
Амортизаційні відрахування	5000
Оплата послуг зв'язку	1000
Інші непередбачувані витрати	2000
ВСЬОГО	23000

Джерело: складено автором

Таким чином, собівартість розробленого туру складе:

$$30800 + 23000 = 53800 \text{ грн.}$$

$$53800 * 10\% = 5380 \text{ грн.}$$

$$53800 + 5380 = 59180 \text{ грн.}$$

Для спрощення розрахунків ціни туру для споживача скористаємось методом «витрати плюс прибуток». У цьому випадку ціна туру для конкретного покупця цього туру визначатиметься за такою формулою:

$$Ц = \frac{S+D+П}{K} \quad (3.1)$$

де Ц – ціна путівки;

S - собівартість туру;

Д - прибуток (може варіюватися від 20 до 60%);

П - податки;

K – кількість осіб у турі.

Податок, який стягується з виробників та реалізаторів туристичного продукту, є ПДВ (податок на додану вартість), який становить 20%.

Норму прибутку візьмемо в розмірі 40%, адже тур є унікальним та вузькоспрямованим, тому розраховувати на високу популярність туру, особливо в перший період після запуску, не варто.

Підставивши значення до формули, можемо розрахувати вартість туру для кінцевого споживача в групі з 12 осіб:

$$\begin{aligned} Ц &= \frac{S + Д + П}{К} = \frac{59180 + (59180 * 0,4) + (59180 * 0,20)}{12} \\ &= \frac{59180 + 23672 + 11836}{12} = 7890 \end{aligned}$$

Отже, кінцева вартість туру для споживача становитиме 7890 грн.

У даному випадку дохід від реалізації одного групового туру становить $7890 * 12 * 0,4 = 37872$ грн. Таким чином, тур є ефективним, оскільки прибуток перевищує витрати на організацію. Однак, варто зазначити, що цей розрахунок не враховує можливих непередбачуваних витрат, які можуть знизити прибутковість туру. Тому під час оцінки ефективності туру варто бути обережним та враховувати всі можливі фактори.



ВИСНОВКИ

В роботі було здійснено дослідження потенціалу розвитку активного туризму в Сумській області.

В першому розділі було досліджено теоретичні аспекти розробки туристичного продукту активного туризму. Визначено, що під ним найчастіше розуміють вид рекреаційно-туристської діяльності, яка здійснюється в природному середовищі, і полягає у проходженні туристських маршрутів різними активними засобами пересування із подоланням різноманітних перешкод. Діагностика ринку активного туризму дозволила визначити, що він є важливим сегментом в туристичній індустрії, який охоплює широкий спектр активностей, включаючи пішохідний туризм, гірський туризм, велосипедний туризм, каякінг, рафтинг, альпінізм, дайвінг, парашутний спорт, віндсерфінг та багато інших видів активного відпочинку. Дослідження ресурсного потенціалу Сумської області для розвитку активного туризму дозволяє стверджувати про його задовільний стан, який, менше з тим, потребує розв'язання існуючих проблем та забезпечення належного рівня інфраструктури, сервісу та якості послуг.

В другому розділі дослідження було розроблено каякінг-тур Сумською областю «Пейзажі Сумщини», визначено його ефективність та запропоновано шляхи його просування на ринку ЄС. Даний тур є туром вихідного дня та пропонує споживачам дводенний сплав річками Клевень та Сейм, які розташовані в серці Сеймського регіонального ландшафтного парку. Для його реалізації на ринку ЄС запропоновано комплекс маркетингових заходів, заснованих на інтернет-просуванні. Розрахунки вартості дозволили визначити ціну для кінцевого споживача в розмірі 7890 грн та підтвердили ефективність розробленого туру, який приносить прибуток в 37872 грн за умови реалізації групового пакету. Це дозволяє говорити про економічну ефективність розробленого туру та рекомендувати його до практичної реалізації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бурачек І. В., Ярмолюк Д. І., Білобровко Ю. І. Феномен трекінгового походу як різновиду екстремального туризму. *Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління.* 2022. № 4. URL: <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2022-4-12-02> (дата звернення: 13.04.2023).
2. Гаврилова В. В. Туристичний потенціал Сумщини. *Економічні проблеми сталого розвитку* : Матеріали Міжнар. науково-практ. конф., присвяч. пам'яті проф. Бал. О.Ф., м. Суми, 6–8 трав. 2014 р. Суми, 2014. С. 141–143. URL: <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/36973> (дата звернення: 14.04.2023).
3. Готелі Сумська область, Україна. *Booking.com.* URL: <https://www.booking.com/region/ua/sumy.uk.html#:~:text=Y%20region%20Сумська%20область%20€,можете%20забронювати%20на%20Booking.com> (дата звернення: 14.04.2023).
4. Гринюк В., Іваницька Ю. Advertising and pr-technologies as a tool for promoting a tourism product by a travel agency. *Scientific bulletin of ivano-frankivsk national technical university of oil and gas (series: economics and management in the oil and gas industry).* 2022. No. 2(24). P. 111–123.
5. Зінкевич Я. С., Євтушенко Я. В. Характеристика рекреаційних ресурсів водного туризму в Сумській області. *Стан і перспективи сучасного туризму* : Матеріали VII Всеукр. науково-практ. конф., м. Суми. 2021. С. 133–138.
6. Колотуха О. В. Теоретико-методичні засади активного туризму. *Науковий вісник Львівської академії. Серія: педагогічні науки.* 2018. Вип. 4. С. 104–109.
7. Криволапов Е. Туристичні ресурси та інфраструктура - головні складові розвитку туризму в Україні. *Наукові перспективи (Naukovi perspektivi).*

2023. № 3(33). URL: [https://doi.org/10.52058/2708-7530-2023-3\(33\)-220-228](https://doi.org/10.52058/2708-7530-2023-3(33)-220-228) (дата звернення: 14.04.2023).

8. Криховецький І. З. Оцінка ефективності рекламної діяльності. *Інвестиції: практика та досвід*. 2011. № 3. С. 56–59.

9. Курилюк С. Сучасні аспекти використання засобів активного туризму в туристично-рекреаційній діяльності учнівської молоді. *Вісник Прикарпатського університету. Серія: фізична культура*. 2022. Т. 1, № 37. С. 14–21. URL: <https://doi.org/10.15330/fcult.37.14-21> (дата звернення: 13.04.2023).

10. Лівак П. Є. Активний відпочинок: види і різновиди активного туризму та їх сутність. *Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова*. 2022. № 7. С. 79–83.

11. Оренда автобуса | Суми | Замовлення автобуса з водієм у Transmarine. TRANSMARINE. URL: <https://transmarine.com.ua/vehicles/orenda-avtobusa-sumy/> (дата звернення: 02.05.2023).

12. Страхова компанія PZU у Сумах - переваги оформлення полісу PZU. Страхова компанія ПЗУ Україна ▶ Купити страховий поліс. URL: <https://www.pzu.com.ua/useful/filials/sumy.html> (дата звернення: 02.05.2023).

13. Сучасний англо-український, українсько-англійський словник : 40 000 слів та граматики. Харків : Книжк. клуб сімейн. дозвілля, 2007. 480 с.

14. Чорний Р. В. Різновиди активного туризму. *Актуальні проблеми розвитку освіти в сфері туризму, фізичної культури та спорту: матеріали VI Всеукраїнської наук.-практ. конф.* 2023. С. 102–105.

15. Adventure tourism market share , size , growth | forecast 2028. *Allied Market Research*. URL: [https://www.alliedmarketresearch.com/adventure-tourism-market#:~:text=The%20adventure%20tourism%20market%20size,for%20\\$37,595%20million%20in%202020.](https://www.alliedmarketresearch.com/adventure-tourism-market#:~:text=The%20adventure%20tourism%20market%20size,for%20$37,595%20million%20in%202020.) (date of access: 14.04.2023).

16. Adventure tourism market size & growth report, 2022 - 2030. *Market Research Reports & Consulting | Grand View Research*,

Inc. URL: <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/adventure-tourism-market-report> (date of access: 14.04.2023).

17. Adventure tourism market size, share, scope opportunities & forecast. *Verified Market Research*.

URL: <https://www.verifiedmarketresearch.com/product/adventure-tourism-market/> (date of access: 14.04.2023).

18. Adventure travel trends 2023 | adventure travel trade association. *AdventureTravelNews | Adventure Travel Trade Association*.

URL: <https://www.adventuretravelnews.com/adventure-travel-trends-2023> (date of access: 14.04.2023).

19. Dimeo P. Sport and adventure tourism. *Tourism management*. 2005. Vol. 26, no. 1. P. 113–114. URL: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2003.09.019> (date of access: 13.04.2023).

20. Global report on adventure tourism. 9th ed. Madrid : World Tourism Organization, 2014. 83 p. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416622> (date of access: 13.04.2023).

21. International tourism growth continues to outpace the global economy | UNWTO. *UNWTO | World Tourism Organization a UN Specialized Agency*. URL: <https://www.unwto.org/international-tourism-growth-continues-to-outpace-the-economy> (date of access: 14.04.2023).

22. Malska M., Hatalyak O., Hanych N. Definition and structure of touristic resources in cities. *Geography and tourism*. 2018. No. 43. P. 4–11. URL: <https://doi.org/10.17721/2308-135x.2019.43.4-11> (date of access: 14.04.2023).

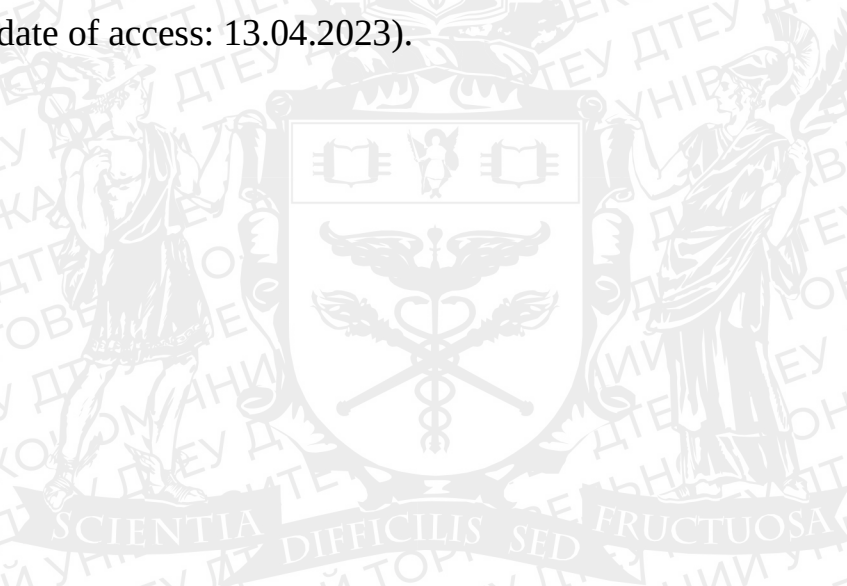
23. Morton C. The 15 best countries for adventure travel. *Condé Nast Traveler*. URL: <https://www.cntraveler.com/gallery/the-best-countries-for-adventure-travel> (date of access: 14.04.2023).

24. Organization W. T. Evaluating tourism resources. Madrid : The Organization, 1980. 45 p.

25. Pavliuk S. World and domestic experience in organizing active tourism. *Modern economics*. 2021. Vol. 28, no. 1. P. 100–106. URL: [https://doi.org/10.31521/modecon.v28\(2021\)-14](https://doi.org/10.31521/modecon.v28(2021)-14) (date of access: 13.04.2023).

26. Sung H. Y., Morrison A. M., O'leary J. T. Segmenting the adventure travel market by activities: from the north american industry providers' perspective. *Journal of travel & tourism marketing*. 2000. Vol. 9, no. 4. P. 1–20. URL: https://doi.org/10.1300/j073v09n04_01 (date of access: 14.04.2023).

27. Types of adventure tourism » land based, air based and water based. *Tourism Beast*. URL: <https://www.tourismbeast.com/types-of-adventure-tourism/> (date of access: 13.04.2023).



ДОДАТКИ

Додаток А

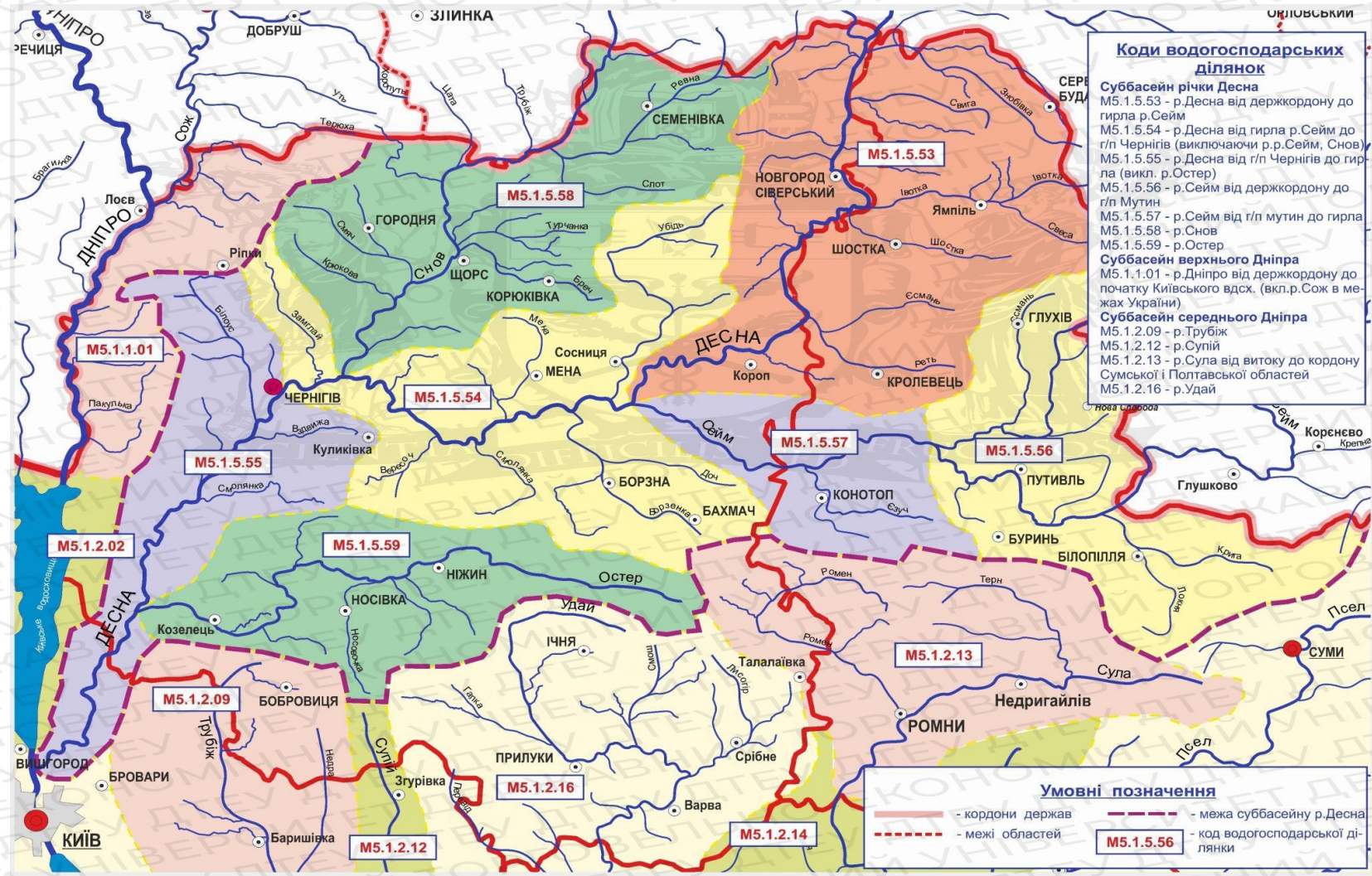


Рис. А.1. Гідрографічне та водогосподарське районування Сумської області

Додаток Б
Таблиця Б.1

Зразковий список особистого спорядження

№	Найменування спорядження	шт.	Примітка, пояснення, заміна
1.	Черевики / кросівки	1	Для бівака
2.	Пляшка з водою	1	
3.	Чохол водонепроникний для телефону		За бажанням. Можна замінити пакетом.
4.	Гігієнічне приладдя	1	Зубна щітка та паста, вологі серветки, туалет. папір, верстат для гоління та ін.
5.	Гідрочоботи	1	За бажанням
6.	Гідромішок (великий)/Поліетиленовий мішок	1	Для речей. Можна замінити поліетиленовим пакетом
7.	Гідромішок		За бажанням. Маленький мішечок для речей, які можуть знадобитися під час зупинки, щоб не шукати у великому мішку.
8.	Дошова накидка	1	Якщо раптом почнеться дощ
9.	Кепка/бандана/панاما		Щоб закривала вуха та шию.
10.	Ключі від дому	1	
11.	Кофта	1	
12.	Крем сонцезахисний	1	
13.	Бананка	1	Сумка для грошей та документів
14.	Купальник (жен.) / купальні плавки (чоловік)	1	Для купання
15.	Куртка	1	Куртка на прохолодну погоду
16.	Особисті ліки		Те, що може знадобитися вам особисто. Як мінімум бактерицидний пластрин, льодяники або таблетки від болю в горлі, від простудних захворювань, гігієнічну помаду, активоване вугілля та інше.
17.	Ніж складаний	1	
18.	Шкарпетки вовняні	+	На випадок холодної погоди
19.	Окуляри сонцезахисні	1	
20.	Павербанк	1	
21.	Рукавиці робочі	1	
22.	Рушник	1	Бажано швидкосохнучий (наприклад, з мікрофібри)
23.	Посуд (1 комплект)	1	Чашка, ложка, кухоль.
24.	Провід для заряджання телефону	1	
25.	Репелент від кліщів + від комарів/мошки	1	
26.	Сітка від комарів (панاما з сіткою або капюшон з сіткою)	1	Можливо, не знадобиться
27.	Сланці/сандалії	+	
28.	Зміна нижньої білизни	+	
29.	Спальний мішок	1	

