

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ЕКОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет природоохоронний
Кафедра економіки природокористування

Бакалаврська кваліфікаційна робота

на тему: Роль та місце сталого туризму на ринку туристичних послуг в

Україні

Виконала студентка 4 року навчання
групи СТ- 43
спеціальності 242 – Туризм
(ОПП "Сталий туризм")
Джумакова Ксенія Костянтинівна

Керівник к.е.н., доцент Дем'яненко
Світлана Георгіївна

Рецензент к.е.н., доц. кафедри
публічного управління та менеджменту
природоохоронної діяльності
Смірнова Катерина Володимірівна

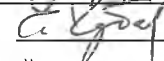
Одеса 2020

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ЕКОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет Природоохоронний
Кафедра Економіки природокористування
Рівень вищої освіти бакалавр
Спеціальність 242 – Туризм (ОПП "Сталий туризм")

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри економіки природокористування

 Губанова О.Р.
« » 2020 року

ЗАВДАННЯ
НА БАКАЛАВРСЬКУ КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТУ

Джумаковій Ксенії Костянтинівні

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи Роль та місце сталого туризму на ринку туристичних послуг в Україні

керівник роботи к.е.н. Дем'яненко Світлана Георгіївна,

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

затвержені наказом вищого навчального закладу від "27" квітня 2020 року №45-«С»

2. Строк подання студентом роботи 12 червня 2020

3. Вихідні дані до роботи наукові публікації: статті, тези та монографії стосовно проблем та напрямів розвитку ринку туризму в Україні та світі, нормативно-правова база, статистична інформація,

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки

1. Ринок туристичних послуг в Україні

2. Сталий туризм як перспективний напрям розвитку туристичного ринку

3. Можливості розвитку туризму у національному природному парку «Подільські Товтри»

5. Перелік графічного матеріалу

Основні показники ринку туристичних послуг в Україні за 2012-2016 рр.

Стримуючі та стимулюючі чинники розвитку туристичного ринку України

Основні відмінності сталого туризму від масового (традиційного)

Таблиці з розрахунками по туру «Weekend в небі: Фестиваль повітряних куль в Кам'янець-Подільському»

6. Консультанти розділів роботи

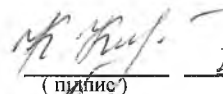
Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв

7. Дата видачі завдання 11 травня 2020 р

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів роботи	Термін виконання етапів роботи	Оцінка виконання етапу	
			у %	за 4-х бальною шкалою
1	Огляд літературних джерел	11.05.20 – 12.05.20	90	Відмінно (А)
2	Написання першого розділу роботи	13.05.20 – 15.05.20	90	Відмінно (А)
3	Написання другого розділу роботи	16.05.20 – 18.05.20	90	Відмінно (А)
4	Написання третього розділу	19.05.20- 22.05.20	90	Відмінно (А)
5	Рубіжна атестація	23.05.20- 30.05.20.	90	Відмінно (А)
6	Здача на кафедрі	12.06.20		
7	Перевірка на плагіат	13-14.05.20		
8	Рецензування	14.05.20		
	Інтегральна оцінка виконання етапів календарного плану (як середня по етапам)		90	Відмінно (А)

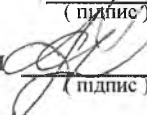
Студент


(підпис)

Джумакова К.К.

(прізвище та ініціали)

Керівник роботи


(підпис)

Дем'яненко С.Г.

(прізвище та ініціали)

Висновок про рівень оригінальності кваліфікаційної роботи

Назва роботи: Роль та місце сталого туризму на ринку туристичних послуг в Україні

Вид кваліфікаційної роботи: Бакалаврська кваліфікаційна робота

Автор: Джумакова (Кияшко) Ксенія Костянтинівна

Прізвище, ім'я та по батькові, науковий ступень, вчене звання керівника:

Дем'яненко Світлана Георгіївна, к.е.н., доцент

Обсяг роботи: 74 стор.

Програмно-технічні засоби перевірки на оригінальність роботи: онлайн сервіс перевірки тексту на унікальність <https://advego.com/antiplagiat>

Результати перевірки на оригінальність твору роботи

Назва структурного елементу твору (розділів)	Обсяг рукопису	Обсяг твору, який перевірено на оригінальність	Показник оригінальності (у відсотках)
Ринок туристичних послуг в Україні	28 стор.	11174 символів, 1413 слів	84,5
Сталий туризм як перспективний напрям розвитку туристичного ринку	23 стор.	9325 символів, 1215 слів	86,3
Розвиток сталого туризму в природних парках	23 стор.	9215 символів, 1117 слів	82,5

Загальний висновок кафедри «Економіки природокористування»: допустити до захисту кваліфікаційної роботи

Джумакова (Кияшко) К. К.

Доцент
Дем'яненко С. Г.

Зав.кафедри
Губанова О.Р.

Висновок керівника бакалаврської кваліфікаційної роботи
студентки 4 року навчання спеціальності 242 - Туризм

Джумакової Ксенії Костянтинівни

на тему: Роль та місце сталого туризму на ринку туристичних послуг в Україні

Студентка Джумакова К.К. поставила за мету визначення місця та ролі сталого туризму на ринку туристичних послуг Україні відповідно до якої вирішила завдання щодо розкриття сутності, змісту, та ролі сталого туризму, дослідження сучасного стану туристичного ринку України, проблем та можливих напрямів його розвитку.

Теоретичною основою дослідження стали наукові розробки вітчизняних та закордонних вчених з питань розвитку сталого туризму та туристичного ринку, нормативно-законодавчі акти, данні статистичних збірників, аналітичні обзори, інформація з мережі Internet, матеріали наукових конференцій

Студентка показала вміння працювати з науковою літературою, статистичною звітністю та практичними матеріалами, здатність аналізувати проблемні питання та робити висновки за отриманими результатами. Виявила схильність до наукової роботи і творчий підхід при вирішенні поставлених завдань, показав добру теоретичну підготовку і самостійність у прийнятті рішень. При виконанні бакалаврської роботи строго дотримувалася змісту поставлених завдань та календарного плану.

Практична значущість досягнутих результатів полягає в розробці практичних рекомендацій з розробки туру подієвого туризму у національному парку «Подільськи Товтри.

До переваг роботи слід віднести актуальність досліджуваної теми, аналіз сучасних тенденцій розвитку туристичного ринку, повноту та обґрунтованість пропозицій щодо можливості розвитку сталого туризму у національному парку.

Поставлені автором завдання були успішно виконані. Робота студентки під час виконання бакалаврської роботи заслуговує оцінки «відмінно» (90 %). Бакалаврська кваліфікаційна робота відповідає завданню та вимогам, які пред'являються до оформлення та змісту і рекомендується до захисту, а її автор Джумакова К.К. заслуговує на присвоєння кваліфікації бакалавр з туризму

Керівник бакалаврської
кваліфікаційної роботи



(підпис)

«12» 06

20 року

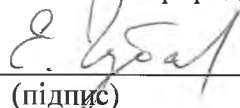
Висновок кафедри про бакалаврську кваліфікаційну роботу

Бакалаврська кваліфікаційна робота розглянута.

Студентка Джумакова К.К. допускається до захисту даної
(прізвище та ініціали)

бакалаврської кваліфікаційної роботи в Екзаменаційній комісії № 15

Завідувач кафедри економіки природокористування



(підпис)

« » 20 року

Губанова О.Р.

(прізвище та ініціали)

ЗМІСТ

ВСТУП	7
Розділ 1 Ринок туристичних послуг в Україні	9
1.1 Оцінка передумов і напрямів формування туристського ринку України	9
1.2. Аналіз ринку туристичних послуг в Україні: проблеми і перспективи	16
1.3. Внутрішній ринок туристичних послуг України	24
Розділ 2 Сталий туризм як перспективний напрям розвитку туристичного ринку	30
2.1. Принципи сталого розвитку туризму	30
2.2. Використання інновацій для забезпечення сталості туристичного ринку	39
2.3. Стан та тенденції розвитку ринку сталих туристичних послуг	45
Розділ 3. Розвиток сталого туризму в природних парках	53
3.1. Можливості розвитку туризму у національному природному парку «Подільськи Товтри»	53
3.2. Розробка туру «Weekend в небі: Фестиваль повітряних куль в Кам'янець-Подільському»	62
ВИСНОВКИ	72
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	

ВСТУП

Нині визнається, що туризм здатний активно впливати на економіку регіону, в якому він розвивається, на його господарську, соціальну і гуманітарну детермінанти й тому важливим напрямом диверсифікації соціально-економічної діяльності регіонів виступає саме розвиток туризму. Туризм є найважливішим каталізатором економічного зростання багатьох регіонів і через це туристичну діяльність маємо розглядати як окрему галузь господарства регіону, яка здатна приносити високий прибуток, залучати до регіону значні валютні надходження. З точки зору фундаментальної економіки туризм є економічним комплексом, для розвитку якого потрібні відповідні територіальні умови, стратегія розвитку і ефективне управління на національному регіональному і локальному рівнях.

Ситуація, яка склалася в туристичній сфері України останнім часом, вимагає активного пошуку засобів подолання кризових явищ та інтенсифікації виробництва туристичного продукту із забезпеченням необхідної якості. Також можна з упевненістю стверджувати, що основною проблемою в галузі туризму сьогодні є неефективне та нераціональне використання відповідних ресурсів, тобто сучасний рівень розвитку туристичної індустрії не відповідає наявному потенціалу.

На сучасному етапі через посилення конкурентного тиску на туристичному ринку як серед вітчизняних виробників, так і з боку іноземних компаній необхідним постає завдання ретельного дослідження ринку туристичних послуг. Серед усіх видів діяльності ринок туристичних послуг має певні переваги, оскільки сприяє зростанню зайнятості, диверсифікації економіки, підвищує інноваційність національного господарства.

Сучасний стан економічного розвитку України актуалізує питання пошуку нових форм господарювання, які б враховували інтереси виробників і споживачів товарів і послуг, при цьому зберігали екологічну рівновагу в країні.

Однією з таких форм є сталий туризм. Такий туризм у контексті сталого розвитку передбачає не тільки раціональне використання та відтворення екологічних ресурсів, а також збереження етнокультурного середовища.

Збереження природи – це одночасно і умова, і механізм відродження культури та патріотизму. Тому об'єкти природно-заповідного фонду мають підтримувати культурні традиції, освіту і виховання молоді. Важливо зазначити, що екологічний туризм несе в собі оздоровчу функцію. Здоров'я населення безпосередньо залежить від якості навколишнього середовища, яка визначається збереженням повноцінних природних екосистем. В умовах зростання урбанізації можливість повноцінного спілкування з природою набуває все більшої цінності. Це стає одним із головних показників якості життя.

Метою дослідження є визначення місця та ролі сталого туризму на ринку туристичних послуг України.

Об'єктом дослідження є ринок туристичних послуг.

Предмет дослідження – ринок послуг сталого туризму .

Матеріали дослідження. У роботі використовувалася інформаційна база щодо розвитку туристичного ринку в Україні, сталого туризму. Інформаційну базу дослідження склали праці вітчизняних і зарубіжних вчених, фахівців з проблем та перспектив розвитку туристичного ринку, чинне законодавство, дані державної служби статистики України, результати власних досліджень.

Методами дослідження є загальнонаукові методи, а саме: діалектичний, системно-структурного аналізу і синтезу, системного та процесного підходу.

Результати роботи були апробовані на конференції на конференції Молодих вчених ОДЕКУ 27 травня 2020 року: доклад на тему «Роль та місце сталого туризму на ринку туристичних послуг в Україні».

РОЗДІЛ 1 РИНОК ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

1.1 Оцінка передумов і напрямів формування туристського ринку України

Туристичний ринок є одним із найбільш динамічних та перспективних галузей економіки. Провідні держави світу в умовах глобалізації дали належну оцінку перевагам розвитку туристичної галузі. Туризм є одним із чинників реалізації зовнішньої політики держави. Він сприяє збереженню і розвитку культурного потенціалу, веде до гармонізації відносин між різними країнами і народами, збереженню екологічно безпечного довкілля. Згідно з даними Всесвітньої туристичної організації ООН (ЮНВТО) частка туризму у світовому ВВП складає близько 10%, а на долю міжнародного туризму припадає 6% загального обсягу світового експорту, кожне 11 робоче місце в світі припадає на сферу туризму, а також йому належать 12% світових споживчих витрат, 6% усіх податкових надходжень і третина світової торгівлі послугами. Прогнозується, що до 2030 р. кількість міжнародних туристичних відвідувань зросте до 1,8 млрд. туристів. Згідно з даними ЮНВТО у 2015 р. по Європі подорожувало 609 млн. туристів, їх втрати у 2014 р. склали 509 млрд. доларів США [1].

На сьогоднішній день на фоні світового туризму, який набирає потужностей дуже швидкими темпами, Україна виглядає досить скромно. Конкуренція та рівень сервісу іноземних монополістів є дуже високими, і вітчизняний туристичний продукт на їх фоні виглядає все менш привабливим.

На сучасному етапі розвитку України актуальними стають питання щодо створення ефективної структури управління туристичною галуззю. Подолання негативних тенденцій, створення передумов для сталого розвитку туризму має стати одним з пріоритетних напрямків державної політики в цій сфері. Ситуація

вимагає активного пошуку засобів подолання кризових явищ, причини яких треба шукати в складній соціально-економічній ситуації в державі, у невідрегульованості механізмів стимулювання туристичної індустрії, відсутності ефективної стратегії розвитку цієї галузі як на національному, так і регіональному рівнях. Перетворення України на туристичну державу світового значення вимагає також забезпечення координації діяльності різних галузей економіки, від яких залежить якісне надання туристичних послуг, зокрема транспорту, торгівлі, виробництва сувенірної продукції, видавничо-рекламної діяльності тощо.

Формування національного туристичного ринку є наслідком складної взаємодії внутрішніх і зовнішніх соціально-економічних процесів, які спричинюють потребу в туризмі і формують попит на туристичні послуги. Саме ці процеси зумовлюють різні моделі формування національного туристичного ринку. Тобто, формування національного ринку туристичних послуг може відбуватися під дією як внутрішніх, так і зовнішніх потреб. Задоволення туристичних потреб, які створюються на зовнішніх ринках, також залежить від стабільності національного туристичного ринку, від його здатності створювати різноманітний туристичний продукт, стимулюючи попит. Таким чином, національний туристичний ринок створюється внутрішнім та зовнішнім попитом і внутрішньою пропозицією, просторово-часова збалансованість між якими забезпечується національною індустрією туризму. Індустрія туризму - це міжгалузевий господарський комплекс, який спеціалізується на створенні турпродукту, здатного задовольняти специфічні потреби населення в проведенні дозвілля в подорожі шляхом виробництва та реалізації товарів і послуг туристичного призначення.

Національний туристичний ринок формується та функціонує в правовому та економічному полі держави і саме на цьому рівні найяскравіше проявляється дієвість державної туристичної політики. Сутність державної туристичної

політики полягає в стимулюванні потреб населення в послугах туризму, в протекціоналізмі туристичній діяльності в сфері малого і середнього бізнесу шляхом створення правових основ та нормативної бази, сприятливого фінансового механізму, проведення фінансово-економічного регулювання, спрямованого на розвиток ринкових структур і поживлення ринкової діяльності суб'єктів туристичного ринку, спрощення туристичних формальностей, цілеспрямованої підготовки кадрів та проведення науково-дослідної роботи в цій сфері [2, с. 64-67].

Державна туристична політика є комплексом заходів правового, економічного і організаційного порядку, підкріплена відповідними управлінськими інститутами, діяльність яких пронизує всі управлінські рівні і спрямована на узгодження державних, бізнесових і місцевих інтересів на ринках туристичних послуг різного порядку. Регуляторними каналами впливу є законодавчо-нормативний, податковий, валютно-фінансовий, інформаційний, управлінський. Ефективність державної туристичної політики відбивається в характері туристичного процесу і позначається місцем, яке займає в ньому національний туристичний ринок, та прибутковістю індустрії туризму, її прямим та опосередкованим внеском в національну економіку.

Аналіз сучасного стану вітчизняної туристично-рекреаційної галузі свідчить, що ефективність діяльності в цьому напрямі стримується через невирішеність низки проблем. Нинішній і майбутній розвиток туризму потребує активнішої підтримки з боку уряду в плані інформації та просування туризму, освоєння нових ринків, забезпечення співпраці у всіх сферах – державних і приватних. Прийняті останнім часом керівні документи на різних рівнях управління визначають два головні напрями і, відповідно, цілі розвитку туристичної галузі в Україні: перший - становлення туризму як високорентабельної галузі економіки, другий – формування конкурентоспроможного на світовому ринку туристичного продукту. Важливість

проведення вищезгаданих заходів важко переоцінити, але необхідно зрозуміти, що потрібно шукати нестандартні шляхи виходу з кризи, засоби формування конкурентоспроможної національної економіки з урахування сучасних реалій та досвіду країн з високорозвиненої туристичною індустрією [3, с. 37-40]. Мова йде перш за все про питання розвитку туризму в Україні, головними із яких є:

- залучення іноземних інвестицій для створення внутрішньої пропозиції адекватної зовнішньому попиту на основі приведення матеріально-технічних ресурсів (матеріально-технічна база та інфраструктури) регіону у відповідність з міжнародними нормами обслуговування туристів та ліквідації диспропорції між світовими стандартами і наявним туристичним та матеріально-технічним потенціалом;

- апробацію та прискорену адаптацію міжнародного досвіду щодо найефективніших методів управління, організації праці і виробництва в рекреаційному господарстві з метою підвищення гнучкості та адаптивності туристичної пропозиції регіону до кон'юктури світового ринку;

- ліквідацію диспропорцій соціально-економічного розвитку регіону за рахунок прямих (як безпосереднього джерела значних фінансових надходжень) та опосередкованих (як чинника позитивних структурних зрушень галузевих та інфраструктурних, що підвищують комфортність регіону для потенціальних інвесторів) можливостей міжнародного туризму;

- залучення валютних коштів у місцевий та державний бюджет за рахунок експорту туристичних послуг на основі оптимального використання ресурсного потенціалу регіону з урахуванням стратегії його перспективного розвитку і забезпеченням балансу державних та місцевих інтересів.

Розвиток міжнародного туризму неможливий також без створення матеріально-технічної бази (готелі, кемпінги, ресторани тощо). Так, готельне господарство України за кількістю місць здавалось би спроможне задовольнити попит туристів на розташування та створення необхідних умов обслуговування.

Втім більшість готелів не відповідають вимогам міжнародних стандартів, їх відсталість є самим вузьким місцем, яке стримує розвиток в'їзного туризму.

Отже, виїзний туризм, як невід'ємна частина міжнародного туризму, тісно пов'язаний з економікою України, сприяє її піднесенню та розвитку, зміцнює здоров'я і розширює кругозір громадян України. Він сприяє нагромадженню валютних заощаджень у населення країни, які з часом потрапляють у державний бюджет. Важливо звернути увагу й на той факт, що в сучасну епоху, коли в туристичний рух залучено сотні мільйонів людей і в багатьох країнах сформувалася по суті нова галузь господарства по обслуговуванню іноземних та національних туристів, розглядати вплив на економіку тієї чи іншої країни без врахування внутрішнього туризму було б неправомірно. До того ж неможливе практичне чітке розмежування внутрішнього та іноземного туризму, оскільки ці дві сфери діяльності взаємопов'язані і взаємообумовлені [4, с. 6-9].

Внутрішній туризм в умовах уповільненого росту іноземного туризму служить свого роду амортизатором для туристичної економіки, даючи можливість послабити негативну дію, яка відбувається внаслідок простою матеріальної бази туризму. Отже райони, які в силу своєрідності природних умов, наявності історичних пам'ятників, культурних цінностей чи яких-небудь інших причин (наприклад, у результаті організації міжнародних виставок, конференцій і т.д.) здатні залучити значні маси людей, готових провести тут деякий час і потратити частку своїх заощаджень, виступають як носії своєрідного ресурсу - ресурсу індустрії туризму.

Слід зазначити, що способи та методи впливу, які використовуються сьогодні для регулювання туристичної галузі, не завжди являються адекватними сучасним умовам та тенденціям. Тому для зміни ситуації на краще необхідним є вдосконалення механізмів регулювання господарської діяльності з урахування досвіду країн з розвиненою туристичною галуззю, а також формування нових соціально-економічних підходів до стратегії розвитку національного

туристичного комплексу і системи управління туристичними процесами як на національному, так і на регіональному рівнях. Нині законодавчо-правова база не відповідає вимогам сьогодення, немає інструкцій та інших нормативно-правових документів, які були б логічно взаємопов'язані й не суперечили один одному. Необхідність державної підтримки та регулювання туризму як складної галузі, до якої входить понад 40 суміжних галузей народного господарства, є очевидною. Отже, перед українським туризмом стоїть багато проблем, які потребують негайного вирішення за допомогою вдосконалення системи та механізмів регулювання, а саме – внесення до законодавства змін та доповнень, які допоможуть створити сприятливі умови для розвитку внутрішнього туризму [5, с.45-67].

Відповідно до маркетингових досліджень ринку туристичних послуг, що проведені Всесвітньою організацією туристичних послуг, причини занепаду українського туризму наступні:

- нехтування міжнародним досвідом розвитку туризму;
- відсутність послідовної державної політики в галузі;
- неефективна діяльність влади у сфері туризму;
- відсутність належних умов для розвитку туризму, податкового і фінансового стимулювання державою експорту туристичних послуг і вітчизняних туроператорів;
- незадовільна робота по формуванню та зміцненню туристичного іміджу України, розробки та просування національного туристичного продукту на міжнародному та внутрішньому ринках.

Ознаки та наслідки занепаду:

- зменшення кількості туристів у порівнянні з показниками 2012-2013 гг.;
- значне скорочення питомої ваги туризму в ВВП країни;
- падіння доходів від туристичних послуг і послуг готелів, туристичного збору, валютних надходжень від експорту туристичних і готельних послуг,

інвестицій в туристичну інфраструктуру, робочих місць.

Особливо неприємною для туристичної галузі України є мала обізнаність широких закордонних кіл туристичного бізнесу про потенціал українського туризму. Як результат, у пересічних громадян за кордоном уявлення про Україну формується в основному завдяки оцінкам їх власних державних діячів і міжнародних організацій та найбільше завдяки кон'юнктурним публікаціям у закордонних мас-медіа, які переважно є негативними, оскільки присвячуються резонансним чи скандальним подіям. Але у більшості іноземців, що відвідали Україну, враження від нашої країни були кращими, ніж образ, який формували їм удома власні ЗМІ.

Проаналізувавши ситуацію в туристичній галузі України, можна зробити висновок про те, що виведення України до провідних туристичних країн світу є завданням комплексним і вимагає системних зусиль від усіх гілок влади. Для цього необхідно вирішити певні законодавчі проблеми, узгодити роботу усіх учасників туристичного ринку і через системне фінансування, політичну й ідеологічне підтримку забезпечити сталий розвиток туризму. Здійснення повною мірою вищезгаданих заходів не тільки допоможе розвитку туристичної галузі, а й сприятиме зміцненню економіки всієї країни, а значить і підвищенню добробуту українців.

Розвиток туристичного бізнесу дав змогу багатьом країнам з менш привабливими, ніж в Україні, природними та культурно- історичними передумовами підвищити рівень соціально- економічного розвитку. Наявні туристичні ресурси сприяють входженню України на світовий туристичний ринок. Але навіть значний туристичний потенціал ще не дає гарантії успішного розвитку туристичної індустрії. Туризм істотно впливає на економічний розвиток держави, сприяє створенню нових робочих місць, є джерелом поповнення бюджету та припливу валютних надходжень, поєднує прибутковість з екологічною рівновагою. Крім того, стимулює розвиток багатьох галузей

економіки, таких як, наприклад, будівництво, транспорт, сільське господарство, культура, мистецтво, які прямо чи опосередковано пов'язані з туристичною індустрією.

1.2. Аналіз ринку туристичних послуг в Україні: проблеми і перспективи

Враховуючи стратегічне значення ринку туристичних послуг, Україна задекларувала її одним з пріоритетних напрямів розвитку національної економіки. [7]

Україна має всі передумови для належного розвитку економіки за рахунок туризму, однак суттєво програє в конкурентній боротьбі, відстаючи від провідних держав світу за рівнем розвитку туристичної інфраструктури та якості туристичних послуг. За складовими індексу туристичної конкурентоспроможності у 2017 р. Україна увійшла до десятки країн з найнижчим рівнем безпеки, посідаючи 127 місце, за сприятливим бізнес-середовищем – 124, за рейтингом культурних багатств – 51, в плані здоров'я та гігієни не все так погано, адже вона входить у першу десятку країн, посідаючи 8 місце, за ціною конкурентоспроможністю – 45 місце, за показниками розвитку туристичного сервісу – 71, за рівнем міжнародної відкритості – 78, за інфраструктурою повітряного транспорту – 79, за наземною і портовою інфраструктурою – 81, за націленістю на туризм – 90, за природними ресурсами – 115, за людськими ресурсами і ринком праці – 41, за готовністю ІКТ – 81, за культурними ресурсами і діловими поїздками – 51, за показниками екологічної стабільності – 97 місце. Відповідно до загального індексу туристичної конкурентоспроможності Україна в рейтингу 136 країн посідає 88 місце [8].

Згідно з даними Державної служби статистики України [6] динаміка туристичних потоків зазнала значних змін упродовж 2012–2016 рр. Якщо в

динаміці кількість громадян, які виїжджали за кордон, суттєво не змінювалась за аналізований період, то негативна тенденція спостерігається серед іноземних громадян, які відвідали Україну: найбільший спад відвідувань припав на 2014–2015 рр., (зменшення на 51,5% іноземних туристів у 2014 р. порівняно з 2013 р., ще на 2,2% у 2015 р. порівняно з 2014 р.), що пов'язано з нестабільною політичною ситуацією в країні. Однак з 2016 р. до країни в'їхали 13,33 млн. іноземних громадян, що на 7,3% більше, ніж у 2015 р. (12,4 млн. осіб). Така позитивна тенденція дає можливість говорити про поступове зростання довіри іноземців до нашої країни.

Кількість туристів, яких обслуговують суб'єкти туристичної діяльності, у 2016 р. склала 2,550 млн. осіб, що на 26,2% більше, ніж у 2015 р., хоча розрив для досягнення рівня обслуговування туристів у 2013 р. є досить великим (904,7 тис. осіб). У структурі туристів, яких обслуговували суб'єкти туристичної діяльності, зросла частка громадян України, які виїжджали закордон, з 65,2% у 2012 р. до 80,8% у 2016 р., а частка внутрішніх туристів зменшилась з 25,8% до 17,8% відповідно. Негативна тенденція спостерігається серед іноземних туристів, які відвідали Україну: їхня частка зменшилась майже у 6 разів, тобто з 9% у 2012 р. до 1,4% у 2016 р. Основними перешкодами, які вплинули на стрімке зменшення іноземних туристів, є військовий конфлікт у Донецькій та Луганській областях, втрата туристичних територій Криму, нестабільність у політичному й економічному середовищі країни. Проведений аналіз порівняльної динаміки осіб, які виїжджали закордон, і осіб, які відвідали Україну, за 2012–2016 рр. показує, що у туристичних потоках у 2012–2013 рр. співвідношення склало близько 49% на 51%, тоді як за період 2014–2016 рр. частка осіб, що виїжджали закордон, склала 65% проти 35% осіб, які відвідали Україну.

Територіальні негаразди, економічні проблеми і політична невизначеність призвели туристичну галузь України в плачевний стан: в 2014-2015 ринок туризму впав на 40%. Але в 2016 вже спостерігалось поліпшення, яке

відобразилося в 20% зростанні. Це сталося завдяки Єгипту і Туреччині, які рятували свою туристичну галузь і знизили ціни для залучення українських туристів.

Туризм в Україні відображає її внутрішній соціально-економічний і політичний стан. Так, анексія Криму та військова агресія Росії різко скоротили потік іноземних туристів. Інфляція і девальвація гривні в 2014-2015 роках зумовили зменшення кількості виїзних туристів, зате дещо пожвавили внутрішній туризм. Останнє, як показує світовий досвід, може викликати значний економічний ефект.

У структурі доходів від туризму в розвинених країнах внутрішній туризм дає 80-90%, а в середньому в світі - понад 72%. В Україні - близько 64%.

Причиною сучасного стану туристичного ринку в Україні є військові дії на сході країни та страх іноземних туристів відвідувати Україну, слабо розвинена інфраструктура туристичної сфери, низька купівельна спроможність українського населення, недобросовісна поведінка суб'єктів туристичного ринку та недостатній рівень кваліфікації спеціалістів, що працюють у даній сфері. Україна втрачає свою популярність як туристичний напрям, оскільки в уяві потенційних туристів складається враження повномасштабної війни, а країна сприймається виключно як гаряча точка. Витрати на туристичні послуги є життєвими потребами людини, тому зростання платоспроможності населення безпосередньо впливає і на зростання попиту на туристичні послуги, а це сприяє підвищенню соціально-економічного розвитку держави (зростання ВВП, зайнятості, доходів, капіталовкладень в туризм тощо).

Світова рада подорожей і туризму (WTTC) розглядає внесок туристичної галузі у ВВП країни як складну систему, до якої входять:

– прямі витрати туристів на здійснення подорожей, тобто витрати внутрішніх в'їзних туристів та витрати на подорожі на державному рівні відповідно до рекомендованої ООН методології туристичних рахунків;

– непрямі внески туристичної галузі в економіку країни, які включають інвестиції в туристичну сферу, державні витрати на туризм, внутрішні закупівлі продуктів та послуг підприємствами туристичної галузі;

– індукований внесок у ВВП країни, що включає витрати тих, хто прямо чи опосередковано отримує дохід в туристичній галузі.

Туристичний потенціал України відображають показники прямого і загального внеску туризму у валовий внутрішній продукт, у зайнятість, частку доходів і витрат на туризм в експорті та імпорті країни відповідно (табл. 1.1.). Так, внесок прямих надходжень від туризму у виробництво ВВП за 2012–2016 рр. зменшився з 2,03% до 1,52%. Аналогічна тенденція спостерігається і за часткою загального внеску туризму у ВВП (за всіма складовими структури ВВП), яка склала 5,6% у 2016 р. проти 7,5% у 2012 р., що свідчить про низьку ефективність туристичної сфери та низький рівень використання туристичних ресурсів.

За світовим рівнем загального внеску туризму у світовий ВВП значення відповідного показника України майже у 2 рази менше (5,6% проти 9,7% у 2016 р.), у рейтингу надходжень від туристичних послуг у структурі ВВП Україну можна віднести до країн із значенням нижче середнього. Прямий внесок туристичної галузі у забезпечення зайнятості зменшився із 382,4 тис. осіб у 2012 р. до 247,2 тис. осіб, або на 35,3%, динаміка загального внеску туризму в зайнятість є негативною: відбулось зменшення робочих місць із 1 417,6 тис. осіб у 2012 р. до 923,1 тис. осіб у 2016 р. (частка загального внеску туризму в зайнятість зменшилась із 7% до 5% відповідно). Якщо порівнювати із світовими тенденціями, то можна побачити, що світові показники становлять за часткою прямого внеску 4,4%, за часткою загального внеску – 9,4%.

Таблиця 1.1

Основні показники ринку туристичних послуг в Україні за 2012-2016 рр.

(складено за даними [9])

№ з/п	Показники	2012	2013	2014	2015	2016
1	Прямий внесок туризму у ВВП, млрд. грн.	29	30	22	29	35
2	Частка прямого внеску туризму у ВВП, %	2,03	2,04	1,41	1,47	1,52
3	Загальний внесок туризму у ВВП, млрд. грн.	105,1	111,3	86,6	109,1	128,5
4	Частка загального внеску туризму у ВВП, %	7,5	7,6	5,5	5,5	5,6
5	Прямий внесок туризму в зайнятість, тис. осіб	382,4	368,0	224,1	213,4	247,2
6	Частка прямого внеску туризму в зайнятість, %	1,9	1,8	1,2	1,3	1,3
7	Загальний внесок туризму в зайнятість, тис. осіб	1417,6	1388,3	879,3	809,8	923,1
8	Частка загального внеску туризму в зайнятість, %	7,0	6,8	4,9	4,9	5,0
9	Капіталовкладення в туризм, млрд. грн	6,5	5,8	5,0	5,3	5,7
10	Частка капіталовкладень в туризм, %	2,4	2,3	2,2	2,0	1,9
11	Частка доходів від туризму в загальному експорті країни, %	6,9	7,3	3,5	2,1	2,2
12	Частка витрат в туризм в загальному імпорті країни, %	5,5	6,5	7,8	10,8	10,5
13	Надходження туристичного збору в місцеві бюджети, млн. грн.	-	-	24,77	37,13	54,10

Аналіз динаміки капіталовкладень у туристичний ринок відображає зростання грошових витрат протягом 2014–2016 рр. з 5,0 до 5,7 млрд. грн., хоча частка капіталовкладень у структурі загальних капіталовкладень за цей же період зменшилась з 2,2% до 1,9%. Аналогічна тенденція спостерігається і в доходах,

отриманих від туристичних послуг, адже їхня частка зменшилась із 7,3% у 2013 р. до 2,2% у 2016 р., а частка витрат в розвиток туризму зросла з 5,5% у 2013 р. до 10,5% у 2016 р. Низький внесок туристичної галузі у ВВП України, незначна частка експортних надходжень від туризму, збільшення витрат туристичних суб'єктів на послуги сторонніх організацій, що беруть участь у створенні туристичного продукту, скорочення потоку іноземних туристів – лише частина проблем ринку туристичних послуг в країні. Однак з 2014 р. поступове зростання частки туристичної галузі у формуванні ВВП, зайнятості свідчить про відновлення важливої ролі туризму в Україні. Враховуючи місце України в загальному рейтингу індексу туристичної конкурентоспроможності і стан ринку туристичних послуг за 2014–2016 рр., можна визначити найбільш стримуючі і найбільш стимулюючі чинники розвитку цієї сфери (табл. 1.2). Визначення можливостей і перешкод для розвитку туристичної галузі дає змогу сконцентрувати увагу держави на розвитку туристичної інфраструктури, ремонті доріг, гарантій безпеки туристів, підвищенні рівня життя населення та забезпеченні доступу до інформаційних сервісів в туризмі.

Подолання негативних тенденцій на ринку туристичних послуг можливо шляхом його стратегічного розвитку за рахунок становлення туризму як високоприбуткової галузі економіки та формування конкурентоспроможного туристичного продукту на світовому ринку. Економічний ефект від реалізації стратегічних цілей розвитку туристичного ринку буде виражатись у збільшенні надходжень до бюджетів усіх рівнів від туристичної діяльності, збільшенні туристичних потоків, особливо іноземних громадян, залученні іноземних інвестицій у розвиток туристичної інфраструктури, створенні нових робочих місць, підвищенні обсягу наданих туристичних послуг та їх якості.

Таблиця 1.2

Стримуючі та стимулюючі чинники розвитку туристичного ринку України

Стримуючі чинники	Стимулюючі чинники
Нестабільна політична ситуація та небезпека тероризму	Наявність культурно-історичних пам'яток
Низька купівельна спроможність населення України	Рівень освіти та культури населення країни
Слабо розвинута інфраструктура в'їзного туризму	Розвиток креативних галузей (сувенірна продукція, мистецтво, книги)
Якість доріг та інфраструктура повітряного транспорт	Наявність природно-ресурсного потенціалу
Надостатній захист прав власності суб'єктів туристичного ринк	Впровадження новітніх CRM-систем
Недостатній рівень кваліфікації спеціалістів туристичного ринк	Зручне розташування України в центрі Європи
Недобросовісна поведінка суб'єктів туристичної діяльності	Широкий спектр туристичних маршрутів (індивідуальні, одноденні)
Недосконала равова база, що регулює ринок туристичних послуг	Оптимальна цінова політика в наданні туристичних послуг
Недостатня ефективність маркетингу для залучення туристів	
Затримки у впровадженні і розвитку інформаційних порталів	

Тому створення системних та комплексних передумов для розвитку туристичного ринку в державі має стати одним з пріоритетних напрямів прискорення економічного зростання країни. Відповідно до реалізації стратегії розвитку ринку туристичних послуг в Україні передбачено досягнення таких показників [7]:

- 1) збільшення витрат туристів під час подорожей до 80 млрд. гривень у 2026 р;
- 2) збільшення обсягу капітальних інвестицій у сферу туризму та курортів до 6,6 млрд. гривень у 2026 р.;

3) створення національної туристичної організації та відповідних регіональних туристичних організацій;

4) функціонування Єдиної туристичної інформаційної системи, що містить інформацію про всі туристичні та рекреаційні ресурси країни, придатні для використання в туризмі, зокрема об'єкти культурної спадщини та природно-заповідного фонду;

5) впровадження рекомендованої Всесвітньою туристичною організацією ООН (ЮНВТО) системи сателітного рахунку;

6) заснування десяти туристичних представництв закордоном;

7) лібералізація візового режиму з десятьма країнами світу, що є цільовими туристичними ринками для України.

У найближче десятиліття туризм залишиться одним з джерел нових робочих місць у багатьох регіонах світу. За прогнозами експертів, протягом наступних п'яти років, рівень щорічного приросту в цій галузі складе 5%, що дорівнює 2 млн. Нових робочих місць. Результати проведених досліджень СОТ показують, що туристичний рух до 2020 р виросте до 1,6 млрд. Туристів за рік, а їх витрати на поїздки досягнуть \$ 2 трлн - тобто \$ 5 млрд в день. Туризм буде забезпечувати економічне зростання в ХХІ столітті нарівні з телекомунікаційною індустрією і сектором ІТ.

У 2015 році кількість українців, які скористалися послугами туроператорів, стало менше на 17% і досягло 1,15 млн осіб. Але за даними департаменту туризму МЕРТ України, кількість мандрівників склало 1,44 млн і більшість з них - українські громадяни. Іноземців при цьому практично стільки ж, скільки в 2014 (а в 2013 було 137 тисяч) - 22,4 тисячі. Але, якщо підсумувати всіх іноземців, які відпочили в Україні, кількість буде набагато більше: наприклад, в 2015 році тільки у Львові іноземних туристів було близько 35 тисяч.

У 2016 році кількість іноземних мандрівників зменшилася. Особливо мандрівників з Російської Федерації - більше, ніж на 900 тис. Чоловік. Зате

кількість туристів з колишнього СРСР зросла на 20%. В основному це жителі Республіки Білорусь, Республіки Молдова та Азербайджанської республіки. Мінеральні води Західної України облюбували туристи з Центральної Азії. Нерідко, вони залишаються там жити. За даними Кабміну кількість іноземних туристів, які відвідали Україну в 2016 році досягає 16 млн.

Світова туристична організація UNWTO оцінила туристичні потоки України 2012 року в \$ 4,8 млрд, а 2014 року - лише в \$ 1,6 млрд.

Всесвітній економічний форум оцінив загальний дохід від туристичної діяльності в Україні у 2012 році в \$ 3,2 млрд, однак в 2014-2015 роках, у зв'язку з кризою і російською агресією на сході країни, Україна взагалі не увійшла в рейтинг. Але за результатами Всесвітнього Економічного форуму в Давосі в 2016 році, Україна може похвалитися таким:

1.3. Внутрішній ринок туристичних послуг України

Слід зазначити, що внутрішній туризм в Україні розвинений ще недостатньо і потребує державної підтримки.

Важливою проблемою в сфері туризму стала відсутність кваліфікованих працівників: більшість вузів випускають недостатньо навчених фахівців, а якісної підготовки і перепідготовки кадрів для сфери туризму в Україні просто не існує. Також картину псує: недосконала правова захист туристів на території країни, складності з митним контролем, тіньова економіка.

Не останнє місце серед великої кількості проблем займає військовий конфлікт на Сході країни. Він сіє паніку і аж ніяк не сприяє залученню туристів. Ізраїль теж знаходиться в стані війни постійно і це не заважає країні розвивати і економіку і туризм. Нам дійсно необхідно перейняти досвід цієї країни. Україна - це бренд, її імідж потрібно розвивати і просувати, незважаючи ні на що. Це корисно і для зв'язків з громадськістю та для економіки країни.

Близько шести мільйонів чоловік здійснюють понад 10 млн турпоїздок просторами країни. Протягом 2001-2011 років обсяги інвестицій в готельну і ресторанну сферу зросли з 469 до 4908 млн грн., Або в 10,5 разів. Протягом 2011-2014 років капітальні інвестиції в сферу розміщення і харчування туристів скоротилися до 1,5 млрд грн. Внутрішні туристичні потоки на 70-80% забезпечені в'їзним туристичними потоками і лише на 20-30% - вітчизняними туристами. Протягом 2000-2014 років частка внутрішніх туристів на ринку мала тенденцію до скорочення, і навіть різке скорочення в'їзного туризму в 2014 році не суттєво вплинуло на структуру туристичних потоків, що може свідчити про недостатній розвиток внутрішнього туризму в Україні. Олешківська пустеля і Оптимістична печера, Умань і Львів, Шацькі озера і Світязь, водоспад Шипот і Тунель кохання, «Софіївка» і «Асканія-Нова», найдовший будинок в світі в Луцьку і п'яна церква в Чернівцях, а також сотні інших місць, на які варто подивитися в Україні, пропонують туроператори.

У той же час, дані офіційної статистики від різних джерел мають істотні відмінності, що обумовлено з одного боку - різними методологічними базами обліку, а з іншого - значним тіньовим оборотом в галузі. Точно визначити обсяги ринку обслуговування туристичних потоків на сьогоднішній день - неможливо.

Відродження внутрішнього туризму, яке спостерігається в останні роки, пояснюється:

1. Скороченням сімейних бюджетів, в тому числі і на відпочинок.
2. Сплеском патріотичності на тлі останніх подій в країні.

Популярністю користуються Херсонська, Одеська та Миколаївська області. Але і там сервіс не відповідає вартості, яка виросла в рази після окупації Кримського півострова.

Хоча в південній частині країни в минулому році відпочило близько 3 млн осіб. На інших напрямках, таких як Карпати (які користуються попитом серед українців і не тільки, завжди), Чорнобиль і Прип'ять та інших - збільшилася

кількість туристів на 20%. Туроператори при цьому виконують роль організаторів екскурсії, тому що онлайн-маркетинг готелів України знаходиться на досить високому рівні.

Наявність в реченні ринку послуг турагентств сприяє розподілу туризму на організований і неорганізований. Перший вид - це подорожі, які пропонуються турфірмами і реалізуються на умовах передоплати. Організовані туристи купують тури з заздалегідь визначеним маршрутом, терміном перебування і обсягом наданих послуг.

Неорганізовані туристи подорожують по самостійно оформленим маршруту, місця зупинки і всім іншим нюансам, пов'язаним з поїздкою. Неорганізовані туристи в народі називаються дикунами. Дикуни - це особливий вид туристів, який не потребує туроператорах, іноді їм також не потрібно готель, оскільки намет і спальник можна взяти з собою. Типовий приклад неорганізованого туризму - поїздки автостопом. 90% відвідали Стамбул - туристи, які приїхали без допомоги туроператорів. До країн, з якими Україна межує на заході (Словаччина, Польща, Угорщина, Білорусь) в'їжджають, в основному, без допомоги турагентств. А в Грузію з 150 тисяч українців, 135 тис. Приїхали дикунами. В Анталії і Середземноморському напрямку - навпаки, практично всі відпочиваючі приїхали через турагентства.

У турагентствах вигідно замовляти пляжні напрямки, тому що операторам дають знижки за оптовий викуп. Все, що залишається операторам - боротися за зниження вартості з перевізниками для залучення більшої кількості клієнтів.

Тим, хто подорожує самостійно, необхідно самостійно піклуватися про нічліг. В такому випадку, знадобляться такі сервіси:

- karpaty.info
- asinfo
- ukrtourism
- hotels24

- uahotels
- rest guru
- planetofhotels
- booking
- doba

А для того, щоб дістатися до пункту призначення, можна скористатися не тільки автостопом, але і такими сервісами:

- busfor
- ifly
- avia ria
- ticket bus

А на таких сервісах можна забронювати номери в готелях, квитки на авіа, ж / д і автотранспорт, а також взяти в оренду автомобіль:

- hotel tickets
- momondo

Новий спосіб подорожі - CouchSurfing. Це такий онлайн-сервіс, члени якого допомагають один одному під час подорожей влаштуватися на нічліг або навіть організувати дозвілля в чужому місті або країні:

- couchsurfing
- shuffle

Найпопулярніші курорти мінеральних вод знаходяться в Закарпатті. І не тільки Чехія і Угорщина можуть похвалитися джерелами з термальною водою: на Закарпатті їх понад 50! У Берегово насолодитися сірководневою водою можна за 100 грн за дві години. А за 200 грн / 3 години в Косино можна поплавати в пиві, вині і кави в спеціальних басейнах.

Спробувати себе, як інгредієнт для супу можна в Лумшорах: на свіжому повітрі горить багаття, на якому стоїть чан з водою, в ньому омолоджуються туристи: перепади температур благотворно впливають на серцево-судинну

систему здорової людини., Коштувати це буде від 350 грн / година. Оздоровити серце можна і в селі Довге (аналог метанової йодо-бромної води розташований в Угорщині) за 200 грн з людини за проживання в санаторії і за 35 грн за ванну. За 60 грн на годину можна насолодитися купіллю в воді, насиченій мінералами, в селі Велятино.

Найкращі питні мінеральні води також знаходяться в західній частині країни. Не поступаються їм за рівнем мінералізації мінводи Бердянська Запорізької області, які стимулюють обмінні процеси організму і благотворно впливають на систему травлення. Крім мінвод, варто насолодитися сонцем, морем і лікувальними грязями. Вартість проживання - від 100 грн з людини + харчування.

У центрі країни, на Полтавщині, в Миргороді, добувають мінеральну воду, якої можна підлікувати шлунково-кишковий тракт від безладного харчування, а розслабитися і поліпшити стан шкіри, завдяки ванн з мінеральними водами. Привести себе в порядок в санаторіях полтавського Баден-Бадена можна від 500 грн на добу з людини.

А на березі Чорного моря, в Одеській області, можна поліпшити стан серцево-судинної системи та обміну речовин за допомогою мінвод з 14 розроблених джерел і відкритих вод лиманів в селі Затока, Куяльник, селищі Сергіївка. Вартість проживання - від 100 грн з людини.

Свалява - невелике містечко, розташоване на мінеральних джерелах, до якого можна дістатися прямим поїздом з Одеси, Києва, Львова, Харкова, Вінниці та пожити за 300 грн з людини в готелі і, насолоджуючись пейзажами Закарпаття, пити воду Боржомського типу. У Свалявському районі добре розвинена інфраструктура біля села Солочин, яке за останні роки стало курортним. Тут лікуються мінеральними водами «Лужанська» і «Поляна Квасова». Вони об'єднали лікувальні властивості Боржомі, Єсентуки і Нарзану. Проживання - від 50 грн на добу в приватних пансіонатах. Щоб оздоровитися, потрібно буде

викласти від 100 грн за проживання з людини в приватних будинках і від 500 грн в готелях. Процедури оплачуються окремо.

РОЗДІЛ 2 СТАЛИЙ ТУРИЗМ ЯК ПЕРСПЕКТИВНИЙ НАПРЯМ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ

2.1. Принципи сталого розвитку туризму

Теорія сталого розвитку в даний час, мабуть є найважливішою серед теорій подальшого розвитку світу. Вона говорить про такий розвиток, який дозволить сьогоdnішнім жителям землі задовольнити свої потреби і дати таку ж можливість наступним генераціям [10]. Сталий розвиток є альтернативою сучасному розвитку промисловості, яка ґрунтується на споживанні, сприяє знищенню навколишнього середовища.

Сталий спосіб життя – спосіб життєдіяльності та поведінки соціуму, що сприяє формуванню високої моральності та культури, підвищенню рівня і якості життя, раціональному використанню природних ресурсів та зниженню природоємності продукції та послуг, не ставлячи при цьому під загрозу потенційні потреби майбутніх поколінь.

Науково-технічний і соціально-економічний прогрес привів до прискореного розвитку туризму. Через це в місцях, масово відвідуваних туристами, з'явилися серйозні проблеми в області екології, культури та соціального розвитку. Неконтрольоване зростання туризму, обумовлений бажанням швидко отримати прибуток, часто приводить до негативних наслідків - збитку навколишньому середовищу та місцевим громадам. Це змушує людство проявляти турботу про збереження природних, історичних та культурних цінностей.

Значно позјавилися зусилля з розроблення принципів сталого туризму після ухвалення у 1992 році конференцією ООН з навколишнього середовища і

розвитку в Ріо-де-Жанейро програми дій «Порядок денний на ХХІ століття», яка тлумачить сталий розвиток як такий, що задовольняє потреби сучасності, не ставлячи під загрозу потенційні потреби майбутніх поколінь [11]. Важливим кроком стало розроблення у 1996 році СТО, Світовою радою з подорожей і туризму та Радою планети Земля власного «Порядку денного на ХХІ століття у сфері подорожей та індустрії туризму». Крім цього, протягом 1990-х років була ухвалена ще низка міжнародних документів. Зокрема, Міжнародна конференція з туризму, яка відбулася у Лансеро (Канарські острови) в 1995 році, ухвалила «Хартію зі сталого туризму» У квітні 1999 року рішенням Генеральної Асамблеї та Комісії зі сталого розвитку ООН була ухвалена «Міжнародна програма зі сталого розвитку туризму». У цьому ж році у Сантьяго (Чилі) був ухвалений «Глобальний етичний кодекс туризму». В документах зазначено [12], що розвиток туризму має бути оснований на критерії сталості, тобто, що він є екологічно прийнятним на тривалий період часу, економічно життєздатний, а також етично та соціально справедливий і рівноправний щодо місцевих громад.

В усіх вищезгаданих документах значна увага приділяється взаємозв'язку між природоохоронною діяльністю і сталим туризмом. Зокрема, в екологічних принципах сталого розвитку туризму наголос робиться на раціональному використанню ресурсів, яке передбачає мінімізацію і утилізацію відходів, впровадження систем очищення та повторного використання води, матеріалів та технологій із якнайменшим впливом на природне та культурне довкілля, ефективне використання енергії та залучення альтернативних джерел енергії, зменшення шкідливої дії транспорту, активне застосування дружних до довкілля його видів. Акцентується також увага на збереженні біорізноманітності та необхідності обережного поводження із вразливими природними системами.

Документи визначили конкретну програму дій державних відомств, національних туристських адміністрацій (НТА), галузевих організацій і

туристичних компаній зі сталого розвитку туризму. Для урядових відомств визначені наступні пріоритетні сфери діяльності:

- оцінка існуючої нормативної, економічної та добровільної структури з точки зору сталого туризму;
- оцінка економічної, соціальної, культурної та екологічної діяльності національної організації;
- навчання, освіта і просвіта громадськості; планування сталого туризму;
- сприяння обміну інформацією, досвідом і технологіями;
- забезпечення участі всіх суспільних секторів у розвитку сталого туризму;
- розробка нової туристської продукції; співробітництво в цілях розвитку сталого туризму.

Завданнями туристських компаній є вироблення та визначення напрямків діяльності з розвитку сталого туризму. Пріоритетними сферами діяльності повинні стати збереження і відновлення навколишнього середовища: зведення відходів до мінімуму; залучення персоналу, клієнтів та громадськості до вирішення екологічних питань. Розгляд економічних, соціальних, культурних критеріїв та охорони навколишнього середовища має бути складовою частиною всіх управлінських рішень, у тому числі при включенні нових елементів в існуючі програми.

У 2004 р. Всесвітня туристська організація сформулювала концепцію сталого розвитку туризму (цитуємо)[1]:

"Норми та практику управління стійким розвитком туризму можна застосовувати до всіх видів туризму та до всіх типів напрямків, включаючи масовий туризм і різні ніші туристських сегментів. Принципи стійкості відносяться до охорони навколишнього середовища, економічним та соціально-культурним аспектам розвитку туризму і між цими трьома аспектами повинен бути встановлений відповідний баланс, щоб гарантувати довготривалу стійкість туризму. Таким чином, стійкий туризм повинен:

1) забезпечити оптимальне використання ресурсів навколишнього середовища, які становлять ключовий елемент розвитку туризму, підтримуючи основні екологічні процеси і допомагаючи зберігати природну спадщину та біологічне різноманіття;

2) поважати своєрідні соціально-культурні особливості приймаючих спільнот, зберігаючи властиву їм створене і сформоване культурна спадщина та традиційні звичаї, і вносити внесок у взаєморозуміння різних культур і терпимість до їх сприйняття;

3) забезпечувати життєздатність довгострокових економічних процесів, враховуючи їхню вигоду для всіх зацікавлених кіл, які їх неупереджено поширюють, включаючи постійну зайнятість і можливості вступників доходів та соціальних послуг для приймаючих спільнот і внесок у скорочення масштабів бідності.

Сталий розвиток туризму потребує компетентної участі всіх зацікавлених кіл, що мають стосунок до цієї справи, і в такій же мірі в рішучому політичному керівництві для того, щоб забезпечити широку участь та досягнення консенсусу. Досягнення сталого туризму є безперервним процесом, що вимагає постійного моніторингу впливу на навколишнє середовище, вводячи, у випадку якщо це необхідно, відповідні попереджувальні та/або коригувальні заходи.

Стійкий туризм повинен також підтримувати високий рівень задоволення потреб туристів, використовуючи багатопланові запити туристів, підвищуючи їх поінформованість (обізнаність) про стійкість результатів і просуваючи практичну діяльність зі сталого туризму серед них".

Основна відмінність моделей масового (традиційного) та сталого туризму (табл. 2.1) полягає в тому, що частина одержуваних вигод у випадку сталого розвитку туризму спрямовується на відновлення ресурсної бази та вдосконалення технологій виробництва послуг.

Таблиця 2.1.

Основні відмінності сталого туризму від масового (традиційного)

Фактори порівняння	Стійкий туризм	Масовий (традиційний) туризм
Залучення туристів	Обсяги надання туристських послуг узгоджуються з соціально-економічними, екологічними можливостями території, які й визначають характер туристської діяльності	Туристська діяльність орієнтована на постійне збільшення туристських потоків. Обсяги надання туристських послуг обмежуються лише ємністю матеріально-технічної бази
Поведінка туристів	Відвідувачі під час свого перебування дотримуються певної моделі поведінки у відповідності з культурою відвідуваною територією. Поведінка відвідувачів не завдає шкоди природним ресурсам, традицій і звичаїв місцевого населення	Відвідувачі приносять свій спосіб життя і поведінки на територію відпочинку
Ставлення до природи	Для відвідувачів важлива сама цінність існування природних об'єктів, а не їх споживча цінність	Домінує споживацьке ставлення відвідувачів до природних об'єктів. Природні об'єкти оцінюються виходячи з їх корисності для людини
Відносини відвідувачів та місцевого населення	Дружелюбні, поважні відносини, метою яких є пізнання нової культури	Формальні відносини. Відвідувачі вважають себе господарями, яких повинні обслуговувати

У 2000 р. відомі туроператори спільно з ЮНЕП (програма ООН із захисту навколишнього середовища), Комісією ООН з освіти, науки і культури (ЮНЕСКО) та Всесвітньої туристської організацією створили добровільне некомерційне партнерство "Ініціатива туроператорів для сталого розвитку

туризму" (ТОІ), відкрите для всіх нових членів. Учасники цього партнерства визначають сталий розвиток як основу своєї підприємницької діяльності і спільно працюють для просування практики і методів, сумісних зі сталим розвитком. Вони прагнуть запобігати забрудненню навколишнього середовища; зберігати рослини, тварин, екологічні системи, біологічне різноманіття; охороняти і зберігати ландшафт, культурна і природна спадщина, поважати цілісність місцевих культур і уникати негативного впливу на соціальні структури; співпрацювати з місцевим співтовариством і народами; використовувати місцеві продукти і вміння місцевих працівників. У 2002 р. ЮНВТО спільно з ЮНКТАД розробила програму "Стійкий туризм - запорука викорінення злиднів" (ST-EP).

В даний час здійснюється цілий ряд міжнародних програм з впровадження стійкого туризму. Однією з них є Програма комплексного управління прибережними зонами (Integrated Coastal Zone Management), яка має статус кодексу і прийнята більшістю країн Європи, що інтенсивно розвивається в Америці, актуальна для Росії. Мета цієї програми: облік специфічних соціально-природних умов морських узбереж при організації життєдіяльності і управлінні прибережними зонами. Європейська програма навчання комплексного управління прибережними зонами фінансується Європейським Союзом.

Останнім часом стали розвиватися так звані нетрадиційні види туризму - екологічний, сільський, екстремальний, пригодницький, соціально відповідальний.

Філософія соціально відповідального туризму полягає в тому, щоб обмінюватися культурними традиціями, консолідуватися на основі національної самобутності, знайомлячись з побутом місцевих жителів, їх традиціями і звичаями. Тут важливо, щоб туристи вели себе як гості, яким люб'язно дозволили пожити в будинку, а не як господарі, яким всі навколо повинні прислужувати. У той же час місцевим жителям не слід ставитися до туристів, як до настирливим непроханим гостям, чия присутність треба перетерпіти, вони повинні розуміти,

що приїжджі сприяють поліпшенню економічної та соціальної ситуації на їхній батьківщині. Соціально відповідальний туризм визнає головну роль місцевих громад, їх соціальну відповідальність за власну територію.

Туризм в Україні, як у всьому світі, належить до секторів економіки, які надзвичайно динамічно розвиваються. Відповідно до останніх тенденцій, замість популярного донедавна масового нерухомого туризму, зростає інтерес туристів до різних форм активного і пізнавального туризму, у тому числі природного туризму. Такі форми є більш екологічними і місцеві громади розуміють, що умовою залучення туристів і тим самим підвищенням їхнього рівня життя, є чисте довкілля а також привабливість природних і ландшафтних цінностей. Крім того, туризм породжує все більше і більше доходів, не тільки в глобальних, але й у місцевих масштабах. Частина цих прибутків може бути використана для цілей, пов'язаних з охороною природи і її кращим захистом перед зростаючим потоком туристів.

Щоб мати можливість завжди користуватись перевагами, які дає нам природа, необхідно постійно контролювати тиск, який чинить на неї діяльність туризму і звести його до мінімуму за рахунок використання раціональних методів управління.

Є два обмеження, пов'язані з туризмом, які не повинні бути перевищеними. Цими границями є природна абсорбційна здатність і туристична екологічна ємність.

Природна абсорбційна здатність – максимальна кількість туристів, які можуть використовувати даний район, не викликаючи виникнення негативних екологічних змін.

Туристична екологічна ємність – безпосередньо залежить від інфраструктури. Це ступінь, в якій екосистема, пейзаж, або туристичний регіон можуть переносити різні наслідки розвитку туризму і відповідної інфраструктури без істотної втрати привабливості і цінності.

Перевищення будь-якої з цих меж призводить до необоротних деградаційних наслідків. Точне оцінювання навантаження на природу не просте завдання [Караван Ю.В. Основи прикладної екології: навч. посіб. / Ю.В. Караван, Б.А. Мельничук, Т.Ю. Осадчук, Ю.С. Токар. – Львів: Вид. центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2007. – 264 с., с. 251], оскільки воно вимагає глибоких біологічних і екологічних знань, а також значних досліджень та спостережень спеціалістів.

Для дальшого успішного впровадження принципів сталості у розвиток туризму необхідна консолідація зусиль всіх зацікавлених сторін на всіх рівнях, урахування інтересів всіх груп, включаючи місцеві громади, туристів, представників туристичного бізнесу тощо. Незаперечно важливою є роль уряду, оскільки він покликаний розробити стратегічну основу планування розвитку індустрії туризму з урахуванням принципів сталості, забезпечити вивчення рекреаційної ємності територій, зніціювати розроблення систем сертифікації, показників стійкого розвитку з метою контролю за наслідками туристичної діяльності з соціальної, екологічної та економічної точок зору. Україна власне лише формує сучасну інфраструктуру і має своєрідну перевагу – відразу розвивати туристичну індустрію на засадах сталості.

Одним з ефективних методів збереження природного середовища є створення національних парків, частка яких у площі країни становить трохи більше відсотка. Площа всіх природоохоронних територій становить близько 4%. Це дуже далеко від показника 12%, рекомендованого Всесвітньою комісією з навколишнього середовища, як передумови сталого розвитку та охорони екологічної різноманітності і збереження генетичного фонду.

Вже із заснування перших природоохоронних територій та заохоченні населення до їхнього відвідування було закладене протиріччя, що невирішене і до сьогодні: намагання зберегти унікальні ландшафти в незайманому вигляді і водночас розвивати туризм, а отже, приваблювати відвідувачів до територій, що

потребують охорони та збереження. Заохочуючи подорожі до неторканих місць, туризм може спричинити їхню деградацію, а то й повну руйнацію.

Безперечно, впливу відвідувачів не уникнути. Питання в тому, як його мінімізувати. Цілком зрозуміло є те, що недостатньо лише закликати їх не брати з собою із подорожей нічого, крім світлин на пам'ять. Політика невтручання в діяльність парків є неприйнятною. Необхідним є чітке планування, менеджмент, регулятивні заходи [13, с. 170].

Важливим регулюючим заходом розвитку рекреації і туризму на території парків є їхнє функціональне зонування. Це дає змогу уникати конфліктів між несумісними видами діяльності при просторовому використанні парку та створити симбіозні зв'язки парку із туризмом та рекреацією. У національних парках України виділяють заповідну зону, зону регульованої рекреації, зону стаціонарної рекреації та господарську зону [14, с. 67].

Сталий туризм, з повним дотриманням принципів гармонійного розвитку, є складним для досягнення мети, але водночас він є ідеалом, орієнтиром, до якого слід прагнути. У цьому привабливість і життєздатність концепції сталого розвитку.

Сталий розвиток туризму задовольняє нинішні потреби туристів та приймаючих їх регіонів, захищаючи і розширюючи можливості в майбутньому. Є надія, що протягом короткого часу технічний прогрес рухатиметься вперед, відкриваючи нові способи утилізації відходів, ресурсозбереження а також екологічний транспорт.

2.2. Використання інновацій для забезпечення сталості туристичного ринку

Індустрія туризму є одним з найбільших роботодавців і найважливішим фактором економічного розвитку в багатьох регіонах і місцевих громадах. Туризм є також відповідальним за п'ять відсотків всесвітніх викидів двоокису вуглецю, участь в яких готелів та інших об'єктів розміщення становить два відсотки.

Реальний вплив туризму на довкілля залишається прихованим за рахунок того, що транспортні, а особливо повітряні перевезення, готельний та ресторанний бізнес сприймаються як окремі сектори сфери послуг, а не як взаємопов'язані компоненти єдиного комплексу, головним завданням якого є задоволення все зростаючих потреб власне туристичної сфери.

Колосальним споживачем енергії та води у світовому масштабі є готельне господарство, яке розширюється з кожним роком. У нових туристичних регіонах зазвичай реалізуються проекти будівництва великих готелів, які продукують відходи та забруднення в обсягах, із якими не здатні впоратися місцеві громади. Надмірне споживання туристами енергії, води, палива часто відбирає ці ресурси в корінного населення.

Можна навести низку прикладів інтеграції екологічних технологій у туристичну галузь.

Деякі з них пов'язані зі збереженням води, зокрема шляхом пропозиції клієнтам готелів не міняти щодня рушники та постільну білизну. Це дає можливість заощадити в середньому 114 л води на кожен номер. Крім того зберігається енергія та мийні засоби. Електроенергію можна економити за рахунок переходу до енергоефективних ламп, впровадження пластикових карток як ключів до електронних замків кімнат, здатних при виході відключити приміщення від струму аби випадково не вимкнений прилад не витрачав енергію.

Готельні номери оздоблюються матеріалами, придатними до вторинного перероблення.

Застосовуються дружні до оточуючого середовища джерела енергії (сонячна, вітрова тощо), немоторизовані транспортні засоби, прокладаються туристичні стежки, споруджуються оглядові майданчики, накладається заборона на відвідування найбільш уразливих місць. Все більшого поширення та популярності набувають програми сертифікації та екологічного маркування, в яких туристичні об'єкти і заклади беруть участь на добровільних засадах.

Інновація в туризмі - це система науково-дослідних, організаційно-економічних, технологічних та інших заходів і їх результатів, спрямованих на докорінне перетворення і оновлення туристичного продукту, механізму його просування та реалізації з метою досягнення соціального, економічного, екологічного або іншого ефекту.

За оцінками Всесвітньої туристської організації (UNWTO), вже зараз склалося близько 150 основних видів і форм організації туризму; в туристську індустрію залучені підприємства десятків галузей народногосподарського комплексу; багато об'єктів общехозяйственной і спеціальної туристської інфраструктури мають специфічні особливості технології та організації турпослуг і також можуть бути сферою впровадження інновацій.

Найбільшого поширення в сучасній практиці туризму отримали такі види інновацій (за критерієм носія інноваційного процесу):

I. Група продуктових інновацій:

- розробка нових, раніше невідомих на ринку турів. Свого часу в їхній якості фігурували сільський (зелений) туризм, екологічний, конгресовий, авантюрний (пригодницький) та інші види туризму. В інноваціях 2005-2006 рр. відзначені пропозиції: експедиційного туризму (французька фірма Poseidon Arctic Voyages Ltd - найбільший світовий туроператор по експедиціям на Північний полюс і Російську Арктику); орнітологічного туризму (Корея);

«Тюремного» туризму (Джохор-Бару, Малайзія; Гельсінкі, Фінляндія); підводного круїзного туризму (Кариби, Гаваї); дачного туризму (спеціальні програми для літніх туристів з Японії, що включають копання картоплі на дачах в Хабаровському краї Росії); борошняних боїв (Греція).

- залучення до туристського процесу нових видів ресурсів або створення ресурсів з наперед заданими властивостями і нової цільової функцією. Зростає питома вага особливого класу природно антропогенних об'єктів в туристських відвідини багатьох районів (водосховищ, ставків, лісопарків та ін.); серйозно оцінюються перспективи техногенного, в т.ч. гірничопромислового (шахти, рудники, кар'єри) і фабрично-заводського туризму [15].

Вибір об'єктів в маршрутному і стаціонарному туризмі все більше підпорядковується вимогу екзотичності (укладення шлюбів на льоду Байкалу; розміщення готелів на деревах (Німеччина), маяках (провінція Фрісландія, Нідерланди), у винних бочках (Рюдсхайм, Німеччина), під водою (Кі Ларго, штат Флорида США); проведення ділових конференцій в надувному конференц-залі («Сфері») (Підмосков'я); відвідування як згорнутих, так і діючих військових об'єктів (Балаклава, Крим) і ін.

- освоєння нових сегментів туристичного ринку, включаючи залучення в туристський рух нових природних середовищ (космос), територій екстремального типу (пустелі, Антарктида, екваторіальні ліси і т.д.). Розвиток туристичного ринку може здійснюватися і за рахунок розширення тимчасових рамок туристських сезонів, охоплення нової цільової клієнтури (туризм "третього віку», туризм професійних груп і ін.).

- створення нових туристично-рекреаційних територій.

Спочатку роль подібних територій виконували національні природні парки, які поєднують природоохоронні та рекреаційні функції; в даний час прогресивним видом туристського продукту виступає тематичний парк, який об'єднує безліч розважальних об'єктів з наскрізною пізнавальною темою (парки

Діснейленду в штатах Каліфорнія і Флорида США, Франції, Японії, Фантазіяленд в Німеччині обслуговують потік туристів від 7 до 13 млн. чол. на рік кожен). Даний тип об'єктів вельми капіталоемок, так, витрати на створення європейських тематичних парків коливалися від 12 до 3120 млн. Дол. З'явилися приклади оазисів туризму в Сахарі, що спеціалізуються на екстремальному, етнографічному, пригодницькому і розважальному туризмі. Як засоби життєзабезпечення відвідувачів використовуються як елементи традиційного побуту аборигенів, так і суперкомфортні готелі з потужною технічною і соціальною інфраструктурою; угіддя для проведення рекреаційних занять розширюються за рахунок техногенних та інших об'єктів (наприклад, декорацій, залишених після зйомок кіноепопеї «Зоряні війни», Туніс).

II. Група технологічних інновацій:

- розробка нових видів матеріально-технічного забезпечення туристського обслуговування, що підвищують якість послуг (наприклад, оснащення готелів системою звукової пошти, супутниковим прийомом, замкнутої відеомережі, електронною інформацією по телебаченню (контроль рахунку, автоматичний розрахунок), комп'ютерами з модемом, сучасними димоіскателями, безшумними кондиціонерами і т.д.). У Кордові (Іспанія) в 2005 р введені екскурсійні маршрути на «говорять» автомобілях з використанням GPS (екскурсійний текст, відтворення об'єктів показу на екрані комп'ютера).

- впровадження комп'ютерних (інформаційних) технологій в систему бронювання та резервування готелів, авіаквитків (GDS - Глобальні розподільні системи - Sabre, Amadeus, Galileo, Worldspan). В даний час система Amadeus використовується 48 тис. Агентами і 8 тис. Офісів продажів авіаквитків; в системі представлені для бронювання 506 авіакомпаній і 51 тис. готелів [16]. В Україні з 2005 р введена система бронювання готелів Travel.ru (обсяг щоденних відвідувань 20 тис. Чол. ; міститься інформація про 6500 турагентств). Зростає число користувачів систем пошуку, бронювання та розрахунків по турпакета

(єдина комп'ютерна система «Мега ТІС»; туристична інформаційно-пошукова система Тури.ру; телекомунікаційна мережа RusNet і ін. [17]). Відсоток туристів, що бронюють готелі у режимі онлайн і здійснюють всі покупки, пов'язані з подорожжю, через Інтернет, зросла з 20% в 2003 р до 40% в 2005 р [18]; 90% турагентів в США і Великобританії пов'язані з комп'ютерними системами резервування. Туристська інформація широкого охоплення міститься на мегасайтах мереж Інтернет, Тревелсіті, Майкрософт Експедиція, Превью Тревел. Крім консультаційних функцій, мережі виконують посередницькі функції: в них полягають угоди туристської спрямованості на суму 1-2 млн. дол. на тиждень [19].

- екологізація технологій обслуговування туристів з'явилася вимушеним результатом зростання масштабів рекреаційного природокористування і посилення негативного впливу туризму на якість природних комплексів і їх здатність до відновлення. Так, за оцінками Програми ООН з навколишнього середовища (UNEP), один середньостатистичний турист створює в день близько 1 кг твердих відходів [20]. Нові технології обслуговування націлені на зниження сировина, водо-, енергоємності турпродукту, введення замкнутих технологічних циклів. На світовому рівні це рух очолює «Міжнародна ініціатива готелів з питань навколишнього середовища (IHEI) з центром в Лондоні, яка представлена 11200 готелями в 111 країнах. Вона орієнтує своїх членів на ведення бізнесу більш екологічними і соціально відповідальними способами (установка в готелях енергозберігаючого освітлення і устаткування, закупівля побутових товарів, здатних до біологічного розкладання, відмова про щоденної зміни рушників та постільної білизни з метою економії води та ін.). Зокрема, готелі мережі InterContinental повинні впровадити 134 екологічних заходів щодо водо-, енергоспоживання і боротьби з відходами. Діє кілька світових сертифікаційних програм в сфері туризму, спрямованих на екологізацію і сталий розвиток туризму (European Blue Flag Campaign поширена в 2750 районах в 21 країнах Європи;

ECOTEL; Green Globe; Certification for Sustainable Tourism: Green Leafs і ін.) [20].

- ноу-хау в системі транспортного обслуговування туристів націлені на скорочення часу доставки клієнтів в курортну місцевість, підвищення комфортності і здешевлення транспортних тарифів. Революційне значення в зростанні масштабів туристських подорожей мало впровадження недорогих чартерних авіарейсів в систему внутрішнього і міжнародного туризму в середині 1980-х рр.

III. Група управлінських інновацій:

- нові методи реалізації маркетингового циклу в туризмі (в т.ч. комплексного вивчення туристичного ринку, вивчення попиту, оцінки кон'юнктури ринку, прогнозування конкурентоспроможності турпродукту, розробки концепції турпродукту, стратегії стимулювання збуту, рекламної компанії і т.д.).

- нові методи управління персоналом турфірми з метою підвищення продуктивності праці та ефективності виробництва турпослуг (передових способів нормування праці, форм стимулювання якості обслуговування).

- обґрунтування оптимізації функціонально-ієрархічної і територіальної структури підприємств корпоративного типу (готельних і ресторанних мереж, великих туроператорів). Перспективні міжгалузеві управлінські структури. У 2004 р в Севастополі створено перший в Україні туристично-рекреаційний кластер «Байдари-тур», який об'єднує за географічним принципом 9 різних підприємств і організацій, зацікавлених у спільному використанні туристського потенціалу регіону.

- обґрунтування нових форм і методів контролю над діяльністю суб'єктів туристсько-рекреаційної діяльності;

- геоінформаційне забезпечення регіонального управління туризмом, в т.ч. розробка концепцій регіонального розвитку туризму і оперативних

управлінських рішень на основі ГІС - технологій і централізованих банків просторово скоординованої інформації.

Актуальною проблемою є аналіз рівня розвитку інновацій різного типу в індустрії туризму України та її регіонів і оцінка її інноваційного потенціалу для обґрунтування ефективної концепції включення країни в світовий інноваційний простір і створення конкурентоспроможного національного туристичного продукту.

2.3. Стан та тенденції розвитку ринку сталих туристичних послуг

Нині сутність та значення зеленого туризму значно ширші, ніж може здатися на перший погляд. Цей вид туризму не розцінюється лише у площині надання туристичних послуг, він починає набувати соціального, культурного та економічного значення. Економічне та соціальне значення розвитку сільського зеленого туризму для держави проявляється в тому, що цей вид туризму сприяє розвитку селянських господарств, що визначили зелений туризм видом своєї діяльності, стимулює розвиток відповідної сільської інфраструктури, створює можливості для територіальних громад сіл та селищ залучати додаткові кошти до місцевих бюджетів. Крім того, розвиток сільського зеленого туризму активізує місцеві ринки праці, відбувається підвищення зайнятості місцевого населення, у т. ч. за рахунок самозайнятості. Тенденції розвитку зеленого туризму допомагають у збереженні культурної спадщини, сприяють підвищенню рівня екологічної та культурної свідомості мешканців сільських територій тощо. Надзвичайно важливо, що, не потребуючи значних витрат, зелений туризм створює можливості відпочинку для людей з абсолютно різним рівнем достатку.

На нинішньому етапі соціально-економічного розвитку України функціонування сільського зеленого туризму наявне майже по всій території країни, але з різним рівнем інтенсивності розвитку. На формування попиту і пропозиції у сфері сільського зеленого туризму впливає сукупність зовнішніх та внутрішніх факторів. До зовнішніх факторів відносять: – географічне розташування регіону; – політичні та економічні відносини між країнами; – цінова політика на міжнародному ринку й у інших країнах; – співвідношення рівнів соціально-економічного розвитку різних країн; – міжнародний поділ праці; – співвідношення валют. Зважаючи на те, що в сучасних умовах в Україні сільський зелений туризм розвивається здебільшого на національному, а не міжнародному рівні, на формування попиту на такий вид послуг якнайсуттєвіше впливають внутрішні фактори, такі як природне середовище, природні ресурси і можливість їхнього використання, клімат, внутрішня політика, економіка країни, рівень розвитку продуктивних сил, рівень добробуту населення. Аналіз попиту на сільський зелений туризм в Україні протягом останніх п'яти років засвідчує, що його утворюють такі основні сегменти потенційних споживачів послуг: – мешканці промислових центрів (віддаючи перевагу такому способу відпочинку через його екологічність); – молодь до 35 років, яка мешкає у великих містах (частка їх у сумарній кількості туристів складає понад чотири шостих); – корінні місцяни (сприймають такий вид відпочинку як незвичайний, екзотичний); – цінителі українських народних традицій (через принади сільського способу життя та чистоту довкілля); – люди з низьким та середнім рівнем доходу (через доступну вартість відпочинку в сільській місцевості) [21]. Безперечно, необхідним є розгляд мотивації вибору такого виду відпочинку наведеним сегментом населення. Щоб з'ясувати це, було проведене опитування 50 туристів, які відпочивали в сільській місцевості протягом 2012–2016 рр.

Дослідження показало, що значна частка (29 %) тих, хто відпочиває в сільській місцевості, надає перевагу такому виду відпочинку завдяки можливості

дуже близько долучитися до навколишнього природного середовища – купатись у водоймах, гуляти на свіжому повітрі, збирати ягоди, гриби. Також значну частку населення (17%) мотивує до відпочинку в селі можливість харчування екологічно чистими, натуральними і відносно дешевими продуктами домогосподарств. Бажання залучитись до народної культури, звичаїв, традицій, брати участь у святах та сільських розвагах, зануритись у сільське життя виступає важливим мотиватором до відпочинку в сільській місцевості для 15 % туристів.

Як виявилось, важливим мотивом туристів (12 %), беручи до уваги фінансовий стан переважної частини населення країни, є відсутність коштів для відпочинку на дорогих курортах, за кордоном, адже загальновідомо, що проживання в сільській садибі коштує набагато дешевше за відпочинок у курортній зоні з мешканням у готелі. Ще одним мотиватором для місцян (9 %) виступає потреба в можливості спокійного відпочинку подалі від індустріальних міст, що сприяє роздумам та поверненню внутрішньої гармонії. Певна частина населення (7 %) відпочиває в сільській місцевості у зв'язку з сімейною традицією такого відпочинку, а дещо менша частка туристів (6 %) пояснила своє бажання користуватися послугами сільського зеленого туризму необхідністю оздоровлення в даних кліматичних умовах за рекомендацією лікаря. Дещо менша частка туристів (5 %) вказала, що до відпочинку в сільській місцевості їх спонукає можливість безпосередньої участі в сільськогосподарських роботах для власного задоволення [22].

Тож, як показало дослідження, фінансова доступність не виступає головним спонукальним чинником відпочинку в сільській місцевості, адже перше місце в структурі мотивів посідає можливість спілкування з природою, харчування натуральними продуктами та можливість занурення в сільське життя. Зростання попиту на сільський зелений туризм спровоковане також усвідомленням громадянами ефективності рекреації у природному середовищі та невідповідності середовища проживання сучасної людини до її фізіологічних і

психологічних потреб. Окрім того, зростання попиту на сільський відпочинок збільшується внаслідок зменшення тривалості робочого часу, зростання кількості платних відпусток, підвищення рівня освіти, розвитку транспортних мереж. Що стосується попиту українського сільського зеленого туризму на міжнародному ринку туристичних послуг, то варто зазначити його низьку популярність на цьому рівні.

Закордонних туристів приваблює багатогранність української культури, історичні та архітектурні пам'ятки, народна гостинність. Проте низький рівень обслуговування, недостатньо комфортні умови проживання, малорозвинена сільська інфраструктура негативно впливають на формування закордонних туристичних потоків до українських сел. Сьогодні для ефективного просування національного туристичного продукту на зовнішньому ринку потрібна не лише організаційна, а й фінансова підтримка з боку держави, а створення позитивного образу нашої країни та її туристичних об'єктів має стати частиною загальної стратегії розвитку туризму в Україні [23].

Вплив на пропозицію в галузі сільського зеленого туризму передусім має: ставка оподаткування, підвищення якої знижує пропозицію, доступність ресурсів, технологія обслуговування, ціни тощо. Пропозицію на туристичний продукт сільського зеленого туризму поділяють на первинну, що реалізується безпосередньо виробником туристичних послуг – господарством, і вторинну, коли задіяно посередників, які мають зиск від перепродажу послуг [24].

Безперечно, для задоволення все більшого попиту на сільський зелений туризм в Україні необхідно мати якісну матеріальну базу. Через те спершу розгляньмо матеріальну базу, що формує наявну та потенційну пропозицію послуг сільського зеленого туризму. На сьогодні вона складається з такого: – майже 15 % території країни – це великі туристсько-рекреаційні можливості, втілені у приморських та гірських ландшафтах, зонах відпочинку, чистому повітрі, ріках, озерах; – 15 виняткових природних заповідників; – 30

охоронюваних державою національних та регіональних парків, садиб видатних українських діячів; – придатний клімат, що позитивно відрізняється від клімату багатьох країн світу; – понад 400 джерел мінеральних вод та більше 100 родовищ цілющих вод; – велика історична та культурна спадщина; – самобутність етнічної спадщини; – 4 млн незайнятого або частково зайнятого населення в сільському господарстві; – 6,4 млн житлових будинків, які можливо використовувати для сільського туризму; – надлишок, отже, і необхідність збуту, сільськогосподарської продукції в особистих селянських господарствах.

Статистичні дані зазначають, що в українських селах нараховується близько 6,4 млн житлових будинків у приватній власності, з них: – 4,5 млн будинків (70 %) було побудовано до 1970 р.; – 1,7 млн будинків відповідають мінімальним вимогам туристів; – 2,24 млн будинків розташовано в регіонах, де майже відсутні ресурси, необхідні для провадження ефективної діяльності в сфері сільського зеленого туризму (природні, екологічні, історичні, культурні); – у 4,8 млн будинків господарі, за умови ефективної державної підтримки, бажають надавати послуги з сільського зеленого туризму [25]. За наявними статистичними даними щодо кількості садиб на території України, які надають послуги з сільського зеленого туризму, їхню загальну кількість визначити дуже складно через те, що основну частину їх – приблизно 85–90 % – не зареєстровано.

Окрім того, облік садиб, які надають послуги з відпочинку в сільській місцевості, ускладнюється остаточною невизначеністю в українському законодавстві поняття “сільський зелений туризм”, через що доволі часто садибами називають туристичні комплекси або невеличкі приватні готелі в сільській місцевості. Тож, моніторинг стану сільського зеленого туризму в Україні фактично не проводиться, що не дозволяє визначити реальні масштаби цього явища.

Фрагментарний моніторинг кількості та стану садиб проводять різноманітні неурядові організації, державні районні адміністрації (не в усіх

областях), але отримані дані використовуються не для комплексного аналізу сільського зеленого туризму, а, наприклад, для внутрішньої роботи відділів з туризму зазначених адміністрацій.

Однією з неурядових організацій, що проводить добровільну категоризацію садиб, є Спілка сприяння розвитку зеленого туризму в Україні. Згідно з даними цієї організації, у 2012 р. категоризацію пройшли 124 садиби з 18 областей України, у т. ч. отримали сертифікат: – базового (найнижчого) рівня – 62 садиби; – першого рівня – 17 садиб; – другого рівня – 26 садиб; – третього (найвищого) рівня – 19 садиб. Можемо бачимо, що на момент категоризації кількісно переважали садиби базового (найнижчого) рівня з типовим продуктом сільського зеленого туризму, який складає основну частку пропозиції по Україні. Таким продуктом є дві-чотири кімнати з найпростішим меблюванням, переважно без зручностей та з низьким рівнем обслуговування. Водночас варто вказати й на переваги цього продукту українського сільського зеленого туризму: невисока ціна, дешево, проте якісне харчування, гостинність господарів.

Набирає розвитку і пропозиція іншого виду продукту: дорогих садиб із високим рівнем обслуговування та комфорту. Через те діапазон цін на продукт сільського зеленого туризму дуже широкий – від 20 до 300 грн і більше на добу, залежно від якості послуг. Цінова політика на українському ринку послуг з відпочинку в сільській місцевості залежить від таких умов: – побутових (ціна збільшується за наявності ванни або душу, туалету у приміщенні будинку та можливості користування електричною або газовою плитою, холодильником); – інфраструктури (відстані садиби від трас, водоймищ, лісів, наявності поблизу магазину, медпункту); – додаткових пропозицій; харчування, трансфертів, екскурсій, риболовлі, катання на конях тощо); – сезону (ціна зростає в період свят, канікул, влітку, взимку, а в міжсезоння зменшується); – цінності регіону (зростає ціна за наявності визначних історичних, культурних пам'яток, оригінальності ландшафтів).

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

На нинішньому етапі розвитку сільського зеленого туризму в Україні серед основних видів сільських споруд, облаштованих для прийому туристів, виділяють такі садиби: – 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 соціальной сфері свого села). Також на ринку послуг сільського зеленого туризму функціонують агроготелі, які не мають статусу садиби і є житловою будівлею або групами будівель готельного типу, призначених для надання туристам рекреаційних послуг у селі. Ще однією особливістю пропозиції на ринку послуг сільського зеленого туризму є те, що продавець послуги, тобто власник садиби, пропонує скористатися своєю послугою без посередників, що надає йому такі переваги: – простота в налагодженні контакту зі споживачем; – потенційна можливість збуту додаткових послуг чи товарів (наприклад, продуктів власного виробництва – глиняного посуду, дерев'яних виробів та ін.); – високий прибуток від надання послуг туристам, адже ним не потрібно ділитися з посередниками; – особистий контроль господаря садиби над процесом продажу та використання послуги [23]. Дослідження сучасного стану попиту та пропозиції сільського зеленого туризму в Україні показало: – наявність повільного зростання попиту на

сільський зелений туризм на національному рівні; – низький рівень попиту на відпочинок в українських селах на міжнародному рівні; – зростання пропозиції сільського зеленого туризму; – малу або взагалі відсутню пропозицію сільського відпочинку в певних областях України (Донецька, Кіровоградська, Рівненська, Харківська). Досягнення збалансованості на ринку сільського зеленого туризму можливе за умови ефективного державного регулювання, стан та доцільність належить досліджувати.

РОЗДІЛ 3. РОЗВИТОК СТАЛОГО ТУРИЗМУ В ПРИРОДНИХ ПАРКАХ

3.1. Можливості розвитку туризму у національному природному парку «Подільськи Товтри»

Як показали дослідження наукової літератури, розвиток екологічного туризму в національних природних парках і біосферних заповідниках України ґрунтується на таких концептуальних положеннях:

- мінімалізм негативного впливу туристів на природне середовище і її компоненти;
- гармонійне поєднання людини з природним середовищем і рекреаційною інфраструктурою;
- науково-пізнавальне освоєння біотичного ландшафтного і пейзажного різноманіття і гуманістичного потенціалу рекреаційних територій [26].

Національні природні парки - важливі центри збереження рідкісних видів фауни і флори - відповідають духовній потреби людей у спілкуванні з природою, формування національного культурно-естетичного середовища. Національні парки втілюють історико-етнографічну інформацію століть і сучасності і життя народу в багатьох його аспектах [27].

Часто колективи національних парків, незважаючи на доручення Міністерства екології та природних ресурсів України, у якому національним паркам і заповідникам заборонено погоджувати проведення ралі й інших масових заходів на їхніх територіях, підтримують подібного роду масові заходи, які можуть завдати шкоди об'єктам природно-заповідного фонду. Розвиток туризму в національних парках потребує ретельно продуманого підходу до використання цінних і вразливих природних ресурсів. Водночас розвивати туризм як галузь

місцевої економіки самостійно національному парку безперспективно, тому що вирішення багатьох питань у цій сфері є поза його компетенцією. Комплексне вирішення проблем, пов'язаних з розвитком туризму на території національного парку і в його охоронній зоні, потребує залучення зовнішніх ресурсів (інтелектуальних, матеріальних і фінансових), а також побудови партнерських відносин з місцевими органами влади, різними комерційними і некомерційними організаціями, місцевим населенням. Крім того, розвиток туризму в національних природних парках повинен ґрунтуватись на таких принципах:

- екотуризм треба розвивати на головних досягненнях заповідної науки і практики, він не повинен суперечити засадам заповідної справи;
- не для кожного національного парку розвиток екотуризму виправданий і рентабельний;
- для національних парків неприйнятні масові види туризму; потік туристів у національні парки має бути обмеженим і ретельно регульованим;
- для розвитку екотуризму треба використовувати буферні зони національних парків, а також суміжні території;
- туристична діяльність відбувається на методичній базі національних парків, у тісній кооперації з їхніми науковими й еколого-просвітницькими відділами;
- цей вид діяльності не повинен бути збитковим для національних парків;
- національні парки можуть отримувати прибуток, як організатори екотуристичних програм на місцях, надаючи відвідувачам усілякі послуги;
- отримання доходів від туризму не є основною метою екотуризму в національних парках;
- поєднання еколого-просвітницької і екотуристської діяльності значно підвищить ефективність екологічної освіти й дасть змогу привернути увагу широкої громадськості до питань охорони природи.

Є певні проблеми, що ускладнюють розвиток екологічного туризму в національних парках України, а саме:

- немає єдиних методів визначення рекреаційних навантажень і моніторингу, а також чіткого правового забезпечення рекреації в заповідниках і національних парках;

- низька комфортність інфраструктури;

- недостатня кількість детальної інформації про райони проведення екологопізнавальних турів і програм, а також спеціалізованої інформації;

- немає маршрутів і програм, розроблених для різних категорій туристів, а також турпродукту, який відповідає стандартам міжнародного ринку;

- у персоналу природоохоронних закладів мало досвіду і знань, необхідних для успішної організації туризму;

- немає різноманітності платних послуг і продукції, а також єдиних цивілізованих стандартів формування цін на послуги, які надають туристам;

- часто нема якісних рекламно-інформаційних матеріалів і можливості виходу на міжнародний ринок екотуризму;

- немає механізмів, за яких частина фінансових надходжень від екотуризму була б спрямувана на потреби місцевих жителів, а також недооцінена необхідність участі місцевого населення в розвитку екотуризму.

Для розвитку екологічного туризму природно-заповідний фонд Хмельницької області має в своєму складі 499 територій і об'єктів загальною площею 319,68 / 306,48 тис. Га, з них загальнодержавного значення - 41 площею 10,05 тис. Га, місцевого значення - 458 площею 48, 32 тис. га. Відношення площі ПЗФ до площі Хмельницької області («показник заповідності») становить 14,8%. До складу природно-заповідного фонду входить Національний природний парк «Подільські Товтри», розташований в межах Городоцького, Кам'янець-Подільського та Чемеровецького районів Хмельницької області на площі 261316,0 га (12,5% території області). З цієї площі - 3081,5 га надано парку в

постійне користування, решта землі знаходиться в користуванні сільськогосподарських, лісогосподарських та інших підприємств, сільських рад, фермерів, а також індивідуальних власників землі. За площею національний парк «Подільські Товтри» є найбільшим в Європі.

Згідно функціонального зонування територія парку поділена на заповідну зону, площею 1603,8 га, зону регульованої рекреації - 11452,2 га, зону стаціонарної рекреації - 173,5 га та господарську зону, площею 248086,5 га. В установі працюють 57 чоловік, з них у науковому підрозділі - 10, у службі охорони - 29 осіб. До складу національного природного парку «Подільські Товтри» увійшло понад 130 територій та об'єктів природно-заповідного фонду, з них 23 - загальнодержавного значення: 15 заказників (8 ландшафтних і 7 ботанічних), 4 геологічні пам'ятки природи, серед них «Китайгородське Відшарування» (схил в долині р. Тарнава - всесвітньо відомий еталонний розріз силурійських відшарувань), печера «Атлантида» (гіпсового походження, довжиною 1,8 км), 1 ботанічний сад - в м. Кам'янець-Подільському та 3 парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва. Національний природний парк призначений для збереження, відновлення та раціонального використання природних ландшафтів Поділля з типовими та унікальними природними та історико-культурними комплексами. Товтри - це місцева назва скелястої дугоподібної гряди Західного Поділля, яке тягнеться з північного заходу на південний схід. Довжина його досягає 250 км (80 км в межах національного парку), ширина - 5-6 км, а абсолютні висоти коливаються від 400 до 436 м над рівнем моря. Над рівниною, що його оточує, ця гряда піднімається на 60-65 м. Товтри представляють собою бар'єрний риф міоценового моря, складений мшанковими, мембранопоровими та черепашковими вапняками. Аналогів їм у світі немає, хоча подібні за деякими геологічними структурами скелясті гряди є у Великобританії та США [28].

Національний природний парк «Подільські Товтри» є унікальною територією для розвитку екологічного туризму з різноманіттям живої природи, з великим вибором рекреаційних компонентів. Унікальність природи Подільського краю - зокрема південно-західна частина Хмельниччини, відповідає всім вимогам для організації екологічного національного парку. Це справжній музей природи, де зосереджені ландшафтні, геологічні, архітектурні, ботанічні пам'ятки природи, що представляють собою значну наукову і рекреаційну цінність. Подільський Товтровий кряж і інші унікальні геологічні утворення в Придністров'ї - це національне надбання України.

Відзначимо, що найважливішою проблемою сталого розвитку даного регіону є організація раціонального природокористування і охорони природи. Однією з основних завдань, які сприяють вирішенню цієї проблеми, є збереження екосистеми, природних комплексів і пам'яток природи. Відзначимо, що відповідно до ст. 22 Закону України «Про природно-заповідний фонд України», рекреаційна діяльність на території національних природних парків, організовується спеціальними підрозділами адміністрації парків. А також іншими підприємствами, установами та організаціями, на підставі договорів з адміністрацією парку і лімітів на використання природних ресурсів у межах територій та об'єктів природно-заповідного фонду, які надаються Міністерством екології та природних ресурсів України. На території Національного природного парку «Подільські Товтри» знаходиться під охороною 129 об'єктів природно-заповідного фонду. У їх складі, парки і садиби різного ступеня збереження і культурно-історичної цінності, тут росте 2977 видів, форм і сортів рослин з різних кліматичних зон. У тому числі дерев і кущів 521 вид, з деревно-чагарникової та трав'янистої флори - 395 видів плодових рослин, 620 видів тропічних, 111 видів корисних трав'янистих рослин місцевої та дикоростучої флори; 19 археологічних пам'яток, більше 302 історико-архітектурних пам'яток (в місті Кам'янці-Подільському знаходяться більше 200 об'єктів, в Кам'янець-

Подільському районі - більше 63 об'єктів, в Чемеровецькому районі - більше 27 об'єктів, в Городоцькому районі - більше 12 об'єктів). Як відомо, на території зони регульованої рекреації, стаціонарної рекреації та господарської зони забороняється будь-яка діяльність, яка призводить, або може призвести до погіршення стану навколишнього природного середовища та зниження рекреаційної цінності території національного природного парку. У цих зонах розташовано 21 стаціонарна рекреаційна установа (санаторії, профілакторії, турбази, будинки відпочинку та інше.), А також близько 160 промислових підприємств, колективні та індивідуальні сільські господарства, які потенційно можуть завдати шкоди природі. Їх господарська діяльність створює велике навантаження на досліджувану територію. Для охорони природного різноманіття, необхідно створення організованих зон відпочинку та оздоровлення, стан яких має відповідати екологічному сертифікату та аудиту. Таким чином, весь комплекс парку потребує правильного функціонування охороною програми і здійснення науково-обґрунтованих заходів щодо функціонального зонування території, по її збереженню, відновленню та розвитку. Організація поліфункціональних великих природоохоронних територій сприятиме збереженню унікальної природи парку і різноплановому рекреаційного природокористування.

Необхідно провести в парку екологічне маркування, діючих туристичних маршрутів з поділом їх на: піші та кінні, водні, лижні, автомобільні та велосипедні. Серед них одно- та багатоденні, пізнавальні та оздоровчі, з виїздами на конях і плаванням на човнах, риболовлею і, звичайно, з відвідуванням мінеральних джерел і здравниць, природних та історичних пам'яток, зокрема печери «Атлантида» і печери Кармелюка в селі Маліївці, Бакотської печерного монастиря біля смт. Стара Ушиця, парків-пам'яток садово-паркового мистецтва - Михайлівецький і Голозубинецький (пам'ятник XVI століття), Макіївського і Малієвського, джерел лікувальної води «Збручанська Нафтуса», залишків

синагоги XVI ст. (Однієї з унікальних у Європі), лісових дач і т.д. У той же час, не дивлячись на унікальні рекреаційні та культурні ресурси, звертає на себе увагу падіння темпів, обслужених іноземних туристів в Хмельницькому регіоні

Відносно молодий формою розвитку екотуризму в світі є зелені маршрути - Greenways - багатофункціональні маршрути для пересування по ним не моторизованими транспортними засобами, що пролягають уздовж природних коридорів, історичних торгових шляхів, річок і залізниць. Такі маршрути координуються місцевими громадами з метою спонукання до сталого розвитку та пропаганди здорового способу життя [29]. Зелені маршрути є основою для реалізації місцевих ініціатив соціального характеру і проектів, пов'язаних з охороною природи і ландшафтів, збереженням культурної спадщини, екологічним туризмом і транспортом, які не забруднюють навколишнє середовище. Таким чином, рекреаційний потенціал природних парків сприятиме задоволенню потреб, як місцевих туристів, так і стимулювати діяльність рекреаційних підприємств по створенню регіонального екологічного туристичного продукту і формування міжнародних екологічних мереж [30]. Впровадження даних заходів дозволить залучити іноземний капітал, буде сприяти формуванню і просуванню екологічного іміджу національного парку і регіону в цілому.

Національний природний парк «Подільські Товтри» - унікальна туристична територія України і Європи зі своїми природними особливостями (геологічною будовою, рельєфом, мікрокліматом, рослинністю) і рекреаційним освоєнням. Тут створена система заказників і взятих під охорону пам'яток природи, історії, архітектури та археології, існують всі передумови для створення в межах національного парку регіональних і міжнародних екологічних маршрутів. Створення екологічних сертифікованих туристичних маршрутів і програм для туристичної діяльності є ефективним способом подання екологічних відомостей для залучення нових мандрівників і прогресивним напрямком розвитку, що

стимулює розробку нових якісних рекреаційних послуг, найбільш екологічно дружніх навколишньому середовищу. Крім того, розвиток екологічного туризму в національних природних парках України позитивно впливає на імідж туристичного об'єкта, підвищує його популярність на турринку і є потужним маркетинговим інструментом, що впливає на рівень лояльності мандрівників.

Загалом, можна зробити такі висновки щодо сучасного стану розвитку екологічного туризму в межах національних парків,:

екотуризм розвивається у більшості національних парків України, що мають для цього необхідні умови й інфраструктуру;

абсолютно позитивних, взірцевих прикладів організації екотурів унаслідок проведеного аналізу не виявлено;

більшість національних парків пропонує відвідувачам різноманітні й цікаві туристсько-екскурсійні програми, однак найчастіше неекологічні за змістом і цільовими функціями;

з розвитком екологічного туризму у деяких національних парках активізувалася еколого-просвітницька, наукова, видавнича і сервісна діяльність.

Зазначимо, що туристичний потенціал природних і природно-культурних резерватів України колосальний. Грамотне і водночас немарнотратне використання екотуристичного потенціалу заповідників і національних парків країни – запорука їхнього подальшого успішного розвитку. Національні природні парки можуть відігравати провідну роль у розвитку стійкого туризму. Стійкість у туризмі передбачає позитивний загальний баланс екологічного, соціально-культурного та економічного впливів туризму, а також позитивний вплив відвідувачів один на одного. Отже, ті види туристичної діяльності, які мають найвищий сумарний позитивний ефект з погляду екології, економіки і соціального розвитку, є стійкішими.

Екотуристичні перспективи національних парків і заповідників України треба вбачати в планомірнішому використанні їхніх ресурсів, що виражається в

проектуванні й розробці екологічних і еколого-культурних туристичних маршрутів, а також плануванні, управлінні та моніторингу екотуристичної діяльності. Це зумовлює високу перспективність українських національних парків для організації наукового туризму і літніх польових практик як для вітчизняних, так і для зарубіжних студентів. Також очевидно, що головними характерними видами туристичних послуг і товарів для національних парків можуть бути: розроблені, облаштовані й контрольовані парком постійні маршрути; освітні та консультаційні послуги найрізноманітніших типів; організація спортивного, пригодницького, зеленого сільського, лікувального та реабілітаційного туризму; спеціальні екологічні та еколого-культурні тури; екскурсійні послуги, у тому числі екскурсії по околицях парку, ужиття спеціальних заходів та акцій (ярмарків, аукціонів, фестивалів, конкурсів, виставок тощо); контрольована заготівля туристами “дарів природи”; продаж екологічно чистих місцевих продуктів харчування; екотехнологічні послуги розміщення й транспортні послуги; прокат туристського спорядження; виготовлення і продаж сувенірів, у тому числі поштових марок; продаж торгових знаків з екологічною символікою парку, рекламні послуги, виготовлення та продаж спеціальної аудіо-, відео-, фото- і кінопродукції. Світовий досвід засвідчує, що ефективність екологічного туризму найвища на місцевому і регіональному рівнях. Тому природоохоронні території можуть стати джерелом робочих місць і доходів у місцеву економіку. Тільки з усвідомленням того, що екотуризм є важливим компонентом сталого розвитку природоохоронних територій, можна подолати проблеми та перешкоди на шляху розвитку екологічного туризму.

3.2. Розробка туру «Weekend в небі: Фестиваль повітряних куль в Кам'янець-Подільському»

Жорстка конкуренція між підприємствами туристичного бізнесу породжує формування нових пропозицій на ринку туристичних послуг. Поява та розвиток на міжнародному ринку подієвого туризму, зумовили підвищення попиту серед споживачів на цей досить новий напрям в означеній галузі.

Подієвий туризм – це унікальні туристичні пропозиції, які включають не лише традиційний відпочинок, а й участь у найяскравіших світових подіях. Цільова аудиторія подієвого туризму - це забезпечені туристи з доходом вище середнього, а також компанії, що складаються з декількох пар.

Впровадження подієвого туризму на території України сприятиме підвищенню економічного рівня країни, розвитку внутрішнього туризму та росту туристичних потоків.

Виходячи з вищезазначеного, доречним є розробка туристичного продукту, орієнтованого на подію, залучення маси відвідувачів, а, отже, отримання доходу від туристів бажаючих відвідати місцевість не тільки з метою огляду визначних пам'яток, але й з метою взяти участь у святкуванні разом з місцевими жителями і розділити їх емоції.

Прикладом подієвого туризму може слугувати розробка туру під назвою «Weekend в небі: Фестиваль повітряних куль в Кам'янець-Подільському». У даному випадку тур є груповим, розрахований на 10 осіб. Кількість днів мандрування – 2, з них 1 ніч в готелі.

Нами було розроблено наступну програму туру

Щорічний фестиваль повітроплавання проводиться з 1998 року. Відвідайте одне з найбільш романтичних та захоплюючих подій України! Лише двічі на рік (травень та жовтень)!



Маршрут туру: Одеса – Кам'янець-Подільський – Одеса.

Перелік послуг: транспорт, розміщення, харчування, екскурсійна програма з кваліфікованим гідом.

Транспорт: автобус підвищеного комфорту.

Розміщення в готелі: «Шервуд Stream» 4 зірки, двомісні номери.

Система харчування: повний пансіон (сніданок в готелі; обід та вечеря в ресторані «Stream»)

Програма туру:

Виїзд: 20.05.2020 або 01.10.2020, 19:00, м. Одеса, Автостанція Старосінна.

1 день:

7:00 – прибуття до м. Кам'янець-Подільський та зустріч з екскурсійним гідом;

7:30 – сніданок;

9:30 – **оглядова екскурсія містом Кам'янець-Подільський.**

Фантастичне місто, яке належить до найгарніших міст світу завдяки мальовничому каньйону річки Смотрич та величезній концентрації архітектурних пам'яток. Кам'янець визнаний одним з чудес України і є третім за кількістю пам'яток в Україні.



На Вас чекають: стара фортеця (XIII-XVIII ст.), катедральний костел Петра і Павла (XVI ст.) поруч з яким знаходиться мінарет зі скульптурою Богоматері, найстаріша ратуша в Україні (XV ст.), прогулянка вулицями старого міста, де Ви зможете насолодитися красою, що гармонійно створена природою і людиною.

12:30 – розміщення в готелі, обід.

14:30 – 16:00 - вільний час в місті. Проведете ви його незабутньо! Саме в центрі міста, тільки для любителів добре відпочити, цінителів пива і розваг - спеціальний фестиваль «Mayfest, знову в небо!», де необмежена кількість пива і смачних подільських закусок, різноманітні забави та традиційні пивні частування і ще багато цікавого!

16:00 - **Фестиваль повітряних куль** - вражаючий за своєю красою та майже традиційний для Кам'янець-Подільського захід, під час якого небо засяє різнокольоровими кульками. Це дійство є незабутнім враженням для тисяч



глядачів. Польоти повітряних куль проходять над містом. Ви зможете побачити їх, гуляючи по старому місту.

Звідки спостерігати за повітряними кулями: Замковий міст, Кам'янець-Подільська фортеця, Вірменський бастион.

19:30 – вечеря, вільний час. Відпочинок в першокласному готелі в кроковій доступності від фортеці Кам'янець-Подільського.

2 день:

8:00 – сніданок;

9:30 - **оглядовий політ на повітряних кулях.**

Кожен має можливість насолодитися мальовничим краєвидом на місто та каньйон річки Смотрич, роздивитися фортецю з висоти та пролетіти під мостом «Лань, що біжить».



У польотах бере участь не менше 12 повітроплавальних екіпажів. Місце старту залежить від вітру і визначається безпосередньо перед польотом.

12:30 – 15:00 - обід, вільний час;

15:00 - на вас очікує **круїз на теплоході по наймальовничіших куточках річки Дністер.**

Шлях пролягатиме по Національному заповіднику «Подільські Товтри», і Вас чекатимуть казкові скелі, незвичайна природа, синя гладінь дністровської води. Ця подорож запам'ятається назавжди!



18:00 – вечеря;

20:00 – **екскурсія «Полювання на відьом».** Розгадайте всі таємниці містичного Кам'янець-Подільського на захоплюючій нічній екскурсії "Полювання на відьом". Ви прогуляєтеся по нічному Старому Місту, відкриєте для себе дивовижні факти і дізнаєтеся де жили середньовічні відьми. А може і зараз живуть?

Темної-темної ночі, в темному-темному місті, біля Міського Вірменського колодязя зберуться люди в чорних мантиях з капюшоном, щоб відправитися на полювання за відьмами. Вам доведеться на дві години стати



справжнім слідчим . І може бути, вам пощастить зловити справжню відьму...

Визначення економічної ефективності туристичного продукту

1. Визначення вартості проживання.

Тур є груповим. Кількість чоловік у групі – 10. Кількість днів мандрювання – 2, але туристи перебувають в готелі лише на одну ніч, тобто оплата здійснюється лише за одну добу. Вартість мешкання в готелі «Шервуд Stream» представлена в таблиці 3.1.

Таблиця 3.1

Вартість мешкання в готелі по туру «Weekend в небі: Фестиваль повітряних куль в Кам'янець-Подільському»

Місто	Назва готелю	Вартість двомісного номеру, грн.
Кам'янець-Подільський	Готель «Шервуд Stream»	800

Туристи будуть проживати в двомісних номерах, тому вартість мешкання на одного туриста буде складати (таблиця 3.2):

Таблиця 3.2

Розрахунок вартості проживання по маршруту

Місто, готель	Кількість ночей	Сума з 1 особи, грн.
Кам'янець-Подільський, Готель «Шервуд Stream»	1	400

2. Визначення вартості харчування

По даному маршруту лише сніданок входить до вартості мешкання в готелі, тому інші види харчування оплачуються додатково. Тому необхідно розраховувати вартість обідів та вечерь. Середня вартість обідів та вечерь на день приблизно складає 500 грн. Усі розрахунки зведені в таблицю 3:3.

Таблиця 3.3

Розрахунок вартості харчування по маршруту

Місто, ресторан	Вартість харчування на добу, грн.	Кількість днів	Сума з 1 чол., грн.
Кам'янець-Подільський, ресторан «Stream»	500	2	1000

3. Визначення витрат на проїзд.

Основні витрати: всі переміщення по даному туру здійснюються на одному транспорті, тобто на автобусі підвищеного комфорту та зараховуються до вартості туру, а саме:

- переїзд «Одеса – Кам'янець-Подільський – Одеса» (1500 грн. в обидва боки);

- переміщення містом, а саме «готель – місто проведення екскурсії – готель» (400 грн. за 2 дні).

Усі розрахунки витрат зведені в таблицю 3.4:

Таблиця 3.4

Розрахунки витрат на проїзд

Основні витрати	Сума з 1 особи., грн.
Переїзд «Одеса – Кам'янець-Подільський – Одеса»	1500
Переміщення містом, а саме «готель – місто проведення екскурсії – готель»	400
Всього	1900

4. Витрати на додаткове обслуговування по маршруту

Екскурсійне обслуговування та витрати на вхідні квитки включені до вартості туру. Список усіх екскурсій по маршруту «Weekend в небі: Фестиваль повітряних куль в Кам'янець-Подільському» та їх вартості (таблиця 3.5):

Таблиця 3.5

Витрати на екскурсійне обслуговування

№	Види екскурсійного обслуговування	Сума з 1 особи, грн.
1	Оглядовий політ на повітряних кулях	2000
2	Оглядова екскурсія містом Кам'янець-Подільський	300
3	Круїз на теплоході по наймальовничіших куточках річки Дністер	150
4	Екскурсія «Полювання на відьом»	350
5	Супровід керівника по всьому маршруту	100
6	Послуги місцевих гідів	100
Всього		3000

Всі види витрат по маршруту зведені в загальну таблицю 3.6

Таблиця 3.6

Загальні витрати

№	Стаття витрат	Сума, грн.
1	Проживання + сніданок	400
2	Додаткове харчування у ресторані (обід, вечеря)	1000
3	Транспортне обслуговування	1900
4	Екскурсійне обслуговування + витрати на керівника та місцевих гідів	3000
5	Страхування	100
Разом:		6400
6	Оплата комісійних турагентам (7% від споживання)	448
Всього:		6848

Ціна туру визначається по формулі:

$$\text{Цод} = \text{Сод} + \text{Пдод.од. (1)},$$

де Цод – установа підприємством ціна на послугу;

Сод – собівартість одиниці продукції, послуги (турпродукту);

Пдод.од – пипустимий для даної галузі прибуток, що доводиться на одиницю продукції

$$Ц = 6848 + 1369,6 = 8217,6 \text{ грн.}$$

Тур «Weekend в небі: Фестиваль повітряних куль в Кам'янець-Подільському» відноситься до подієвого різновиду туризму. Фестиваль відбувається лише двічі на рік, а саме у травні та жовтні.

Згідно з маркетингових досліджень реалізацію даного туру заплановано на 2 місяці (таблиця 3.7):

Таблиця 3.7.

Маркетингові дослідження

Місяці	Кількість реалізований турів в місяці
Травень	10
Жовтень	5
Разом	15

За 2 місяці планується здійснити 15 турів по 10 осіб, тобто за 2 місяці буде продано 150 турів.

$$M_p = \text{Пдод.од.} \times N_{\text{тур}} = 1369,6 \times 150 = 205\,440 \text{ грн.}$$

Вартість турпродукту для споживачів буде складатиме 8217,6 грн.

Сума постійних витрат на даний тур складатиме 1027,2 грн.

Визначимо валовий прибуток за 2 місяці (Пвал), одержуваний фірмою по даному турпродукту:

$$P_{\text{вал}} = M_p - V_{\text{пост}} = 205\,440 - 1027,2 \times 2 = 203\,385,6 \text{ грн.}$$

Для визначення чистого прибутку необхідно відняти із валового прибутку податок на прибуток, що в Україні становить 18%:

$$P_{\text{ч}} = 203\,385,6 - 18\% = 166\,776,19 \text{ грн.}$$

Оцінки економічну ефективність нового продукту можна за допомогою показників рентабельності й прибутковості продукції.

Показник прибутковості розраховується по формулі :

$$\text{Ппр} = \text{Пвал} / \text{Спр} \times 100\% \text{ (3)},$$

Де Ппр – прибутковість нового продукту, послуги;

Пвал – валовий прибуток компанії, одержуваний від продажів нового продукту, послуги, дол. або грн.;

Спр – сума продажів нового продукту, послуги, дол. або грн.

$$\text{Ппр} = 203\,385,6 / 1\,232\,640 \times 100\% = 16,5\%$$

Коефіцієнт рентабельності розраховується по формулі:

$$\text{Рпр} = \text{Пчист} / \text{Спр} \text{ (4)},$$

де Рпр – коефіцієнт рентабельності нового продукту, послуги по методики компаній США, %;

Пчист – чистий прибуток компанії, одержуваний від продажу нового продукту, послуги, грн.

$$\text{Рпр} = 166\,776,19 / 1\,232\,640 \times 100\% = 13,5\%$$

Таким чином, рентабельність розробленого туру складає 13,5%, що є позитивною і перспективною тенденцією при впровадженні туру «Weekend в небі: Фестиваль повітряних куль в Кам'янець-Подільському».

ВИСНОВКИ

Одним з перспективних напрямів розвитку господарства нашої держави виступає туризм, як галузь яка несе найменші екологічні збитки навколишньому середовищу, зокрема його найбільш екологізований вид – сталий туризм. Виникнення сталого туризму пов'язано, насамперед, зі зростанням масштабів масового туризму і спричинених ним негативних наслідків, які призвели до загострення низки екологічних проблем у багатьох частинах світу, а також зі зміною суспільних поглядів на проблеми довкілля, усвідомленням цінності природних ресурсів. На теперішній час частка екологічного туризму в загальному обсязі міжнародного туризму різна для різних країн та регіонів і коливається в середньому від 20% до 60%, залежно від конкретного регіону.

Екотуризм передбачає відпочинок в екологічно чистих регіонах. В Україні таких регіонів достатньо, що робить країну екологічно привабливою для любителів такого відпочинку. Україна з її величезними природними багатствами, унікальними ландшафтно-кліматичними умовами і вигідним географічним розташуванням має виключно сприятливі умови для розвитку екологічного туризму. В Україні найбільший розвиток отримав, так званий, сільський зелений туризм в Карпатах. Це в значній мірі обумовлено природними умовами, розвиненою санаторно-курортною інфраструктурою з джерелами лікувальних мінеральних вод, наявністю відомих гірськолижних курортів. Позитивну роль саме в становленні сільського туризму в Карпатському регіоні зіграв традиційно високий рівень безробіття, який змусив населення самостійно вирішувати проблеми власної зайнятості шляхом розвитку цього сектора туризму, користуючись сприятливою кон'юнктурою останніх років. Екотуризм, заснований на принципах сталого розвитку, може сприяти вирішенню ряду проблем, пов'язаних з деградацією навколишнього середовища, в першу чергу, деградацією земельних і водних ресурсів, біорізноманіття. Його розвиток

дозволить збільшити зайнятість населення в депресивних сільськогосподарських районах, що сприятиме відродженню українського села. Найбільшою популярністю екотуризм користується у молодій і активній частини населення, а також у студентів, які прагнуть побачити нові цікаві місця і при цьому намагаються заощаджувати гроші. Хоча останнім часом до їх числа приєднуються і люди старшого віку, які бажають відновити свої сили природним шляхом. Неодмінною умовою такого відродження є екологічна освіта і просвіта, «екологізація» економіки, включаючи і сферу туризму, підвищення інформованості суспільства та забезпечення доступу до екологічної інформації, а також перехід від декларативності до реальної політики сталого розвитку, з прийняттям відповідних державних програм з залученням і виділенням необхідного фінансування. Таким чином, екологічний туризм - інтегруючий напрямок рекреаційної діяльності спрямований на гармонізацію відносин між туристами, туроператорами, природним середовищем та місцевими громадами, що реалізується через екологізацію всіх видів туристської діяльності, охорону природи, екологічну освіту та виховання. Основна ідея екологічного туризму - це, насамперед, турбота про навколишнє природне середовище, що використовується у туристичних цілях.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Всесвітня туристська організація. Режим доступу: <http://www.unwto.org> -
2. Розметова О.Г. Створення умов інвестиційної привабливості розвитку санаторно-курортних послуг // Економіка та держава. - № 2. – 2008. – С. 64-67.
3. Прейгер Д.К., Малярчук І.А. Міжнародний туризм в Україні як форма розвитку інтеграційних комунікацій // Стратегічна панорама. - 2005. - №3. - С.37-40.
4. Роглев Х.Й., Мунін Г.Б. Стан та перспективи розвитку ділового туризму в Україні // Туризм: Теорія і практика. - 2005. - №1. - С.6-9.
5. Литвиненко Т.М. Державна підтримка конкурентоспроможності туризму в Україні // Сб. Киев. слав. ун-та, ред. колегія Ю.М. Алексєєв. - Киев, КСІ, 2005, № 21. - 198 с.
6. Державна служба статистики України. Режим доступу <http://www.ukrstat.gov.ua/>
7. Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/168-2017>
8. Світова рада з туризму та подорожей / World Travel & Tourism Council [Електронний ресурс]. – Режим доступ : <http://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impactresearch/2017-documents/global-economic-impact-and-issues-2017.pdf>.
9. Туризм – мировая и региональная статистика, национальные данные, карты и рейтинги [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://knoema.ru>.
10. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.sustainable-development.gov.uk/what_is_sd/what_is_sd.htm.

11. Програма дій «Порядок денний на XXI століття» / Перекл. з англ.: К.: Інтелсфера, 2000. – 359 с
12. Глобальний етичний кодекс туризму [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.gdrc.org.eco-tour.charter.html>
13. Смаль В. Туризм і сталий розвиток: / В. В. Смаль, І. В. Смаль // Вісник Львів. Ун-ту, серія географічна, 2005. Вип. 32. С. 163-173
14. Кукурудза М.М. Менеджмент національних парків: навч. посіб. / М.М. Кукурудза. – Львів: Вид. центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2003. – 124 с
15. Казакова Т.А. Конструктивно-географічні основи розвитку техногенного туризму на Криворіжжі: Автореферат дис... канд.-та геогр. наук: 11.00.11/ Київський нас. ун-т, 2007. – 17 с.
16. Морозов М.А., Морозова Н.С. Информационные технологии в социально-культурном сервисе и туризме. Оргтехника. Учебник. – М.: Академия, 2002. – 240с
17. Бизнес в режиме реального времени. Туристическая информационно-поисковая система Туры.ру. – М., 2006. – 148 с. 3. Инновационный менеджмент. Ученик для вузов / Под ред. С.Д. Ильенковой. 2-е изд. – М.: ЮНИТИДАНА, 2003. – 343 с.
18. Travel Industry Association of America // Travel's Use of the Internet, 2005 Edition
19. Александрова А.Ю. Новые информационные технологии в мировой индустрии туризма // География международного туризма. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2003. – С.174–194
20. Местні Л. Зміна орієнтирів міжнародного туризму / Стан світу 2002. – К.: Інтелсфера, 2002. – С. 110-134
21. Біль М., Третьяк Г., Крайник О. Механізм державного управління туристичною галуззю (регіональний аспект): наук. розробка. Київ: НАДУ, 2009. 40 с.

22. Гаман П. І. Державне регулювання розвитку рекреаційної сфери Карпатського регіону України: автореф. дис. ... д-ра наук з держ. упр.: 25.00.02 / Рада по вивч. продукт. сил України НАН України. Київ, 2009. 40 с.
23. Ільїна М. В. Роль туристично-рекреаційної сфери у забезпеченні сталого розвитку // Екологічний менеджмент у загальній системі управління: зб. тез доп. XI щоріч. всеукр. наук. конф., Суми, 20–21 квіт. 2011 р. / відп. за вип. О. М. Теліженко. Суми: СумДУ, 2011. Ч. 1. С. 110–112
24. Мерзляк А., Соловйова О. Удосконалення організаційної структури державного регулювання сфери рекреаційних послуг в Україні // Державне управління та місцеве самоврядування: зб. наук. пр. Дніпропетр. регіон. ін-ту
25. Мігущенко Ю. В. Державне регулювання туристично-рекреаційної сфери України як передумова підвищення конкурентоспроможності туристичної галузі // Проблемы развития внешнеэкономических связей и привлечения иностранных инвестиций: регион. спект: сб. науч. тр. Б. м.: б. в., 2007. Вип. 3. С. 1317–1325
26. Дмитрук О.Ю. Екологічний туризм: сучасні концепції менеджменту і маркетингу / О.Ю. Дмитрук. Навч. посібн. – К.: Альтерпрес, 2004. – 192 с.
27. Зінько Ю.В., Гетьман В.І. Розвиток туризму в національних парках Українських Карпат // Ю.В. Зінько, В.І. Гетьман. – «Гори і люди» (у контексті сталого розвитку). Міжнародна конференція. – 14-18.10.2002 р. м. Рахів. – С. 353-363.
28. Національний природний парк «Подільські Товтри». [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://ukrainaincognita.com/node/2826>
29. Нездойминов С.Г. Экологизация туризма как фактор устойчивого развития туристских регионов / С.Г. Нездойминов. – Региональные исследования. Научный журнал. Смоленский гуманитарный университет. – 2014. – № 1(43). – С. 133-140.

30. Harichkov S.K. Ecological networks as a «green» growth factor of the region's economy / S.K. Harichkov, S.G. Nezdoyminov // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2013. – № 4. – С. 174-182. – Режим доступа: <http://www.economics.opu.ua/2013/n4.html>