

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПОЛІСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кваліфікаційна наукова праця
на правах рукопису

ОСІПЧУК АННА СЕРГІЇВНА

УДК 396.5:338.48

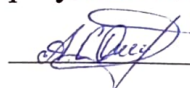
ДИСЕРТАЦІЯ

**ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ
ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ**

051 – Економіка

Подається на здобуття наукового ступеня доктора філософії.

Дисертація містить результати власних досліджень. Використання ідей,
результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело.



А. С. Осіпчук

Науковий керівник:

Скидан Олег Васильович,

доктор економічних наук, професор

Житомир – 2023

АНОТАЦІЯ

Осіпчук А. С. Організаційно-економічні засади розвитку екологічного туризму. – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 051 «Економіка», галузь знань 05 «Соціальні та поведінкові науки». Поліський національний університет, Житомир, 2023.

Дисертацію присвячено розв'язанню проблем обґрунтування концептуального базису екологічного туризму, розробленню теоретико-методологічних і науково-практичних рекомендацій для формування організаційно-економічних засад розвитку екологічного туризму. Протистояння глобальним деструктивним процесам і забезпечення необхідного рівня економічного зростання, поєднуючи питання економічної, організаційної та екологічної ефективності є основою розвитку екологічного туризму.

У теоретичній частині дослідження систематизовано науково-теоретичні засади та поглиблено зміст основних понять екотуристичної діяльності, а саме сформульовано авторський підхід до дефініцій екологічний туризм, екотуристичний продукт, туристичний продукт; розширено класифікацію напрямів та актуалізовано функції екотуризму; сформовано основні детермінанти розвиненості туристичного потенціалу; запропоновано принципи розвитку екологічного туризму в ринкових умовах. Організаційно-економічний механізм туристичної діяльності, як сукупність форм та методів, за допомогою яких здійснюється організація суспільного виробництва у сфері туристичного бізнесу, використано для забезпечення сприятливого середовища для розвитку екотуризму.

Дослідження нормативно-правового регулювання екотуристичної діяльності надало можливість провести розмежування відповідальності державних органів у законодавчій та виконавчій діяльності туристичної галузі. Для управління господарською діяльністю у сфері туризму використовують нормативно-правову базу загального призначення та нормативно-правові акти, що відносяться до спеціального законодавства з питань регулювання туристичної діяльності. У вирішенні питань відповідності туристичних продуктів та наданих послуг значною є роль стандартизації, сертифікації та

екологічного маркування комплексу туристичних послуг, оскільки нормативно підтвержені характеристики продукції викликають у споживача довіру до обраного товару чи послуги, мотивують до придбання, надають інформацію про переваги об'єкта щодо його впливу на стан довкілля та здоров'я людини.

Представники державної влади, інвестори, туристи та місцеве населення є ключовими стейкхолдерами у системі надання туристичних послуг, і тому вирішують, які товари та послуги повинні пропонуватися, тобто, вони формують потенційний попит. В економічних відносинах такі групи є «замовниками» товарів та «утримувачами» територій і об'єктів природно-заповідного фонду, вони є «клієнтами» екологічних дестинацій. Оскільки заповідні зони постачають товари та послуги на загальноконкурентному ринку, вони в економічному сенсі є підприємствами, що стикаються з комплексом клієнтів, які, можливо, захочуть витратити свої обмежені кошти в іншому місці. Тому варто просувати екотуристичний продукт з акцентом на унікальність його властивостей (ландшафти, флора, фауна, культура та традиції місцевого населення, продукти народних промислів та сувенірна продукція). Військова агресія РФ значно знівельовала сучасний стан та перспективи розвитку національного туристичного бізнесу: окрім призупинення діяльності підприємств туристичного сектору, була нанесена значна шкода довкіллю, об'єктам культури та інфраструктури від військових дій, відбулась вимушена міграція населення країни, прослідковуються руйнівні наслідки для економіки туризму.

Туристичний продукт є специфічним товаром (точніше набором послуг), який має ряд особливостей: невіддільність туристичного продукту від джерела формування, тобто для того, щоб ним скористатися, спочатку треба доставити споживача до місця виробництва; неможливість зберігання туристичного продукту (через вплив сезонності, зміни ціни, умов харчування тощо); тісний взаємозв'язок між його складовими елементами; комплексність туристичних послуг, оскільки у своєму складі має матеріальні та нематеріальні послуги; вплив зі сторони зацікавлених осіб: клієнтів, підприємств супутніх галузей, органів влади тощо; невідчутність (неможливо побачити, спробувати, відчути

при укладенні договору) та неможливість складувати туристичний продукт, а також використовувати декілька різних туристичних продуктів одночасно. Такі особливості слід враховувати під час розробки екотуристичного продукту, оскільки це специфічний комплексний продукт, що надається зазвичай у природному середовищі з врахуванням регіональних особливостей, місцевої культури, гастрономічних проявів і відрізняється дбайливим ставленням до навколишнього середовища.

Оскільки обґрунтування фінансування будь-якого виду діяльності повинно передбачати економічний ефект, запропоновано методику розрахунку економічної ефективності екологічного туризму, яка дасть змогу передбачити результат діяльності екотуристичних дестинацій. Для розрахунку економічної ефективності туристичної діяльності запропоновано взяти суму відношення кількості потенційних туристів на середні витрати на послуги одноразового харчування, послуги розміщення, вхідні квитки на території об'єктів природно-заповідного фонду, екскурсійне обслуговування, сувеніри місцевого виробництва та інші витрати, що для туристичної дестинації є доходами, до витрат на облаштування туристичних локацій та інфраструктури по кожному туристичному об'єкту.

Дохідна частина формується на основі фінансових потоків від наданих послуг. Основними елементами доходу є харчування, ночівля, екскурсійне обслуговування туристів, вхідна плата на території парків і заповідних зон. Додатково дестинація і територіальна громада може отримувати надходження від продажу сувенірів місцевого виробництва, оренди спорядження, кемпінгів, палаток, проведення майстер-класів, використання автостоянки, продажу харчових продуктів та інших груп товарів.

Витратна частина включає формування фінансового бюджету для створення, облаштування та обслуговування туристичних локацій. Створення інфраструктури передбачає облаштування дрібних елементів інфраструктури та масштабних проектів. До дрібних елементів інфраструктури віднесено встановлення описових табличок (інформаційні стенди з QR-кодами, картами, туристичними стежками), формування туристичних інформаційних центрів з

призначенням відповідальних осіб для проведення екскурсій, створення ремісничих центрів для виготовлення та продажу сувенірів. До масштабних стратегічних проектів слід віднести побудову готелів, ресторанів, екосадиб, інтерактивних музейних комплексів, локальних зооцентрів (вольєрів для утримання та догляду за лісовими звірями, контактних зоопарків, страусиних ферм).

В *аналітичній частині дослідження* проаналізовано статистичні дані та показники національної туристичної діяльності суб'єктів господарювання; досліджено туристичні потоки та основні цілі приїзду іноземних та внутрішніх туристів; проаналізовано особливості туристичної діяльності на території північного регіону України, Житомирської області зокрема; актуалізовано цінності екологічного туризму. Використовуючи картографічний та аналітичний методи у дослідженні представлено території та об'єкти природно-заповідного фонду України та Житомирської області (заказники, національні природні парки, біосферні та природні заповідники, регіональні ландшафтні парки, заповідні урочища, пам'ятки природи, парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва, ботанічні сади, дендрологічні та зоологічні парки та інші). На основі проведеного авторського анкетування досліджено особливості споживчого попиту потенційних екотуристів, а саме такі показники як щомісячний дохід на одного члена сім'ї, тривалість, регулярність та бюджет відпочинку на 1 особу, структура потреб потенційних туристів під час відпочинку та при виборі засобу розміщення, шляхи отримання інформації про туристичні продукти, а також сформовано авторську екскурсійну програму по об'єктам природно-заповідного фонду «Поліські «смарагди» Житомирщини». У межах авторських розвідок апробовано деякі локації для реалізації екологічного туризму у межах країни та виділено потенційні джерела доходу для заповідних територій.

Здійснено перевірку гіпотез впливу за допомогою багатофакторної регресійної моделі методами відбору факторів Random forest. Сформовані дані анкети були закодовані, відцифровані і оброблені за допомогою програмного забезпечення RStudio. На основі багатофакторної моделі, що використовувалась як стратегія моделювання туристичних процесів для аналізу та пояснення

впливу і тісноти взаємозв'язку досліджуваних явищ з використанням різних факторів, виявлено фактори, які мають найбільший вплив на досліджуване явище (проаналізовано тісноту зв'язку між приблизним щомісячним доходом на одного члена сім'ї та соціальним статусом; бюджетом відпочинку та умовами розміщення, віковими особливостями та пріоритетними видами туризму, важливістю дбайливого ставлення до навколишнього середовища та частотою відвідування об'єктів природно-заповідного фонду Житомирської області тощо).

Об'єкти природно-заповідного фонду Житомирської області у порівнянні з іншими туристичними локаціями відвідуються з меншою частотою, оскільки інформація про можливість відвідування об'єктів не поширюється на достатньому рівні, а також відсутня зручна картографічна візуалізація природних дестинацій. Іншою причиною слабого попиту є відсутність цікавих екскурсійних програм з елементами залучення до участі у колективних та індивідуальних анімаційних, інтерактивних, науково-пізнавальних заходів, низька якість покриття автомобільних шляхів, відсутність актуальної інформації про можливості харчування та відпочинку. З метою подальшого просування туристичного продукту запропоновано візуалізування маршрутів відвідування об'єктів природно-заповідного фонду за допомогою сучасних геоінформаційних систем. Регіональні тематичні інтерактивні карти, виконані засобами геоінформаційного картографування, нададуть можливість сучасним туристам зорієнтуватись на місцевості та у межах туристичної локації.

У *проектній частині дослідження* запропоновано рекомендації з удосконалення державної політики в галузі туризму, а також сформовано рекомендації для лісогосподарських підприємств, які у своєму підпорядкуванні мають найбільшу кількість територій та об'єктів природно-заповідного фонду: оновлення інформаційних стендів, використання QR-кодів з метою поширення додаткової інформації про пункти рекреації та туристичні локації, забезпечення можливості створення відгуків та завантаження світлин об'єктів, картографічного відображення дестинацій та автомобільних шляхів.

У результаті використання методології функціонального моделювання і графічного опису процесів IDEF0 (Function Modeling) детально досліджено комплекс туристичних процесів з акцентом на ієрархічне представлення об'єктів. Під час аналізу структурно-функціональної моделі ідентифіковано проблемні ділянки функціонування системи екотуристичної діяльності, що дає змогу сформулювати пропозиції щодо покращення організації діяльності екотуристичних об'єктів, забезпечуючої інфраструктури, норм законодавства, системи підготовки кваліфікованих кадрів тощо.

Удосконалення стратегічного управління об'єктами екотуристичної діяльності передбачає комплекс заходів: на загально-національному рівні – створення і просування стратегії сталого розвитку всіх галузей діяльності; пропагування здорового способу життя, концепції продуманого споживання, екопросвітництва; удосконалення нормативно-правової бази діяльності суб'єктів туристичної діяльності; створення сприятливих умов для започаткування та розвитку малого бізнесу індустрії гостинності з врахуванням протиепідемічних заходів; на рівні підприємств туристичної діяльності – формування пропозиції туристичних маршрутів по об'єктам та територіям природно-заповідного фонду з відповідним екскурсійним супроводом; раціоналізація використання ресурсів; перехід до використання альтернативних джерел енергії; надання переваги використанню продукції місцевого та екологічного виробництва; на рівні місцевих громад – організація ремісничих майстерень для виготовлення сувенірної продукції; створення додаткових закладів харчування та розміщення; формування сервісів системи гостинності; забезпечення екопросвітницької роботи; на рівні споживачів – формування екологічної обізнаності населення; стимулювання раціоналізації споживання та використання ресурсів; мотивація шанобливого ставлення до навколишнього середовища та оточуючого соціуму; на рівні об'єктів екологічного туризму – збільшення площ та підвищення репрезентативності мережі природно-заповідного фонду для підвищення ефективності засобів захисту видів тваринного і рослинного світу; створення належної охорони природно-заповідних об'єктів (заказників, заповідних урочищ, пам'яток природи, інших

територій природно-заповідного фонду), розташованих на землях землекористувачів; створення і відображення інформаційними ресурсами рекреаційних пунктів та маркованих екостежок з інформаційним та інфраструктурним наповненням. Незважаючи на критичний стан природних територій та інфраструктурних об'єктів внаслідок військових дій на території України, є потенційно привабливі локації та напрямки для організації туристичної діяльності. У перспективі очікується переорієнтація переліку об'єктів, привабливих для туристичної діяльності: окрім розвитку дестинацій мілітарі туризму, зростатиме попит на відвідування екологічно чистих природних територій з метою реабілітації та рекреації.

Для забезпечення пропозиції різних варіантів екотуристичного продукту та можливості об'єднання об'єктів в туристичні маршрути по особистим побажанням туриста розроблено інтерактивну карту (геопортал) еколокацій Житомирського району. Геопортал відображає об'єкти природно-заповідного фонду, екологічні стежки, пункти рекреації, агро- та екосадиби на території Житомирської області з описом даних об'єктів, особливостями інфраструктури, координатами, контактними даними відповідальних осіб. Інфраструктура геопросторових даних такого інформаційного наповнення створює можливість потенційним споживачам більш детально ознайомитися з місцями відпочинку, самостійно спланувати туристичний маршрут та забезпечити активний розвиток туристичної сфери регіону в цілому. Налагодження системи надання послуг у сфері екотуристичної діяльності на виході дає інтегрований ефект, що в загальному сприяє створенню робочих місць, становленню малого бізнесу, зростанню економіки країни, розширенню міжнародних зв'язків. У свою чергу економічний ефект проявляється у формуванні і перерозподілі фінансових потоків в місцях здійснення екотуристичної діяльності, покращенні інвестиційної привабливості, сприянні розвитку супутніх сфер діяльності та інфраструктури туристичних об'єктів.

Для вимірювання економічного впливу туризму в межах територій та об'єктів природно-заповідного фонду використовуються різні підходи: оцінка економічних вигід вимірюється вартістю усіх фінансових операцій,

здійснюваних у процесі надання туристичних та супутніх послуг. Економічний ефект від туристичної діяльності вимірюється такими показниками, як валовий внутрішній продукт регіону, дохід від праці або кількість робочих місць, створених дестинацією тощо. Крім економічного ефекту виникає екологічний і соціальний ефект, який зазвичай передбачає екологічне просвітництво як для туристів, так і для місцевих жителів. Додаткові заходи з наповнення актуальною інформацією сайтів об'єктів екологічного туризму, ведення статистики відвідування, створення якісної інфраструктури з можливістю придбання продуктів харчування, сувенірної продукції, взяття в оренду спорядження, облаштування санвузлів, установки урн для сміття, сучасних інформаційних та інтерактивних стендів, проведення екскурсій, автентичних свят та тематичних заходів нададуть можливість створити комфортні умови для туристів та залучити нових споживачів екотуристичного продукту.

Створення еколого-рекреаційного комплексу у межах міста сприятиме формуванню широкого спектру позитивних ефектів екологічного, соціального, економічного, патріотично-виховного, культурного, освітньо-наукового характеру і значення. Враховуючи нестачу комплексних об'єктів туристично-рекреаційного та культурно-освітнього характеру, які б формували привабливий імідж відповідної території, запропоновано створити унікальний природно-антропогенний об'єкт сфери туризму еколого-рекреаційного характеру, багатий біологічним та ландшафтним різноманіттям. Еколого-рекреаційний комплекс «Відродження» стане першим кроком до позиціонування м. Житомира та області як центру екологічного туризму, що дасть змогу сформувати унікальний регіональний бренд.

Ключові слова: екологічний туризм, ефективність туристичної діяльності, сталий розвиток, природно-заповідний фонд, інвестування, управління розвитком туристичної діяльності, геоінформаційні системи.

SUMMARY

Osipchuk A. S. Organizational and economic principles of the development of ecological tourism. – *Qualification thesis manuscript copyright.*

Dissertation for obtaining the scientific degree of Doctor of Philosophy in specialty 051-Economics. Polissia National University of the Ministry of Science and Education of Ukraine, Zhytomyr, 2023.

The dissertation is devoted to solving the problems of substantiating the conceptual basis of ecological tourism, developing theoretical-methodological and scientific-practical recommendations for the formation of organizational and economic foundations for the development of ecological tourism. Resistance to global destructive processes and ensuring the necessary level of economic growth, combining the issues of economic, organizational and environmental efficiency is the basis of the concept of the development of ecological tourism.

In the *theoretical part* of the research, the theoretical principles have been systematized and the content of the main concepts of the field of ecotourism activity has been deepened, namely, the author's approach to the concepts of ecological tourism, ecotourism product, development of a tourist product has been formulated; the classification of destinations has been expanded and the functions of ecotourism have been updated; the main determinants of the development of the tourist potential have been formed; the principles of creating a favorable environment for the development of tourism have been proposed. Taking into account that the organizational and economic mechanism of tourism activity is a set of forms and methods that are used to organize social production in the field of recreation, the organizational and economic mechanism of creating a favorable environment for the development of tourism has been visualized.

The study of regulatory and legal normalization of ecotourism activity provided an opportunity to delineate the responsibilities of state bodies in the legislative and executive activities of the tourism industry. The normative legal framework of general importance and normative legal acts relating to special legislation on the regulation of tourist activity are used to regulate economic activity in the field of tourism,. The role of standardization, certification and environmental labeling of a

complex of tourist services is significant in solving issues of conformity of tourist products and provided services, since the consumer can familiarize himself with the available confirmed characteristics of the products, as well as learn the advantages of the labeling object in terms of its impact on the environment and health a person.

The government, investors, tourists and the local population are key players in the tourism service delivery system and therefore they decide what goods and services should be offered and purchased with their money, i.e. they shape the potential demand. In economic terms, such groups are "customers" of goods and "keepers" of territories and objects of the nature reserve fund, they are "clients" of destinations. Protected areas provide goods and services in a perfectly competitive market, so their businesses, in an economic sense, are facing with a set of customers who may wish to spend their limited funds elsewhere. Therefore, it is worth promoting the ecotourism product with an emphasis on the uniqueness of its properties (landscapes, flora, fauna, culture and traditions of the local population, folk crafts and souvenir products). The military aggression of the Russian Federation significantly reduced the current state and prospects for the development of the national tourism business: in addition to the suspension of the activities of enterprises in the tourism sector, significant damage was caused to the environment, cultural objects and infrastructure from military actions, there was a forced migration of the population and devastating consequences for the tourism economy are being observed.

A tourist product is a specific product (more precisely, a set of services) that has a number of features: the inseparability of the tourist product from the source of formation, that is, in order to use it, the consumer must first be delivered to the place of production; the impossibility of storing the tourist product (due to the influence of seasonality, price changes, food conditions, etc.); close relationship between its constituent elements; the complexity of tourist services, as it includes tangible and intangible services; influence on the part of interested parties: customers, enterprises of related industries, authorities, etc.; intangibility (it is impossible to see, try, feel while concluding a contract) and the impossibility of compiling a tourist product, as well as using several different tourist products at the same time. All of the above-

mentioned features should be taken into account while developing an ecotourism product, since it is a specific complex product that is usually provided in a natural environment, taking into account regional features, local culture, gastronomic manifestations, and is characterized by a careful attitude to the environment.

Since the justification of financing any type of activity should provide an economic effect, a methodology for calculating the economic efficiency of ecological tourism is proposed. Calculating the economic efficiency of ecotourism activity will make it possible to predict the result of the activity of ecotourism destinations. To calculate the economic efficiency of tourist activity, it is proposed to take the sum of the ratio of the number of potential tourists to the average costs of one-time meals, accommodation services, entrance tickets to the territory of the nature reserve fund, excursion services, locally produced souvenirs and other costs for the tourist destination are incomes, to costs for arranging tourist locations and infrastructure for each tourist object.

The revenue part is formed on the basis of financial flows from tourist services. The main elements of income are meals, overnight stays, excursion services, entrance fees to the territory of parks and protected areas. In addition, the destination or territorial community receives income from the sale of locally produced souvenirs, rental of equipment, camping, tents, conducting master classes, use of the parking lot, sale of food products and other groups of goods.

The expenditure part includes the formation of a financial budget for the creation, arrangement and maintenance of tourist locations. The creation of infrastructure involves the arrangement of small infrastructure elements and large-scale projects. Small infrastructure elements include the installation of descriptive signs (information stands with QR codes, maps, tourist trails), the formation of tourist information centers with the appointment of responsible persons for conducting tours, the creation of craft centers for the manufacture and sale of souvenirs. Large-scale strategic projects include the construction of hotels, restaurants, eco-homesteads, interactive museum complexes, local zoo centers (aviaries for growing pheasants, ducks, hares, red deer and other animals, contact zoos, ostrich farms).

In the *analytical part* of the study, statistical data and indicators of tourism activity of business entities have been analyzed; tourist flows and the main purposes of the arrival of foreign and domestic tourists have been investigated; the peculiarities of tourist activity in the territory of the northern region of Ukraine, Zhytomyr region in particular, have been analyzed; the values of ecological tourism have been updated. The territories and objects of the nature reserve fund of Ukraine and Zhytomyr region have been visualized and formalized (reserves, national nature parks, regional landscape parks, biosphere and nature reserves, protected tracts, natural monuments, parks-monuments of horticultural art, botanical gardens, dendrological and zoological parks and others).

On the basis of the author's questionnaire, the peculiarities of the consumer demand of potential ecotourists have been investigated, namely such indicators as monthly income per family member, duration, regularity and budget of vacation per person, the structure of the needs of potential tourists during vacation and while choosing a means of accommodation, ways obtaining information about tourist products, as well as creating an author's excursion program for the objects of the nature reserve fund «Poliski «emeralds» of Zhytomyr Region». As part of the author's explorations, some locations for the implementation of ecological tourism within the country have been tested and potential sources of income for protected areas w have been ere identified.

Impact hypothesis testing has been carried out with the help of a multivariate regression model using Random forest factor selection methods. Formed questionnaire data were coded, digitized and processed using RStudio software. On the basis of a multifactorial model, which was used as a strategy for modeling tourist processes to analyze and explain the influence and closeness of the relationship of the studied phenomena using various factors, the factors that have the greatest influence on the studied phenomenon were identified (the closeness of the relationship between the approximate monthly income on one family member and social status; recreation budget and accommodation conditions, age characteristics and priority types of tourism, the importance of a careful attitude to the environment and the frequency of visiting objects of the nature reserve fund of Zhytomyr region, etc.).

The objects of the nature reserve fund of Zhytomyr Region are in low demand, because information about the possibility of visiting the objects is not sufficiently distributed, and there is also a lack of convenient map visualization of natural destinations. Another reason for the weak demand is the lack of interesting excursion programs with elements of participation in collective and individual animation, interactive, scientific and educational events, the low quality of the road surface, the lack of up-to-date information about food and recreation opportunities. In order to promote the tourist product further, it is proposed to visualize the routes of visiting the objects of the nature reserve fund with the help of modern geo-information systems. Regional thematic interactive maps, made by using of geoinformation mapping tools, will enable modern tourists to orientate themselves on the terrain and within the tourist location.

In the *project part* of the study, recommendations for improving state policy in the field of tourism have been proposed, and recommendations have been also made for forestry enterprises that have the largest number of territories and objects of the nature reserve under their control: updating information stands, using QR codes for the purpose of distribution additional information about recreation points and tourist locations, providing the ability to create reviews and upload photos of objects, map visualization to display the destination and road routes.

With the help of the methodology of functional modeling and graphic description of IDEF0 (Function Modeling) processes, a complex of tourist processes have been formalized and described with an emphasis on the hierarchical representation of objects. In the detailed analysis of the structural-functional model, problematic areas of the functioning of the ecotourism activity system we have been re identified, what makes it possible to formulate proposals for improving the organization of the activities of ecotourism facilities, supporting infrastructure, legislative norms, the system of training qualified personnel, etc.

The following proposals for improving the strategic management of ecotourism facilities are proposed: at the national level – creation and promotion of a strategy for the sustainable development of all branches of activity; promotion of a healthy lifestyle, the concept of thoughtful consumption, eco-enlightenment; improvement of

the regulatory and legal framework for the activities of tourism entities; creating favorable conditions for starting and developing small businesses in the hospitality industry, taking into account anti-epidemic measures; at the level of tourism enterprises – formation of a proposal for tourist routes on the objects and territories of the nature reserve fund with appropriate excursion support; rationalization of the use of resources; transition to the use of alternative energy sources; giving preference to the use of local and environmentally friendly products; at the level of local communities – the organization of craft workshops for the production of souvenir products; creation of additional catering and accommodation facilities; formation of hospitality system services; provision of eco-educational work; at the level of consumers – formation of environmental awareness of the population; stimulation of rationalization of consumption and use of resources; motivation of a respectful attitude towards the environment and the surrounding society; at the level of ecological tourism facilities – growing the area and increasing the representativeness of the network of the nature reserve fund to increase the effectiveness of means of protection of animal and plant species; creation of proper protection of nature-protected objects (customers, protected tracts, natural monuments, other territories of the nature-protected fund) located on the land of land users; creation and display by information resources of recreational points and marked eco-trails with informational and infrastructural content. Despite the critical state of natural territories and infrastructure facilities as a result of military operations on the territory of Ukraine, there are potentially attractive locations and directions for organizing tourist activities. In the future, a reorientation of the list of objects attractive for tourist activity is expected: in addition to the development of military tourism destinations (the demand for which will increase rapidly by analogy with visiting the Exclusion Zone of the Chernobyl nuclear power plant), the demand will increase to visit ecologically clean natural areas for the purpose of rehabilitation and recreation.

An interactive map (geoportal) of ecolocations of the Zhytomyr district has been developed to ensure the offer of various options of the ecotourism product and the possibility of combining objects into tourist routes according to the personal wishes

of the tourist. The geoportal displays objects of the nature reserve fund, ecological trails, recreation points, agro- and eco-homesteads in the territory of Zhytomyr region with a description of these objects, features of the infrastructure, coordinates, and contact information of responsible persons. The infrastructure of geospatial data with such an information content creates an opportunity for potential consumers to familiarize themselves with vacation spots in more detail, to plan a tourist route independently and to ensure the active development of the tourism sphere of the region as a whole.

Establishing a system of providing services in the field of ecotourism activities at the exit gives an integrated effect, what, in general, contributes to the creation of jobs, the establishment of small businesses, the growth of the country's economy, and the expansion of international relations. In turn, the economic effect is manifested in the formation and redistribution of financial flows in the places of ecotourism activities, improvement of investment attractiveness, promotion of development of related fields of activity and infrastructure of tourist facilities.

Different approaches can be used to measure the economic impact of tourism within the territories and objects of the nature reserve fund. The assessment of economic benefits is measured by the cost of all financial transactions carried out in the process of providing tourist and related services. The impact can be measured by indicators such as the region's gross domestic product, labor income or the number of jobs created by the destination, etc. In addition to the economic impact, there is an ecological and social effect, which usually requires environmental education for both tourists and local residents.

Additional measures to fill the sites of ecological tourism objects with relevant information, maintain visit statistics, create a quality infrastructure with the possibility of purchasing food products, souvenir products, renting equipment, equipping bathrooms, installing trash cans, modern informational and interactive stands, conducting excursions, authentic holidays and thematic events will provide an opportunity to create comfortable conditions for tourists and attract new consumers of ecotourism products, and the proposed formula for calculating the efficiency of

tourist activity will help to attract financing for the arrangement of objects of ecotourism activity.

The creation of an ecological and recreational complex within the city will contribute to the formation of a wide range of positive effects of an ecological, social, economic, cultural, patriotic-educational, educational-scientific nature and significance. Taking into account the lack of complex tourist-recreational and cultural-educational objects that would form an attractive image of the corresponding territory, it is proposed to create a unique natural object of ecological-recreational tourism, rich in biological and landscape diversity. The ecological and recreational complex «Renaissance» will be the first step towards positioning the city of Zhytomyr and the region as a center of ecological tourism, which will make it possible to form a unique regional brand.

Key words: ecological tourism, effectiveness of tourist activity, sustainable development, nature reserve fund, investment, management of the development of tourist activity, geoinformation systems.

СПИСОК ПУБЛІКАЦІЙ

1. Наукові праці, в яких опубліковані основні результати дисертації:

1.1. В іноземному науковому періодичному виданні, що індексується у базах даних Web of Science Core Collection та Scopus:

1. Innovative ecotourism product development based on the use of geographic information technologies. Osipchuk A. et al. *Journal of Geology, Geography and Geoecology*. 2023. № 32(1), P.164-177. DOI: 10.15421/112316 (1,7/0,85 ум. друк. арк.; *Особистий внесок автора:* обґрунтовано значимість створення інноваційних екотуристичних продуктів на основі використання систем моделювання та сучасних технологій, у тому числі геоінформаційних)

2. Management of the development of the tourist industry in the condition of a pandemic / Fatkhutdinova O. et al. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики*. 2021. № 5 (40). С. 184–190. DOI: 10.18371/fcaptr.v5i40.244979. (1,23/0,37 ум. друк. арк.; *Особистий внесок*

автора: запропоновано дорожню карту конкурентоспроможного розвитку туризму в Україні в умовах пандемії).

1.2. У наукових фахових виданнях України:

3. Осіпчук А. С. Формування та просування екотуристичного продукту. *Приазовський економічний вісник*. 2021. № 4 (27). С. 68–75. DOI: 10.32840/2522-4263/2021-4-11. (0,87 ум. друк. арк.).

4. Тищенко С. В., Чернишова Т. М., Осіпчук А. С. Туризм як засіб психологічної та соціальної підтримки груп ризику та людей з особливими потребами. *Інфраструктура ринку*. 2021. № 51. С. 73–81. DOI: 10.32843/infrastruct51-11. (1,16/0,4 ум. друк. арк. *Особистий внесок автора*: удосконалення основних функції туризму для осіб з особливими потребами).

5. Осіпчук А. С. Пропозиції з удосконалення стратегічного управління об'єктами екотуристичної діяльності. *Економіка та суспільство*. 2022. № 40. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-40-77> (0,73 ум. друк. арк.).

6. Осіпчук А. С. Національна туристична організація України як фасилітатор сталого розвитку туристичної галузі та економічного зростання. *Індустрія туризму і гостинності*. 2022. № 6. DOI: <https://doi.org/10.32782/tourismhospsee-6-5> (0,76 ум. друк. арк.).

2. Наукові праці, які засвідчують апробацію матеріалів дисертації:

7. Осіпчук А. С. Комплексний підхід до популяризації екологічного туризму. *Туризм: міжнародний досвід та національні пріоритети* : зб. матеріалів II Всеукр. наук.-практ. конф., 25 трав. 2018 р. Житомир : Євенок О. О., 2018. С. 59–65. (0,22 ум. друк. арк.).

8. Осіпчук А. С. Правовий дискурс туристичної діяльності. *Суспільно-географічні процеси в Східно-Центральній Європі: проблеми, тенденції, напрями* : матеріали III Міжнар. наук.-географ. конф., 26–27 берез. 2020 р., м. Берегове : у 2-х т. Ужгород : ТОВ «РІК-У», 2020. Т. 2. С. 549–556. (0,4 ум. друк. арк.).

9. Осіпчук А. С. Приховані небезпеки в туризмі. *Чорнобильська катастрофа. Актуальні проблеми, напрямки та шляхи їх вирішення* : зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. конф., 26–27 квіт. 2018 р. Житомир : ЖНАЕУ, 2018. С. 278–283. (0,28 ум. друк. арк.).

10. Осіпчук А. С. Туризм на території національних парків та об'єктів природно-заповідного фонду як інструмент розвитку територіальних громад. *Інструменти і практики публічного управління в контексті децентралізації* : зб. матеріалів III Міжнар. наук.-практ. конф., 26 черв. 2021 р. Житомир : Поліський нац. ун-т, 2021. С. 56–62. (0,22 ум. друк. арк.).

11. Осіпчук А. С. Філософія екологічної свідомості. *Scientific achievements of modern society* : Abstracts of the 6th International scientific and practical conference, 5–7 February 2020. Liverpool, United Kingdom : Cognum Publishing House, 2020. P. 972–977. (0,23 ум. друк. арк.).

12. Осіпчук А. С., Чернишова Т. М. Роль туризму у розбудові сільських територій. *Туризм: міжнародний досвід та національні пріоритети* : зб. матеріалів II Міжнар. наук.-практ. конф., 22 трав. 2020 р. Житомир : ЖНАЕУ, 2020. С. 22–25. (0,21/0,11 ум. друк. арк. *Особистий внесок автора*: визначення ролі туризму у відновленні сільських територій).

13. Осіпчук А. С. Організаційно-економічний аспект формування сприятливого середовища для розвитку туризму. *Туризм: міжнародний досвід та національні пріоритети* : зб. матеріалів I Міжнар. наук.-практ. конф., 23 трав. 2019 р. Житомир : ЖНАЕУ, 2019. С. 77–81. (0,22 ум. друк. арк.).

14. Осіпчук А. С., Никончук Є. В. Перспективи розвитку екологічного туризму в межах Житомирської області. *Українське Полісся: проблеми та тренди сучасного розвитку* : зб. матеріалів Всеукр. наук.-практ. конф., 1-2 берез. 2021 р. Ніжин : НДУ ім. Гоголя, 2021. С. 93–97. (0,27/0,19 ум. друк. арк. *Особистий внесок автора*: визначення локацій екологічного туризму в межах Житомирської області).

15. Скидан О. В., Осіпчук А. С. Економічний ефект від екологізації послуг розміщення та харчування. *Туризм: міжнародний досвід та національні пріоритети* : зб. матеріалів III Міжнар. наук.-практ. конф., 26 травня 2021 р.

Житомир : Поліський нац. ун-т, 2021. С. 17–20. (0,25/0,12 ум. друк. арк. *Особистий внесок автора*: обґрунтування перегляду цілей соціально-економічного розвитку, формування нової філософії свідомості, раціоналізації структури потреб, пріоритетів і способів діяльності людини).

16. Осіпчук А. С. Логістичний підхід як засіб сталого розвитку туристичної сфери. *Теоретичні і прикладні напрямки розвитку туризму та рекреації в регіонах України* : матеріали VII Міжнар. наук.-практ. конф. присвяченої 70-річчю утворення Льотної академії, 1–2 квіт. 2021 р., м. Кропивницький. Дніпро : Середняк Т. К., 2021. С. 396–402. (0,42 ум. друк. арк.).

17. Осіпчук А. С. Екологізація туристичної сфери діяльності. *Органічне виробництво і продовольча безпека* : зб. пр. учасників X Міжнар. наук.-практ. конф., присвяченої 100-річчю Поліського національного університету, 21–22 квіт. 2022 р. Житомир : Поліський нац. ун-т, 2022. С. 391–393. (0,2 ум. друк. арк.).

3. Опубліковані праці, які додатково відображають наукові результати дисертації

18. Ethnic loading of food as a sustainable culture component in the form of physical-geographical, soil and ethnographic zoning of the Right-Bank Polissia. / Nesterchuk I. et al. *GeoJournal of Tourism and Geosites*. 2020. Year XIII, vol. 30, № 2 supplement. P. 788–793. DOI: 10.30892/gtg.302spl02-506. (1,02/0,21 ум. друк. арк. *Особистий внесок автора*: вивчення складових культури, фізико-географічних, ґрунтово-етнографічних умов Правобережного Полісся крізь призму туризму).

19. Reloading of gastronomy tours in the conditions of using the Right-Bank Polissia gastronomy potential / Nesterchuk I. et al. *GeoJournal of Tourism and Geosites*. 2021. Year XIV, vol. 34, № 1. P. 170–176. DOI: 10.30892/gtg.34122-633. (1,12/0,25 ум. друк. арк. *Особистий внесок автора*: розробка методики створення турів в умовах реалізації туристичного потенціалу Правобережного Полісся).

20. Осіпчук А. С. Теоретичний аспект генезису екологічного туризму в Україні. *Часопис картографії*. 2018. № 18. С. 59–69. (0,44 ум. друк. арк.).

21. Chernyshova T., Osipchuk A., Tyshchenko S. Analysis of the tourist services market in Ukraine: problems and prospects. *Zeszyty Naukowe WSTiE*. 2020. T. 17, rocz. IX, № 1. P. 21–32. (0,51/0,21 ум. друк. арк. *Особистий внесок автора*: визначено фактори, що впливають на розвиток туристичної галузі з метою покращення ринку туристичних послуг та просування туристичного продукту).

22. Elaboration of an optimal model for the development of gastronomic tourism in the Right-Bank Polissia of Ukraine / Nesterchuk I. et al. *GeoJournal of Tourism and Geosites*. 2021. Year XIV, vol. 38, № 4. P. 1107–1117. DOI: 10.30892/gtg.38416-750. (1,95/0,67 ум. друк. арк.; *Особистий внесок автора*: формалізовано життєвий цикл регіонального туристичного кластера та обґрунтовано його функціональні блоки).

ЗМІСТ

ВСТУП	22
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ В НАЦІОНАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ	33
1.1. Теоретичні та методичні засади розвитку екологічного туризму.....	33
1.2. Класифікація напрямів екотуристичної діяльності.....	47
1.3. Організаційно-інституційне забезпечення галузі екологічного туризму в контексті сталого розвитку.....	67
Висновки до Розділу 1.....	83
Використані джерела до Розділу 1.....	87
РОЗДІЛ 2. ФОРМУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИХ УМОВ СУЧАСНОГО РОЗВИТКУ ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	104
2.1. Аналіз та організаційні принципи здійснення туристичної діяльності в ринковій економіці.....	104
2.2. Моніторинг економічного та природно-рекреаційного потенціалу екологічного туризму.....	127
2.3. Соціальні пріоритети ефективності функціонування сфери туристичних послуг.....	143
Висновки до Розділу 2.....	158
Використані джерела до Розділу 2.....	165
РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ РОЗВИТКУ ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ НА ОСНОВІ ЗАСТОСУВАННЯ ІННОВАЦІЙ	169
3.1. Стратегічні пріоритети розвитку екотуристичної галузі.....	169
3.2. Розробка та впровадження інноваційного екотуристичного продукту: результати моделювання з використанням геоінформаційних систем	187
3.3. Інноваційні інструменти розвитку екологічного туризму.....	199
Висновки до Розділу 3.....	213
Використані джерела до Розділу 3.....	218
ВИСНОВКИ	220
ДОДАТКИ	226

ВСТУП

Актуальність. Постійне загострення екологічної проблематики обумовлює необхідність пошуку оптимальних структурних методів досягнення сталої екологічної рівноваги між суспільством та оточуючим середовищем. Формування дієвої і результативної екологічної політики, яка дала б можливість створити сприятливі умови для досягнення високих показників економічного зростання і покращення рівня добробуту та соціальної задоволеності населення, постає пріоритетним напрямом діяльності. Стратегії розвитку багатьох європейських країн ґрунтуються на екологізації економіки, що забезпечить процес поступового запровадження екологічних норм бізнесової діяльності на національному рівні. Забезпечення економіко-соціально-екологічних формацій створять умови для генерування грошових потоків і формування прибутку від раціонального використання природного ресурсу, що приведе до поступового позиціонування природного ресурсу як активу ринкової економіки. Повномасштабне вторгнення РФ на територію України суттєво вплинуло на всі галузі економіки країни: військові дії зменшили позитивний ефект від туристичної діяльності (збільшення доходів громад, розвиток виробничої та соціальної інфраструктур у туристичних дестинаціях, розвиток галузей, пов'язаних з наданням туристичних послуг, сприяння розвитку культури та народних промислів, створення робочих місць). Проте, коли ситуація в країні стабілізується, завершаться військові дії, повернеться додому вимушено переселене населення, з'явиться попит на відвідування вітчизняних локацій – суб'єкти туристичної діяльності повинні бути готові до відновлення туристичного сектору економіки України.

Одним із перспективних напрямів розвитку економічної діяльності, який сприяє вирішенню нераціонального використання ресурсів, «вимирання» сільських територій, виснажливого ведення виробничої діяльності, знецінення природних туристично-рекреаційних ресурсів, є екологічний туризм. Наразі практична робота з розвитку екологічного туризму в державі має стихійний характер, без опори на науково обґрунтовані програми або концепції, відсутня також координація дій агентів в галузі екологічного туризму. Внаслідок цього

природний і туристичний потенціал України використовується обмежено, хоча країна володіє ресурсами, значно переважаючими можливості туристичної індустрії економічно розвинених держав. Розробка та обґрунтування ефективних напрямів розвитку екологічного туризму, що включають створення організаційно-економічного механізму взаємодії, моніторингу та контролю діяльності стейкхолдерів туристичної сфери, дозволила б максимально реалізувати потенціал розвитку екологічного туризму України.

Наукові дослідження проблем забезпечення сталого розвитку туризму в межах природоохоронних територій ведуться такими зарубіжними вченими, як: Дж. Гідді, Д. Заребою, П. Іглзом, С. МакКулом, І. Мастикою, У. Німраном, М. Роджерсоном, А. Сісванто, Г. Стіном, З. Чжаном та іншими. Вітчизняну школу наукових підходів щодо екологізації туристичної галузі представлено дослідниками, сфера наукових інтересів яких зосереджена на розвитку туристичного бізнесу, дослідженню рекреаційно-туристичного потенціалу та просуванню програми розвитку сталого туризму України, зокрема такими, як: О. Бейдиком, І. Галицею, Н. Гоблик-Маркович, З. Івановою, М. Кострицею, О. Любіцевою, М. Мальською, І. Мельником, С. Тищенко, В. Худо, Т. Чернишовою та іншими. Нормативно-правова база туристичної галузі та регулювання екотуристичної діяльності висвітлено в працях О. Альфера, О. Віннікова, В. Вишневського, Є. Козловського, А. Матвієнка, І. Мельника, Н. Опанасюка, Т. Ткаченко, М. Товта та багатьма іншими.

Унікальні природні комплекси екотуризму та особливості економічного, організаційного та методичного забезпечення реалізації політики в галузі екологічного туризму України досліджені В. Гетьманом, І. Давиденко, О. Дмитруком, С. Дмитрук, І. Ковалевською, Г. Машикою, Я. Олійником, О. Ольшанською, Г. Сорокіною, В. Сотніком, В. Тарасовою, О. Фастовцем, А. Шкарупою, Ю. Щуром. Впровадженню результативної екологічної політики та принципів сталого розвитку економіки з врахуванням зарубіжного і європейського досвіду присвячено праці відомих дослідників, серед яких: В. Брусак, В. Данкевич, Т. Зінчук, Ю. Зінько, М. Майданський, І. Мартинчук, М. Плотнікова, О. Присяжнюк, О. Скидан, О. Фастовець, Ю. Юрченко та

інших. Праці вітчизняних та закордонних дослідників відзначаються безумовною значущістю та науковою цінністю результатів досліджень, проте, враховуючи мінливість, комплексність і конвергентність ринку туристичних послуг, а також глобальні зміни у веденні господарської діяльності, потрібно приділити увагу дослідженню організаційно-економічних засад розвитку екологічного туризму. Наявність невирішених та недостатньо досліджених проблем зумовила вибір теми дисертації, її структуру та зміст.

Мета дисертаційної роботи: поглиблення та аналітичне обґрунтування організаційно-економічних підходів до особливостей сучасного розвитку екологічного туризму та розробка напрямів реалізації моделі геопорталу еколокацій інноваційних туристичних продуктів з орієнтацією на досягнення Цілей сталого розвитку.

Для виконання зазначеної мети поставлені такі завдання:

- розкрити економічний зміст категоріального апарату «екологічний туризм»;
- систематизувати теоретичні та методичні підходи щодо ефективності екотуристичної діяльності;
- проаналізувати класифікаційні ознаки щодо виокремлення напрямів екотуристичної діяльності;
- виявити особливості організаційно-інституційного забезпечення галузі екологічного туризму в контексті сталого розвитку;
- обґрунтувати організаційні принципи здійснення та реалізації туристичної діяльності в ринковій економіці;
- здійснити моніторингові дослідження економічного та природо-рекреаційного потенціалу галузі екологічного туризму;
- визначити соціальні пріоритети ефективності розвитку сфери туристичних послуг (на основі методу анкетування);
- сформулювати систему стратегічних пріоритетів надання екотуристичних послуг на різних рівнях їх реалізації;
- розробити картографічну модель геопорталу еколокацій, представлену у вигляді інноваційного туристичного продукту;

– обґрунтувати організаційно-економічні пропозиції щодо створення еколого-рекреаційного комплексу локального призначення.

Об’єкт дослідження: тенденції та перспективи розвитку туристичної діяльності в умовах зміни соціально-економічних та екологічних пріоритетів на ринку туристичних продуктів.

Предмет дослідження: сукупність науково-теоретичних, методичних, прикладних аспектів розвитку екологічного туризму.

Методи дослідження. Теоретико-методологічною основою досліджень стали загальнонаукові (діалектичний, наукової абстракції, індукції і дедукції, аналізу і синтезу, інтуїтивний) та спеціальні методи досліджень, зокрема, для вирішення поставлених завдань використані такі методи: *статистико-економічний* (для збору, обробки статистичних даних щодо обсягів туристичних потоків, кількості об’єктів туристичної інфраструктури, характеристики туристичних послуг та об’єктів природно-заповідного фонду; табличного і графічного подання результатів соціологічного опитування потенційних екотуристів, визначення динаміки кількості закладів туристичного бізнесу тощо), *абстрактно-логічний* (для теоретичного узагальнення й визначення поняття екологічного туризму, формулювання висновків і рекомендацій з удосконалення та стратегічного планування розвитку туристичного бізнесу), *монографічний* (узагальнення прогресивного досвіду країн-членів ЄС в організації і здійсненні туристичного бізнесу для імплементації найкращих європейських туристичних практик у розвиток вітчизняного екотуризму), *економіко-математичний та формалізації* (створення структурно-функціональної моделі розвитку екотуристичної діяльності, здійснення кореляційно-регресійного аналізу попиту на екотуристичні продукти), *порівняльного аналізу* (зіставлення кількісних та якісних показників економічного стану галузі туризму, аналіз державної стратегії розвитку туризму та формування пропозицій з її удосконалення під впливом ймовірних змін та викликів), *прогнозування* (на основі результатів анкетування формування інформаційної бази про стан та проблеми розвитку вітчизняного екотуризму з метою прогнозування потенційного попиту на екотуристичні послуги),

картографічний метод (характеристика та відображення об'єктів природно-заповідного фонду на інтерактивних картах, створення тематичної карти у вигляді геопорталу).

Інформаційну базу дослідження становили законодавчі та нормативні акти, які регулюють туристичні правовідносини в Україні, офіційні статистичні дані Державної служби статистики України в сфері туризму та суміжних галузей, міжнародних та європейських організацій (ООН, WTO, IAAT, IMO, TUI, WLRA), монографічні праці та наукові публікації вітчизняних і зарубіжних авторів, науково-аналітична інформація мережі Internet, результати власних досліджень автора.

Наукова новизна отриманих результатів полягає в концептуалізації організаційно-економічних засад розвитку екологічного туризму, перспективних механізмів функціонування екотуристичного бізнесу. Основні положення та результати дослідження, які виносяться на захист і характеризують наукову новизну та особистий внесок автора, полягають у наступному:

удосконалено:

- дефініцію «екологічний туризм» в умовах мінливості соціо-економічної ситуації, викликів, пов'язаних з військовою агресією та з врахуванням пріоритетів та Цілей сталого розвитку, що дозволили поняття екологічний туризм сформулювати як напрям туризму, який базується на максимізації використання природно-рекреаційних благ та ресурсів для післявоєнного поновлення зруйнованих екосистем з мінімальним антропогенним впливом та забезпечує підвищення рівня добробуту місцевого населення, здорового способу життя, раціонального використання сукупності природних ресурсів та отримання економічних вигід стейкхолдерами екотуристичної діяльності і реалізацію екопросвітницької, культурно-пізнавальної функцій. Змістовне наповнення екологічного туризму з позиції існуючих викликів створює сприятливі соціально-економічні та

організаційні умови для здійснення туристичної діяльності і надання туристичних послуг у конкурентному ринковому середовищі;

- методичний підхід до визначення економічної ефективності реалізації екологічного туризму через співвідношення між отриманими доходами територіальних громад від здійснення екотуристичної та допоміжних видів туристичної діяльності і витратами на облаштування DESTИНАЦІЙ та забезпечуючої інфраструктури. На основі даного підходу територіальні громади матимуть можливість диверсифікувати спектр товарів і послуг, а також спрогнозувати доцільність формування та реалізації створення й надання інноваційних туристичних продуктів і послуг;
- класифікацію видів екологічного туризму, яка, на відміну від діючої, передбачає групування екотуристичних послуг за такими ознаками: пізнавальною, навчальною, культурною, рекреаційною та діловою, що дає можливість впровадити клієнтоорієнтований підхід при формуванні ринкового попиту і пропозиції на туристичні продукти. Імплементация поліваріативних екологічних турів сприятиме економічному і соціальному розвитку регіонів та рекреації споживачів туристичних послуг, оздоровленню і формуванню екологічної свідомості туристів, що відповідає організаційно-економічним засадам розвитку екологічного туризму;

дістали подальшого розвитку:

- обґрунтування механізму фінансового забезпечення організації, утримання і розвитку заповідних територій та інших суб'єктів екотуристичної діяльності, який базується на багатоваріантній основі та забезпечує алгоритм залучення грошових коштів від участі у грантових програмах, проведенні рекламних заходів, іноземного інвестування, продажу і оренди авторських прав на туристичні брендові продукти та інші додаткові послуги;
- система принципів екологічного туризму (в межах екотуристичних DESTИНАЦІЙ): системності, адаптивності, інноваційності,

економічності та ефективності, екологічної свідомості та гнучкості, які виступають методологічною основою дослідження процесу адаптації організаційно-економічного механізму розвитку екологічного туризму у відповідності до концепції сталого розвитку туристичної та супутніх галузей. Комплекс запропонованих принципів додає визначеності в процесі реалізації екотуристичної стратегії й сприяє відповідальному споживанню та виробництву, ефективному екопросвітництву, зміцненню здоров'я і добробуту населення, покращенню інвестиційної привабливості, переорієнтацію стратегічного вектору бізнес-структур на екологізацію господарської діяльності;

- стратегічні напрями розвитку екотуристичної і екокультурної діяльності, які гармонізують функціонування туристичного бізнесу до європейських екологічних стандартів, мотивують екологічну відповідальність і свідомість споживачів екотуристичних послуг і розроблені у відповідності до нормативних засад європейської екологічної політики, спрямованої на підтримку екологічної безпеки та раціональне використання, відтворення і охорону природних ресурсів, задоволення екологічних потреб населення. Виконання зазначених умов та політичних ініціатив європейського Зеленого курсу (охорона природи та біорізноманіття, стале виробництво та зелена промисловість, кліматична нейтральність та зелені проекти) пришвидшить процес набуття Україною членства в ЄС і створення ефективної, сталої та конкурентоспроможної економіки;
- модель геопорталу еколокацій на регіональному рівні, в якій відображаються різного типу об'єкти та території природно-заповідного фонду, еколого-просвітницькі, рекреаційні магніти, екоготелі, культурно-мистецькі центри та інші локації з аналітичним оглядом їх функціонального призначення, що слугує інтерактивною картою, яка надає можливість потенційним споживачам проводити моніторинг рівня привабливості екотуристичних локацій й відіграє

соціальну, інформаційну та пізнавальну роль для споживачів сфери туристичних послуг;

- організаційно-економічні пропозиції щодо створення еколого-рекреаційного комплексу «Відродження», цілі якого імплементують ексклюзивний туристичний продукт та отримання прибутку від його реалізації. На відміну від діючих, пропонується у межах однієї компактно розміщеної території надавати широкий спектр послуг екологічного спрямування на базі інтегрованої системи рослинного і тваринного світу, використання альтернативних джерел енергії та природного ландшафту території. Реалізація даного проекту сприятиме ефективному використанню регіонального туристичного потенціалу, розвитку конкурентоспроможного національного туристичного продукту, збільшенню обсягів туристопотоку, відновленню та створенню інфраструктурних об'єктів, що у свою чергу приведе до зростання фінансових надходжень у територіальні громади й збільшення рівня задоволеності місцевого населення функціонуванням та послугами локацій рекреації і проведення дозвілля.

Теоретичне значення отриманих результатів відображається у концептуальних підходах, методологічних основах і висновках дисертаційного дослідження, які дають можливість поглибити методологію, теорію та комплекс знань, теорію, методологію процесу управління екотуристичною діяльністю як невід'ємної компоненти постіндустріального розвитку суспільства. Результати дисертаційного дослідження враховано під час реалізації освітнього процесу Поліського національного університету, зокрема при викладанні дисциплін «Екологічний туризм», «Туристична логістика», «Реабілітаційний туризм», «Проектування та планування туристичних маршрутів», «Технологія продажів туристичних продуктів» (довідка № 1180/01-17 від 02.09.22).

Практичне значення отриманих результатів полягає в можливості використання результатів і рекомендацій дисертаційного дослідження у процесі

організації і управління екотуристичною діяльністю: реалізації екскурсійних турів по локаціям Житомирської області згідно з новим районуванням на основі результатів авторського опитування; забезпечення доступу до інформації та місцезнаходження екотуристичних об'єктів на території Житомирського району (можливість самостійного формування туристичного маршруту з врахуванням доступу до закладів харчування та розміщення за допомогою інструментарію розробленого туристичного геопорталу).

Результати дисертаційного дослідження апробовано туристичним агентством «Патріот», а саме використано розроблені автором туристичні маршрути по об'єктам природно-заповідного фонду Житомирської області (довідка б.н. від 17.08.22). Результати дослідження щодо застосування концепції популяризації екологічного туризму засобами геоінформаційних систем та технологій знайшли своє практичне застосування у діяльності Управління культури та туризму Житомирської обласної державної адміністрації (довідка № 603-1.21/04-22 від 23.09.22). Результати дисертаційного дослідження використано комунальною установою «Житомирський обласний туристичний інформаційний центр» Житомирської обласної ради для перспективного планування і змістовного наповнення заходів щодо популяризації туристичної індустрії, стимулювання екопросвітництва, допомозі у підготовці і вихованні висококваліфікованих кадрів у галузі знань за спеціальністю «Туризм» (довідка № 38 від 02.08.22).

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертаційна робота відображає результати наукових досліджень, проведених відповідно до плану науково-дослідної роботи кафедри економіки, підприємництва та туризму Поліського національного університету за темами: «Організаційно-економічні засади розвитку екологічного туризму» (номер державної реєстрації 0119U103399; 2019–2022 рр.), «Конструктивно-географічні та організаційно-економічні засади розвитку інноваційних видів туризму на території Правобережного Полісся» (номер державної реєстрації 0117U007357; 2018–2022 рр.) та «Організаційно-економічні засади

забезпечення сталого розвитку Північно-Західного регіону України» (номер державної реєстрації 0121U109310; 2020–2025 рр.).

Особистий внесок здобувача. Дисертація є самостійно виконаною кваліфікаційною завершеною науковою працею, у якій викладено положення, висновки й пропозиції, здобуті автором особисто. На основі отриманих у ході дослідження результатів систематизовано науково-теоретичні засади та поглиблено зміст основних понять екотуристичної діяльності, розширено класифікацію напрямів та актуалізовано функції екотуризму, запропоновано принципи розвитку екологічного туризму в ринкових умовах, проаналізовано особливості туристичної діяльності на території північного регіону України, Житомирської області зокрема, досліджено особливості споживчого попиту потенційних екотуристів, досліджено комплекс туристичних процесів з акцентом на ієрархічне представлення об'єктів з використанням методології функціонального моделювання і графічного опису процесів, сформовано авторську екскурсійну програму об'єктами природно-заповідного фонду «Поліські смарагди Житомирщини», яка враховує побажання потенційних туристів за результатами опитування.

Публікації. За темою дисертації опубліковано 22 наукові праці загальним обсягом 13,41 ум. друк. арк. (автору належить 8,37 ум. друк. арк.), з них 7 праць, в яких опубліковано основні результати дослідження, у т. ч. 3 статті в іноземному науковому періодичному виданні, проіндексованому в базах даних Web of Science Core Collection та Scopus, 4 – у вітчизняних наукових фахових виданнях категорії Б, 11 наукових праць, які засвідчують апробацію матеріалів дисертації. Основні результати дослідження апробовані на міжнародних та всеукраїнських конференціях: «Українське Полісся: проблеми та тренди сучасного розвитку» (Ніжин, 2021), «Теоретичні і прикладні напрямки розвитку туризму та рекреації в регіонах України» (Кропивницький, 2021), «Суспільно-географічні процеси в Східно-Центральній Європі: проблеми, тенденції, напрями» (Берегове, 2020), «Туризм: міжнародний досвід та національні пріоритети» (Житомир, 2018, 2019, 2020, 2021, 2022), «Інструменти і практики публічного управління в контексті децентралізації» (Житомир, 2021).

Структура та обсяг дисертації. Дисертація складається з анотації, вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (214 найменувань), додатків (на 58 сторінках). Основний текст дисертації викладено на 186 сторінках, містить 44 рисунки, 15 таблиць та 1 формулу.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ В НАЦІОНАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ

1.1. Теоретичні та методичні засади розвитку екологічного туризму

Процес розвитку знань про туризм визначається різноманіттям зв'язків у цьому сегменті ринку, постійним оновленням властивостей туристичних продуктів та збільшенням можливостей щодо надання туристичних послуг, удосконаленням діяльності персоналу, змінами у пріоритетах соціальної відповідальності туристичного бізнесу в світі. У сфері туризму здійснюються такі основні напрями наукових досліджень: теоретичні (аналіз, синтез, абстрагування, пояснення, узагальнення), емпіричні (спостереження, опис, експеримент) та прикладні (одержання і використання знань для практичних цілей). Теоретичні дослідження, спрямовані на виявлення нових аспектів у досліджуваному явищі, встановлення таких його властивостей та тенденцій, які ще не знайшли відображення в теорії та практиці туризму. Призначення теоретичного напрямку дослідження екологічного туризму полягає у розкритті закономірностей розвитку, його особливостей, форм та видів, можливості визначити попит та пропозицію на ринку екотуристичних послуг [113, с. 67-69].

Емпіричні дослідження науковців здійснюються безпосередньо в процесі проведення наукової діяльності та спрямовані на отримання об'єктивних знань про основні тенденції розвитку ринку екотуристичних послуг, ринкові коливання, а також оцінювання потенціалу туристичних послуг для визначення найефективніших способів використання наявних природних ресурсів, виявлення потенційно конкурентних туристичних продуктів та формування конкурентної стратегії розвитку екологічного туризму, а також досягнення економічного ефекту [61, с. 220].

Науковою проблемою екологічного туризму є пошук нових форм та способів комерціалізації цієї сфери. Правильно передбачити характер майбутнього екотуристичного ринку, виробити форми та способи ведення

підприємництва означає домогтися додаткової переваги над конкурентами, забезпечити успіх туристичного підприємництва. Основним методом наукового дослідження екологічного туризму є діалектичний, у відповідності до якого всі явища, процеси і взаємодії розглядаються в їх постійному розвитку, змінах та взаємозв'язку. В основі спеціальної методики досліджень засад розвитку екологічного туризму лежать такі принципи, як науковість, наочність, доступність, єдність теорії та практики, детермінізм, єдність свідомості та діяльності [113, с. 72].

Сучасне суспільство стикається з низкою проблем, які відбиваються на становленні політики у туристичній галузі. Серед них, можна виокремити такі, як: нерівномірний розподіл ресурсів, нераціональне ведення господарства, зникнення важливих елементів екосистем, утилізація відходів, дефіцит питної води тощо. Технологічний та науковий розвиток не тільки спрощує вирішення побутових, освітніх, медичних питань, але й завдає шкоди природі. Тому формування нової екологічної свідомості стимулює поштовх до переосмислення людством своїх думок, вчинків та усвідомлення місця і ролі людини у реальному світі на користь збереження та відновлення навколишнього середовища. Курс на досягнення Цілей сталого розвитку (ЦСР) та екологізація усіх сфер діяльності людини дасть змогу змінити суспільство «споживача» на суспільство «екологічної свідомості», що у майбутньому зменшить збитки від нераціонального використання ресурсів та дасть змогу економіці вийти на новий рівень функціонування [60, с. 34-37].

Прискорення темпів урбанізації створює умови для все більшого віддалення жителів міст від природного середовища, що призводить до почуття самотності, ізольованості людини, надмірних навантажень на нервову систему, психологічного напруження та стресів, а умови пандемії тільки посилюють негативний вплив цих факторів [167, с. 184-190]. Мешканці великих міст страждають від нервових розладів та захворювань нервової системи, у них з'являється цілком зрозуміле бажання відпочити в ландшафтах, звільнитися від навантажень, що накопичилися в умовах міського проживання. Потенційний попит відпочинку в природному середовищі міських жителів

можна використати при формуванні екотурів з метою продажу та отримання доходу.

Екологічний туризм зі своїми рекреаційними і пізнавальними можливостями покликаний сформувати суспільну свідомість щодо охорони та раціонального використання природних багатств [47, с. 119-125; 137, с. 57, 92-94]. Такий вид туризму обов'язково має містити в собі елементи усвідомленого дбайливого ставлення до навколишнього природного середовища, а не тільки його використання [74, с. 157-178]. Економічна складова туризму виявляється у розширенні міжнародних зв'язків, створенні додаткових робочих місць, розвитку малого бізнесу, економічному зростанні національної економіки. Екологічні туристичні заходи також формують соціально-культурну і гуманітарну складові суспільного розвитку, а саме: позитивно впливають на екологічне просвітництво населення, прищеплюють почуття патріотизму і гордисті за свою країну, сприяють гармонійному розвитку особистості та здоровому способу життя, забезпечують додаткові можливості для залучення фінансово-інвестиційних потоків та формування стійких навичок екологічнозберігаючої поведінки.

Існує низка думок вітчизняних та зарубіжних вчених, а також стратегій міжнародних економічних організацій щодо наукового тлумачення поняття «екологічний туризм». Найважливішим з позиції охорони довкілля інтерпретації екологічний туризм це: по-перше, відповідальна подорож у природні зони, області, що зберігає навколишнє середовище і підтримує добробут місцевих мешканців» [170]. Водночас, науковості цього визначення не повною мірою розкриває функціональні можливості екологічного туризму, а саме екопросвітництво, розвиток взаємодії з місцевим населенням, врівноваження та пом'якшення процесу зростання значення міст; по-друге, як вважає Н. Seballos-Lascrain «екотуризм – це подорож по відносно недоторканих природних місцевостях з особливою метою вивчення, милування і насолодою ландшафтами з їх дикими рослинами і тваринами, а також всіма існуючими культурними проявами» [164, с. 13-14]. Водночас, у зазначеному визначенні не знаходить свого відображення факт врахування і аналізу

антропогенного негативного впливу на природне середовище та його компонентів, а також можливостей залучення та ефективного використання інвестицій з метою розвитку дестинацій.

Згідно закону України «Про туризм» екологічний туризм – це один із видів туризму, якій здійснюється в екологічно збереженому людиною природному середовищі з метою його пізнання і відпочинку; передбачає гармонійне єднання людини з природою і сприяє підвищенню рівня екологічної культури [126]. Нормативно-правовий документ містить прогалину щодо можливості підтримки місцевого населення, а також поліпшення фінансово-економічного благополуччя регіонів.

У визначенні екологічного туризму О. Любіцевої та К. Стащука також не передбачається гармонізація стосунків туристів з місцевою громадою. Вчені вважають, що «екологічний туризм – це напрям туризму, оснований на максимізації використання природно-рекреаційних благ та ресурсів і спрямований на еколого-просвітницьку рекреаційну діяльність» [83, с. 190-192]. За думкою О. Бейдика: «екологічний туризм – складова частина рекреаційної діяльності, при якій негативний вплив на природне середовище та його компоненти є мінімальним» [10, с. 344-352]. Автор вважає, що екотуризм є гармонійним єднанням людини, природного середовища та рекреаційної інфраструктури, проте науковець не акцентує увагу на важливості раціонального використання ресурсів.

Екологічний туризм розглядається А. Шкарупою як особливий вид туризму в Україні, який може розвиватися успішно навіть при загальному економічному спаді і заслуговує на пильну увагу та серйозні заходи для розвитку не тільки з боку адміністративних органів, а й безпосередньо з боку самого населення краю [160]. Автор характеризує даний вид туризму як конкурентоспроможний вид економічної діяльності зі значним потенціалом, однак у визначенні не враховано потенційної шкоди від антропогенного впливу внаслідок туристичної діяльності.

Організація «Австралійського національного екотуризму» визначає екотуризм як «екологічно стійкий туризм з основним акцентом на відчуття

природних територій, які сприяють розумінню, оцінці та збереженню навколишнього середовища та культури» [163]. Дане визначення ґрунтується на концепції сталого розвитку туристичної сфери, однак додатково слід зосередити увагу на отриманні фізичного, інтелектуального та емоційного задоволення від здійснення заходів з екотуризму.

З наукової позиції О. Дмитрука екотуризм – це «інтегруючий напрямок у туристичній діяльності, що реалізується в умовах активного перебування людини в природному середовищі з використанням його рекреаційних, пізнавальних та інших можливостей та з урахуванням можливості їх відновлення, зберігання і відтворення як на споглядальному, так і на практичному рівні» [42, с. 46-48]. Дефініція «екотуризм» за висновком автора одна із найбільш влучних, проте, не акцентується на необхідності налагодження взаємовідносин туристів та місцевої громади в процесі здійснення туристичної діяльності, що стимулюватиме позитивний економічний ефект на локальному рівні.

Думка вітчизняних вчених: В. Кекушева, В. Сергеева, В. Степаницького щодо визначення поняття екотуризм полягає у тому, що це «туризм з екологічно значимим наповненням, специфічна форма діяльності людей, які у спілкуванні з природою вибудовують свої відносини з нею на основі взаємної вигоди, щоб людина отримала від такого спілкування певний фізичний, інтелектуальний та емоційний запас міцності і природа при цьому не постраждала» [62, с. 60-70]. Крім фізичних, інтелектуальних та емоційних вигід для подорожуючих екотуризм приносить економічні стимули розвитку місцевих громад: нові робочі місця, реалізація трудового потенціалу, раціональне використання наявних ресурсів.

Під поняттям екологічний туризм Я. Олійник та В. Гетьман розуміють «всі види туризму, орієнтовані на збереження природного довкілля, зокрема заповідних ландшафтів, налагодження гуманних стосунків з місцевим населенням та органами самоврядування, поліпшення фінансово-економічного благополуччя регіонів» [102, с. 5-11]. У пропозиції вчених визначення екологічного туризму поєднуються складові комплексу туристичних послуг:

взаємодія з органами місцевого самоврядування, економічні стимули розвитку туристичної інфраструктури, дбайливе ставлення до природного середовища, проте нівелюється важливість і обов'язковість екопросвітництва.

Науковець В. Храбовченко також не акцентує на важливості екопросвітництва і визначає екотуризм як вид туризму, що ґрунтується на туристському попиті, потребах в пізнанні природи і формуванні внеску в збереження екосистем з повагою до інтересів місцевого населення [60, с. 33-39]. Таке визначення дає можливість розширити кон'юнктуру ринку та збільшити попит на екотуристичний продукт. Іншим вченим, П. Іглсом, зазначається, що парадигма екологічного туризму повинна відповідати вимогам керівників особливо охоронюваних природних територій для управління та охорони природних ресурсів, технічного та екскурсійного обслуговування відвідувачів. Крім того, збір даних загального користування заповідних територій важливий для всіх зацікавлених сторін [166]. Науковець висвітлює інший бік організації відносин сфери екологічного туризму, де важливими гравцями є керівники закладів особливо охоронюваних природних територій, як надавачі екотуристичних послуг, проте кордони визначення поняття екологічного туризму розмиті, через що і виникають суперечності у різновидах природно орієнтованих видів туризму.

Враховуючи особливості наукових визначень сформульовано авторський підхід до поняття: екологічний туризм – напрям туризму, який базується на максимізації використання природно-рекреаційних благ та ресурсів для післявоєнного поновлення зруйнованих екосистем з мінімальним антропогенним впливом та забезпечує підвищення рівня добробуту місцевого населення, здорового способу життя, раціонального використання сукупності природних ресурсів та отримання економічних вигід стейкхолдерами екотуристичної діяльності і реалізацію екопросвітницької, культурно-пізнавальної функцій. Це ідеальна модель екологічного туризму, яка на практиці рідко зустрічається, проте до такого набору властивостей екотуризму варто прагнути та досягати.

Оскільки серед організацій та закладів, що формують і реалізують екотуристичні послуги, значна роль належить природоохоронним та екоосвітнім організаціям, які не є турагентами та туроператорами, це робить відмінним екологічний від інших туристичних продуктів [173; 41, с. 89-95]. Природоохоронні та екоосвітні організації мають свою специфіку ведення господарської діяльності і не завжди туризм є їхньою метою і основним видом діяльності, на відміну від турагентів та туроператорів. Екологічний туризм відновлює життєві сили відпочиваючих та раціоналізує використання вільного часу. Привабливість природного середовища грає важливу роль в екологічному туризмі, оскільки забезпечує різноманіття вражень, контрастну зміну обстановки і видів діяльності, ефективно сприяє зниженню нервового напруження та емоційному розвантаженню [44, с. 45-50]. Слід зазначити, що перебування у природному середовищі посилює імунітет людини, відновлює регулятивні та адаптаційні механізми людського організму.

Екологічний туризм відіграє значну роль у розвитку особистості – це і підвищення інтелектуального рівня рекреантів через реалізацію пізнавальних потреб у процесі їх самостійного проходження екологічними стежками та маршрутами, а також участь у спеціально розроблених екологоосвітніх, екотренінгових, культурно-пізнавальних та інших програмах [49; 54, с. 56-64]. Під час проходження екотуристичних маршрутів та участі в екологічних програмах у туристів формуються стійкі навички екологічнозберігаючої поведінки та дбайливого ставлення людини не тільки до природи, а й до іншої людини, і в цьому полягає глибоке гуманістичне значення екотуризму [22, с.110-127].

Функцією в туризмі називають роль, яку виконує той чи інший елемент системи галузі. Значення функцій у туристичній сфері діяльності полягає у розкритті очікуваних і реальних вигід та переваг для учасників туристичного ринку, а також мешканців відвідуваних ними територій [47, с. 66-74]. З огляду на багатогранність функціональних властивостей екологічного туризму доречно їх формалізувати (рис. 1.1). До головних функцій туризму відноситься:

– містоформуюча – виникає в процесі туристичної урбанізації і розвитку міст;

– рекреаційно-оздоровча – пов'язана із задоволенням потреб відновлення фізичних і психічних сил та покращенням стану здоров'я в результаті туристичних виїздів;

– економічна – спрямована на ефективний сталий розвиток тих регіонів, де він здійснюється, інвестування в охорону та відтворення природного середовища [18, с. 177-181; 128; 159, с. 21-24];

– політична функція проявляється через формування туристичного іміджу країни;

– просвітницько-виховна – пов'язана з пізнанням навколишнього світу, набуттям туристичного досвіду та стимулюванням розвитку освіченості людини (туриста) в процесі туристичного виїзду;

– етнічна функція полягає у сприянні приїзду туристів (емігрантів або їх нащадків) до країни або місця проживання предків та ознайомлення з веденням побуту, місцевими звичаями [44, с. 45-50; 89].

– інтелектуально-розвивальна – реалізується у створенні умов для розвитку творчої, інтелектуально достатньої, свідомої людини через сполучення культурно-освітніх та духовно-естетичних аспектів туризму.

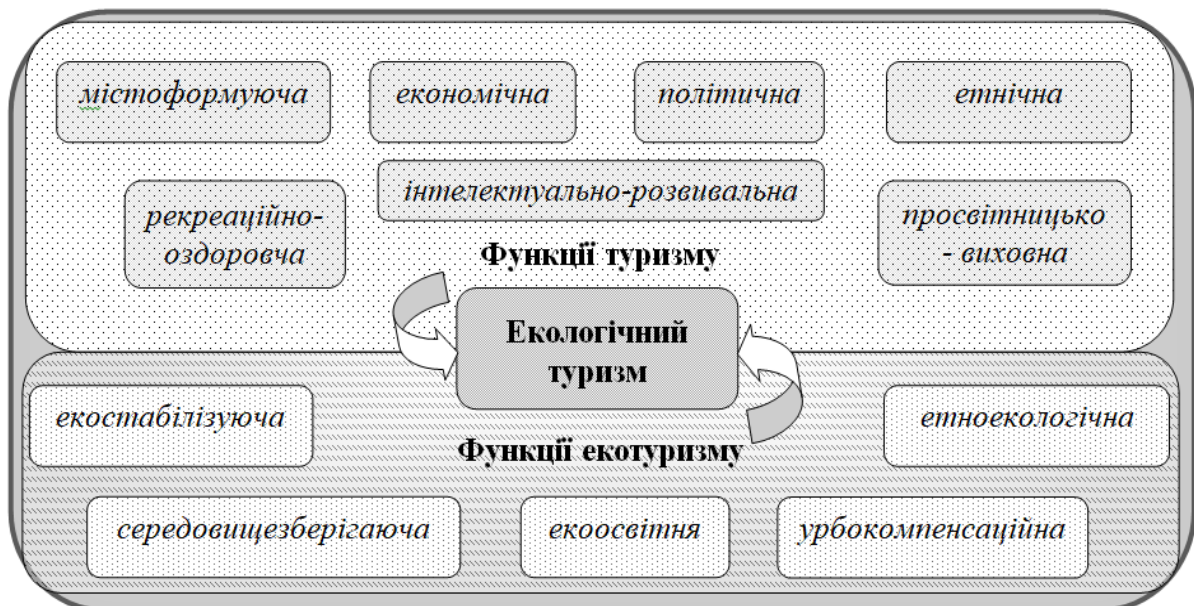


Рис. 1.1. Функції екологічного туризму

Джерело: упорядковано на основі [43; 88, с. 367-382; 12, с. 32-37].

Розглядаючи екотуризм як ключовий сегмент туристичної галузі, виділяються більш специфічні функції, через реалізацію яких проявляється

ефективність екотуристичної діяльності. До функцій екологічного туризму віднесено:

- екостабілізуючу функцію – проявляється у мінімізації шкоди, завданої природному середовищу, що не порушує екологічної стійкості середовища;

- середовищезберігаючу – полягає у застосуванні спеціальних екологотуристичних технологій збереження первісного стану навколишнього середовища, участі туристів і туроператорів у програмах та заходах із захисту навколишнього середовища;

- екоосвітню – передбачає використання в екотурі елементів екологічної освіти та просвіти (пізнання природи, отримання туристами нових знань, навичок та вмінь у спілкуванні з природою);

- етнекологічну функцію, що стимулює повагу туристів до інтересів місцевих мешканців, шанобливе ставлення до етнокультурного середовища, збереження та відтворення етнокультурних традицій, традиційних систем природокористування (етноприродокористування) та охорони природи;

- урбокомпенсаційну, яка врівноважує та пом'якшує процес зростання значення міст в розвитку суспільства, гармонізує відносини між природою, суспільством і економікою [45, с. 32-40; 155].

Інтегруючи урбокомпенсаційну, рекреаційну, середовищезберігаючу, інтелектуально-розвивальну, екопросвітницьку, екоосвітню, виховну та гуманістичну функції екологічний туризм проявляє свій незаперечний економічний зміст через відновлення і зміцнення трудового потенціалу населення, що є головною умовою активної та продуктивної участі в економічному житті суспільства. Розвиненість туристичної індустрії залежить від використання туристичного потенціалу території – сукупності різного роду ресурсів (природних, етнокультурних, соціально-історичних та ін.), стану наявної господарської і соціальної інфраструктури території та створеного уявлення про туристичний продукт за допомогою засобів масової інформації [40, с. 8-13; 70, с. 12-16]. Також на розвиток потенціалу екотуристичної галузі впливають інші чинники, які прямо чи опосередковано формують середовище для розвитку туризму або ж навпаки, стримують діяльність суб'єктів

туристичної сфери. На макрорівні держава впливає на туристичний потенціал через економіку, політику і законодавство (створення сприятливої податкової бази, залучення інвесторів, оголошення туризму пріоритетним напрямом розвитку, затвердження законів та програм регіонального розвитку у сфері туризму). На мікрорівні туристичний потенціал знаходиться під впливом споживачів, які купують або ж відмовляються від туристичного продукту на основі отриманих доходів, рівня освіченості і бажання витратити кошти на подорожі та рекреаційно-оздоровчі заходи. Також потрібно приділити увагу формуванню та стимулюванню попиту на туристичні послуги через маркетингові інструменти. Окремо потрібно виділити рівень суб'єктів туристичної сфери, де вагомими важелями розвитку виступають конкуренція як засіб стимулювання вдосконалення діяльності підприємств та бенчмаркінг як інструмент запозичення і втілення досвіду. Рівень розвиненості туристичного потенціалу залежить також від багатьох інших факторів, зокрема, таких: природно-екологічних, психологічних, соціально-демографічних, культурних, технологічних умов, наявності дестинацій, стану та готовності інфраструктури, фінансової доступності територій туристичної рецепції тощо (рис. 1.2).

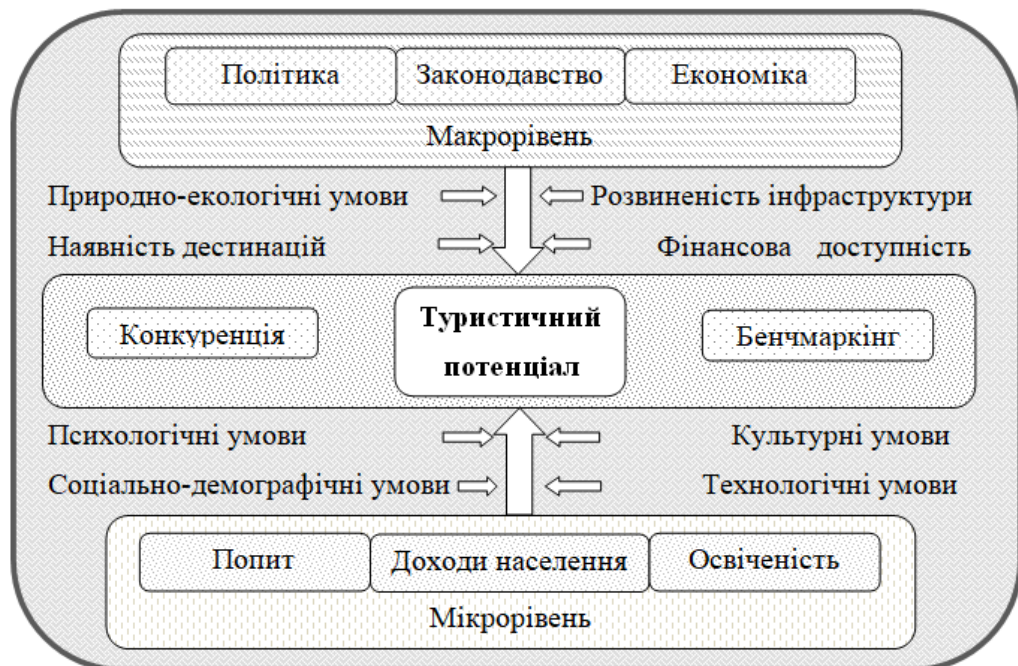


Рис. 1.2. Детермінанти розвитку туристичного потенціалу

Джерело: власні дослідження.

Необхідність розвитку екологічного туризму в Україні обумовлена не тільки економічними факторами – створенням нових робочих місць, розвитком місцевих громад у віддалених регіонах (маються на увазі спустошені села), а й соціальними потребами – прагненням населення до більш цілісного і системного підходу до проблем охорони здоров'я та використання вільного часу. За даними експертів Всесвітньої туристичної організації екологічний туризм за останні десять років стає найбільш популярним і є одним з інструментів забезпечення сталого розвитку будь-якої держави [163, с. 624-629; 172; 53, с. 19-22]. Україна має значні економічні, соціально-культурні, природні можливості для розвитку екологічного туризму. Основний природний потенціал формують унікальні природні умови і ландшафти в центральній частині східної Європи, численні природні, історичні пам'ятки, культурна та етнічна спадщина народів, що населяли територію країни в різні історичні періоди. В умовах вимог та пріоритетів Концепції сталого розвитку в Україні спостерігається процес формування мотивуючих чинників розвитку екотуристичної сфери, як бюджетоутворюючої, яка у післявоєнний період стане базовим сектором відновлення економіки за рахунок нових технологій в організації та маршрутизації ринку туристичних послуг [51, 154]. Актуальним напрямом сьогодні є відпочинок в екологічно чистих зонах країни та закордоном [20, с. 55-60; 39, с. 50-53; 105].

Для забезпечення ефективного функціонування та розвитку туристичної сфери потрібно налагодити відповідний організаційно-економічний механізм, оскільки він є невід'ємною складовою комплексної системи будь-якої господарської діяльності. У туристичній сфері організаційно-економічний механізм має певні особливості формування, які пов'язані із відмінностями в діяльності туристичних організацій від інших підприємств (промислових, торговельних) [106, с. 77-81; 158, с. 57-60]. Зважаючи на результати проведених досліджень щодо теоретичних засад становлення організаційно-економічного механізму та його особливостей і ролі в управлінні туристичною діяльністю, доцільно вважати, що під організаційно-економічним механізмом у сфері туристичної діяльності розуміють систему організаційних

(структурних та процесних складових), економічних методів, заходів, форм, засобів, важелів, інструментів, стимулів, за допомогою яких відбувається вплив суб'єктів управління на об'єкт та відбувається їх взаємодія у сфері туристичної діяльності та супутніх галузей [5, с. 126-130].

Організаційно-економічний механізм в наукових дослідженнях визначається як сукупність його складових з урахуванням кінцевого результату та циклічності соціально-економічних процесів. Особливість організаційної складової – взаємоузгодженість, чітка підпорядкованість, зворотній зв'язок елементів системи, що впливає на рівень розвитку, активності, ефективності досліджуваної системи. Економічна складова пов'язана з економічними аспектами реалізації механізму управління [158, с. 57-60]. Вона відповідає за фінансове забезпечення діяльності туристичної організації, розроблення і реалізацію діагностики туристичної діяльності, усунення ризиків, що виникають в процесі її здійснення, контроль і оцінку ефективності діяльності організації. Важливими засадами розвитку туризму також є стратегічне управління, інноваційний розвиток і створення сприятливого клімату для залучення інвестицій [169, с. 185-195]. Основою забезпечення туристичного розвитку та зростання є використання принципів екотуризму:

- системності, який передбачає розгляд екологічного туризму як складної динамічної системи;

- адаптивності, оскільки будь-яка система стоїть перед необхідністю адаптації до зовнішнього середовища, саме тому вона потребує пристосування до політичних, макроекономічних, зовнішньоекономічних та інших процесів;

- інноваційного характеру розвитку системи, який передбачає орієнтування на високі стандарти роботи та прагнення до нововведень. Необхідно відзначити, що постійний пошук нових можливостей стимулює розвиток системи, а орієнтація на інновації допомагає ефективно здійснювати діяльність [11, с. 118-125; 17, с. 303-306];

– економічності та ефективності, який передбачає, що витрати на організацію системи управління повинні, з одного боку, забезпечувати її ефективне функціонування, а з іншого – відповідати фінансовим можливостям підприємства [66];

– екологічної свідомості, що передбачає такі заходи: зведення до мінімуму негативних наслідків екологічного і соціально-культурного характеру, підтримка соціальної стійкості середовища; сприяння охороні природи і місцевого соціо-культурного середовища, екологічна освіта, участь місцевих жителів і отримання ними доходів від туристичної діяльності, що створює для них економічні стимули до охорони природи, формування особистого внеску у стійкий розвиток відвідуваних територій [131, с. 24-32].

– гнучкості, який вимагає включення в систему механізмів, які допомагатимуть передбачити зміни і реагувати на них, що допоможе вирішити проблеми, які пов'язані з екологічними, соціальними, технічними, політичними, економічними, а також внутрішньосистемними змінами (рис. 1.3.).

Організаційно-економічний механізм можна трактувати як систему формування цілей і стимулів, які дають змогу перетворити у процесі трудової діяльності рух матеріальних і духовних потреб членів суспільства на рух засобів виробництва і його кінцевих результатів, спрямованих на задоволення платоспроможного попиту споживачів [19, с. 16-17; 72]. Важливу роль у формуванні засад розвитку екологічного туризму відіграє міжнародне регулювання туристичної діяльності, оскільки інститут міжнародного туристського права забезпечує найбільш ефективне співробітництво туристичних суб'єктів та закріплює взаємну зацікавленість в їх розвитку [2, с. 14-16; 4, с. 79-72; 98; 149, с. 9-12]. Ключовим завданням активізації розвитку туризму є удосконалення його організаційно-економічного механізму – сукупності форм і методів, за допомогою яких здійснюється організація суспільного виробництва у сфері відпочинку, узгоджується економічна доцільність діяльності як єдиного цілого, визначаються джерела фінансування регуляторних заходів [35, с. 22-27; 66]. Такі заходи в економічному аспекті

питання реалізуються через проведення планування, прогнозування, стратегічного управління, залучення інвестицій, підтримки МТБ, фінансового забезпечення, отримання прибутку для подальшого розвитку. Організаційний аспект включає: державне регулювання, сприятливу законодавчо-нормативну базу, кадрове забезпечення, створення інфраструктури, поширення інформації про об'єкт дестинації, взаємодія з суміжними сферами діяльності [143, с. 55-60; 158, с. 57-60].

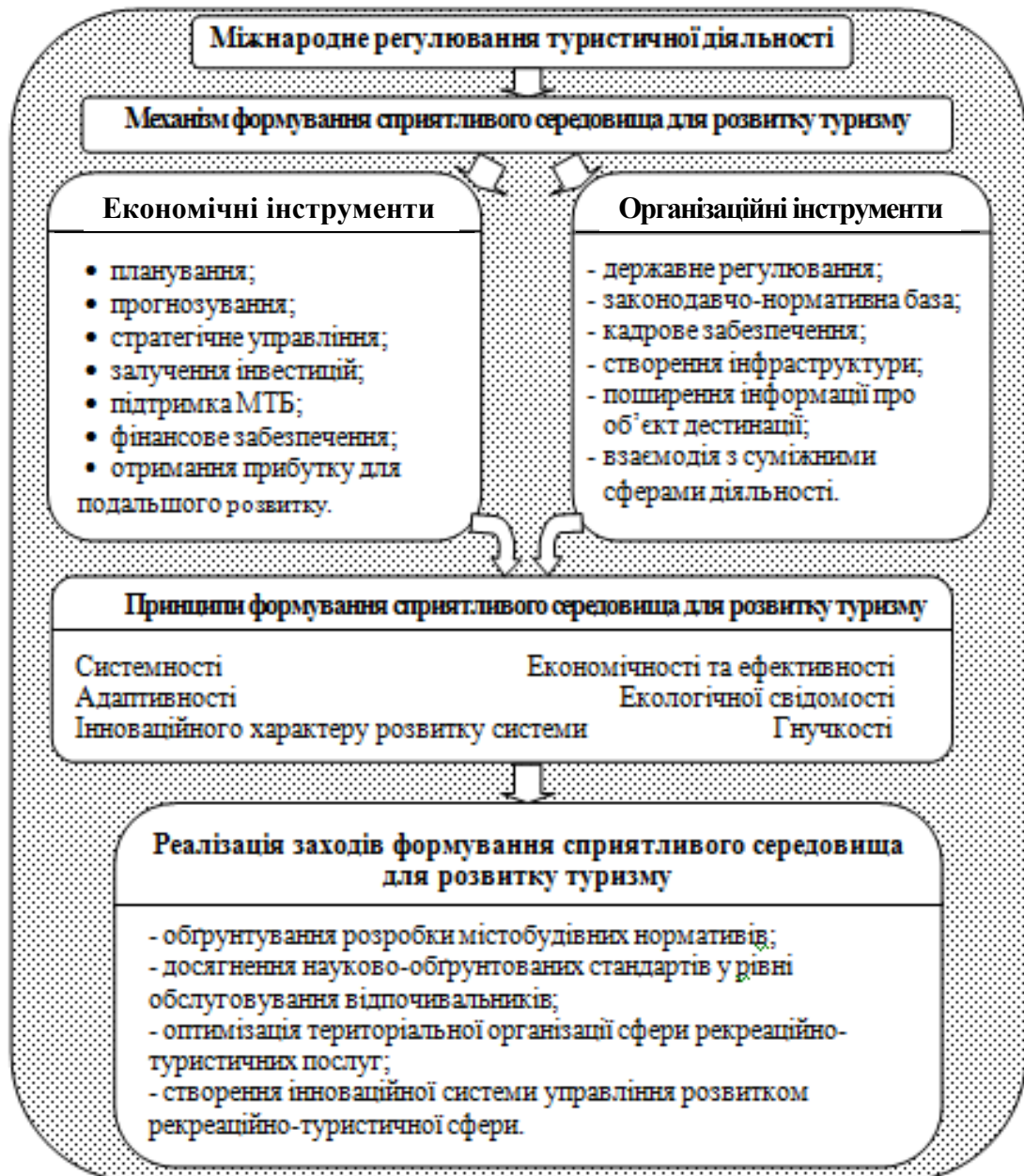


Рис. 1.3. Організаційно-економічний механізм розвитку екологічного туризму

Джерело: сформовано на основі джерел [5, с. 126-130; 86; 143, с. 55-60; 175].

Обов'язковою умовою формування засад розвитку туризму є створення інструментальних засобів, що дозволяють виявити, проаналізувати, оцінити, реалізувати природно-рекреаційний потенціал і розробити систему стратегічного управління за оцінками та прогнозом рівня його використання [136, с. 327-341]. Реалізація заходів формування засад розвитку екологічного туризму передбачає обґрунтування розробки містобудівних нормативів, досягнення науково-обґрунтованих стандартів у рівні обслуговування туристів, оптимізація територіальної організації сфери рекреаційно-туристичних послуг [56; 113, с. 298-305; 152], створення інноваційної системи управління розвитком рекреаційно-туристичної сфери екологічного туризму.

Перераховані вище визначення, функції, принципи та засади розвитку екологічного туризму з врахуванням потреб сучасних туристів формують нову концепцію рекреації і проведення дозвілля. У той же час екологічний туризм – це не тільки відпочинок, даний напрям туризму передбачає використання природних ресурсів без нанесення їм шкоди з метою рекреації та оздоровлення, збереження місцевого соціокультурного середовища, ознайомлення та безпосередній контакт з навколишнім середовищем, екологічну освіту та просвітництво, економічну ефективність для забезпечення сталого розвитку районів, а також створення фінансових, економічних і соціально-культурних переваг для охоронюваних територій і місцевого населення.

1.2. Передумови формування економічно соціальної ефективності екотуристичної діяльності

Зростаючі темпи розвитку туристичної діяльності в останнє десятиріччя, масштаби охоплення туристичними послугами значної кількості населення призвели й до негативних змін природного середовища в регіонах активного розвитку туризму (поява овертуризму, надмірного урботуризму). При цьому стали непридатними для відпочинку засмічені пляжі та місця рекреації, території з надмірним шумом, збіднілим ландшафтом, розвиненою ерозією. Водночас, зміни у попиті сучасних туристів підтверджуються позитивними

поведінковими змінами, а саме: зростанням екологічної свідомості, підвищенням вимог до якості послуг, зростанням досвідченості в подорожах і виборі транспортних засобів (перевага надається екологічним видам), зацікавленням до відпочинку у природному середовищі з переважанням споглядання, а не споживання [48; 97, с. 80-88; 99; 130, с. 190-224].

З огляду на стихійний розвиток туризму, який почав нищити основи свого існування, створив потребу в новій системі поглядів на розвиток цієї галузі, екологічний туризм є альтернативним напрямом рекреації, який відновлює екологічний баланс природних територій та надає можливості екопросвітництва у поєднанні з відпочинком. Наприкінці ХХ-го ст. екологічний туризм став предметом кількох важливих офіційних міжнародних декларацій: Програми UNEP з навколишнього середовища (1995 р.), «Хартії сталого туризму ЮНЕСКО (Ланцароте, 1995 р.), «Севільської стратегії для біосферних резерватів» (ЮНЕСКО, 1995 р.), «Декларації сталого розвитку туризму» (для Азіатсько-тихоокеанського регіону, 1997 р.), «Берлінської декларації – біологічне різноманіття і стійкий туризм» (ІТВ, 1997 р.), Принципів екологічно стійкого туризму (UNEP, 2000 р.).

Класифікація напрямів туристичної діяльності є передумовою раціональної організації теоретичного дослідження варіантів формування турів і моделювання процесів, пов'язаних з реалізацією туристичного продукту. Основним вимогами використання методу класифікації є забезпечення повноти охоплення об'єктів множини, незмінність класифікаційних ознак на всіх рівнях класифікації, неперетинання досліджуваних груп об'єктів, додаткова можливість включення нових груп об'єктів, зрозумілість і чіткість класифікаційних ознак. Процес класифікації включає такі поняття, як система класифікації (сукупність методів і правил класифікації), об'єкт класифікації (власне елемент множини класифікації), ознака класифікації (властивість або характерна ознака досліджуваного об'єкту), класифікаційне угруповання (частина об'єктів, що було виділена під час класифікації) [113, с. 340-345]. Завдання класифікації екотуристичних напрямів полягає в тому, щоб виокремити загальні принципи їх поділу на класи, типи,

види, різновиди; виявити специфічні ознаки як критерії їх спорідненості; об'єднати напрями в певні групи і таким чином забезпечити диференційований підхід до кожної з них [9, с. 127-142]. Екологічний туризм можна класифікувати за багатьма ознаками: за способом пересування; за тривалістю проживання туристів; по відношенню до кордонів країни; за складом учасників чи віком учасників. Все різноманіття видів екологічного туризму доцільно розділити на два основних класи:

1) екологічний туризм в межах природних територій (акваторій) з особливим охоронним статусом – це класичний напрям в екотуризмі. Відповідні тури відносяться до екотуру у вузькому значенні терміну, їх можна віднести до «австралійської» моделі екологічного туризму;

2) екологічний туризм поза межами територій (акваторій) з особливим охоронним статусом – до цього типу турів можна віднести дуже широкий спектр видів екологічно орієнтованого туризму, починаючи від сільського туризму і до мандрівок у віддалені кінці планети, з елементами освітньо-пізнавальної і середовищезберігаючої складової [7, с. 27-54]. Ця група екологічних турів відноситься до «західноєвропейської» («німецької») моделі.

Щодо «австралійської» моделі екологічного туризму, то вона привертає увагу тих фахівців, яких турбують проблеми науки, інноваційних технологій у туризмі та екології. Екотуристи можуть передбачати волонтерську роботу, висадку лісу, прибирання територій та інші активні заходи зі збереження навколишнього середовища, а також навчальні програми, що допомагають ознайомлювати туристів з вразливими елементами екосистем [43, с. 357-362].

«Портрет» сучасного туристу складається на основі вражень, можливостей отримати нову інформацію, естетичної привабливості дестинацій, наявності фотозон, отримання задоволення, поєднанні відпочинку з роботою, можливості бути активним учасником у різних заходах, тренінгах, майстер-класах тощо. Такі побажання туриста повинні не тільки враховуватися і задовольнятися, додатково потрібно відслідковувати зворотній зв'язок і задоволеність (шляхом перегляду відгуків, прямого контакту з клієнтом). Екотуризм набуває різних образів і додаткових можливостей: від еколінгвістичних курсів до занурення у

підводні печери, від оздоровлення в екотуристичних центрах до переймання досвіду бортництва, від споглядання цвітіння рослин до пізнання етнічних груп та малих народностей тощо. Найістотнішими вважаються дві видові ознаки класифікації екологічного туризму: за метою (спостереження і вивчення природи, відпочинок в природному середовищі, лікування природними факторами, спортивні та пригодницькі цілі) і об'єктом (ботанічні, геологічні, зоологічні, водні, спелеологічні, гірські тури тощо). Різновиди екотуризму можна згрупувати для підвищення ефективності їх використання під час формування турів (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Класифікація перспективних видів розвитку екотуризму

Група	Назва	Характеристика
Пізнавальна	етноекологічний туризм	можливість познайомитися з етносами, які живуть у природному середовищі, використовуючи натуральне господарство
	археоекологічний туризм	пізнання історії виникнення і взаємодії людини з природним середовищем
	еколого-красознавчий	дослідження походження окремих етносів, місць проживання, притаманних їм ремесел і побуту
	геоекологічний туризм	ознайомлення з сучасним станом і тенденціям розвитку природного середовища, особливостями антропогенного впливу цивілізації та зворотних реакцій природи
	екоботанічний туризм	пізнання різноманітності рослинного світу, ознайомлення з рідкісними представниками, залежність рослинного світу від навколишнього середовища і антропогенного впливу
	зооекологічний туризм	ознайомлення з сучасним станом зоокомплексів, методами їх охорони та відтворення, важливістю різних тварин у природному ланцюзі харчування;
	екологоспелеологічний туризм	дослідження світу екосистем печер, специфіки формування та розвитку підземного світу
	екопромисловий туризм	можливість ознайомитися з сучасними технологіями виробництва екологічно чистої продукції, побутових засобів, методами повторної обробки, утилізації та сортування відходів;
Навчальна	тренінги взаємодії	навчально-тренінгові екотуристичні соціоекологічні заходи в природному середовищі
	еколінгвістичні курси	вивчення іноземної мови з носіями мови у сполученні з екотуристичними програмами
	табори, ігри, змагання	навчально-тренувальні екотуристичні програми з життєдіяльності і виживання у природному середовищі без використання цивілізаційних засобів існування
Культурна	паломницькі тури	відвідання святих місць з можливістю приклясти до чудотворних ікон, зануритися у цілющі джерела, пожити у келіях монастиря,
	мистецько-ремесельний туризм	ознайомлення та обмін досвідом у сферах екоживопису, екоскульптури, екоархітектури, можливість спробувати свої сили у різних проявах стародавніх і сучасних ремесел
	спортивні заходи	фестивалі, спортивні дні, що пропагують здоровий спосіб життя і дають можливість спробувати свої навички в різних видах спорту

Продовження табл. 1.1

Рекреаційна	екскурсійний туризм	екскурсійні програми вихідного дня в природному середовищі, прогулянки екологічними стежками
	сільський туризм	відпочинок у садибах, харчування екологічно чистою продукцією, ознайомлення з побутом, звичаями, веденням господарства регіону
	оздоровчий екотуризм	оздоровлення і відновлення життєвих сил в екологічно чистих регіонах з харчуванням екологічно чистими продуктами, мінеральними водами, лікувальними грязями
Ділова	конгресовий (науковий) екотуризм	подорожі екологів-науковців для ознайомлення з сучасними досягненнями в галузі охорони навколишнього середовища, екологічної політики та просвітництва
	діловий екотуризм	відвідання виставок, конференцій з метою ознайомлення з сучасними еко-, біотехнологіям, технологіям безвідходного виробництва, раціонального природокористування тощо

Джерело: сформовано на основі [10; 61, с. 197-216; 150, с. 162-168; 151, с. 130-178].

Реалізація екологічних турів сприяє не тільки економічному розвитку регіонів, а й всебічному розвитку, оздоровленню та формуванню екологічної свідомості та поведінки серед туристів. Паломницькі тури дають можливість навчитися помірному споживанню і раціональному використанню ресурсів; діловий екотуризм сприяє обміну досвідом у галузі сучасних еко-, нано-, біотехнологій тощо; екопромисловий туризм дає можливість дізнатися про сучасні методи безвідходного виробництва, створення екологічно чистої продукції, використання альтернативних джерел енергії; спортивні заходи закликають до здорового способу життя; пізнавальний туризм знайомить з особливостями флори і фауни регіону, походження етносів, тенденціям розвитку природного середовища, світом екосистем печер. Це короткий перелік можливостей екологічного туризму, оскільки додатково можна знайомитися з іншими рукотворними об'єктами, музеями, пам'ятками, куштувати страви національної кухні, їздити верхи на конях, займатися каякінгом, стріляти з арбалету, грати на дрімбі тощо.

Загалом у всьому світі спостерігається спрямованість на розвиток природно-орієнтованого туризму, що спричинено двома факторами: по-перше, глобалізацією економіки та, по-друге, вимогами щодо посилення екологізації всіх видів туризму. Нині попитом користуються альтернативні види туризму, такі як екологічний, промисловий, подієвий [167, с. 184-190; 3, с. 25-28; 27,

с. 155-161; 28; 31]. Наразі територіальні громади стають платформою для формування туристичного бізнесу, подальший розвиток якого в перспективі створить зворотній зв'язок у вигляді пожвавлення економічної діяльності регіону та вдосконалення соціальної інфраструктури [57; 58, с. 183-186; 59, с. 143-148; 78, с. 80-85].

Сучасних екотуристів приваблює можливість взаємодії з природою, відпочинок від буденних турбот, отримання естетичного задоволення від споглядання природних ландшафтів, а також тимчасова зміна звичного ритму та стилю життя. Зазвичай такі мандрівки займають від декількох днів до декількох тижнів. За цей час турист відволікається від повсякденного життя, накопичує продуктивні сили для покращення працездатності, знайомиться з культурою та звичаями місцевих жителів дестинації, куштує фірмові страви власників садиб. Особливістю екологічних турів є можливість і надання переваги споживанню екологічно чистої продукції. Така продукція має унікальні властивості: не містить у собі шкідливих речовин і таких, що негативно впливають на стан здоров'я та організму людини, під час виробництва деструкуючий вплив на навколишнє середовище зведено до мінімуму або взагалі виключено, містить тільки натуральні складові та насичена корисними речовинами та мікроелементами [116; 165]. Дослідження вчених Національного медичного університету імені О. О. Богомольця показало, що на здоров'я жителя України в ранньому віці на 50% впливає харчування [21]. Враховуючи доступність інформації про безпеку і якість харчових продуктів люди все частіше приходять до думки, що якість харчових продуктів впливає на рівень життя і здоров'я, формування ідеології екологічної свідомості, а також соціальну активність. Зростаючий попит на органічну продукцію повинен задовольнятися сертифікованим виробництвом. Наразі розширюється збутова мережа вже існуючих підприємств та поступово з'являються нові суб'єкти підприємництва, які дотримуються вимог органічного виробництва.

Екологічний туризм охоплює різні види туризму: подієвий, пригодницький, сільський, краєзнавчий, оздоровчий та інші за умови, що особа, яка бере участь в екологічному турі, не шкодить природним екосистемам, поважаючи середовище і культуру місцевого населення. Витрати туриста поповнюють місцеві бюджети та збільшують доходи підприємців, що здійснюють платежі задля охорони природи як основного джерела їх доходу. Водночас, територія, яка позиціонується як екологічно чиста, є дуже зручною для виробництва різних видів продукції з більшою реалізаційною вартістю (харчові продукти різного ступеню обробки, сувенірні та інші види продукції легкої промисловості).

Україна має значний економічний та екологічний потенціал, тому може зайняти одне з провідних місць серед виробників органічної продукції у світі [24; 100, с. 228-232]. Станом на листопад 2020 р. в Україні вже зареєстровано 722 оператори органічного ринку, з них 114 займаються сертифікованою переробкою, а 64 – упаковують продукцію для роздрібною торгівлі на полицях магазинів. За даними OrganicInfo, внутрішній органічний ринок України за результатами 2020 р. сягнув позначки 25,1 млн дол. США [129]. Україна має ресурси для розвитку органічного виробництва, які успішно використовується підприємцями у даній галузі: за останні роки відбувся значний приріст операторів органічної продукції (426 од. у 2016 р., 588 – у 2018 р., 722 – у 2020 р.) [21; 116]. Важливість використання взаємних вигід систем екологічного туризму та органічного виробництва відображено у схемі їх взаємодії з врахуванням синергетичного ефекту (рис.1.4).

До корисного ефекту, який можна отримати від взаємодії систем екологічного туризму та органічного виробництва, віднесено: збереження природних ресурсів, захист навколишнього середовища, відновлення родючості ґрунтів, виробництво продуктів, корисних для людини, сприяння гармонії між людиною і природою, збереження біологічного різноманіття, популяризація здорового способу життя та ін. Органічне виробництво необхідно розглядати як цілісну систему господарювання та виробництва харчових продуктів, яка

поєднує в собі збереження навколишнього середовища і природних ресурсів, біологічне різноманіття тощо. Виготовлення органічної продукції слід розглядати як процес, який не лише має комерційну складову, але й такий, що супроводжується соціальними та екологічними результатами.



Рис. 1.4. Взаємодія систем екологічного туризму та органічного виробництва

Джерело: власні дослідження.

Рациональне ведення екотуристичної діяльності передбачає позитивні зміни в національній економічній, екологічній та соціальній сферах (табл. 1.2). Кожен з учасників (прямих чи опосередкованих) екотуристичної діяльності отримує свою користь від імплементації даної діяльності. Так, наприклад, держава, окрім податкових надходжень, може отримати фінансові вкладення у вигляді інвестицій, налагодження зв'язків із зацікавленими особами, створення і просування іміджу країни на міжнародному рівні. Населення, на території проживання якого ведеться екотуристична діяльність, отримує розвиток інфраструктури, нові робочі місця, а також дбайливе ставлення зі сторони туристів до DESTINAЦІЙ і праці місцевих жителів. Основними перевагами

екотуристичної діяльності є мінімізація шкідливого впливу на навколишнє середовище, екопросвітництво, максимальне збереження природного стану об'єктів екотуризму.

Таблиця 1.2

Комплексний ефект від екотуризму за рівнями розповсюдження

Рівень розповсюдження	Можливий отриманий ефект
Загально-національний	стимулювання організації нових туристичних суб'єктів, залучення іноземних туристів та інвестицій (податки, валютні надходження), налагодження зв'язків із зацікавленими особами
Підприємства туристичної діяльності	стабільний потік споживачів, підтримка з боку держави (проекти, дотації), підвищення конкурентоспроможності, зростання інвестиційної привабливості
Міське населення	створення нової та покращення існуючої інфраструктури, створення робочих місць, популяризація споживання продуктів місцевого виробництва
Споживач	задоволення потреб екотуристів (якісне обслуговування, широкий вибір дестинацій), мотивація та популяризація здорового способу життя
Навколишнє середовище	мінімізація шкідливого впливу на природне середовище, екопросвітництво, максимальне збереження природного стану дестинацій

Джерело: власні дослідження.

Становлення та розвиток туризму має більший соціальний ефект, ніж будь-який інший вид діяльності, пов'язаний з наданням послуг. Туризм спрямований на задоволення таких важливих потреб людини як відпочинок та оздоровлення, а також сприяє покращенню її психо-фізіологічного стану. Окрім загального позитивного ефекту на розвиток суспільства, який створює туристична галузь, розвиток інфраструктури туризму сприяє зміцненню економіки держави за рахунок створення нових робочих місць і розвитку супутніх галузей економіки. Позитивний вплив туристичної діяльності на економіку регіону вчені визначають через такі види економічних ефектів:

- прямий ефект – прибутки від об'єктів I групи (здіяних у туристичної діяльності): доходи туристичних агентств, закладів розміщення та харчування, історико-культурних об'єктів та інших підприємств туристичної індустрії, а також доходи магазинів від покупок туристів;

- непрямий ефект – прибутки від об'єктів II групи: доходи будівельних організацій, банків, постачальників харчових продуктів, закладів інфраструктури, які отримані ними від продажу продукції та надання послуг об'єктам I групи, а також заробітна плата робітників I групи;

- індукований ефект – прибуток від об'єктів III групи: доходи інших місцевих резидентів у вигляді заробітної плати, дивідендів, консалтингових послуг, орендної плати та інших видів платежів, отриманих ними від реалізації продукції та послуг об'єктами II групи [25, с. 119-129].

Оцінка економічної ефективності впливу для визначення можливості реалізації проекту потенційного об'єкту екологічного туризму є важливим інструментом для обґрунтування його життєздатності і самоокупності. Під час визначення оцінки економічної ефективності потрібно враховувати, що зазвичай важко обґрунтовувати доцільність створення національного парку з погляду землекористування. Виникає питання альтернативних способів землекористування природних територій, таких як вирубка лісу в районі, будівництво дамби або розробка шахти – такі проекти розвитку показують помітний, швидкий та привабливий економічний результат, який зазвичай легко оцінюється. Здатність прогнозувати економічні наслідки потенційного об'єкту екологічного туризму є важливою складовою проектування природно-заповідних територій. До показників економічної ефективності туристичної діяльності відносять показники частки зайнятих у сфері туризму в загальній кількості економічно активного населення регіону (розраховується у %), коефіцієнт використання номерного фонду (наявних місць), створюваний в галузях туризму валовий регіональний продукт (%), середня кількість туристів, що припадає на одного жителя регіону (чол.), а також кількість туристів на одиницю місткості всіх місць розміщення (чол./місце) та питома вага послуг туризму в загальному обсязі платних послуг населенню регіону (%).

Розрахунок економічної ефективності екотуристичної діяльності дасть змогу передбачити результат діяльності екотуристичних дестинацій. Економічний ефект туристичної діяльності – це різниця між отриманими доходами територіальних громад від ведення туристичної та допоміжних видів

діяльності до затрат на облаштування DESTИНАЦІЙ та забезпечуючої інфраструктури. Для розрахунку економічної ефективності туристичної діяльності (ЕкЕф) запропоновано взяти суму відношення кількості потенційних туристів на середні витрати на послуги одноразового харчування, послуги розміщення, вхідні квитки на території об'єктів природно-заповідного фонду, екскурсійне обслуговування, сувеніри місцевого виробництва та інші витрати, що для туристичної DESTИНАЦІЇ є доходами, до витрат на облаштування туристичних локацій та інфраструктури по кожному туристичному об'єкту (формула 1, розрахунок сумарної економічної ефективності регіону).

$$E_{KEF} = \sum_{i=1}^n \frac{K * (C_x + C_e + C_v) - TC}{TC} \quad (1), \text{ де}$$

K – кількість потенційних туристів

C – середні витрати на харчування (C_x), екскурсійне обслуговування (C_e), вхідні квитки (C_v)

TC – загальні туристичні витрати на облаштування туристичних DESTИНАЦІЙ та обслуговуючої інфраструктури.

Дохідна частина формується на основі фінансових потоків від обслуговування туристів. Основними елементами доходу є харчування, ночівля, екскурсійне обслуговування, вхідна плата на території парків і заповідних зон. Додатково DESTИНАЦІЯ чи територіальна громада отримує надходження від продажу сувенірів місцевого виробництва, оренди спорядження, кемпінгів, палаток, проведення майстер-класів, використання автостоянки, продажу харчових продуктів та інших груп товарів.

Витратна частина включає формування фінансового бюджету для створення, облаштування та обслуговування туристичних локацій. Створення інфраструктури передбачає облаштування дрібних елементів інфраструктури та масштабних проектів. Дрібні елементи інфраструктури включають встановлення описових табличок (інформаційні стенди з QR-кодами, картами, туристичними стежками), формування туристичних інформаційних центрів з призначенням відповідальних осіб для проведення екскурсій, створення ремісничих центрів для виготовлення та продажу сувенірів. До масштабних стратегічних проектів віднесено побудову готелів, ресторанів, екосадиб,

інтерактивних музейних комплексів, локальних зооцентрів (вольєрів для вирощування фазанів, качок, зайців, благородних оленів та інших тварин, контактних зоопарків, страусиних ферм).

Турист, як об'єкт туристичної діяльності, перебуває в незнайомому або малознайомому середовищі, що відрізняється від звичайного середовища його проживання, та під впливом обставин підвищеної небезпеки. Зазвичай туристи досконало не знають особливостей місцевих звичаїв, мови, традицій, типових побутових небезпек, не мають імунітету до хвороб, що поширені у певній місцевості. Поняття безпеки туристичної поїздки комплексне, тому включає в себе безпеку туристів, збереженість їх майна та цінностей, а також збереження природного середовища під час подорожі [7; 108, с. 278-283; 156, с.75-81].

Світова туристична практика показує, що зі збільшенням кількості подорожуючих і розширенням географії поїздок зростає необхідність ретельного врахування специфіки поїздок та дотримання заходів безпеки [14, с. 47-50; 76, с. 116-122; 92, с. 19-23]. Політична ситуація в країні перебування безпосередньо впливає на вибір туристичної дестинації: нестабільна ситуація в країні негативно вплине під час підбору турпакету. Знання національних і релігійних традицій країни відвідування дозволяє не тільки шанобливо ставитися до місцевих жителів, але і забезпечити свою фізичну, моральну та матеріальну безпеку, виключити можливі контакти з правоохоронними органами [108, с. 278-283]. Також туристи повинні дотримуватися рекомендацій щодо індивідуального захисту від потенційних шкідливих чинників під час подорожі.

Крім потенційних небезпек розвиток екотуризму стримує ряд галузевих проблем. Якщо організувати відповідне стратегічне управління, туризм може сприяти сталому розвитку заповідних територій шляхом покращення добробуту місцевих громад, підвищення обізнаності громадськості про цінності навколишнього середовища та природних ресурсів, а також наданням фінансової підтримки для збереження цінних представників флори та фауни [30; 109, с. 280-282].

Організації з управління природоохоронними територіями мають недостатньо коштів для належного реагування на потреби туризму та охорони природи. Наразі уряди багатьох держав тільки частково фінансують заповідні території. Бюджети заповідних територій в кінці минулого століття складали лише близько 24% від необхідної суми для утримання територій, і ця тенденція посилюється, оскільки в більшості країн зараз спостерігається зменшення бюджетних видатків на утримання заповідних територій [165]. Навіть у розвинених країнах з довгою історією заповідних територій забезпечення належного фінансування з державних джерел є боротьбою. Наприклад, у США науковці вважають державні асигнування недостатніми для потреб, тому фінансування заповідних територій є головним питанням у провадженні діяльності на територіях з особливим статусом охорони [171, с. 356-372]. Для покращення стану фінансової стабільності заповідних територій та об'єктів природно-заповідного фонду виділено потенційні джерела доходу для заповідних територій [171, с. 356-372; 15, с. 215-223]. З огляду на можливості отримання фінансування з різних джерел, можна формувати поліваріативні стратегії розвитку об'єктів природно-заповідного фонду, що включатимуть: державні інвестиції, ініціативи приватного сектору, міжнародне фінансування програм/реформ, громадське фінансування, пожертви та ін.

Для вимірювання економічного впливу туризму в національних парках та об'єктах природно-заповідного фонду можна використовувати багато підходів. Оцінка економічних вигід вимірюється вартістю усіх фінансових операцій, здійснюваних у процесі надання туристичних та супутніх послуг. Вплив можна виміряти такими показниками, як валовий внутрішній продукт регіону, дохід від праці або кількість робочих місць, створених дестинацією тощо. Крім економічного впливу виникає екологічний і соціальний ефект, який зазвичай потребує екологічного просвітництва як для туристів, так і для місцевих жителів.

Визначним у діяльності заповідних територій є досвід Канади, де парки розробили модель економічної вигоди, щоб показати справжню цінність заповідних територій, яка забезпечує всебічний огляд усіх потенційних

економічних вигод, включаючи ринкові та неринкові. Вони поділяються на три окремі категорії: особисті вигоди (нараховуються зацікавленим сторонам – користувачам та некористувачам); вигоди для бізнесу (призводять до перерозподілу торгівлі з однієї сфери в іншу) та соціальні вигоди. Структура такої моделі може застосовуватися до інших видів використання ресурсів, окрім природоохоронних територій, що дозволяє проводити порівняння наслідків. Підхід може бути використаний для встановлення загальної економічної вартості заповідної території [168, с. 1068-1074; 171, с. 356-372].

Уряд країни, інвестори, туристи та місцеве населення – ключові гравці, що вирішують які туристичні товари та послуги повинні формуватися та пропонуватися на туристичному ринку. Тобто, вони формують потенційний попит. З точки зору економічних вигід такі групи є реальними або потенційними «замовниками» товарів та «утримувачами» заповідних територій: вони є «клієнтами» заповідної зони. Оскільки заповідні зони постачають товари та послуги на загальноконкурентному ринку, вони в економічному сенсі є підприємствами, що стикаються з комплексом клієнтів, які, можливо, захочуть витратити свої обмежені кошти в іншому місці. Тому варто просувати екотуристичний продукт з акцентом на унікальність його властивостей (ландшафти, флора, фауна, культура та традиції місцевого населення, народні промисли та сувенірні продукція). Туристичний продукт – це комплекс товарів і послуг, які надаються туристичною організацією туристу для задоволення його потреб та інтересів. Іншими словами – це сукупність матеріальних (предметів споживання) та неуречевлених (у формі послуг) споживчих вартостей (бронювання, страхування), необхідних для задоволення потреб туриста, які виникають під час його туристичної подорожі. Туристичний продукт включає тур (туристичний пакет), додаткові туристично-екскурсійні послуги та купівлю сувенірної й іншої продукції [43].

Формування нового туристичного продукту – це процес створення соціокультурної матриці раніше невідвідуваного, непопулярного об'єкту. Такий процес включає: визначення локації об'єкту, підготовку екскурсійної програми та емоційних доповнень, картографічна візуалізація [79, с. 55-67; 138, с. 127-

132], просування за допомогою медіа засобів, соціальних мереж та рекламних кампаній, підготовка туристичної інфраструктури. Формування туристичного продукту включає виробництво: «це процес перетворення ресурсів на туристичний продукт, який відбувається на різних господарюючих суб'єктах: від натурального селянського господарства до сучасного підприємства» [62, с. 60-70; 95].

Система організації формування та виробництва туристичного продукту є індустрією туризму, що об'єднує спеціалізовані підприємства, установи та організації. До них відносять: підприємства, що надають послуги розміщення, харчування, транспортування, туристичні фірми, рекламно-інформаційні установи туристичного профілю, туристичні підприємства торгівлі, культури та дозвілля, виробництва сувенірів і супутньої продукції, науково-проектні та навчальні туристичні заклади, а також органи управління туризмом.

Індустрія туризму особлива тим, що система якості продукту відображається в якості сервісу, наданні послуг. Якість сервісу – ключ до комерційного успіху у багатьох галузях, але в туристичній сфері якість обслуговування, харчування, транспортування відіграє вирішальну роль у формуванні враження клієнта про туристичний продукт. Отримане враження створює у свідомості клієнта подальшу потребу купувати чи не купувати, рекомендувати як якісний чи взагалі не рекомендувати даний продукт.

Комплекс туристичних послуг зазвичай називають пакетом послуг, який може бути комбінацією двох (проживання і харчування, транспортування і розміщення) або більше пропонованих позицій як цілісний туристичний продукт за певну вартість. Існують також багатоступеневі пакети, до складу яких можуть входити різні комбінації послуг: транспортування (переліт, проїзд, переправа), розміщення (готель, хостел, кемпінг), харчування (буфет, ресторан, доставка їжі в номер), екскурсійні послуги (відвідання музеїв, підприємств, закладів культури і мистецтва, спортивних заходів), додаткові послуги (трансфер, доставка багажу, послуги хімчистки, медичний огляд, замовлення квитків тощо).

Туристичний продукт є специфічним товаром (точніше набором послуг), який має ряд особливостей:

- невіддільність туристичного продукту від джерела формування, тобто для того, щоб ним скористатися, спочатку треба доставити споживача до місця виробництва;
- неможливість зберігання туристичного продукту (через вплив сезонності, зміни ціни, умов харчування);
- тісний взаємозв'язок між його складовими елементами;
- комплексності туристичних послуг, оскільки у своєму складі має матеріальні та нематеріальні послуги;
- вплив зі сторони зацікавлених осіб (стейкхолдерів): клієнти, підприємства супутніх галузей, органи влади тощо;
- невідчутність (неможливо побачити, спробувати, відчутти при укладенні договору) та неможливості складувати туристичний продукт [63; 90, с. 72-78].

Формування екотуристичного продукту повинно під впливом специфічних особливостей, які слід враховувати, оскільки це унікальний комплексний продукт, що надається зазвичай у природному середовищі з врахуванням регіональних особливостей, місцевої культури, гастрономічних проявів, і відрізняється дбайливим ставленням до навколишнього середовища. Екотуристичним продуктом може бути природа окремої території, її подальше дослідження, взаємодія між туристами та місцевим населенням, громадою, активні види відпочинку (піший туризм, кінні прогулянки), а також декоративні товари, сувеніри, значки, листівки на згадку про подорож. Тобто це певний набір матеріальних та нематеріальних цінностей, що хоче отримати людина, ознайомившись з колоритом регіону або місцевості, поспілкувавшись з місцевим населенням [77, с. 84-85].

У будь-якому разі прибуток можна одержати при умові, що вартість екотуристичного продукту більша за суму витрат на його створення і просування. Основним джерелом прибутку в екотуризмі є турист як споживач певних благ, який сплачує вартість запропонованого йому продукту. Тому потрібно орієнтуватись на потреби і запити потенційних клієнтів, враховуючи

можливі обмеження певних туристичних груп. Під час розроблення туристичного продукту необхідно скласти «карту» доступності туристського маршруту. Прикладом наочної презентації адаптованих турів для людей з особливими потребами може стати екологічний адап-тур з метою ознайомлення з унікальними природними територіями та об'єктами природно-заповідного фонду. Для організації таких турів необхідно позначити перелік місць, доступних для відвідування інвалідами та іншими маломобільними групами населення, розробити маршрути руху з урахуванням тривалості перебування в дорозі, можливих зупинок, організувати спеціальний транспорт та ін. [147, с. 73-81].

Оскільки більшість об'єктів природно-заповідного фонду знаходяться поза межами міст, доцільно розглянути особливості ведення туристичної діяльності у сільській місцевості. Наразі питання розвитку сільських територій є складним і потребує розгляду багатьох аспектів, основними серед яких є подолання бідності та безробіття сільського населення, підвищення заробітної плати у сільськогосподарському виробництві, активізація інвестиційних процесів, відновлення та подальший розвиток соціальної інфраструктури. Існують різні шляхи розв'язання проблем, пов'язаних із сільськими територіями, але слід розглянути туризм як інструмент ефективного розвитку сільської території.

Туризм проявляється як форма суспільного споживання специфічних, найчастіше неуречевлених благ, послуг та товарів, і наразі в Україні з кожним роком все більше поширюється природо-орієнтований відпочинок: сільський, зелений, агротуризм тощо [91]. Сільський туризм – один із можливих різновидів екологічного туризму та господарської діяльності, що здійснюється шляхом надання послуг з тимчасового розміщення, харчування, проведення дозвілля у сільській місцевості (рибалка, катання на конях, купання в озерах і річках), спостереження за процесами вирощування та догляду за рослинами, птахами, бджолами; виготовлення виробів з глини, лози, льону; різьба по дереву; ознайомлення та участь в народних обрядах; відвідування культурних пам'яток, огляд природних ландшафтів, ознайомлення з особливостями регіону тощо [81, с. 81-88; 87; 110, с. 56-62; 127, с. 86-92; 135].

Соціально-економічне значення розвитку екологічного туризму у розвитку територіальних громад забезпечує реалізацію таких напрямів:

- подолання бідності та безробіття сільського населення;
- активізація розвитку селянських господарств (створення виробничих та обслуговуючих кооперативів);
- просування та сприяння збуту надлишків сільськогосподарської продукції;
- збереження етнокультурної самобутності українців і усіх громад етнічних меншин;
- відновлення і розвиток інфраструктури;
- створення можливостей для повноцінного відпочинку всередині країни [112, с. 22-25].

Різновиди екологічного туризму активно розвиваються в більшості європейських країн, зокрема, Польщі, Фінляндії, Данії, Швейцарії, Швеції, Франції та інших. За оцінками експертів, у зеленому туризмі задіяні від 0,5 до 0,9 млн працівників, до послуг туристів в країнах Європи може бути надано більше 2 млн місць розташування в сільських садибах [28, с. 38-43]. Прибутки від зеленого туризму з кожним роком зростають. До прикладу, у 2015 р. Данія отримала 68,4 млрд євро від провадження туристичної діяльності екологічного спрямування, Франція – 70,5 млрд євро, Німеччина – 66,1 млрд євро [71; 133].

Європейські організації зеленого туризму об'єдналися в EuroGites (Європейську федерацію фермерського і сільського туризму). Основні цілі організації: просування зеленого туризму та цільове інвестування у проекти розвитку сільського туризму. Кожна з європейських країн має певні особливості організації зеленого (м'якого) туризму. Зокрема, в Італії такий туризм пов'язаний із курортним, гастрономічним та дегустаційним туризмом. У Фінляндії під зеленим туризмом розуміють відпочинок на берегах заповідних озер та річок. В Австрії такий туризм включає приготування молочних продуктів, збирання лікарських трав, активний гірський та ековідпочинок. В Іспанії зелений туризм найбільш розвинений на Канарських і Балеарських островах, де із кожним роком відкриваються нові агросадиби. У Німеччині

зелений туризм означає участь у міжнародних ярмарках та торгових шоу. У Великобританії полюбують сільську місцевість з різноманіттям і заворожуючими пейзажами, де будинки зберегли найкращі архітектурні традиції [71].

Великий внесок у залучення сільських громад до зеленого й агротуризму в європейських країнах робить уряд у вигляді державних програм [53, с. 18-23]. Європейський Союз вважає, що зелений туризм є одним із основних важелів економічного зростання сільських територій. За підрахунками експертів ЄБРР облаштування в містах вихідців з сільської місцевості в 20 разів дорожче, ніж створення умов для їхнього життя і роботи в селі. Також існують дані про еквівалентність доходу, отриманого від одного ліжка-місця, і річного доходу фермера від однієї корови [133; 134, с. 56-59].

У теоретичних підходах щодо визначення чіткої різниці між науковими поняттями «екологічний туризм», «сільський туризм» та «аграрний туризм» існують суперечності, а іноді ці терміни часто плутають і взаємозамінюють. Згідно закону «Про туризм» залежно від категорій осіб, які здійснюють туристичні подорожі (поїздки, відвідування), їх цілей, об'єктів, що використовуються або відвідуються, чи інших ознак існують такі види туризму, зокрема: екологічний (зелений) та сільський, аграрний туризм не виділять в окремий вид туристичної діяльності [126]. Суть сільського туризму полягає у виїзді особи з місця постійного проживання для досягнення оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових, культурно-освітніх цілей в межах сільських територій. Потенціал розвитку туризму в сільській місцевості значний, оскільки унікальні маршрути по типу гастрономічного, лляного, винного, олійного та інших шляхів популярні серед туристів.

Функціонування сільського туризму супроводжується недоліками та шкодою від ведення такого виду діяльності [68, с. 165-177; 73; 100, с. 228-232], до яких відносять: негативний вплив на формування сільського простору, сприйняття не завжди позитивних взірців поведінки від приїжджих, розвиток відносин на основі комерціалізації, пошкодження історично-архітектурних пам'яток, втрата цінності місцевого ландшафту (туристичне будівництво не

завжди komponує регіональному стилю), забруднення водоймищ та суходолу, нанесення втрат рослинному покриву і тваринному світу тощо. Тому при організації туристичної діяльності потрібно враховувати можливі негативні наслідки.

Екологічний туризм покликаний захищати і відновлювати природу, надаючи у послуги унікальні ландшафти та інші нематеріальні цінності живої та неживої природи. Раціональне і дбайливе використання природних цінностей і культурно-історичних пам'яток дозволить зменшити негативний вплив світової індустрії туризму, оскільки екологічний туризм – це подорож з метою споглядання, вивчення та збереження природного середовища (рис. 1.5).



Рис. 1.5. Соціально-економічні переваги екологічного туризму

Джерело: розроблено на основі [25, с. 120-122; 50].

Перешкодами розвитку екологічного туризму у системі соціально-економічних відносин є відсутність загальної згуртованості в діяльності туристичних організацій, розвиненої нормативно-правової бази та спеціалізованого персоналу в галузі туризму. Рішення цих проблем вимагає створення і дотримання нормативно-правової бази у галузі туризму, формування спеціальних баз даних туристичних та супутніх підприємств, підтримання екотуристичних проектів, проведення аналізу і оцінки туристичних ресурсів.

1.3. Організаційно-інституційне забезпечення галузі екологічного туризму в контексті сталого розвитку та міжнародного досвіду

Здійснення екотуристичної діяльності сприятиме досягненню цілей сталого розвитку України у контексті збереження та захисту екосистем і біоресурсів, сталого розвитку міста та громад, подолання бідності та голоду, гідної праці та економічного зростання. Дотримання принципів екологічного туризму сприятиме відповідальному споживанню та виробництву, якісному екопросвітництву, зміцненню здоров'я та благополуччя населення, а також об'єднанню інституцій заради миру, справедливості і сталого розвитку. Крім Цілей сталого розвитку, затвердженого Саміттом ООН у 2015 р., існують програми, які визначають політику у таких сферах як клімат, біорізноманіття, енергетика, промислова політика, та ін. Наприклад, Європейський зелений курс – це програма дій Європейської Комісії для переходу України до кліматично нейтральної Європи, що включає такі компоненти, як зміна клімату, енергетика, промислова стратегія, транспорт, нульове забруднення, сільське господарство, біорізноманіття, торгівля, фінанси.

Згідно доповіді ООН «Глобальна екологічна перспектива» у 2007 р. до актуальних екологічних загроз людства фахівці відносять забруднення довкілля, скорочення біорізноманіття, деградація земель, скорочення об'єму чистої води, загроза продовольчій безпеці. Враховуючи зростання антропогенного тиску на екосистеми та їх біорізноманіття, запропоновано концепцію Сталого розвитку, яка ґрунтується на здатності екосистем відновлюватися, поглинати забруднення і підтримувати життєдіяльність теперішніх та майбутніх поколінь [55]. Імплементация Зеленого курсу ЄС формує підґрунтя для забезпечення екологічних потреб населення, підтримку екологічної безпеки та раціонального використання невідновлюваних ресурсів, охорону і відтворення природних ресурсів, а також захист здоров'я та добробуту громадян. Зелений курс не обмежується переорієнтацією екологічних ініціатив Європейських країн: Японія, Австралія, Південна Корея, Китай, США також підтримують стратегію дружнього ставлення до довкілля.

Підвищення ефективності міжнародної екологічної інтеграції національного туристичного сектору економіки, яке призведе до посилення попиту на в'їзний туризм, забезпечується впровадженням єдиних методів оцінки стану природно-ресурсного потенціалу, узгодженням принципів екологічної інтеграції країн у світове співтовариство, можливістю здійснення великих природоохоронних програм, запровадженням єдиної міжнародної системи моніторингу природного середовища.

Організаційно-інституційне забезпечення галузі екологічного туризму в контексті сталого розвитку дасть змогу досягати визначених економічних, соціальних та екологічних цілей і дотримуватися заходів щодо задоволення потреб майбутніх поколінь. Інституційне забезпечення екологічного туризму сприятиме формуванню відповідних формальних і неформальних інститутів, що створюватимуть умови для подальшої діяльності з метою досягнення поставлених Цілей сталого розвитку. Враховуючи, що наразі не існує належних органів контролю для забезпечення дотримання вимог екологічного законодавства для суб'єктів підприємницької діяльності, у сфері екологічного туризму відсутня соціальна відповідальності бізнесу, не розроблена цілісна система екологічної інформації – слід організувати відповідне інституційне забезпечення екотуристичної діяльності (законодавство, органи контролю, фінансові установи, інститути сталого розвитку, інші формальні та неформальні інститути). Організаційна складова забезпечення екологічного туризму передбачає розробку процесів і процедур, що мають забезпечити екотуристичну діяльність згідно з положеннями стратегічних та програмних документів Європейського зеленого курсу, Закону «Про Основні засади державної екологічної політики України на період до 2030 року», Державної стратегії регіонального розвитку на 2021-2027 рр. До організаційних інструментів відносять державне регулювання, сприятливу законодавчо-нормативну базу, кадрове забезпечення, створення інфраструктури, поширення інформації про об'єкти екотуризму, взаємодія з суміжними сферами діяльності, використання інноваційних технологій, а також фінансових, інформаційних та трудових ресурсів.

Особливості законодавчої бази зумовлені специфікою туристичної галузі та відмінностей екотуризму від інших видів туризму. Туристичний продукт є специфічним товаром, а точніше набором послуг. Суть екотуризму полягає у тому, що туристи, перебуваючи на природі, розширюють знання про неї та усвідомлюють необхідність бережливого ставлення до неї. Тому нормативні документи повинні враховувати комплексність і специфічність об'єктів, завдань та особливостей екотуризму.

Формування нормативно-правової бази повинно відбуватися з врахуванням особливостей та цілей екотуристичної діяльності: популяризації екологічної освіти та відпочинку на природі, підтримки природоохоронних заходів, вивчення культури й побуту регіону, протидії негативному впливу на природу, специфічного складу не лише учасників, а й організаторів [9; 141, с. 63-64]. Географічна локація України, з її помірним кліматом, багатством історико-культурного фонду створюють необхідні умови для широкого розвитку туристичної діяльності [32, с. 15-17; 46, с. 23-24]. Фахівці туристичної сфери зробили висновок про доцільність розвитку туризму в Україні не тільки як джерела поповнення бюджетів різних рівнів, а й як своєрідної візитної картки в світі [55, с. 77-86; 85, с. 273-286; 144, с. 16-17]. З підвищенням значення туризму в економіці країни збільшується участь держави в регулюванні туристичної діяльності. В Україні ця система здійснюється в рамках організаційної структури, що включає три рівні: вищий, середній та початковий.

На вищому рівні регулювання в галузі туризму здійснює Кабінет Міністрів України. До 2014 р. формування державної політики у сфері туризму та курортів у нашій державі забезпечувало Державне агентство України з туризму та курортів як структурний підрозділ Міністерства інфраструктури України. 10 вересня 2014 р. Кабінет Міністрів України своєю постановою доручив ліквідувати цей орган, поклавши його функції на Державну службу України з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів, а також Міністерство економічного розвитку і торгівлі України. У вищому законодавчому органі держави – Верховній Раді України – створений

спеціальний Комітет з питань сім'ї, молодіжної політики, спорту та туризму з правом законодавчої ініціативи. Наразі центральним органом виконавчої влади, який реалізує державну політику в галузі туризму та курортів України є Державне агентство розвитку туризму (ДАРТ).

Центральні органи виконавчої влади регулюють галузь туризму на середньому рівні, зокрема це: галузеві міністерства та відомства (Міністерство культури України, Міністерство охорони здоров'я України, Міністерство фінансів України, Міністерство екології та природних ресурсів України, Державна прикордонна служба України, Державна міграційна служба України), а також органи виконавчої влади та органи місцевого самоврядування. Початковий рівень організаційної структури регулювання туристичної діяльності включає підприємства, установи та організації, що працюють в сфері туризму, а також їх об'єднаннями, асоціаціями, спілками тощо.

Регулювання в галузі туризму здійснюється Верховною Радою України (в обов'язках визначення основних напрямів державної політики, правових засад регулювання відносин та обсягу фінансового забезпечення в галузі туризму), Кабінетом Міністрів України (здійснює державне управління і забезпечує реалізацію державної політики в галузі туризму, розробляє, затверджує та інформує про виконання програм розвитку туризму в Україні, приймає нормативно-правові акти), центральним органом виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сфері туризму та курортів (у повноваженнях організація і забезпечення реалізації державної політики в галузі туризму, проведення обліку туристичних ресурсів, дослідження туристичного ринку, створення координаційно-дорадчих органів), іншими центральними органами виконавчої влади місцевими державними адміністраціями (забезпечення реалізації та участь у створенні організаційно-правових та економічних механізмів державної політики в галузі туризму) [75].

Обов'язки органів місцевого самоврядування включають: затвердження місцевих програм розвитку туризму та визначення обсягу фінансового забезпечення місцевих програм розвитку, стимулювання суб'єктів туристичної

діяльності; місцеві державні адміністрації у свою чергу сприяють розвитку туристичної діяльності в своєму регіоні і створенню сучасної туристичної інфраструктури, здійснюють виконавчі й організаційно-розпорядчі функції щодо організації і розвитку курортно-рекреаційної сфери і туризму; іншими органи в межах їх компетенцій (відносять виконавчі органи місцевого самоврядування): розробляють проекти місцевих програм розвитку туризму, організують проведення інвентаризації та сприяють збереженню туристичних ресурсів, залучають місцеве населення до туристичної діяльності [63; 144, с. 15-18].

Нормативно-правові акти у галузі туризму можна умовно поділити на дві групи: нормативно-правові акти загального значення та нормативно-правові акти, що відносяться до спеціального законодавства з питань регулювання туристичної діяльності (табл. 1.3). Існують проекти законів, які наразі не були ухвалені, зокрема це – Про аграрний туризм та агротуристичну діяльність та Про сільський та сільський зелений туризм [122; 123].

Таблиця 1.3

Види нормативно-правових актів, які регулюють туристичну діяльність в Україні

Нормативно-правові акти загального значення	Нормативно-правові акти, що відносяться до спеціального законодавства з питань регулювання туристичної діяльності
1. Конституція України	1. Закон України «Про туризм»
2. Цивільний кодекс України	2. Концепція Державної цільової програми розвитку туризму та курортів на період до 2022 р.
3. Господарський кодекс України	3. Положення про Міністерство культури і туризму України
4. Закон України «Про захист прав споживачів»	4. Положення про Державну службу туризму і курортів
5. Закон України «Про порядок виїзду з України і в'їзду в Україну громадян України»	5. Ліцензійні умови здійснення туроператорської та турагентської діяльності
6. Закон України «Про ліцензування певних видів господарської діяльності»	6. Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 р.
7. Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність»	7. Указ Президента «Про Цілі сталого розвитку України на період до 2030 року»

Джерело: сформовано автором на основі [23, с. 13-14; 30; 157].

Необхідно враховувати, що подолання колізій між нормами рівної юридичної сили здійснюється шляхом використання колізійних норм або колізійних принципів «*lex specialis derogat generalis*» (лат. «спеціальний закон відмінняє (витісняє) загальний закон»); «*lex posterior derogat priori*» (лат. «пізнішим законом відмінняється більш ранній»); «*lex posterior generalis non derogat priori speciali*» (лат. «наступний загальний закон не скасовує більш ранній спеціальний закон аналогічної юридичної сили») [75, с. 210-217].

Туристична діяльність, як і будь-яка господарська діяльність, керується нормами та ієрархією права. Як зазначено у ст. 2 Закону України «Про туризм» № 324/95-ВР від 16.10.2020, при виникненні суперечок між правилами Закону «Про туризм» чи іншими нормативно-правовими документами з міжнародним договором України, застосовуються правила міжнародного договору [65, с. 400-405; 126], міжнародних конвенцій, рекомендацій міжнародних організацій тощо. Це означає, що міжнародне право має верховенство над всією нормативно-правовою базою України. Друге місце займає Конституція України [69], у ст. 45 якої зазначено, що кожен, хто працює, має право на відпочинок та щорічну оплачувану відпустку. До складу законодавства України про туризм входить окрім Конституції України, Закон України «Про туризм» (займає третє місце в ієрархії законодавства) та інші нормативно-правові акти, згадані вище. Майнові відносини в галузі туризму регулюються Цивільним та Господарським кодексами України. На четвертому місці стоять Укази та Розпорядження Президента України, потім – Постанови та Розпорядження Кабінету Міністрів України. На п'ятому місці нормативно-правові акти міністерств та відомств. Заключне місце займають рішення та розпорядження органів влади на місцях [63; 64, с. 117-118].

У встановленому законодавством України порядку затверджено Програму розвитку туризму, що поєднує сукупність взаємозв'язаних прав і норм, економічних та організаційних заходів, спрямованих на розвиток туристичної галузі та реалізацію конституційних прав громадян. Основна мета Програми є створення конкурентоспроможного на міжнародному ринку національного туристичного продукту для задоволення туристичних потреб населення країни,

забезпечення на цій основі комплексного розвитку регіонів за умови збереження екологічної рівноваги й культурної спадщини [174, с. 1582-1585; 61, с. 202-217].

Основні завданнями Програми розвитку туризму є:

- збільшення частки очікуваних доходів від туристичної галузі в державному бюджеті;
- забезпечення сталого розвитку туристичної галузі та підвищення ефективності макроекономічних показників;
- підвищення рівня життя громадян і створення додаткових робочих місць;
- покращення іміджу держави на міжнародному рівні [124; 126].

З метою забезпечення стійкого розвитку туристичної галузі в Україні додатково затверджені та успішно імплементуються такі програми розвитку туризму:

- Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 р., схвалена розпорядженням Кабінету Міністрів України від 16 березня 2017 р. № 168-р Київ [125];

- Концепція Державної цільової програми розвитку туризму та курортів на період до 2022 р., схвалена розпорядженням Кабінету Міністрів України від 1 серпня 2013 р. № 638-р [124];

У кожній області країни розробляють і затверджують свою унікальну програму розвитку туризму з врахуванням специфіки туристичних потоків, природно-рекреаційного потенціалу, розвиненості інфраструктури, наявності туристичних магнітів, проблем та перспектив розвитку галузі. Наприклад, 10.12.2020 р. було затверджено обласну цільову Програму розвитку туризму в Житомирській області на 2021-2023 рр. [121], головним виконавцем та розпорядником коштів програми визначили Департамент культури, молоді та спорту Житомирської обласної державної адміністрації. Метою Програми є формування та просування якісного конкурентоздатного туристичного продукту Житомирської області, що сприятиме збільшенню туристичних потоків, перетворить туристичну галузь у прибутковий сектор економіки області, створить умови для інформаційної обізнаності, як населення області,

так і поза її межами про туристичні об'єкти та продукти, які пропонуються для освітніх, пізнавальних, рекреаційних, розважальних та наукових подорожей, заходів, екскурсій [16, с. 24-30; 38, с. 72-74]. Виконання положень програми дасть змогу сформувати позитивний імідж області для внутрішніх та іноземних туристів [107, с. 549-555].

Класифікація і оцінка туристичних ресурсів України, режим їх охорони і діяльності, порядок використання з врахуванням гранично допустимих антропогенних навантажень на об'єкти культурної спадщини і довкілля, порядок збереження цілісності туристичних ресурсів України, заходи для їх відновлення визначаються відповідно до норм законодавства [126; 146, с. 212-216]. Унікальні туристичні ресурси можуть знаходитися в особливому режимі охорони та у межах спеціально відведених територій, що обмежує доступ до них [29, с. 86-89; 111, с.972-976]. Це обумовлено пропускнуою спроможністю дестинацій, рівнем допустимого антропогенного навантаження, сезонними, погодними та іншими умовами. Сукупність принципів і норм, що регулюють діяльність держав у галузі туризму та міжнародних подорожей з метою задоволення великого кола культурних та духовних потреб людини, складає інститут міжнародного туристського права [145, с. 278-282].

Розвиток співробітництва у галузі туризму країн світу координується за допомогою діяльності міжнародних туристичних організацій, які класифікуються за геопросторовим рівнем на всесвітні та регіональні організації. До всесвітніх організацій відносяться Організація Об'єднаних Націй (ООН), Всесвітня туристська організація (WTO), Міжнародна асоціація повітряного транспорту (IAAT), Міжнародна морська організація (ІМО), Міжнародний туристичний союз (TUI), Всесвітня асоціація з питань дозвілля і відпочинку (WLRA) тощо [64, с. 116-120]. Окрім виконання багатьох важливих функцій ООН є координатором діяльності держав і національних туристських адміністрацій в галузі туризму й міжнародних подорожей [52, с. 241-255; 107, с. 549-551]. Однією з форм такої діяльності є проведення міжнародних зустрічей та нарад, на яких обговорюються й приймаються нормативні та інші документи. WTO створена з метою сприяння просування відповідального, стійкого та доступного для всіх без обмежень туризму.

До регіональних міжнародних туристичних організацій належать: Європейська комісія з туризму (КЕТ), Асоціація з розвитку і координації європейських туристичних обмінів (АДСЕТЕ), Європейська туристська група (ЕТАГ), Туристична асоціація країн Азії і Тихого океану (ПАТА), Туристична асоціація країн Східної Азії (ЕАТА), Всесвітня Рада з туризму та подорожей (організація, яка включає більше 60 авіакомпаній та компаній судноплавства, Міжнародних готельних об'єднань європейських держав) [153, с. 179-186] та інші організації. Зростає роль міжнародних туристичних заходів: міжнародних туристичних бірж, виставок-ярмарків, конференцій, які координують управління регіональним розвитком туризму.

Індустрія туризму – це міжгалузевий господарський комплекс, який спеціалізується на створенні туристичного продукту, здатного задовольняти специфічні потреби населення під час подорожі шляхом виробництва та реалізації багатьох товарів і послуг туристичного призначення [82, с. 157]. На думку Є. В. Козловського «у туризмі завжди беруть участь три основні сторони: туристичні підприємства (виробники та продавці туристичних послуг); туристи (споживачі туристичних послуг); державні органи (створені державою інститути, які здійснюють розпорядчі, адміністративні та інші функції)» [65, с. 401-402]. З точки зору міжнародного права туристична діяльність є договірними відносинами, що ускладнюються іноземним елементом, унаслідок чого регулювання тільки національних відносин у сфері туризму стає неприйнятним і вимагає використання міжнародного досвіду. Тому політико-правове середовище країни має бути забезпечене належними умовами для ведення бізнесу та відповідати існуючим міжнародним нормам. Залежно від ступеня цивілізованості та демократичності держави законодавство стає з часом більш ґрунтовним [13, с. 55-66; 84, с. 14-16]. Модель нормативно-правового функціонування «туристичного трикутника», ускладненого іноземним елементом, зображено на рис. 1.6. При взаємодії «туриста» з «туристичним підприємством» основним аспектом є укладення письмового договору, у якому зафіксовані взаємні права і обов'язки. Для врегулювання відносин стороною «турист-держава» необхідне досконале законодавство про паспортний та візовий режими, митні, валютні, медико-санітарні норми,

порядок виїзду і в'їзду з країни, правове становище іноземних громадян тощо. Зазвичай основні зусилля правового регулювання туристичної діяльності спрямовані на відносини «туристичне підприємство-держава». Здійснюється це, насамперед, у формі ліцензування туристичної діяльності, тобто відповідного державного дозволу, який надається юридичним і фізичним особам [142, с. 297-301]. Незважаючи на прагнення зробити туристичне законодавство уніфікованим, в кожній країні використовуються власні підходи щодо регулювання туристичної діяльності.



Рис. 1.6. Ринкова модель нормативно-правового функціонування «туристичного трикутника»

Джерело: сформовано на основі [63; 67; 93, с. 21-25; 103, с. 247-251].

Зазвичай туристичне підприємство має свій типовий договір, який турист може підписати і погодитися на зазначені умови або відмовитися і запропонувати свої умови укладання договору. Але люди не звикли уважно вивчати договори до моменту їх укладання. Аналіз скарг свідчить, що в багатьох випадках претензії туристів викликані саме цим фактором. Вчасно не поцікавившись своїми правами та обов'язками, вони потрапляють у ситуацію, коли факт невиконання підприємством зобов'язань або обіцянок не можна підтвердити, а отже, і обґрунтувати власні претензії після завершення подорожі

також неможливо. Якщо туристи вважають, що підприємство обійшлося з ними несправедливо, вони можуть оскаржити порушення своїх прав та інтересів, відновити справедливість і домогтися покарання порушника.

У період становлення ринкових відносин в Україні усе більше туристичних підприємств самостійно виходять на міжнародний ринок для встановлення взаємовигідних відносин з іноземними партнерами [130; 148; 161, с. 23-30]. Однак, вітчизняні підприємці, на відміну від західних, найчастіше зневажають принципами юридично грамотного укладання зовнішньоекономічних договорів, ставлячи під удар свої права та інтереси. Законодавчо-правові передумови для посилення реального впливу екотуризму на економіку і соціальну сферу України закладені в законах України «Про природно-заповідний фонд» та «Про туризм» та інших нормативних документах, зокрема Національних стандартах України (табл. 1.4). Значною є роль стандартизації і сертифікації комплексу туристичних послуг. Впровадження екологічно безпечних турів на туристичному ринку добре сприяє збереженню природного середовища, що тим самим підтримує туристичну привабливість територій. Один з прикладів підтвердження безпечності і збереження природного середовища є міжнародний екологічний сертифікат «Блакитний прапор» [117; 145, с. 277-283], який видають пляжам і суднам, які відповідають певним вимогам. Всього існує 32 критерії, які оцінюють: екологічний стан акваторії в районі пляжу, якість сервісу, доступність для різних категорій населення, наявність душових кабінок, прибирання та очищення від сміття піску, відсутність проїзду моторного транспорту по пляжу, наявність служб спостереження і порятунку, використання для домашніх тварин інших пляжів тощо. Важливим є те, що, отримавши одного разу сертифікат, пляж не стає автоматично відповідним назавжди. Причал, яхтова бухта і судно отримують сертифікацію на рік, а затока чи пляж на поточний пляжний сезон, тому вони зобов'язані щорічно підтверджувати своє право на Блакитний Прапор. Зазвичай якість перевіряють перед початком кожного нового сезону. У цьому році в програмі брали участь понад 4,5 тисячі пляжів в 45 країнах світу.

Таблиця 1.4

Система національні стандарти України

Стандарт	Назва
ДСТУ ISO 13009:2016	Туризм. Вимоги та рекомендації з експлуатації пляжу.
ДСТУ ISO 13810:2016	Туристичні послуги. Промисловий туризм. Надання послуг.
ДСТУ ISO/TS 13811:2016	Інструкція з розроблення екологічних специфікацій щодо розміщення закладів.
ДСТУ ISO 14785:2016	Офіси туристичні і послуги з приймання туристів.
ДСТУ ISO 17680:2016	Таласотерапія. Вимоги до послуг.
ДСТУ ISO 18065:2016	Туристичні послуги, що надають на природоохоронних територіях. Вимоги.
ДСТУ ISO 21101:2016	Туризм пригодницький. Системи менеджменту безпеки.
ДСТУ EN 15565:2016	Вимоги до професійної підготовки та кваліфікаційних програм для гідів.
ДСТУ EN 15700:2014	Безпечність стрічкових конвеєрів для зимових видів спорту чи туризму.
ДСТУ 4268:2003	Послуги туристичні. Засоби розміщення. Загальні вимоги.
ДСТУ 4269:2003	Послуги туристичні. Класифікація готелів.
ДСТУ 4281:2004	Заклади ресторанного господарства. Класифікація.
ДСТУ ISO 13810:2016	Знаки туристичні активного туризму. Класифікація, опис і правила застосування.

Джерело: сформовано на основі [30, с. 178-188].

В Україні на пляжний сезон у 2021 р. сертифікат отримали всього 17 пляжів, з них: річкові пляжі: у Київській області (пляж в Пуці-Водиці, пляж на Троєщині, пляж «Чорторій», «Веселка» на Микільській Слобідці, пляж «Молодіжний», «Венеція», «Дитячий», «Золотий» пляж, «Галера» в Галерній затоці), у Дніпропетровській області (пляж Good Zone в селищі Піщанка); морські пляжі в Одеській області (пляж «Caleton» в Одесі на Французькому бульварі, «Yacht beach» в районі Фонтанки в Одесі, Пляж «Ruta Resort» в Затоці, центральний міський пляж Чорноморська), у Херсонській області (пляж бази відпочинку «Чайка-1» в селі Генічеська Гірка, пляж відпочинку комплексу «Арабатка.club», Центральний пляж в селі Щасливцеве) [117]. Крім сертифікації пляжів є програми підтвердження якості закладів харчування та розміщення. В Україні функціонує ресурсна база підприємств розміщення у кожному регіоні. Однак, для розміщення екотуристів, зазвичай, використовують еко-готелі. Україна має достатні умови для розвитку екологічно безпечних закладів розміщення і харчування (цьому сприяє становлення ринку органічної продовольчої та непродовольчої групи, наявність екологічно чистих промислових матеріалів для будівництва та супутніх сфер,

зокрема деревини) у відповідь на зацікавленість потенційних споживачів. З кожним роком зростає кількість сертифікованих екологічно чистих і нешкідливих для утилізації в природному середовищі побутових продуктів і засобів (пральні порошки, миючі засоби, шампуні, елементи пакування та зберігання продукції, багаторазове та паперове пакування). Також з'являються еко-ініціативи від ресторанних закладів з сортування та утилізації відходів, повторного використання води для побутових потреб, використання альтернативних джерел енергії та шляхів раціонального споживання ресурсів.

Питання екологізації різного роду господарської діяльності зовсім не нове у світовій практиці, існує декілька десятків видів різного екомаркування: «Green key» (Данія), «Nordic Swan Ecolabel» (Швеція), «Green Globe» (Великобританія), в Європі існує Каталог туристичних приміщень ЄС з екологічним маркуванням, в Україні розроблено екологічного маркування «Зелений журавлик» і «Зелена зірка», а також маркування «Українська гостинна садиба» різних категорій, ініціатором якого є Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні [37; 104, с. 391-392].

Міжнародна екологічна програма «Green Key» («Зелений ключ») є елементом системи заходів Міжнародної організації з екологічної освіти (Foundation for Environmental Education). Знак «Green Key» присвоюється з 1994 р. закладам розміщення на 1 рік. Екомаркуванням «Зелений ключ» станом на початок 2020 р. позначено більше 3200 закладам розміщення сфери гостинності серед 65 країн світу. Для отримання відзнаки «Green Key» заклади розміщення проходять оцінку по понад 70 критеріям у напрямках кадрової політики, адміністрування, екологічного контролю, інформування гостей закладу, водопостачання, сортування відходів та енерго- і ресурсозбереження. Крім того, є додаткові вимоги щодо прибирання, освітлення, вентиляції, роботи з маломобільними групами населення та особами з інвалідністю. В Україні помарковано відзнакою «Green Key» 7 готелів: 1 з них в Івано-Франківський області (Radisson Blu Resort, Буковель), 1 у Васильківському районі Київської області (Maison Blanche, с. Митниця) та 5 у м. Київ (Park Inn by Radisson Kyiv,

Ecohouse Hotel Galera, Radisson Blu Hotel Podil, Troyitska Radisson Blu Hotel, та InterContinental) [114].

В Україні система сертифікації та добровільного екологічного маркування товарів та послуг згідно ДСТУ ISO 14024:2002 була сформована і реалізована Всеукраїнською громадською організацією «Жива планета» ще у 2003 році в рамках проекту «Розвиток сталого (збалансованого) виробництва та споживання в Україні» [26]. Система візуалізується знаком «Зелений журавлик», право на застосування якого може отримати власник сертифікату відносно екопродукції згідно вимог міжнародного стандарту ISO 14024. Також цей знак відповідності вимогам екологічних стандартів включено до міжнародного реєстру Глобальної мережі екологічного маркування (GEN). Громадська організація не тільки розробила Технічний регламент з екологічного маркування та запровадила добровільну сертифікаційну систему, а й упроваджує спільні інформаційні проекти та інформаційно-просвітницькі заходи [26].

Громадська організація «Всеукраїнська спілка екологічного маркування «Зелена Зірка» розпочала свою діяльність у 2018 році і ставить за мету першочергово екологічне просвітництво, підвищення екологічної культури споживання, розробки та впровадження екологічних стандартів з метою виявлення екологічно безпечної продукції, послуг, приміщень та ознайомлення споживчого ринку з ними. Галузями, яким згідно з відповідною ліцензійною угодою надається екологічний сертифікат та право маркувати свою продукцію екологічним знаком «Зелена Зірка», є харчування, побутові засоби, електроніка, будівництво, заклади розміщення, прибирання [36].

Всеукраїнська громадська неприбуткова організація «Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні» має на меті об'єднання господарів гостинних садиб та туристів на потужних інформаційних та маркетингових платформах, пропонуючи туристам привабливий та якісний туристичний продукт, як альтернативу при виборі відпочинку у вигляді сільського зеленого туризму, мотивація господарів садиб до сталого розвитку і популяризації туризму екологічного спрямування. Наразі на офіційному сайті

представлено 14 власників садиб Найвищої категорії, 21 власник Другої категорії садиб, 13 власників садиб Першої категорії, 26 власників садиб Базової категорії) [94].

Організації та програми добровільного екологічного маркування товарів та послуг представляють ефективні інструменти екологізації закладів гостинності у сфері скорочення харчових відходів, відмови від використання одноразового пластикового посуду, сортування сміття, скорочення використання паперу, раціоналізація використання водних та інших ресурсів, застосування альтернативних джерел енергії. Створення екологічно чистого готельного продукту передбачає розробку стратегії поступового зменшення шкідливого впливу підприємства на навколишнє середовище, тобто передбачає сталий розвиток підприємств галузі, зміну технологічного процесу надання готельних послуг та функціонування певних структур готельного бізнесу. Озеленення готелів та інших закладів розміщення грає важливу роль для розвитку туризму та рекреації в рамках концепції сталого розвитку.

Політика екологізації закладів розміщення створює нормативно-правове забезпечення для оптимізації використання ресурсів суб'єктів туристичної діяльності та отримання ними економічні вигід. Готелі в Україні тільки на початку шляху відмови від паперу та раціоналізації використання ресурсів. Використання паперу потрібно скорочувати, оскільки для виробництва однієї пачки паперу використовується від 4 до 6 кг деревини. Причому скорочення використання паперу має не тільки екологічний аспект, а й економічний. Для прикладу, якщо використовувати 100 пачок паперу в місяць при вартості 1 пачки для принтеру коштує 80-120 грн, то за один рік витрати на офісний папір становитимуть 120 тис. грн [115, с. 29-32]. Тому, якщо скоротити витрати офісного паперу хоча б вдвічі тільки за рахунок економії даного ресурсу можна прогнозувати вивільнені кошти на суму 60 тис. грн на рік. Зменшення «паперових витрат» приведе до економії ресурсів принтеру та іншої оргтехніки, зменшить витрати на обслуговування та зношуваність обладнання, а також переорієнтує використання деревних ресурсів [1].

Головними чинниками, що стримують розвиток екологічного туризму, є організаційні та економічні [80; 115, с. 29-32]. Вирішити ці питання допоможе взаємодія державних та приватних структур, сприяння становленню та розвитку малого та середнього бізнесу у територіальних громадах, створення соціальної інфраструктури, забезпечення раціонального використання природно-рекреаційних та культурно-історичних ресурсів, підвищення екологічної свідомості населення, організація зайнятості місцевого населення регіонів у сфері розвитку екотуризму. Іншими проблемами, що перешкоджають розвитку екотуризму, є погана рекламованість туристичних продуктів та застарілість матеріальних ресурсів, популяризація туроператорами виїзного туризму та скорочення в'їзних туристів, неточність у розумінні суті екотуризму населенням. Також існує проблема, що суб'єкти господарської діяльності видають свої послуги за екологічні, обманюючи споживачів, створюючи умови недобросовісної конкуренції – це «greenwashing» або «зелене замилювання».

Отже, індустрія туризму вирізняється комплексністю структурних елементів, ієрархією цілей функціонування і підпорядкування компонентів, різноманітністю зовнішніх та багаторівневістю внутрішніх зв'язків та чинників, що впливають на систему, застосування принципів логістики, стадійністю споживання туристичного продукту, організацією обслуговування та налагодження зворотного зв'язку. Туристична діяльність, як і будь-яка господарська діяльність, керується нормами та ієрархією права, зокрема, нормативно-правовими актами загального значення та нормативно-правовими акти, що відносяться до спеціального законодавства з питань регулювання туристичної діяльності. Стандартизація та сертифікація галузей, які відносять до туристичної діяльності, дасть змогу закладам розміщення, транспортним засобам, об'єктам громадського харчування, туристичним організаціям культурно-розважальним закладам та іншим об'єктам підвищити свою конкурентоспроможність, розширити коло надійних партнерів, пришвидшить процес інтеграції України у світовий туристичний простір.

Висновок до розділу 1

1. Останні десятиліття розвитку людства характеризуються посиленням економічного та соціального значення туристичної сфери, яка стала однією з найприбутковіших та динамічно розвиваючих галузей всесвітнього господарства. Водночас, поглиблення екологічної кризи і як наслідок, зростання обсягів викидів та інших видів забруднень, нераціональне використання природних та заповідних ресурсів, виснаження та руйнування природно-рекреаційних об'єктів, військова агресія РФ проти України, змінюють фокус уваги з боку держави, громадянського суспільства та бізнесу у бік екологізації усіх видів господарської діяльності. У цих умовах екологічний туризм набуває вагомості як дієвий чинник реалізації цілей сталого розвитку та досягнення природного балансу, економічний стимул розвитку сільських територій та міст, інструмент використання творчого потенціалу територіальних громад, комунікаційний мотив державно-приватного партнерства, нівелюючий засіб відновлення зруйнованих територій та об'єктів інфраструктурного забезпечення туристичної галузі.

2. З позиції теоретичного змісту та економічної сутності визначення поняття «екологічний туризм» сформовано наукову школу, представлену вітчизняними та зарубіжними вченими, які мають широкий спектр поглядів на генезу, проблеми та перспективи розвитку галузі туризму, ключова мета якого пов'язана із соціальною місією та позитивними економічними ефектами. Водночас, удосконалення потребує підхід до визначення «екотуризму» з позиції комплексності, оскільки фрагментарні і однобічні бачення предмету наукового пошуку не дають розуміння цілісності досліджуваного явища. З точки зору автора, «екотуризм» розглядається як напрям туризму, що базується на максимально ощадному і економічно вигідному використанні природно-рекреаційних благ та ресурсів з мінімальним антропогенним впливом й значущими соціально-економічними ефектами та активізацією участі держави у підтримці функціонування туристичної галузі. Раціональний та ефективний підхід до розвитку екотуристичної галузі дозволяє отримати додаткові суспільні блага та забезпечити доступ до них як для безпосередніх споживачів

туристичних послуг, так і усіх учасників туристичного ринку. Позитивним результатом комплексного розвитку екотуризму є покращення добробуту місцевого населення, зростання значення географічних продуктів та товарів, розповсюдження здорового способу життя, продуктивного використання природного, фінансового, інвестиційного, людського капіталу та отримання економічних вигід стейкхолдерами екотуристичної діяльності.

3. Класифікація напрямів екотуристичної діяльності за видовою ознакою формує організаційну складову розвитку екотуризму та дозволяє змодюлювати логістичні ланцюги просування екотуристичного продукту, імплементувати екопродукт у концепцію сталого розвитку, реалізувати навчальну, пізнавально-культурну, рекреаційну функції галузі екологічного туризму, забезпечити клієнтоцентричний підхід у наданні туристичних послуг. Ринковий підхід, який покладено в основу сформованої класифікації, зорієнтовано на кінцевого споживача з метою забезпечення постійно зростаючих потреб на основі поліваріативних пропозицій екотуристичних продуктів.

4. У механізм організаційно-економічного розвитку екотуристичних дестинацій покладено принципи (системності, адаптивності, інноваційного характеру розвитку системи, економічності та ефективності, екологічної свідомості та гнучкості), які слугують методологічним підґрунтям для формування стратегії сталого розвитку галузі туризму. Удосконалення організаційно-економічних засад розвитку екологічного туризму потребує заходів як в економічному аспекті через здійснення заходів з планування, прогнозування, стратегічного управління, залучення інвестицій, підтримки матеріально-технічної бази дестинацій, моніторингу економічної ефективності діяльності, забезпечення подальшого розвитку, так і в організаційному аспекті, що включає: державне регулювання, сприятливу законодавчо-нормативну базу, кадрове забезпечення, створення інфраструктури, поширення інформації про об'єкт дестинації, взаємодія з суміжними до туристичної сфери діяльності.

5. Взаємодія систем органічного виробництва та туризму створює синергетичний ефект для відновлення сільських територій, підвищення

ефективності виробництва сільськогосподарської продукції, формування продовольчої безпеки, забезпечення корисними харчовими продуктами і покращення стану здоров'я екотуристів. Інфраструктурно відновлені сільські території приваблюватимуть нових споживачів екотуристичного продукту, а вживання органічної продукції і прагнення до здорового способу життя приведе до популяризації і просування дестинацій екологічного туризму. Враховуючи, що одним із пріоритетів аграрної політики України є розвиток сільських територій та підвищення життєвого рівня сільського населення, ефективна екотуристична діяльність вирішить питання підвищеного безробіття та реалізації творчого потенціалу населення сільських територій.

6. Соціальна роль екотуризму набуває першочерговості у вирішенні економічних проблем та бюджетоутворюючої функції держави. Розвиток екотуризму забезпечує підтримку соціально-економічної складової територіальних громад шляхом поповнення місцевого бюджету, відродження народних промислів та традицій, покращення благоустрою громад, створення нових робочих місць, зменшення соціальної напруженості. Соціально-економічний аспект розвитку екологічного туризму полягає у забезпеченні комфортних умов життєдіяльності населення проживаючого в межах туристичних дестинацій, всебічного та повноцінного розвитку громадян, посилення соціального захисту, впровадження соціальних стандартів і підвищення якості надання послуг, розвитку інфраструктурного забезпечення та додаткових вхідних фінансових потоків.

7. Враховуючи, що туристичний продукт є специфічним ринковим товаром, який має ряд особливостей: невіддільність туристичного продукту від джерела формування, неможливість зберігання туристичного продукту, тісний взаємозв'язок між його складовими елементами, комплексність туристичних послуг, а екотуристичний продукт додатково включає відвідування природних територій, взаємодію з місцевим населенням та дослідження особливостей їх культури та побуту з мінімальним антропогенним впливом на дестинації, варто формувати відповідну стратегію управління об'єктами екотуристичної

діяльності у відповідності до вимог ринку туристичних послуг та сучасних світових тенденцій.

8. Учасники екотуристичної діяльності отримують вигоду від імплементації даної діяльності. Держава, окрім податкових надходжень, може отримати фінансові вкладення у вигляді інвестицій, налагодження зв'язків із зацікавленими особами, створення і просування іміджу країни на міжнародному рівні. Населення, на території проживання якого ведеться екотуристична діяльність, отримує розвиток інфраструктури, нові робочі місця, а також дбайливе ставлення зі сторони туристів до DESTИНАЦІЙ І ПРАЦІ МІСЦЕВИХ ЖИТЕЛІВ. Основними перевагами екотуристичної діяльності є мінімізація шкідливого впливу на навколишнє середовище, екопросвітництво, максимальне збереження природного стану об'єктів екотуризму.

9. Індустрія туризму вирізняється комплексністю структурних елементів, ієрархією цілей функціонування і підпорядкування компонентів, різноманітністю зовнішніх та багаторівневістю внутрішніх зв'язків, застосування принципів логістизації на всіх етапах виробництва та споживання екотуристичного продукту, організацією обслуговування та налагодження зворотного зв'язку. Відсутність Закону «Про екологічний туризм» унеможливило досконале і всебічне регулювання та підтримку екотуристичної діяльності. Наявність органів сертифікації та стандартизація галузей, які відносять до туристичної діяльності, дасть змогу закладам розміщення, транспортним організаціям, об'єктам громадського харчування, туристичним організаціям, культурно-розважальним закладам та іншим об'єктам підвищити свою конкурентоспроможність, розширити можливості взаємодії, пришвидшить процес інтеграції України у світовий туристичний простір.

Результати дослідження, представлені у Розділі 1, опубліковано у працях автора: [30; 104-112; 147; 167].

ВИКОРИСТАНІ ДЖЕРЕЛА ДО РОЗДІЛУ 1

1. Абрамова А. Г., Мирошник Ю. А. Еко-тренд в сфері гостинності: економічні та соціальні аспекти. *Ефективна економіка*. 2020. № 5. URL: <http://www.m.nauka.com.ua/?op=1&j=efektyvnaekonomika&s=ua&z=2525> DOI: 10.32702/2307-2105-2020.5.82.
2. Альфер О. В. Міжнародне регулювання туристичної діяльності. *Актуальні проблеми управління соціально-економічними системами* : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф., 8 груд. 2016 р. Луцьк : Луцький НТУ, 2016. Ч. 2. С. 14–16.
3. Андрєєва Н., Нездоймінов С., Дишловий І. Сучасна організація аграрного туризму в Україні як перспективний напрямок розвитку сільських територій. *Економіст*. 2011. № 7. С. 25–28.
4. Багрій М. В. Вдосконалення державного регулювання туристичної привабливості сільських територій. *Агросвіт*. 2014. № 14. С. 69–72.
5. Базарна О. В. Організаційна складова механізму публічного регіонального управління житлово-комунальним господарством. *Економіка та держава*. 2018. № 4. С. 126–130. URL: economy.in.ua/pdf/4_2018/28.pdf (дата звернення: 09.05.2022).
6. Байканова Д. Е. Развитие экологического туризма в Республике Казахстан. *Вестник Хабаршы. Туризм*. 2012. № 1. URL: http://tourlib.net/statti_tourism/bajkanova2.htm (дата звернення: 10.05.2022).
7. Безпека життєдіяльності : курс лекцій / Є. П. Желібо та ін. Ірпінь : Академія ДПС України, 2001. 356 с.
8. Безугла А. С., Демчук Н. І. Соціально-економічні аспекти і передумови розвитку підприємств галузі екотуризму. *Агросвіт*. 2019. № 18. С. 24-28.
9. Бейдик О. О. Рекреаційно-туристські ресурси України: методологія та методи аналізу, термінологія, районування : монографія. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2001. 395 с.
10. Бейдик О. О., Новосад Н. О. Унікальна Україна: географія та ресурси туризму : навч. посіб. Київ : Альтерпрес, 2013. 566 с.

11. Білак Г. Г., Пуйо Г. І. Впровадження інноваційних технологій в менеджменті готельного підприємства: автоматизовані системи управління готелю. *Науковий вісник Мукачівського державного університету*. 2016. № 21(16). С. 118–125.
12. Білозубенко В. С., Разінькова М. Ю., Небаба Н. О. Економіка туризму. *Агросвіт*. 2020. № 19/20. С. 32-37.
13. Бойко М., Ведмідь Н., Охріменко А. Транзитивність національної туристичної системи. *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право*. 2018. № 5. С. 55-69.
14. Бондаренко М. П. Позиціонування України на міжнародному туристичному ринку. *Економічний часопис - XXI*. 2011. № 3. С. 47-50.
15. Братіцел М. Л. Сучасні форми екокультури в закладах ресторанного господарства України. *Культура України*. 2018. № 62. С. 215–223.
16. Братюк В. П. Інформаційне забезпечення державної політики розвитку туризму. *Актуальні проблеми економіки*. 2013. № 8. С. 24–31.
17. Бутенко А. Ю., Бліщ Р. О. Інновації у ресторанному бізнесі. *Інновації в управлінні асортиментом, якістю та безпекою товарів і послуг* : матеріали IV міжнар. наук.-практ. конф., 24 листоп. 2016 р. Львів : Растер-7, 2016. С. 303–306.
18. Василюха Н. В., Індус К. П., Готько Н. М. Концептуальні засади ефективності функціонування ринку туристичних послуг. *Науковий вісник Ужгородського університету. Сер. Економіка*. 2017. Вип. 1(2). С. 177–181.
19. Васильєв В. П., Горішевський П. А., Зінько Ю. В. Організаційна структура спілки сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні. *Туризм сільський зелений*. 2014. № 1. С. 16–17.
20. Виноградова О. В., Пілігрим К. І. Мотиваційна складова розвитку туристичної галузі в Україні. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2016. № 4. С. 55-60.
21. Виставка органічної продукції «Organic made in Ukraine». *Федерація органічного руху України* : веб-сайт. URL: [http://organic.com.ua/vistavka-](http://organic.com.ua/vistavka)

organichno%D1%97-produkczi%D1%97-organic-made-in-ukraine/ (дата звернення: 13.05.2022).

22. Вишневецький В. І. Екологічний туризм : навч. посіб. Київ : Інтерпрес ЛТД, 2015. 140 с.

23. Вінніков О. Акти законодавства України про екологічний (зелений) та сільський туризм. *Туризм сільський зелений*. 2014. № 1. С. 13–15.

24. Внутрішній ринок органічних продуктів. *Укрінформ* : веб-сайт. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/2244409-vnutrisnij-rinok-organichnih-produktiv-cogoric-sagne-25-miljoniv-evro-minagro.html> (дата звернення: 22.03.2018).

25. Воробйова О. А. Екологічний туризм як чинник сталого розвитку природно-заповідних територій. *Екологічні науки*. 2012. № 2. С. 119–129.

26. Всеукраїнська громадська організація «Жива планета» : веб-сайт. URL: <https://www.gpp.in.ua/>.

27. Галиця І. О., Мельник І. Л. Нові аспекти управління в туристичній індустрії. *Регіональна економіка*. 2012. № 2. С. 155–161.

28. Ганін В. В. Зелений туризм у Криму як елемент громадської дипломатії. *Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України*. 2011. Вип. 163, ч. 1. С. 38-43. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/ganin.htm (дата звернення: 10.05.2022).

29. Гарбера О. Є. Організація туристичної діяльності в системі світового ринку послуг. *Економіка та держава*. 2010. № 10. С. 86–89.

30. Географія туризму: екологічний туризм : підручник / В. В. Тарасова та ін. Житомир, 2021. 252 с.

31. Гловацька В. В. Розвиток підприємництва в системі становлення сільського (зеленого) туризму : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / Прикарпатський нац. ун-т ім. В. Стефаника. Івано-Франківськ, 2008. 200 с.

32. Горб К. М., Корнєєв М. В., Бойко З. В. Краєзнавчі ресурси туризму: сутність, складові, групи та блоки. *Агросвіт*. 2019. № 6. С. 15-19.

33. Гостюк В. І. Правові засади та механізм державного регулювання туристичної галузі України. *Часопис Київського університету права*. 2013. № 4. С. 168–173.
34. Грановська В. Г., Бойко В. О. Функціонування екоготелів в Україні як чинник активізації підприємницької діяльності. *Економіка АПК*. 2020. № 3. С. 57-85.
35. Грیشнова О. А., Василик О. В. Організаційно-економічний механізм управління інтелектуалізацією трудової діяльності. *Вісник Прикарпатського університету. Сер. Економіка*. 2008. Вип. 6. С. 22–27.
36. Громадська організація «Всеукраїнська спілка екологічного маркування». *Зелена Зірка* : Екомаркування все більше стає популярним серед виробників. URL: <http://greenstar.org.ua/> (дата звернення: 10.05.2022).
37. Громадська організація «Спілка сільського зеленого туризму в Україні» : *Українські гостинні садиби*. URL: <https://www.greentour.com.ua/> (дата звернення: 10.05.2022).
38. Гудзь П. В. Інформація в системі маркетингового управління курортним містом. *Економіка та право*. 2001. № 1. С. 71–74.
39. Джинджоян В. В. Реалізація туристичних програм у сфері освіти, медицини, природоохорони. *Економіка та держава*. 2020. № 1. С. 50-53.
40. Дідик Я. М. Формування української термінології у царині відпочинку і туризму. *Актуальні проблеми економіки*. 2013. № 1. С. 8-13.
41. Дмитрук О. Ю. Екологічний туризм у системі суспільно-економічних відносин. *Економічна та соціальна географія* : наук. зб. / Київ. нац. ун-т ім. Т. Г. Шевченка. 2001. Вип. 38. С. 89–95.
42. Дмитрук О. Ю. Екологічний туризм: сучасні концепції менеджменту і маркетингу : навч. посіб. Вид. 2-ге, переробл. і допов. Київ : Альтпрес, 2004. 192 с.
43. Дмитрук О. Ю., Дмитрук С. В. Екотуризм : навч. посіб. Київ : Альтерпрес, 2009. 358 с.

44. Дмитрук О. Ю., Щур Ю. В. Екотуризм як дидактична основа раціонального природокористування та геоecологічної освіти. *Регіональні екологічні проблеми* : зб. наук. праць. Київ, 2002. С. 45–50.
45. Довгаль О. В., Моїсєєва Н. І. Оцінка сучасного стану туристично-рекреаційного потенціалу сільських територій регіону. *Агросвіт*. 2019. № 5. С. 32-40.
46. Думас І. З. Екотуризм у заповідних об'єктах Українських Карпат: проблеми та перспективи розвитку. *Екологічна безпека об'єктів туристично-рекреаційного комплексу* : матеріали І Міжнар. наук.-практ. конф., 5–6 груд. 2019 р. Львів : ЛДУБЖД, 2019. С. 23–24.
47. Екогеографія та екотуризм : підручник / В. Г. Петрук та ін. Вінниця : Нілан-ЛТД, 2016. 178 с.
48. Екологічна енциклопедія : у 3 т. / гол. ред. А. В. Толстоухов. Київ : Центр екологічної освіти та інформації, 2008. Т. 3. 472 с.
49. Екологічна стежка (методика, організація, характеристика модельної стежки «Лісники») : брошура / за ред. д-ра біол. наук, проф. Я. П. Дідуха. Київ : Фітосоціоцентр, 2002. 88 с.
50. Екотуризм у світі. *We.org.ua* : веб-сайт. URL: <https://we.org.ua/rizne/ekoturizm-usviti/> (дата звернення: 17.05.2020).
51. Європейський Зелений Курс : Представництво України при Європейському Союзі. URL : <https://ukraine-eu.mfa.gov.ua/posolstvo/galuzev-spivrobitnictvo/klimat-yevropejska-zelena-ugoda>.
52. Заячківська Г. Моніторинг євроінтеграції України у сфері туризму. *Журнал європейської економіки*. 2017. № 2. С. 241-255.
53. Збарський В. К., Грибова Д. В. Особливості еволюційного розвитку туристичної галузі. *Агросвіт*. 2020. № 2. С. 18-23.
54. Зінько Ю. В., Брусак В. П., Майданський М. А. Програма розвитку сталого туризму у національному природному парку «Гуцульщина». *Географія та туризм*. 2012. Вип. 19. С. 77–86.

55. Зінчук Т. О., Ковальчук О. Д. Адаптація туристичного бізнесу до засад політики згуртування сталого розвитку: практики ЄС. *Агросвіт*. 2023. Вип. 3-4. DOI: 10.32702/2306-6792.2023.3-4.105
56. Зубар Н. М., Григорак М. Ю. Логістика у ресторанному господарстві : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2010. 312 с.
57. Іваненко Р. М., Підмогильний С. Б. Екотуризм: Вплив екологічного (зеленого) туризму на розвиток сільських територій. *Bobrytsya* : веб-сайт. URL: <http://bobrytsya.kiev.ua/vpliv-ekologichnogo-zelenogo-turizmu-na-rozvitok-silskih-teritoriy> (дата звернення: 23.03.2018).
58. Іванова З. О. Концепція удосконалення інструментарію управління розвитком туристичної привабливості вітчизнаних територій. *Актуальні проблеми економіки*. 2014. № 8. С. 183-186.
59. Івашина Л. П. Роль об'єднаних територіальних громад у розвитку сільського зеленого туризму. *Державне управління та місцеве самоврядування*. 2017. № 3(34). С. 143–148.
60. Ілляшенко С. М., Ілляшенко Н. С., Щербаченко В. О. «Зелений» туризм як один з напрямів сталого розвитку регіону. *Економіка України*. 2013. № 8. С. 33–39.
61. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні : навч. посіб. Чернівці : Книги-XXI, 2003. 300 с.
62. Кифяк О. Ресурсний потенціал розвитку туристичних дестинацій. *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право*. 2019. № 4. С. 60-70.
63. Козловський Є. В. Правове регулювання туристичної діяльності : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2015. 272 с.
64. Козловський Є. В., Ткаченко Т. І. Організаційно-правові засади здійснення зовнішньоекономічної діяльності суб'єктами туристичного бізнесу. *Інвестиції: практика та досвід*. 2018. № 11. С. 116–120.
65. Козловський Є. В., Ткаченко Т. І. Організаційно-правові засади управління туристичною галуззю. *Вісник НАДУ*. 2005. № 1. С. 400–406.
66. Колісніченко П. Т. Принципи формування організаційно-економічного механізму забезпечення економічної безпеки підприємств малого

та середнього бізнесу. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Сер. Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2017. Вип. 12(1). С. 163–166. URL: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/12_1_2017ua/38.pdf (дата звернення: 10.05.2022).

67. Коляда Т. А. Правове регулювання туристської діяльності : навч. посіб. Харків : ХНАМГ, 2008. 190 с.

68. Коніщева Н. І., Кушнірович Н. О. Методичні підходи до оцінки соціальних, економічних та екологічних наслідків розвитку туризму. *Туристично-краєзнавчі дослідження*. 1999. Вип. 2. С. 165–177.

69. Конституція України від 01.01.2020 № 254к/96-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 15.04.2022).

70. Корнілова О. В., Борблік К. Е. Особливості розвитку туризму в Україні. *Економіка, фінанси, право*. 2018. № 9. С. 12-16.

71. Король М. М., Атаманчук В. В. Аналіз європейського досвіду організації зеленого туризму. *Ефективна економіка*. 2021. № 10. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=9401> (дата звернення: 10.05.2022).

72. Костриця М. М. Підприємницькі засади розвитку сільського туризму : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04. / Житомир. держ. технол. ун-т. Житомир, 2008. 226 с.

73. Костюшин В. А. Вплив рекреації на живу природу. Київ : Нац. екологічний центр України, 1997. 42 с.

74. Коткова Т. М., Козловський О. Ю. Туризмознавство : навч. посіб. Вид. 2-ге, випр. та допов. Житомир : ЖДУ ім. І. Франка, 2013. 191 с.

75. Кубах А. І., Коляда Т. А., Харитонов О. В. Правове регулювання туристської діяльності : навч. посіб. Харків : ХНАМГ, 2010. 282 с.

76. Кудла Н. Є. Шляхи підвищення якості сільського туризму. *Економіка АПК*. 2012. № 5. С. 116–122.

77. Кулініч К. М. Споживання екотуристичного продукту і можливість розвитку екотуризму в Сумській області. *Економічні проблеми сталого*

розвитку : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., присвяч. пам'яті проф. Балацького О. Ф., 24–26 квіт. 2013 р. Суми : СумДУ, 2013. С. 84–85.

78. Куліш І. М. Екологічний туризм як чинник розвитку сільських територій України. *Економіка АПК*. 2013. № 2. С. 80–85.

79. Лепетюк В. Б. Продукти ГІС-технологій для підвищення туристичної привабливості дестинації (на прикладі Чернігівської області). *Геодезія, картографія і аерофотознімання*. 2020. Вип. 92, № 92. С. 55–67. DOI: 10.23939/istcgcap2020.92.055.

80. Липчук В. В., Липчук Н. В. Агротуризм: організаційно-економічні засади розвитку : монографія. Львів : СПОЛОМ, 2008. 160 с.

81. Литвин І. В., Нек М. О. Проблеми та перспективи розвитку сільського зеленого туризму в регіоні. *Регіональна економіка*. 2013. № 2. С. 81–88.

82. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) : навч. посіб. Вид. 2-ге, переробл. і допов. Київ : Альтерпрес, 2003. 436 с.

83. Любіцева О., Сташук К. Розвиток екологічного туризму в Україні. *Економічна та соціальна географія*. 2002. Вип. 53. С. 189–196.

84. Лютак О. М. Тенденції сучасної транснаціоналізації туристичної індустрії в умовах глобалізації. *Актуальні проблеми економіки*. 2016. № 10. С. 8-16.

85. Мазур В. Індустрія гостинності – результативний інструмент розвитку туристичного бізнесу. *Журнал європейської економіки*. 2015. Т. 14, № 3. С. 273–286.

86. Малицький А. А. Організаційно-економічний механізм управління підприємством: сутність та структура. *Рубрика: Соціум. Наука. Культура, Економіка* : веб сайт. URL: <http://intkonf.org> (дата звернення: 11.05.2022).

87. Малік М. Й., Забуранна Л. В. Сільський аграрний туризм як чинник розвитку сільських територій. *Економіка АПК*. 2012. № 5. С. 110–115.

88. Мальська М. П., Худо В. В. Туристичний бізнес: теорія та практика : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2007. 424 с.

89. Мальська М. П., Худо В. В., Занько Ю. С. Організація туристичного обслуговування : підручник. Київ : Знання, 2011. 275 с.
90. Мартієнко А. І., Дишкантюк О. В. Сутність гостинності як економічної категорії. *Економіка: реалії часу*. 2017. № 2(30). С. 72–78.
91. Мартинчук І. В. Біоадекватні підходи зеленого туризму в освітній діяльності / І. В. Мартинчук, О. В. Скидан, М. Ф. Плотнікова // *Наукова молодь–2017* : зб. матеріалів V Всеукр. наук.-практ. конф. молодих учених, 14 груд. 2017 р. Київ : ІТЗН НАПН України, 2017. С. 294–297.
92. Матвієнко А. Державно-правове регулювання туристичної галузі в Україні: історичний аспект. *Юридична Україна*. 2014. № 2. С. 19–23.
93. Матвієнко А. Шляхи вдосконалення законодавства України про туризм. *Юридична Україна*. 2014. № 3. С. 21–25.
94. Мережа «Українська гостинна садиба». *Спілка сільського зеленого туризму України* : веб-сайт URL: <https://www.greentour.com.ua/region> (дата звернення: 11.05.2022).
95. Мокрицький Г. П. Цікава Житомирщина : туристична енциклопедія : у 4-х т. Житомир : Волинь, 2011. Т. 1 : Райони області: Андрушівський, Баранівський, Бердичівський, Брусилівський, ВолодарськоВолинський, Ємільчинський, Коростенський, Коростишівський. 323 с.
96. Незвичайні екоосвітні заняття, проекти та ігри : метод. посібник / Є. Д. Яблоновська-Грищенко та ін. Київ : Паперовий змії-ОПТ, 2020. 104 с.
97. Нездоймінов С. Г., Андрєєва Н. М. Концептуальні підходи до «зеленого регіоналізму» як екологічного імперативу розвитку рекреації та туризму в Україні. *Регіональна економіка*. 2012. № 2. С. 80–88.
98. Нелін О. Актуальні питання правового регулювання туризму в Україні в контексті європейської інтеграції і гармонізації національного законодавства. *Юридична Україна*. 2014. № 12. С. 4–9.
99. Нестерчук І. К., Шевчук Б. Л. Культурний, етнічний та гастрономічний туризм : навч. посібник. Житомир : ЖНАЕУ, 2019. 119 с.

100. Ніколаєв К. Д., Ісаєнко В. М. Екологізація туристичної галузі, її роль у зменшенні впливу на біорізноманіття та навколишнє середовище. *Агроекологічний журнал*. 2009. Спец. вип. С. 228–232.

101. Ніколаєвич О. В. Виробництво екологічної продукції та розвиток зеленого туризму в умовах активного процесу децентралізації. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. Вип. 19. С. 329–334. URL: <http://global-national.in.ua/archive/19-2017/65.pdf>. (дата звернення: 23.03.2018).

102. Олійник Я. Б., Гетьман В. І. Екологічний туризм на теренах національних природних парків і біосферних заповідників України в міжнародний рік екотуризму та гір. *Вісник Київ. нац. ун-ту ім. Т. Шевченка. Географія*. 2002. Вип. 48. С. 5–11.

103. Опанасюк Н. А., Мельник І. Л. Норми туристичного права України: поняття, ознаки та структура. *Часопис Київського університету права*. 2020. № 2. С. 246-251.

104. Осіпчук А. С. Екологізація туристичної сфери діяльності. *Органічне виробництво і продовольча безпека* : зб. пр. учасників X Міжнар. наук.-практ. конф., присвяченої 100-річчю Поліського національного університету, 21–22 квіт. 2022 р. Житомир : Поліський нац. ун-т, 2022. С. 391–393.

105. Осіпчук А. С. Комплексний підхід до популяризації екологічного туризму. *Туризм: міжнародний досвід та національні пріоритети* : зб. матеріалів II Всеукр. наук.-практ. конф., 25 трав. 2018 р. Житомир : Євенок О. О., 2018. С. 59–65.

106. Осіпчук А. С. Організаційно-економічний аспект формування сприятливого середовища для розвитку туризму. *Туризм: міжнародний досвід та національні пріоритети* : зб. матеріалів I Міжнар. наук.-практ. конф., 23 трав. 2019 р. Житомир : ЖНАЕУ, 2019. С. 77–81.

107. Осіпчук А. С. Правовий дискурс туристичної діяльності. *Суспільно-географічні процеси в Східно-Центральній Європі: проблеми, тенденції, напрями* : матеріали III Міжнар. наук.- географ. конф., 26–27 берез. 2020 р., м. Берегове : у 2-х т. Ужгород : ТОВ «РІК-У», 2020. Т. 2. С. 549–556.

108. Осіпчук А. С. Приховані небезпеки в туризмі. *Чорнобильська катастрофа. Актуальні проблеми, напрямки та шляхи їх вирішення* : зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. конф., 26–27 квіт. 2018 р. Житомир : ЖНАЕУ, 2018. С. 278–283.

109. Осіпчук А. С. Теоретичний аспект генезису екологічного туризму в Україні. *Часопис картографії*. 2018. № 18. С. 59–69.

110. Осіпчук А. С. Туризм на території національних парків та об'єктів природно-заповідного фонду як інструмент розвитку територіальних громад. *Інструменти і практики публічного управління в контексті децентралізації* : зб. матеріалів III Міжнар. наук.-практ. конф., 26 черв. 2021 р. Житомир : Поліський нац. ун-т, 2021. С. 56–62.

111. Осіпчук А. С. Філософія екологічної свідомості. *Scientific achievements of modern society* : Abstracts of the 6th International scientific and practical conference, 5–7 February 2020. Liverpool, United Kingdom : Cognum Publishing House, 2020. P. 972–977.

112. Осіпчук А. С., Чернишова Т. М. Роль туризму у розбудові сільських територій. *Туризм: міжнародний досвід та національні пріоритети* : зб. матеріалів II Міжнар. наук.-практ. конф., 22 трав. 2020 р. Житомир : ЖНАЕУ, 2020. С. 22–25.

113. Основи організації наукових досліджень в туризмознавстві : підручник / В. В. Тарасова, І. К. Нестерчук, І. М. Ковалевська, І. В. Мартинчук. Житомир : ЖНАЕУ, 2018. 453 с.

114. Офіційний сайт Міжнародної екологічної програми «Green Key» : *Розблокування стійкості в індустрії гостинності*. URL: <https://www.greenkey.global/> (дата звернення: 11.05.2022).

115. Паук О. Є. Інноваційні напрями розвитку готельного господарства України: екологізація засобів розміщення. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2016. Вип. 26(2). С. 29–32.

116. Пичкур Н. Вплив органічних продуктів харчування. Центр екологічної культури в Запорозжжі. *Аграрний бюлетень*. 2014. № 20(41). С. 22.

URL: <http://ecocenter.zp.ua/blog-ekspertov/11-stati/30-vpliv-organichnikh-produktiv-kharchuvannya-na-zdorov-yalyudini> (дата звернення: 22.08.2020).

117. *Пляжі України з блакитним прапором. 24 Канал* : веб-сайт. URL: https://24tv.ua/odesa/plyazhi-ukrayini-z-blakitnim-praporom-spisok-karta-blue-flag_n1677359 (дата звернення: 12.05.2022).

118. *Природно-заповідний фонд Київської області* : підручник / О. Василюк та ін. Київ : НЕЦУ, 2012. 338 с.

119. Присяжнюк Н. І., Лазоренко Н. П. Економічна доцільність використання геліосистем на базі готелю (на прикладі ПАТ «Прем'єр Палац», м. Київ). *Наукові праці НУХТ*. 2015. Т. 21, № 1. С. 177–181.

120. Про затвердження Методики визначення шкоди та збитків, завданих територіям та об'єктам природно-заповідного фонду внаслідок збройної агресії Російської Федерації : Наказ Міністерства захисту довкілля та природних ресурсів України від 13.10.2022 № 424 URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1416-22> (дата звернення: 12.05.2022).

121. Про обласну цільову Програму розвитку туризму в Житомирській області на 2021–2023 роки : рішення Житомирської обласної ради від 24 груд. 2020 р. № 23. URL: <https://zt.gov.ua/index.php/> (дата звернення: 12.05.2022).

122. Про сільський та сільський зелений туризм : Проект Закону України від 23 жовт. 2003 р. № 4299. URL: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_2?pf3516=4299&skl=5 (дата звернення: 12.05.2022).

123. Про сільський та сільський зелений туризм : Проект Закону України від 05 берез. 2021 р. № 5206. URL: <https://www.kmu.gov.ua/bills/proekt-zakonu-pro-silskiy-ta-silskiy-zeleniy-turizm> (дата звернення: 12.05.2022).

124. Про схвалення Концепції Державної цільової програми розвитку туризму та курортів на період до 2022 року : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 1 серп. 2013 р. № 638-р. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npras/246640434> (дата звернення: 12.05.2022).

125. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 16 берез. 2017 р. №

168-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80#Text> (дата звернення: 12.05.2022).

126. Про туризм : Закон України від 16 жовт. 2020 р. № 324/95-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 12.05.2022).

127. Пугач Н. А. Інформаційно-консультаційне забезпечення розвитку сільського туризму. *Економіка АПК*. 2014. № 9. С. 86–92.

128. Пуцентейло П. Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2007. 344 с.

129. Ринок органічної продукції в Україні за 2020 рік: виробництво продукції та експорт. *AgroPolit.com* : веб-сайт. URL: <https://agropolit.com/spetsproekty/896-zakon-1649-ix-pro-organichnu-produktsiyu-mijnarodne-markuvannya-derjpidtrimka-virobnikiv-organichnoyi-produktsiyi-ta-perevirki-psevdorganiki> (дата звернення: 12.05.2022).

130. Розвиток туристичного бізнесу регіону : навч. посіб. / за ред. І. М. Школи. Чернівці : Книги–XXI, 2007. 292 с.

131. Роскладка Н. О. Технології персоналізації послуг у туризмі. *Економіка та держава*. 2019. № 12. С. 24-32.

132. Сало Я. М. Організація обслуговування населення на підприємствах ресторанного сервісу. Ресторанна справа : довідник офіціанта. Львів : Афіша, 2017. 301 с.

133. Світовий досвід розвитку сільського зеленого туризму : веб-сайт. URL: <http://archive.nbuv.gov.ua> (дата звернення: 17.05.2020).

134. Святогор О. Туризм як сталкерство : [законодавство]. *Український туризм*. 2014. № 3. С. 56–59.

135. Сільський зелений туризм : [навч. посіб.] / уклад. : Т. О. Коберніченко, В. П. Васильєв, П. А. Горішевський, Ю. В. Зінько. Київ : Аграрна освіта, 2005. 76 с.

136. Смирнов І. Г. Логістика туризму : навч. посіб. Київ : Знання, 2009. 444 с.

137. Смолій В. А., Федорченко В. К., Цибух В. І. Енциклопедичний словник-довідник з туризму. Київ : Слово, 2006. 327 с.
138. Сонько С. П. Використання геоінформаційних технологій в організації екологічного туризму (на прикладі об'єктів ПЗФ Черкаської області). *Теорія, практика та інновації розвитку туристичної та готельно-ресторанної індустрії* : матеріали наук.-практ. конф. за міжнар. участю, 28–29 трав. 2015 р. Умань : Візаві, 2015. С. 127–132.
139. Сорокіна Г. О. Екологічний туризм : навч. посіб. Луганськ : Вид-во ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2013. 206 с.
140. Сотнік В. Ю. Екологічний менеджмент в діяльності підприємств готельного господарства. *Сталий розвиток міст* : матеріали XI Всеукр. студентської наук.-техн. конф., 24–26 квіт. 2018 р. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2018. С. 128–129.
141. Софійчук К. К. Підвищення туристичної привабливості України. *Економіка та держава*. 2017. № 10. С. 63-66.
142. Стандартизація, сертифікація та ліцензування в туристичній діяльності : підручник / В. В. Тарасова, І. К. Нестерчук, І. М. Ковалевська, І. В. Мартинчук. Житомир : ЖНАЕУ, 2018. 371 с.
143. Стеченко Д. М., Безуглий І. В. Організаційно-економічний механізм регулювання сфери надання рекреаційно-туристичних послуг. *Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу*. 2014. № 2(26). С. 55–60.
144. Ступень Н. М. Еколого-економічний аналіз стану та перспектив розвитку зеленого туризму в Україні. *Агросвіт*. 2017. № 10. С. 15-19.
145. Тарасова В. В., Ковалевська І. М. Сертифікація пляжного рекреаційного господарства за програмою Blue Flag. *Інфраструктура ринку*. 2020. Вип. 39. С. 277–283.
146. Тарасова В. В., Ковалевська І. М. Унікальні природні комплекси екотуризму України. *Інтелект XXI*. 2020. № 2. С. 212–217.
147. Тищенко С. В., Чернишова Т. М., Осіпчук А. С. Туризм як засіб психологічної та соціальної підтримки груп ризику та людей з особливими

потребами. *Інфраструктура ринку*. 2021. № 51. С. 73–81. DOI: 10.32843/infrastruct51-11

148. Ткаченко Т., Дупляк Т. Конвергентність ринку туристичних послуг. *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право*. 2018. № 6.

149. Товт М., Вінніков О. Законодавчі ініціативи щодо подальшого удосконалення регулювання діяльності в сфері сільського зеленого туризму. *Туризм сільський зелений*. 2014. № 1. С. 9–12.

150. Транченко Л. В. Туризм як пріоритетний напрям розвитку сільської економіки. *Актуальні проблеми економіки*. 2015. № 9. С. 162–168.

151. Туристичне краєзнавство : навч. посібник / І. К. Нестерчук, Г. Л. Махорін, С. В. Тищенко, Т. М. Чернишова. Житомир : Рута, 2019. 185 с.

152. Тюріна Н. М., Гой І. В., Бабій І. В. Логістика : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2015. 392 с.

153. Управління регіональним розвитком туризму : навч. посіб. / В. Ф. Семенов та ін. Одеса : Одеський держ. економічний університет, 2011. 225 с.

154. Угода про асоціацію України з ЄС : Урядовий портал. URL : <https://www.kmu.gov.ua/diyalnist/evropejska-integraciya/ugoda-pro-asociacyu>.

155. Функції туризму в суспільстві: соціальна, гуманітарна та економічна. *Студопедія* : веб-сайт. URL: http://studopedia.com.ua/1_303515_funksii-turizmu-v-suspilstvi-sotsialna-gumanitarna-ta-ekonomichna.html (дата звернення: 16.05.2022).

156. Цаль-Цалко Ю. С., Мороз Ю. Ю., Рябцева Н. О. Бюджетні програми розвитку туризму: формування показників результативності, їх облікове забезпечення і аналіз. *Наукові горизонти*. 2019. № 5(78). С. 75-81.

157. Цивільний кодекс України від 07.05.2022 № 435-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text>

158. Черевко Х. Л. Теоретичні аспекти організаційно-економічного механізму управління діяльністю страхових організацій. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку*. 2012. № 739. С. 57–60.

159. Шандова Н. В., Билим О. С. Фактори впливу на розвиток туристичної привабливості регіону. *Економіка, фінанси, право*. 2018. № 7. С. 21–24.
160. Шкарупа А. К. Екологічний туризм: сутність та перспективи розвитку в Україні. *Confcontact* : веб-сайт. URL: http://www.confcontact.com/2017-ekonomika-i-menedzhment/10_shkarupa.htm (дата звернення: 16.05.2022).
161. Юрченко Ю. Ю. Ключові пріоритети і цільові орієнтири дорожніх карт розвитку туризму. *Економіка та держава*. 2019. № 2. С. 22–30.
162. Analysis of ecotourism potential of Botutonuo beach in Bone Bolango regency, Indonesia / S. S. Eraku et al. *GeoJournal of Tourism and Geosites*. 2021. Year XIV, vol. 36, № 2. P. 624–629. DOI: 10.30892/gtg.362spl09-691.
163. Australian National Ecotourism : What we do. URL: <https://www.ecotourism.org.au/> (Last accessed: 06.05.2022).
164. Ceballos-Lascurain H. The Future of Ecotourism. *Mexico Journal*. 1988. № 1. P. 13–14.
165. Dankevych Y. Ecologically certified agricultural production management system development / Y. Dankevych, V. Dankevych, O. Chaikin// *Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal*. 2016. Vol.2. No.4. pp. 5–16.
166. Eagles P. F. J., McCool S. F. Sustainable Tourism in Protected Areas: Guidelines for Planning and Management. Waterloo, Canada : Department of Recreation and Leisure Studies, 2002. DOI: 10.1079/9780851995892.0000.
167. Management of the development of the tourist industry in the condition of a pandemic / O. Fatkhutdinova et al. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики*. 2021. № 5(40). P. 184–190. DOI: 10.18371/fcaptr.v5i40.244979.
168. Mastika I. K., Nimran U. Destination branding model of an ecological tourism village in Bali, Indonesia. *GeoJournal of Tourism and Geosites*. 2020. Year XIII, vol. 31, № 3. P. 1068–1074. DOI: 10.30892/gtg.31319-542.

169. Siswanto A. Eco-Tourism Development Strategy Baluran National Park in the Regency of Situbondo, East Java, Indonesia. *International Journal of Evaluation and Research in Education (IJERE)*. 2015. Vol. 4, № 4. P. 185–195. DOI: 10.11591/ijere.v4i4.4510.
170. The International Ecotourism Society : What Is Ecotourism?. URL: <https://ecotourism.org/what-is-ecotourism/> (Last accessed: 06.05.2022).
171. Wall G., Ming Su. Chinese university students` perceptions of ecotourism. *International Journal of Services Technology and Management*. 2018. Vol. 24, № 4. P. 356–373.
172. World Tourism Organization : The first global dashboard for tourism insights. URL: <https://www.unwto.org/> (Last accessed: 09.05.2022).
173. Zareba D. Ekoturystyka. Warszawa : Wydawnictwo naukowe PWN, 2008. 196 s.
174. Zhokhova V. Model of competitiveness of eco-tourism product. *Middle-East Journal of Scientific Research*. 2013. № 14(12). P. 1581–1585. DOI: 10.5829/idosi.mejsr.2013.14.12.11020
175. Ziyang Zhang, Zhe Yang. The management innovation of tourism enterprises under the eco-tourism model. *International Conference on Tourism, Economy and Environmental Sustainability*, March 5–7, 2021. Xiamen, China : EDP Sciences, 2021. Vol. 251. DOI: 10.1051/e3sconf/202125103041.

РОЗДІЛ 2

ФОРМУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИХ УМОВ СУЧАСНОГО РОЗВИТКУ ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

2.1. Аналіз та організаційні принципи здійснення туристичної діяльності в ринковій економіці

Ринок туристичних послуг, як сфера реалізації туристичного продукту та економічних відносин як всередині країни, так і за її межами, є одним із ключових видів економічної діяльності для багатьох країн. Індустрія туризму охоплює інтереси багатьох суб'єктів господарювання, що продукують та реалізують туристичні та супутні послуги: туристичних підприємств, транспортних компаній, закладів розміщення, об'єктів громадського харчування, організацій, що надають екскурсійні послуги, музеїв, театрів, інших закладів дозвілля, виробників сувенірної та іншої продукції.

Ринкова економіка в туристичній сфері – це сукупність економічних відносин між суб'єктами туристичної діяльності щодо організації виробництва та обміну товарів і послуг відповідно до законів товарного виробництва [82, с. 80]. Ринок туристичних послуг регулюється законами вартості, попиту, пропозиції, конкуренції, грошового обігу. Туристичний ринок значною мірою залежить від економічних, політичних, екологічних та інших факторів, але першочергово він орієнтується на споживачів – туристів. Диференціація туристського ринку дає можливість сформувати якісний туристичний продукт на основі врахування запитів потенційних туристів, їх індивідуальних потреб, мети та способів подорожі. Такий підхід створює додаткові можливості збільшення конкурентоздатності диференційованого туристичного продукту. Оскільки туристичний ринок – це здебільшого ринок послуг, потрібно враховувати особливості попиту та збуту туристичних послуг: сезонні коливання попиту туристів, розрив у часі між оплатою туристичного продукту і споживання, невіддільність туристичного продукту від джерела формування, неможливість зберігання туристичного продукту, тісний взаємозв'язок між

його складовими елементами, об'єктивна територіальна роз'єднаність споживача і виробника, комплексність туристичних послуг, невідчутність та інші.

Вплив туризму на економіку та ВВП розвинутих країн постійно зростає, однак в Україні він не знаходить відповідного місця в стратегічних планах соціально-економічного розвитку країни, тому ВВП від подорожей та розвитку туристичної індустрії становить лише близько 6% [197; 203, с. 684-685]. За результатами Всесвітнього Економічного форуму в Давосі, Україна займає лише 124 місце в рейтингу інвестицій в туристичний бізнес і 88 місце по привабливості для туристів [181, с. 158-186]. Залучення фінансових потоків у сферу туризму, створення туристичних кластерів, як драйверів росту, нових туристичних маршрутів та екскурсійних програм, може значно покращити стан туристичної галузі як країни в цілому, так і окремих регіонів. Туристичні кластери можуть виступати вагомими інструментами розвитку туризму на регіональному рівні, а новостворені об'єднані територіальні громади стати своєрідними центрами, де створюються туристичні продукти, які після вдалої реалізації приносять прибутки громадам [200, с. 1107-1117]. Україна на даний момент не належить до популярних туристичних країн. Однак цю ситуацію можна змінити.

Туризм як міжгалузеве та поліфункціональне явище є феноменом, що характеризується високим ступенем залежності від природних, культурно-соціальних, економічних і політичних змін в країні. Залучення інвестицій у сферу туризму, використання туристичних кластерів, підготовка кваліфікованих кадрів, розвиток інфраструктури може перетворити галузь відпочинку та розваг на реальний інструмент ефективного розвитку країни. Досвід інших країн свідчить, що туризм також сприяє розширенню міжнародних зв'язків, створенню робочих місць, становленню малого бізнесу, сталому розвитку територій, зростанню економіки країни в цілому.

Функціонування ринку туристичних послуг знаходиться під впливом різноманітних чинників, для систематизації їх поділяють на внутрішні (якість життя населення, рівень соціально-економічного розвитку країни та соціально-

політична ситуація) та зовнішні чинники (стабільність та імідж країни на міжнародному рівні, ступінь інтегрованості у світогосподарську систему, участь країни в міжнародних організаціях, загальний характер та політика міжнародних відносин, політика інших країн у сфері міграції, міжнародного туризму, законодавства) [196, с. 17-20]. Станом на 2020 р. в Україні функціонує 1561 туроператорів та турагентів юридичних осіб та 2306 турагентів – фізичних осіб-підприємців, тобто всього 3867 суб'єктів туристичної діяльності (в тому числі туроператори, турагенти та суб'єкти, що здійснюють екскурсійну діяльність) [188]. Динаміка кількості суб'єктів туристичної діяльності відображає кількісні зміни чисельності підприємств туристичної галузі (рис. 2.1).

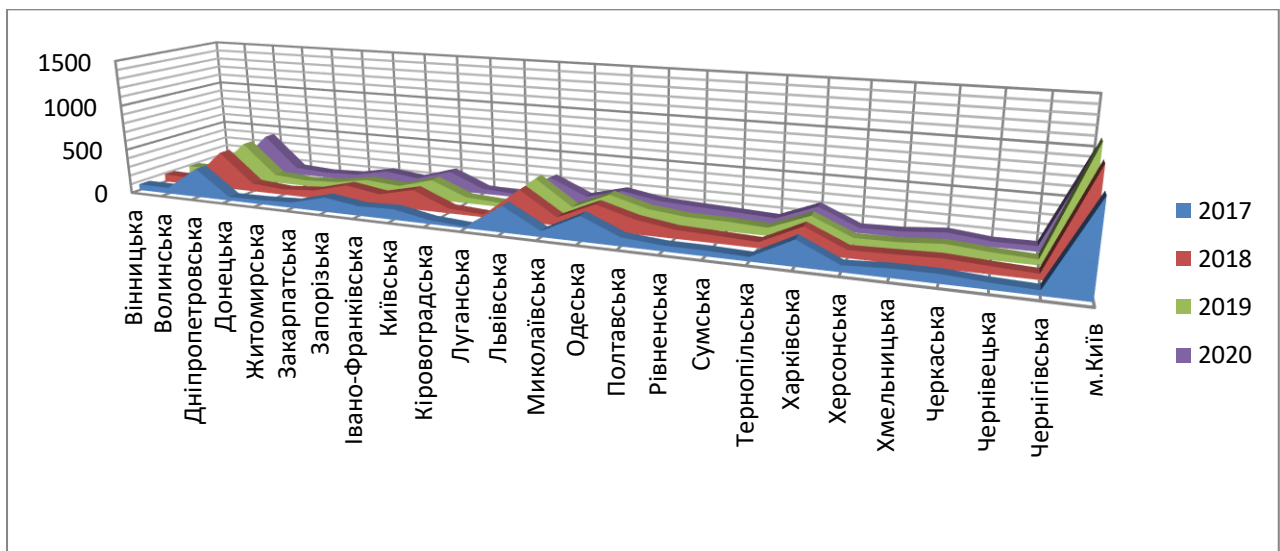


Рис. 2.1. Кількість суб'єктів туристичної діяльності в Україні за регіонами протягом 2017-2020 рр., од.

Джерело: побудовано на основі [188].

Протягом 2017-2020 рр. по всіх областях країни спостерігається збільшення кількості суб'єктів туристичної діяльності у порівнянні 2020 р. з 2017 р. на 396 од. (14,49 %). Якщо порівнювати кількість суб'єктів туристичної діяльності у 2019 р. і 2020 р., то спостерігається зниження кількості як туроператорів та турагентів юридичних осіб (на 236 од.), так і турагентів фізичних осіб-підприємців (на 338 од): перестало функціонувати 574 (майже 13 %) туроператорів та турагентів за регіонами (дод. А). Основною причиною зменшення кількості суб'єктів туристичної діяльності стали карантинні обмеження перетину кордонів та суворий контроль за переміщеннями

всередині країни. Лідерами за кількістю суб'єктів туристичної діяльності в Україні у 2020 р. є м. Київ (1023 од.), Дніпропетровська (431 од.), Львівська (265 од.), Харківська (234 од.), Київська (220 од.), Одеська (194 од.), Запорізька (147 од.) області. Середньонаціональний показник кількості суб'єктів туристичної діяльності за 2020р. становить 154,7 од. Наразі у національній туристичній галузі є великі резерви. Один з них – залучення українців до мандрів всередині країни, адже за статистикою 9 із 10 наших співвітчизників подорожують іншими країнами (рис. 2.2).

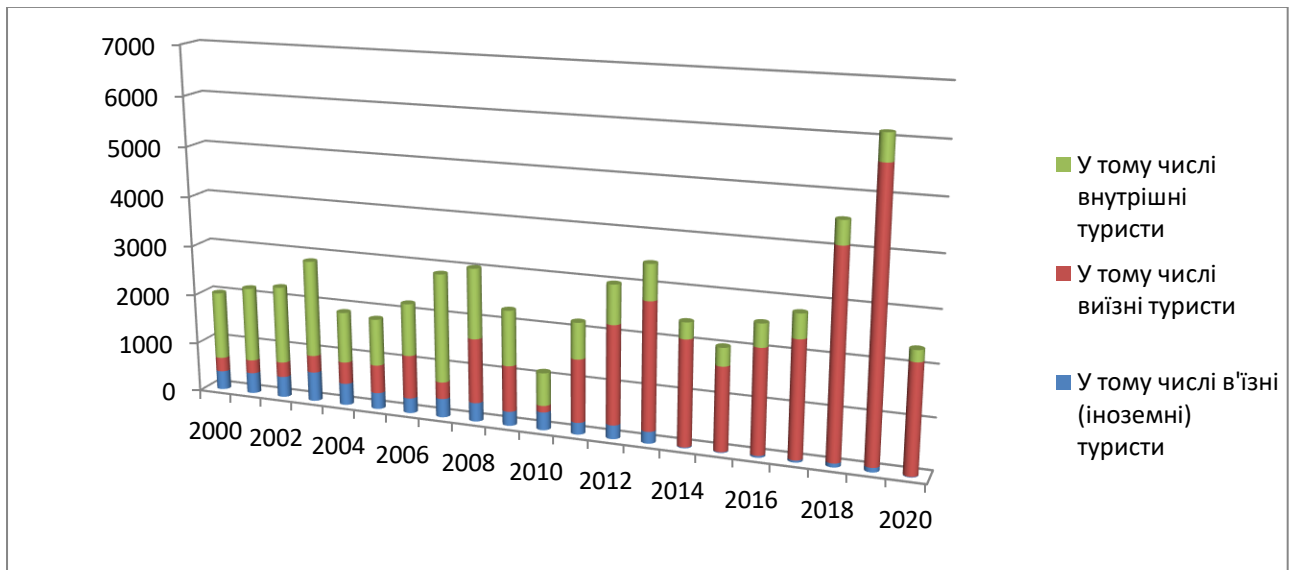


Рис. 2.2. Кількість туристів, обслужованих туроператорами та турагентами, за видами туризму протягом 2000-2020 рр., осіб

Джерело: побудовано на основі [188].

Іншим шляхом розвитку туристичної галузі в Україні є просування національного турпродукту закордон з метою залучення іноземних туристів та, як наслідок, валютних надходжень, створення позитивного іміджу країни, використання закордонного досвіду тощо. Аналізуючи динаміку кількості різних видів туризму, можна побачити, що за останні 5 років йде тенденція зростання загальної кількості туристів. Проте, значну частину, більше 90 %, становлять виїзні туристи, тобто громадяни України, які обирають відпочинок за кордоном. Це негативно впливає на розвиток національного туристичного ринку та супутніх галузей країни. У той же час, зменшилось відсоткове співвідношення внутрішніх та в'їзних туристів порівняно періодом з 2000 до 2013 рр. Аналізуючи динаміку кількості різних видів туристів можна зробити висновок, що з 2015 по 2019 рр. спостерігається тенденція зростання загальної

кількості подорожуючих, але карантинні обмеження зменшили загальний туристопотік у 2020 р. на 61,5 % порівняно з 2019 р.

Ще один тренд сучасного туристичного бізнесу – це прагнення відпочиваючих заощадити на вартості путівки, тобто максимально задовольнити свої потреби при мінімальних затратах. Фахівці сфери туризму стверджують, що більшість українців, які вирішили відпочивати закордоном, відвідують країни з безвізовим режимом або в яких порядок одержання віз спрощено, причиною цього стали нові правила видачі шенгенських віз. Орієнтуючись на побажання українців, туроператори стали пропонувати тури із проживанням у європейських хостелах та невеличких котеджах. Наприклад, вартість перебування в гарному європейському хостелі у Валенсії, Барселоні, Мадриді або Лісабоні стартує від 85 євро за сім ночей (орієнтовно 365 грн за ніч, за курсом 30,07 грн за 1 євро) [199, с. 21-32].

Раніше для відпочинку за прийнятними цінами туристи обирали країни з доларовим ціноутворенням, а зараз можна спостерігати інші тенденції. Внаслідок валютних стрибків різниця у вартості долара і євро значно скоротилася, що дає можливість туристам потрапити на курорти європейських країн, які дотепер були менш доступні українцям. Туристи дедалі більше віддають перевагу таким країнам, як Італія, Іспанія, Португалія, й іншим європейським курортам (рис. 2.3).

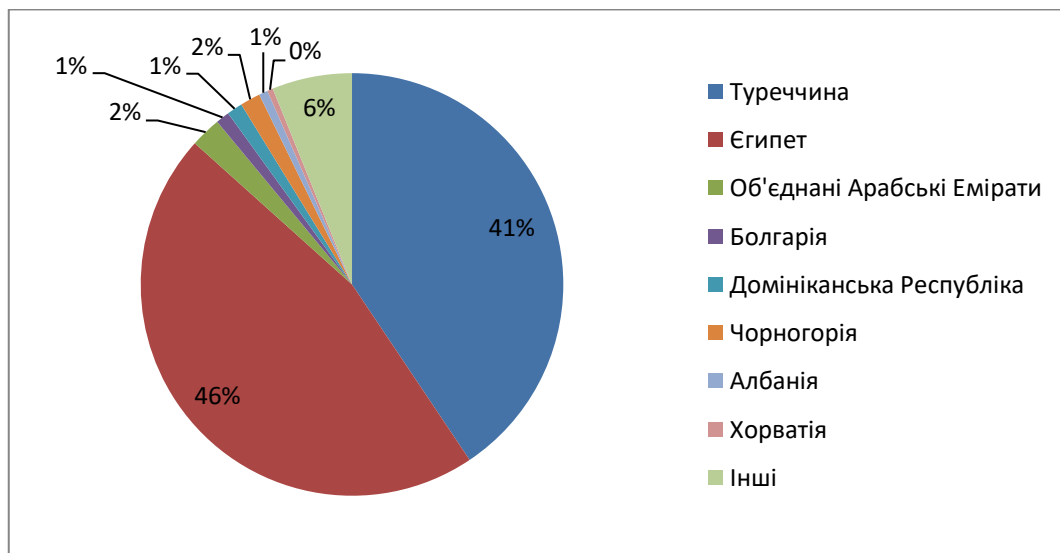


Рис. 2.3. Розподіл туристів за країнами, до яких вони виїжджали з туристичною метою

Джерело: побудовано на основі [188].

Виїзні українські туристи обирають для відпочинку такі країни, як Єгипет та Туреччина (складають 74 % туристів), Об'єднані Арабські Емірати, Іспанія, Греція, Італія Болгарія та інші. Усього 5 524, 866 тис. громадян України подорожувало закордон у 2019 р., що на 1 500 тис. осіб більше, ніж у 2018 р. (на 37 %). У 2020 р. найбільша кількість туристів виїхала до Єгипту (46 %) та Туреччини (41 %), Об'єднані Арабські Емірати (2 %), Болгарія (1 %), Домініканська Республіка (1 %). Вказані тенденції свідчать про збільшення туристопотоку закордон і покращення матеріального становища громадян. До чинників, що впливають на попит виїзного туризму, відносяться простота оформлення документів, спрощений візовий режим, доступна вартість турів, відповідний рівень комфорту. Країни-лідери з в'їзного туризму за підсумками 2018 р.: Білорусь, Ізраїль, США, Німеччина, Туреччина. Більшість подорожуючих у 2019 р. приїхали в Україну з наступних країн: Сполучене Королівство Великої Британії та Північної Ірландії (13 %), Єгипет (12 %), Польща (10 %), Республіка Молдова (9 %), Туреччина, США, Німеччина, Білорусь, Туркменістан. Кількість в'їзних туристів у 2019 р. склала 86,840 тис. громадян інших країн, що на майже 11 тис. осіб більше, ніж у 2018 р. (або на 14 %). Основними іноземними туристами стали відвідувачі з Туреччини (1712 осіб), Індії (817 осіб), Сполученого Королівства Великої Британії та Північної Ірландії (780 осіб), США (776 осіб), Республіки Молдови (758 осіб), Китаю (730 осіб). Загальна кількість іноземних туристів у 2020 р. склала 11,964 тис. осіб, що на 74,876 тис. осіб (86 %) менше, ніж у 2019 р.

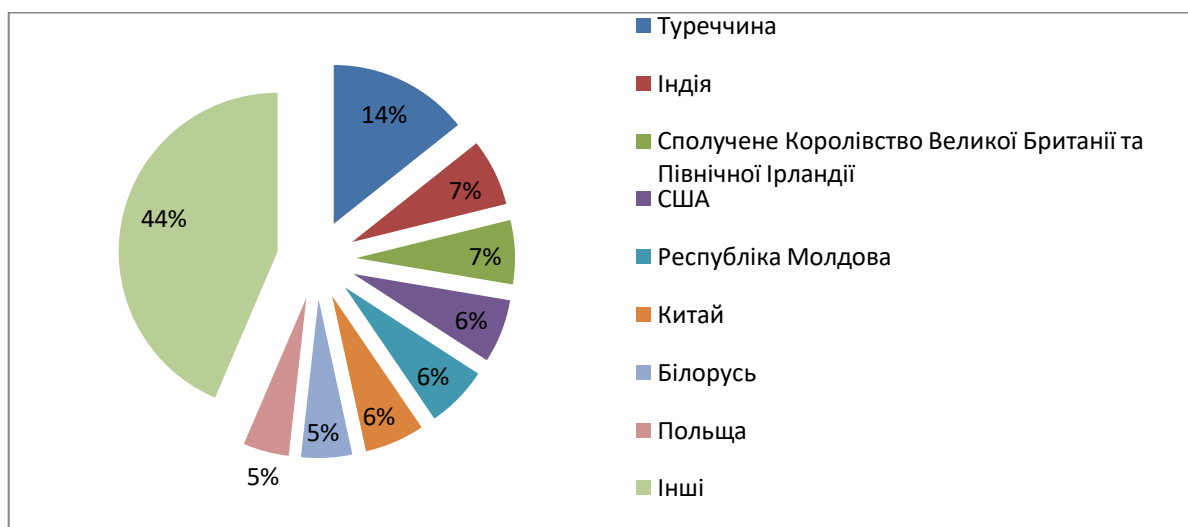


Рис. 2.4. Розподіл в'їзних туристів за країнами, з яких вони прибули в Україну

Джерело: побудовано на основі [188].

У Міністерстві економіки та розвитку зазначають, що в число найпопулярніших для відвідування іноземцями областей входять Закарпатська, Одеська та Харківська (набуває роль центру ділового туризму) області. Українці люблять приїздити у Львівську, Івано-Франківську, Одеську, Київську, а також Дніпропетровську області [193]. Дані області займають лідируючі позиції, проте військова агресія РФ має руйнівні наслідки для економіки туризму. Так, за останній рік військових дій, суттєво вплинули на кон'юнктуру ринку туристичних послуг такі причини, як: 1) внутрішня міграція населення України, що посилила привабливість культурного туризму західних областей (Львівська, Івано-Франківська, Тернопільська, Закарпатська), місцеві бюджети яких впродовж останніх років мали прирости на рівні 22 % за рахунок туристичних прибуттів; 2) знищення окремих зон природних екосистем переважно в південних та східних областях (грунтового покриву, лісових насаджень, прісних джерел води, приморських акваторій, ареалів гніздування птахів та територій концентрації рідкісних видів тварин тощо). Зокрема, єдина область материкової України – Херсонська область, яку називають краєм заповідної природи через унікальний піщаний масив «Олешківські піски» і яка омивається Чорним та Азовським морями, зазнала найбільших природних збитків через втрати природно-заповідних масивів, таких як Асканія Нова (масове знищення тварин), пошкодженість піщаної коси «Арабатська стрілка», заповідника «Бирючий острів» та безлюдного острова «Острів Джарилгач»). Економічних збитків внаслідок війни з РФ завдано природному потенціалу Одеської області через замінування акваторій та знищення об'єктів релігійного, архітектурного і культурного значення; 3) законсервованість функціонування готельних та туристичних комплексів через прогнозовану відсутність масового потоку туристів у літній та інші сезони через військові дії, економічно та політично нестабільну ситуацію в країні; 4) переорієнтація соціально-гуманітарних пріоритетів (перехід до вживання української мови як єдиної національної мови, притаманної українському народу; створення і використання можливостей надання добровільної допомоги внутрішньопереміщеним особам та іншим соціально незахищеним групам),

переоцінка орієнтирів особистого, професійного і громадського життя, що формує необхідність у створенні нової концепції, яка передбачає використання майнових та немайнових благ у короткостроковому невідтермінованому періоді, а також створення умов для реалізації професійного потенціалу, який відповідає внутрішній волі індивіда.

Військова агресія РФ значно знівельовала сучасний стан та перспективи розвитку національного туристичного бізнесу. Окрім призупинення діяльності підприємств туристичного сектору, була нанесена значна шкода довкіллю від військових дій, яка перевищила за підсумками лише 2022 р. 1,743 трлн грн. Зокрема, 280,9 тис. м² – ґрунтів забруднено небезпечними речовинами, 12,27 млн м² – земель засмічено залишками знищених об'єктів та боєприпасів, 686,9 тис. т – нафтопродуктів згоріло під час обстрілів, забруднивши атмосферне повітря небезпечними речовинами, 33,1 тис. га – лісів та інших насаджень випалено ракетами та снарядами, деякі з них можливо відновлюватимуться протягом десятка років, 1,06 млн м² – об'єктів знищено, їх залишки спричинили шкоду довкіллю; 1597 т – маса забруднюючих речовин, що потрапили у водні об'єкти; 2,9 тис. т – маса сторонніх предметів, матеріалів, відходів та інших речовин, які потрапили у водні об'єкти [183]. Найбільше постраждало повітря від горіння нафтопродуктів та лісових пожеж, проте водні ресурси, ґрунти, лісовий фонд, акваторії Азовського та Чорного морів зазнали шкоди та забруднення, обсяги яких обраховуються за допомогою методики затвердженої Міністерством захисту довкілля та природних ресурсів України. Для обрахунку збитків надрам, територіям та об'єктам природно-заповідного фонду спеціалісти ще допрацьовують дві нові методики [126].

Під впливом комплексу негативних тенденцій: - війна; - зовнішня міграція робочої сили; - продовження карантинних обмежень пересування; - недостатня кількість спеціалістів туристичної та супутньої галузей, - недостатньо розвинута база статистики; - потребує оновлення інфраструктура; відсутність впровадження сучасних інформаційно-комунікаційних, рекламних та логістичних технологій; - нестандартизований у порівнянні з європейськими та міжнародними вимогами рівень надання послуг; - недостатня впровадженість

новаційних технологій на базі науково-технічного прогресу; - недостатній безпековий рівень для об'єктів туристичної діяльності – спричинює перехід туристичної галузі у кризовий стан.

Описана ситуація є негативною, адже територія України має потужний потенціал для розвитку готельної індустрії та велику кількість привабливих туристичних локацій. Дана сфера діяльності має позитивний вплив на економіку країни та, у разі її прогресивного розвитку, могла б приносити ще більший вклад в державний видатковий бюджет. Також туризм є інвестиційно перспективною діяльністю, яка може зацікавити не тільки українських інвесторів, а й іноземних [17, с. 303-305]. У дослідженні процесу покращення стану готельного бізнесу важливим є стан матеріально-технічної бази закладів розміщення. Прикладом для їх правильно налаштованої роботи слугують бази найбільших адміністративних та центральних міст країни – Києва, Донецька, Харкова, Дніпропетровська, Одеси та Львова, які мають найпривабливіші туристичні ресурси. Саме ці та ще декілька інших регіонів держави займають лідируючі позиції у кількісному розподіленню готельних закладів на території України (рис. 2.5).

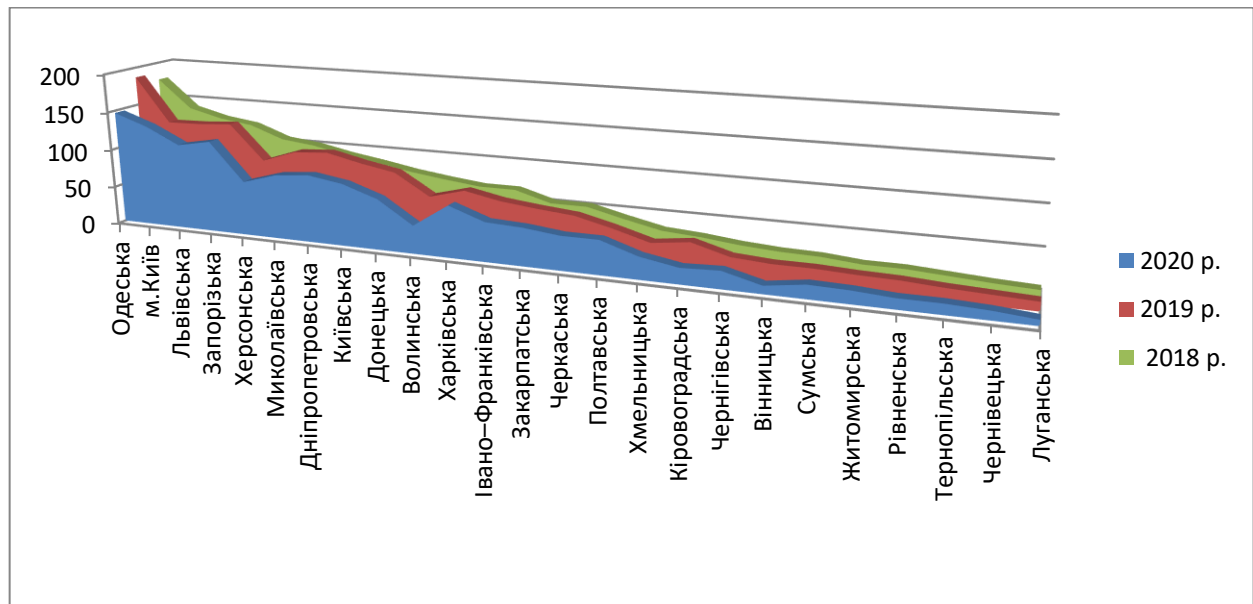


Рис. 2.5. Кількість колективних засобів розміщування туристів за регіонами України протягом 2018-2020 рр., од.

Джерело: сформовано на основі [188].

Лідерами за кількістю колективних засобів розміщування протягом досліджуваного періоду є Одеська – 147 од. (на 17 % менше порівняно з

2018 р.), м. Київ 132 од. (на 6 % менше), Львівська – 111 од. (на 14 % менше), Запорізька – 119 од. (на 3 % менше), Миколаївська – 83 од. (на 19 % менше) та Херсонська – 70 од. (на 34 % менше) області (дод. Б). Загальне зменшення кількості колективних засобів розміщування у період з 2018 по 2020 р. становить 254 од. (16 %), що пояснюється економічним спадом в країні та карантинними обмеженнями у світі.

За кількістю готелів та аналогічних засобів розміщування лідируючі позиції у 2020 р. займають м. Київ – 95 од. (13,0 % від загальної кількості), Львівська – 92 од. (12,6 %), Одеська – 67 од. (9,2 %), Дніпропетровська – 60 од. (8,2 %), Київська – 52 од. (7,1 %), Івано–Франківська – 35 од. (4,8 %). Загальна кількість готелів та аналогічних засобів розміщування у 2020 р. порівняно з 2018 р. зменшилась на 61 од. або на 7,7 % (рис. 2.6). Протягом досліджуваного періоду найменша кількість готелів та аналогічних засобів розміщування спостерігається у Сумській, Тернопільській, Вінницькій (порівняно з 2018 р. показник зменшився вдвічі), Чернівецькій – по 9 од. та Луганській областях – 4 од.

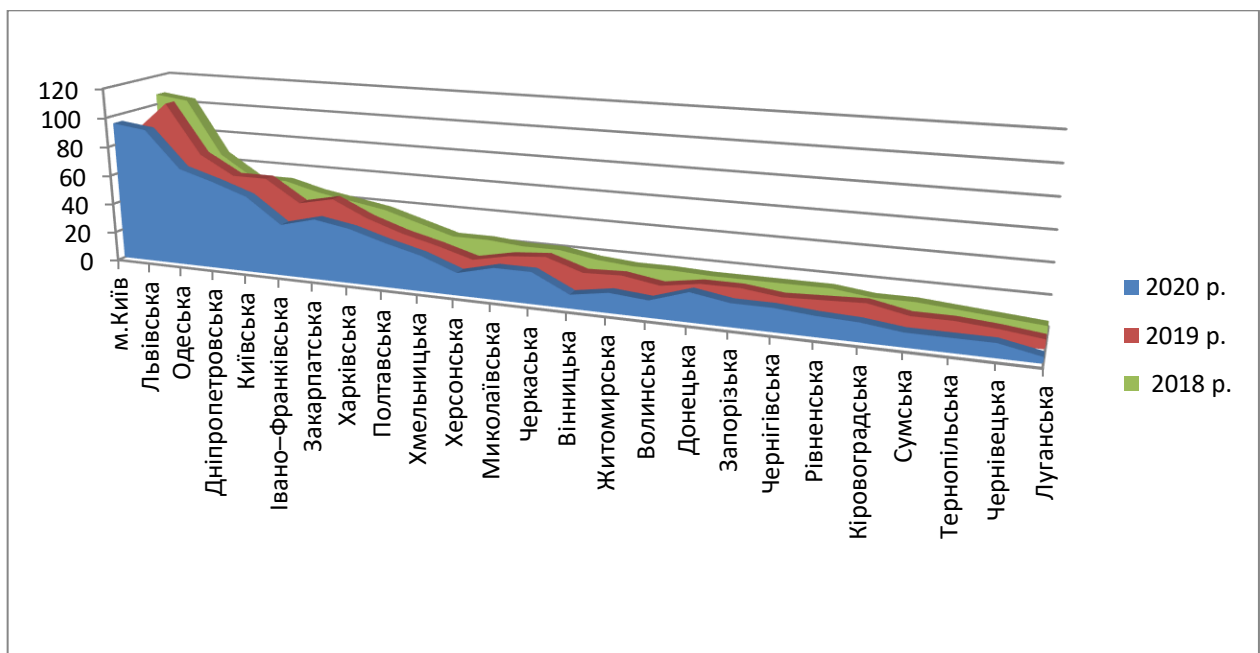


Рис. 2.6. Кількість готелів та аналогічних засобів розміщування за регіонами протягом 2018- 2020 рр., од.

Джерело: сформовано на основі [188].

Найбільша кількість готелів та аналогічних засобів розміщування протягом 2018- 2020 рр., які мають спеціально обладнані номери для осіб з інвалідністю

(рис. 2.7), становила у 2019 р. – 357 од. (у 2018 р. – 284 од., у 2020 р. – 320 од.). Аналогічна ситуація спостерігається і за регіонами країни. Основна частина готелів та аналогічних засобів розміщування, які мають спеціально обладнані номери для осіб з інвалідністю, зосереджена у м. Києві (17,2 % за 2020 р.), а також у Львівській (16,9 %), Одеській (10,9 %), Дніпропетровській (10,6 %) та Київській (7,8 %) областях. Коефіцієнт використання місткості колективних засобів розміщування за регіонами відображає, наскільки ефективно використовуються ресурси закладів розміщення. Середній показник коефіцієнту використання місткості колективних засобів розміщування по Україні у 2018 р. становив – 0,31, у 2019 р. – 0,30, у 2020 р. – 0,20 (на 35 % менше, ніж у 2018 р., що свідчить про менш ефективне використання ресурсів закладів розміщення у зв'язку з меншою кількістю клієнтів). Найвищі коефіцієнти використання місткості колективних засобів розміщування за 2020 р. у Донецькій – 0,32, Миколаївській – 0,28, Вінницькій – 0,26, Житомирська – 0,26, Херсонській – 0,25, Запорізькій – 0,24 та Волинській – 0,24 областях (рис. 2.8). Така ситуація пояснюється тим, що потік туристів змінився менше, ніж в інших областях, тобто турпотік значно не змінився у зв'язку з карантинними обмеженнями та ситуацією в країні. Найнижчі значення цих коефіцієнтів спостерігаються у Сумській (0,14), Рівненська (0,13), Тернопільській (0,10) областях.

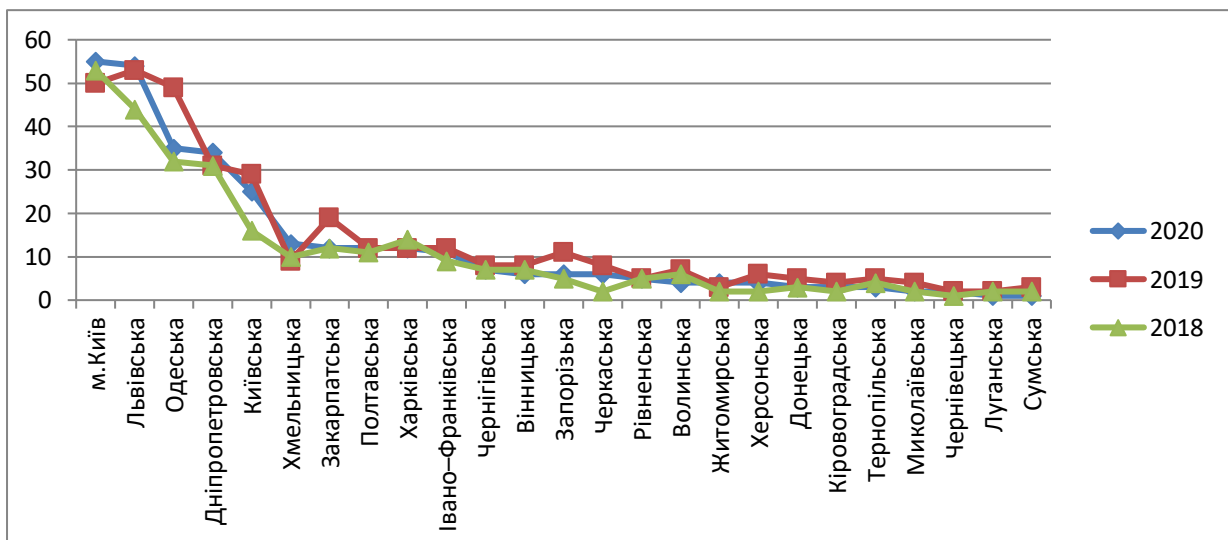


Рис. 2.7. Кількість готелів та аналогічних засобів розміщування, що забезпечені спеціально обладнаними номерами для осіб з інвалідністю, за регіонами протягом 2018-2020 рр., од.

Джерело: сформовано на основі [188].

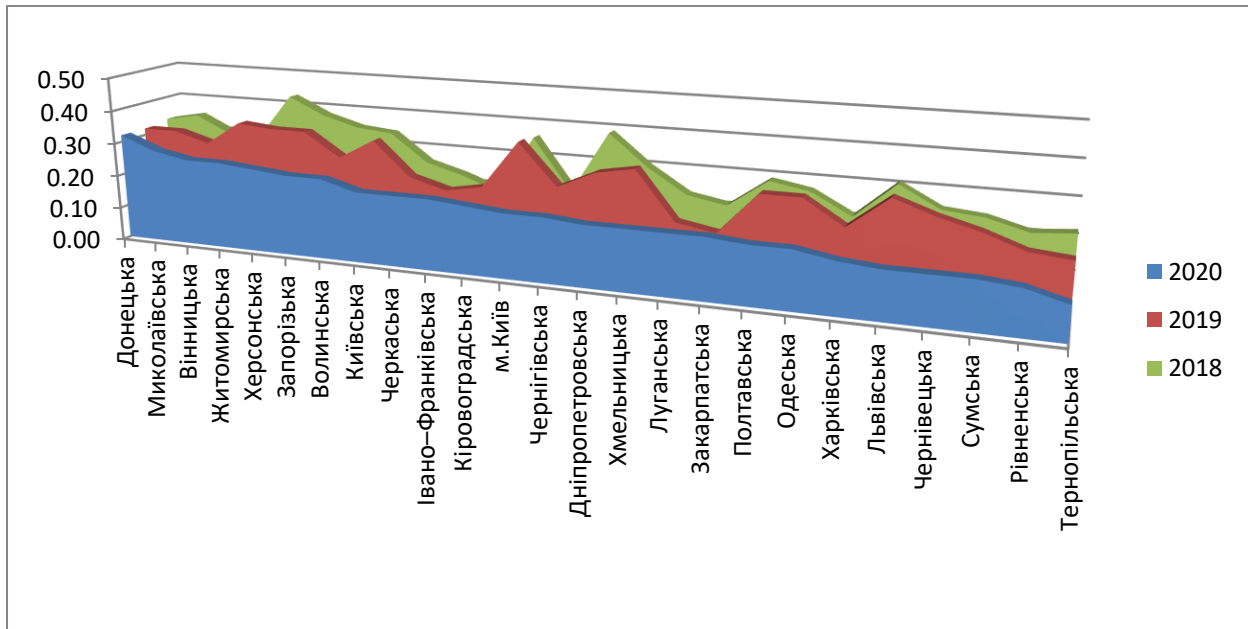


Рис. 2.8. Коефіцієнт використання місткості колективних засобів розміщування за регіонами протягом 2018-2020 рр.

Джерело: сформовано на основі [188].

Науково привабливим для порівняння є кількість ночівель внутрішніх туристів та іноземців у колективних засобах розміщення за регіонами. У період з 2018 по 2020 р. туристи найбільше за кількістю ночівель перебували у м. Київ, Львівській, Одеській, Запорізькій, Київській, Дніпропетровській та Донецькій областях, проте іноземні туристи надають перевагу для розміщення в столиці України. Зі значною різницею по кількості ночівель вирізняються заклади розміщення Львівської та Одеської областей. Іноземцям зручніше розміщуватися в розвинутих містах, де якість надання послуг знаходиться на високому рівні, інфраструктура передбачає використання інформаційних та інших ресурсів іноземними туристами, доступ до атрактивних локацій спрощений, місцеве населення доброзичливо ставиться до іншомовних туристів. Проте, все частіше закордонні туристи відвідують невеличкі міста та сільську місцевість України, їх приваблює автентична культура, побут, звичай, ремесла та можливість насолодитися недоторканими природними ландшафтами. Розуміючи ситуацію, яка не дає можливості Україні розвиватись у сфері туризму та залученню нових гостей, суб'єкти туристичної діяльності починають удосконалювати інфраструктуру дестинацій (види економічної

діяльності для суб'єктів туристичної діяльності, а також у сфері рекреації та готельно-ресторанного бізнесу наведені у дод. В).

Основною проблемою, яка стосується матеріально-технічної бази закладів розміщення, є відсутність в ній сучасних засобів автоматизації надання послуг. Це відбувається тому, що більшість готельних підприємств у містах України будувались за стандартами минулого сторіччя, що не завжди передбачає зручну транспортну розв'язку та використання засобів новітніх комунікацій. Заклади розміщення не відповідають сучасним вимогам будівництва або процес будівництва відбувався за відсутності міжнародних пунктів стандартизації. Тому, у деяких готелях все ще можуть бути відсутні кімнати для проведення конференцій та бізнес-зустрічей або заклад не в змозі надати клієнтам технологічне обладнання для комфортного процесу їх сумісної праці. Чи, наприклад, в готельному підприємстві відсутня концертна чи анімаційна програма з причини того, що немає ні місця для його проведення, ні необхідного обладнання.

Інноваційним форматом аналізу і подання статистичної інформації, яка характеризує галузь туризму є Туристичний барометр України, представлений Громадською спілкою «Національна туристична організація України» 29 січня 2021 р. Туристичний барометр відображає аналіз значного обсягу статистичної інформації з таких офіційних джерел, як Державна прикордонна служба України, Державна служба статистики України, Державна податкова служби України, Національний банк України, головні управління статистики в областях України тощо. Туристичний барометр України 2020 розроблено на замовлення Національної туристичної організації України за підтримки Програми USAID «Конкурентоспроможна економіка України» [184]. Далі розглянуто внесок туризму в сукупну пропозицію товарів і послуг в рамках національної економіки (табл. 2.1). Валова додана вартість в туризмі поділяється на валову додану вартість, що створюється в галузях туризму, та валову додану вартість, що створюється безпосередньо в туризмі. Національна туристична організація визначає валову додану вартість, що створюється в галузях туризму, як сума валової доданої вартості в основних цінах за кожним видом економічної

діяльності в галузях туризму незалежно від того, наскільки виробничий процес спеціалізований на випуску туристичних продуктів [197]. Валова додана вартість, що створюється в галузях туризму у 2018 р. становила 412,5 млрд грн, що відповідає 11,6 % від ВВП України, у 2020 р. – 534,9 млрд грн (на 122,4 млрд грн або на 29,7 % більше, ніж у 2018 р.), тобто 12,6 % від ВВП.

Таблиця 2.1

Внесок туризму в сукупну пропозицію товарів і послуг в рамках національної економіки

Показник	2018 р.		2019 р.		2020 р.		Приріст 2020 до 2018 рр., %	
	млрд грн	% від ВВП	млрд грн	% від ВВП	млрд грн	% від ВВП	ВДВ	ВВП
Валова додана вартість, що створюється в галузях туризму	412,5	11,6	502,2	12,6	534,9	12,6	129,69	1,00
Валова додана вартість, що створюється безпосередньо в туризмі (в основних цінах)	173,7	4,9	195,7	4,9	165,1	3,9	95,04	-0,99

Джерело: розраховано на основі [197].

Фахівці Національної туристичної організації зазначають, що валова додана вартість, яка створюється безпосередньо в туризмі (в основних цінах) визначається як різниця між випуском товарів і послуг в основних цінах, які можуть застосовуватися до туризму, і пов'язаним з туризмом проміжним споживанням, за видами економічної діяльності галузей туризму та інших секторів [184]. Отже, валова додана вартість, що створюється безпосередньо в туризмі, у 2018 становила 173,8 млрд грн, що відповідає 4,9 % від ВВП України, у 2020 р. – 165,1 млрд грн (на 8,6 млрд грн або на 0,9 % менше, ніж у 2018 р.), тобто 3,9 % від ВВП.

Внесок туризму в сукупну пропозицію товарів і послуг в рамках національної економіки розрахована упорядниками Туристичного барометру України на основі даних Державної служби статистики України за методикою допоміжного (сателітного) рахунку туризму. Додаткові показники оцінювання ефективності розвитку сфери рекреації та готельно-ресторанного бізнесу

України наведені у додатку Г. Для порівняння в'їзного та виїзного туристичного потоку використано табл. 2.2, з даних якої можна стверджувати, що виїзні та в'їзні потоки скоротилися у 2020 р. у порівнянні з 2009 р.: з 2009 р. до 2013 р. виїзні та в'їзні потоки збільшувалися, сальдо було позитивне (в'їзд іноземних громадян переважав над виїздом громадян України). Ситуація змінюється у 2014 р. через початок військових дій на Сході країни: виїзні потоки збільшуються до 2019 р. (до початку пандемії), а в'їзні – стрімко знизилися у 2014 р., проте поступово починають зростати до 2019 р.; з 2014 р. сальдо стає від'ємним і з кожним роком зростає по модулю. З початком пандемії COVID-19, спричиненої коронавірусом SARS-CoV-2, у 2019 р. в'їзд та виїзд громадян різко зменшилися через загрозу захворіти коронавірусною інфекцією та обмеження перетину кордону для зменшення поширення хвороби.

Таблиця 2.2

Динаміка руху потоків іноземців та громадян України за напрямками

Рік	В'їзд іноземців та осіб без громадянства в Україну	Виїзд громадян України за кордон	Сальдо
2009	20798342	15333949	5464393
2010	21203327	17180034	4023293
2011	21415296	19773143	1642153
2012	23012823	21432836	1579987
2013	24671227	23761287	909940
2014	12711507	22437671	-9726164
2015	12426266	23141646	-10713360
2016	13333096	24666233	-11335137
2017	14229642	26437413	-12207771
2018	14342290	27976681	-13634391
2019	13709562	29345897	-15636335
2020	3382097	11251406	-7869309
Приріст, у %	16,26	73,38	-

Джерело: за даними [187].

У загальному, з 2009 по 2020 рр. кількість іноземців та осіб без громадянства, які в'їхали в Україну, скоротилася з 20798,342 до 3382,097 тис. осіб, тобто на 17416,245 тис. осіб або на 83,74 %. За той самий період виїзд громадян України за кордон знизився з 15333949 до 11251406 осіб, тобто 4082543 осіб або на 16,62 %. Різниця між в'їзними та виїзними потоками у

2009 р. становила 5464,393 тис. осіб. У 2020 р. виїзні потоки переважали над в'їзними і складала 7869,309 тис. осіб, у загальному сальдо зменшилося на 13333,702 тис. осіб. Туристичний потік у 2020 р. скоротився на 2197,169 тис. осіб (48,21 %) порівняно з 2018 р. і становив 2360,278 тис. осіб (табл. 2.3). Найбільше туристи в'їжджають в Україну з метою дозвілля та відпочинку – 93,17 % у 2018 р. та 96,14 % у 2020 р., всі інші можливі цілі приїзду становлять менше 7 % у 2020 р.: службова, ділова, навчання – 61198 осіб (2,59 %); лікування – 17921 осіб (0,76 %); спортивний туризм – 1538 осіб (0,07 %); спеціалізований туризм – 1538 осіб (0,07 %); з іншою метою 5766 осіб (0,24 %).

Таблиця 2.3

**Розподіл туристів, обслугованих туроператорами та турагентами
(фізичними та юридичними особами) за метою поїздки**

Рік	Одиниці	Кількість туристів, усього	Мета поїздки					
			службова, ділова, навчання	дозвілля, відпочинок	лікування	спортивний туризм	спеціалізований туризм	інші
2018	осіб	4557447	216884	4246177	80306	3739	1976	8365
	%	100	4,76	93,17	1,76	0,08	0,04	0,18
2019	осіб	6132097	271171	5761645	65929	4246	21529	7577
	%	100	4,42	93,96	1,08	0,07	0,35	0,12
2020	осіб	2360278	61198	2269271	17921	1538	4584	5766
	%	100	2,59	96,14	0,76	0,07	0,19	0,24

Джерело: розраховано на основі [188].

Порівнюючи кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, з кількістю ночівель іноземних та вітчизняних осіб у колективних засобах розміщення (рис. 2.9), то прослідковується взаємозв'язок: протягом 2020 р. лідируючими областями є Львівська (100824 осіб), Дніпропетровська (78100 осіб), Івано-Франківська (62479 осіб), Київська (47950 осіб), Харківська (43989 осіб), Запорізька (33169 осіб), Одеська (28182 осіб). Як було зазначено кількість туристів зменшилася по всіх регіонах.

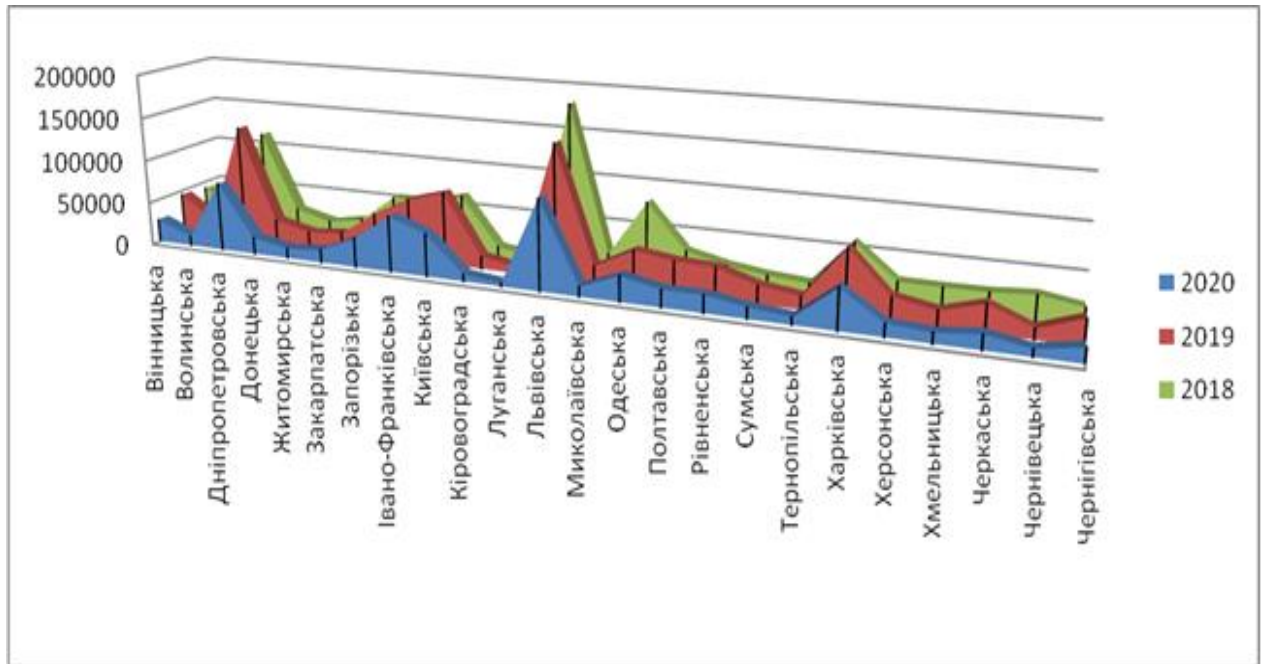


Рис. 2.9. Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами за регіонами України протягом 2018-2020 рр., осіб

Джерело: розраховано на основі [188].

Обсяги туристів, обслугованих туроператорами та турагентами за регіонами протягом 2018-2020 рр. відображено на рис. 2.10. Північний регіон включає Волинську, Рівненську, Житомирську, Київську, Чернігівську, Сумську області; Південний регіон – Одеську, Миколаївську, Запорізьку, Херсонську області; Західний регіон – Закарпатську, Івано-Франківську, Львівську, Чернівецьку, Тернопільську області; Східний регіон – Дніпропетровську, Донецьку, Харківську, Луганську області; Центральний регіон – Хмельницьку, Вінницьку, Кіровоградську, Полтавську, Черкаську області. Окремою групою туристів є подорожуючі, які відвідали м. Київ протягом досліджуваного періоду. Вони становлять більшість у туристичному потоці: 78 % (3550,090 тис. осіб) у 2018 р., 65 % (1788,941 тис. осіб) у 2019 р., 74 % (1739496 осіб) у 2020 р. На Північний регіон припадає 5 % (116,322 тис. осіб), на Південний регіон – 4 % (86,221 тис. осіб), на Центральний регіон – 3 % (80,071 тис. осіб), на Східний регіон – 6 % (144,172 тис. осіб), на Західний регіон – 8 % (193,996 тис. осіб).

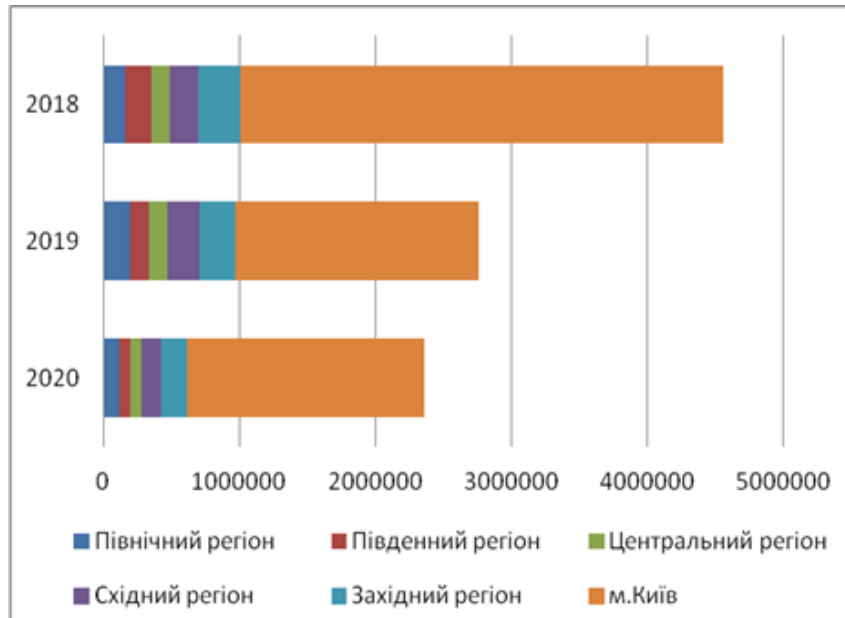


Рис. 2.10. Структура обсягу туристів, обслужених туроператорами та турагентами за регіонами протягом 2018-2020 рр., осіб

Джерело: розраховано на основі [188].

Туристичний потенціал Північного регіону є розвиненим, однак він не користується популярністю серед туристів і потребує заходів просування, державної та інформаційної підтримки, залучення кваліфікованих кадрів, а також інвестицій для створення якісного туристичного продукту. Регіональний ринок туристичних послуг потребує детального дослідження (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

Розподіл туристів, обслужених туроператорами та турагентами на території Північного регіону

	2018 р.		2019 р.		2020 р.	
	осіб	%	осіб	%	осіб	%
Всього по досліджуваному регіону	166660	100	197012	100	116322	100
Волинська область	21807	13,08	17368	8,82	10047	8,64
Житомирська область	17957	10,77	17354	8,81	11203	9,63
Київська область	66385	39,83	81814	41,53	47950	41,22
Рівненська область	22027	13,22	33352	16,93	19269	16,57
Сумська область	16178	9,71	19809	10,05	12004	10,32
Чернігівська область	22306	13,38	27315	13,86	15849	13,63

Джерело: розраховано на основі [188].

Лідером протягом досліджуваного періоду серед областей є Київська: у 2020 р. частка обслужених туристів становила 41,22 % або 47,950 тис. осіб, що на 33864 осіб менше, ніж у 2019 р. і 18,435 тис. осіб менше, ніж у 2018 р.

Рівненська область у 2020 р. прийняла 16,57 % туристів регіону (19,269 тис. осіб), Чернігівська область – 13,63 % (15,849 тис. осіб), Сумська область – 10,32 % (12,004 тис. осіб), Житомирська область – 9,63 % (11,203 тис. осіб), Волинська область – 8,64 % (10,047 тис. осіб). Поповнення місцевих бюджетів в Україні від сплати туристичного збору становила 130,6 млн грн у 2020 р. Лідером серед міст став Київ – 34,7 млн грн (26,6% від національних надходжень). Закарпатська область у 2020 р. отримала 6 млн 436,4 тис. грн надходжень від туристичного збору, що майже на 25% менше за показники 2019-го року. Бюджет Запорізької області за 2020 р. поповнився на 6 мільйонів гривень туристичного збору. Місто Вінниця у 2020 р. 0,91 млн грн, що вдвічі менше показників 2021 р. надходжень від туристичного збору. Житомирська область отримала 1 млн 331,5 тис. грн, з яких 850,0 тис. грн (63,8 %) від територіальної громади м. Житомира [194]. На перший погляд відвідуваність регіону свідчить про низьку атрактивність пам'яток та бідність на туристичні дестинації, проте це не так. Полісся має багату культурну, історичну, релігійну, природну, автентичну, мистецьку спадщину, що створює передумови для розвитку туристичної та супутньої підприємницької діяльності (рис. 2.11).



Рис. 2.11. Туристичні магніти Полісся

Джерело: формалізовано на основі [199, с. 21-30].

До туристичних магнітів Полісся віднесено: Любешівські та Шацькі озера (Волинська область), літературно-меморіальний музей Лесі Українки (м.

Новоград-Волинський, Житомирська область), Тараканівський форт (Рівненська область), «Тунель кохання» (Рівненська область), Водоспад Вчелька (Житомирська область), Поліський природний заповідник, Малу академію народних мистецтв та ремесел (м. Овруч, Житомирська область), рекреаційний пункт «Гаряче каміння» (Словечанський лісгосп АПК, Житомирська область), Національний історико-культурний заповідник у Батурині (Чернігівська область), музей «Слово о полку Ігоревім» (м. Новгород-Сіверський, Чернігівська область) і багато інших місць відвідування, включаючи численні природні заповідні території та об'єкти паломництва.

Для Житомирської області під час першого засідання Ради з питань розвитку туризму при Житомирській обласній державній адміністрації, що відбулося 26.09.2020, туристичними магнітами визначено: геологічний заказник Камінне село (Олевський район), Національний музей космонавтики імені Сергія Павловича Корольова (м. Житомир), Кляштор Босих Кармелітів (м. Бердичів), Парк «Древлянський» (м. Коростень), історико-культурний комплекс «Замок Радомисль» (м. Радомисль). Також було представлено проект Обласної цільової програми розвитку туризму в Житомирській області на 2021-2023 рр., який передбачає зосередження на таких видах туризму, як автентичний, фестивальний, спортивний, релігійний, діловий, медичний.

Для того, щоб ці місця приваблювали туристів, потрібно забезпечити ефективно інформування потенційних відвідувачів всередині країни, робити промоцію туристичного продукту в країнах, де формуються основні турпотоки в Україну, забезпечити інфраструктуру туристичних об'єктів, створити комфортні умови для перебування туристів (враховуючи інтереси місцевого населення), використовувати сучасні технології сфери туризму, забезпечити кваліфікованими кадрами галузь, створити умови для розвитку супутніх галузей (освітніх, медичних, продовольчих, промислово-сувенірних), слідкувати за матеріально-технічною базою дестинацій та оновлювати її [199, с. 23-27].

Незважаючи на критичний стан природних територій та інфраструктурних об'єктів внаслідок військових дій на території України, є потенційно

привабливі локації та напрямки для організації туристичної діяльності. Основний потік інвестицій у довоєнний період спрямовувався у будівництво готельних, ресторанних та розважальних комплексів. У перспективі очікується переорієнтація переліку об'єктів, привабливих для вливання інвестицій, зокрема іноземних: окрім розвитку туристичних дестинацій мілітарі туризму (попит на який стрімко зростає по аналогії відвідування Зони відчуження Чорнобильської АЕС для іноземних туристів після врегулювання військового конфлікту та внутрішньої стабілізації економічних та супутніх процесів), зростатиме попит на відвідування екологічно чистих природних територій та відбуватиметься переорієнтація на відновлення пошкоджених, забруднених, засмічених об'єктів природно-заповідного фонду з метою забезпечення сталого розвитку туризму у рамках Екологічної політики ЄС та інтеграції України до Зеленого курсу ЄС.

Закордонний досвід формування конкурентоспроможності туристичних дестинацій свідчить про те, що одним з найбільш важливих заходів є цілеспрямоване просування туристичних дестинацій. Рекламна діяльність на макрорівні здійснюється, головним чином, за бюджетні кошти та провадиться національними туристичними організаціями, асоціаціями чи їх представництвами закордоном. Багато країн стартують рекламні проекти напередодні відомих національних дат, різних ділових, культурних, мистецьких і політичних заходів. Наразі у світі формується тенденція переходу від державного фінансування маркетингових програм у сфері туризму до фінансування їх приватним сектором через механізм державно-приватного партнерства [204]. З такою ціллю в кожній конкретній дестинації шукають або створюють підприємства, котрі працюють на ринку внутрішнього і в'їзного туризму та супутніх галузях для подальшого просування турпродукту. На шляху розвитку туристичної галузі як у Північному регіоні, так і в Україні, існує цілий ряд перешкод, основними з яких є:

- недостатньо розвинута законодавча база (відсутність окремого закону, що регулює екотуристичну діяльність, недостатньо розвинута система визначення механізмів та особливостей функціонування видів туризму,

недосконалість механізму відповідальності суб'єктів туристичної діяльності за невиконання зобов'язань для споживачів туристичного продукту) та відсутність єдиного органу формування державної політики у сфері туризму на вищому рівні;

- низький рівень розвитку інфраструктури (незадовільний стан покриття доріг у сільській місцевості, відсутність електронних путівників та аудіо гідів, недостатня кількість інформаційних стендів про туристичних локаціях);
- необов'язкове звітування суб'єктів туристичної діяльності, що призводить до нестачі статистичних даних для прогнозування та формування стратегії розвитку галузі;
- недостатня розрекламованість об'єднань туристичних агентств (Туристична асоціація України, Державне агентство розвитку туризму);
- здебільшого низький рівень сервісу у закладах розміщення та харчування;
- бюрократичні затримки у місцях перетину кордону для іноземців та громадян України (відсутність чи неналежне використання засобів інформатизації та електронного обігу документів);
- недостатньо налагоджені відносини взаємодії між навчальними закладами та туристичною галуззю;
- відсутність дієвої маркетингової стратегії щодо просування українського туристичного продукту на національному та міжнародному рівнях [182, с. 332-341].

Для вирішення згаданих проблем туристичної та суміжних сфер створена Національна туристична організація України, місією якої є: консолідація туристичного сектору, розвиток мережі регіональних DMO (Destination Management Organization - Організація управління дестинаціями), підвищення рівня знань та якості національного туристичного продукту у всіх регіонах України НТО [184]. Світова практика створення DMO свідчить про такі переваги від взаємодії приватного сектору економіки, владних органів у туризмі та громади: підняття ефективності бюджетних витрат у сфері туризму, залучення додаткових фінансових ресурсів, застосування управлінського та маркетингового досвіду та інноваційного потенціалу приватних компаній,

взаємоузгодженість дій учасників процесу, врахування суспільної думки при формуванні стратегічних планів. Коледа Г. І. пропонує для впровадження ДМО в Україні модель використання принципів державно-приватного партнерства, де в одній системі перетинаються функції, грошові потоки та компетентності всіх зацікавлених сторін [181, с. 158-165].

Результати діяльності, створеної у 2017 р. Національної туристичної організації, ще мало відчутні у вимірі розвитку та управлінні дестинаціями, прибутковості туристичної сфери, промоції тощо. Першим кроком стало створення туристичного бренду України – однієї з меж ідентичності нашої країни. Наявність туристичного бренду – це можливість створити образ, що запам'ятається, оскільки бренд – це не тільки дизайн, а також певний сенс, впізнаваність, стратегія і тактика просування турпродукту. Позиціонування національного турпродукту дає туристам мотивацію приїхати в країну. Для м. Житомир також було запропоновано візуалізацію туристичного бренду (рис. 2.12).



Рис. 2.12. Приклад логотипу бренду м. Житомир

Джерело: на основі [199].

Для забезпечення прибуткової туристичної діяльності доцільно застосувати досвід управління дестинаціями (ДМО), суть якого полягає в ефективній організації, менеджменті та просуванні певної території, яка приваблює туристів завдяки наявності специфічних чи унікальних туристсько-рекреаційних ресурсів та відповідної інфраструктури. Фахівці зазначають, що «новий турист» характеризується як система «4 E» education – entertainment – excitement – engagement (освіта – розвага – азарт – залучення). Тобто основні потреби, які хочуть задовольнити туристи під час подорожі – це потреби в позитивних, яскравих враженнях, отриманні нової цікавої інформації,

захоплюючих моментах та участі в анімаційних програмах. Сучасний турист також характеризується зростаючими вимогами у сфері екологізації відпочинку, оцінюючи, наприклад, турботу готелю про навколишнє середовище та його вплив на безпосереднє оточення, економію води та використання нешкідливих побутових засобів, використання поновлюваних джерел енергії та екологічне освітлення.

Для того, щоб сформувати потенційний попит туристів з метою відвідування виділених туристичних магнітів Північного регіону та, відповідно, збільшити грошові надходження від провадження туристичної та супутніх видів діяльності, потрібно визначити та презентувати переваги природно-рекреаційних ресурсів, а також підсилити потенціал туристичного регіону за рахунок взаємодії туристичних інформаційних центрів з територіальними громадами, сформувати і розрекламувати привабливий туристичний продукт, забезпечити дестинації інфраструктурою та якісним сервісом за конкурентними цінами.

2.2. Економічний та природно-рекреаційний потенціал екологічного туризму

Наявність економічного та природно-рекреаційного потенціалу території є підґрунтям регіонального розвитку туризму та сприяє раціональному використанню ресурсів з метою відпочинку та рекреації. Економічний потенціал включає наявні та придатні до мобілізації основні джерела, засоби конкретної території, елементів потенціалу цілісної економічної системи, що використовуються і можуть бути використані для економічного зростання й соціально-економічного прогресу досліджуваного регіону [82, с. 119]. Економічний потенціал туристичної галузі це комплексна, динамічна, структура з взаємопов'язаними елементами виробничого, кадрового, організаційно-управлінського, інвестиційно-інноваційного потенціалу та стратегії розвитку.

Природно-ресурсний потенціал є комплексом природних ресурсів та природних умов, властивих певній території, визначається кількістю, якістю, поєднанням природних ресурсів території [82, с. 112]. Природні ресурси – це якісні властивості елементів природних систем, які використовуються або потенційно можуть бути використані для одержання кінцевого результату з метою забезпечення потреб населення (земельні, лісові, водні, мінерально-сировинні, фауністичні, флористичні). Природні умови – компоненти і властивості живої та неживої природи, що прямо чи опосередковано впливають на життя та діяльність людини, є визначальними у веденні господарської діяльності (рельєф земної поверхні, клімат, складові атмосфери, органічно-мінеральні суміші).

Гармонійно поєднані природні ресурси: лісові кліматичні, біологічні, гідрологічні, ландшафтні, джерела мінеральних вод, лікувальні грязі – можуть стати передумовою для здійснення туризму та використовуватися з метою відновлення та розвитку життєвих сил людини. Пришвидшені темпи урбанізації, інформатизації, індивідуалізації та виконання карантинних заходів створюють умови для пошуку відпочинку в межах природного середовища. Екологічний туризм з рекреаційними і пізнавальними можливостями може задовольнити зростаючий попит на природоорієнтований відпочинок та сформувати суспільну свідомість щодо охорони і раціонального використання природних ресурсів.

Згідно з Австралійською (класичною) моделлю екологічний туризм – це подорожі у відносно непорушену «дику» природу, в категорію яких відносять перш за все об'єкти та території природно-заповідного фонду [180, с. 43-52]. До природно-заповідного фонду України належать: «ділянки суші і водного простору, природні комплекси та об'єкти, які мають особливу природоохоронну, наукову, естетичну, рекреаційну та іншу цінність і виділені з метою збереження природної різноманітності ландшафтів, генофонду тваринного і рослинного світу, підтримання загального екологічного балансу та забезпечення фонового моніторингу навколишнього природного середовища»

[190]. Природно-заповідний фонд України знаходиться під державним управлінням Міністерства захисту довкілля та природних ресурсів України.

Значною є роль екологічного туризму у розвитку особистості – підвищення інтелектуального рівня відпочиваючих та туристів через реалізацію пізнавальних потреб у процесі їх самостійного проходження екологічними стежками та маршрутами, а також участь у спеціально розроблених екологоосвітніх, культурно-пізнавальних, екотренінгових та інших програмах [109, с. 59-67]. Наразі суспільство перебуває у постійному емоційному навантаженні через наслідки пандемії, нестабільну ситуацію в країні, економічний спад та карантинні обмеження, тому вибір відпочинку з перебуванням у природному середовищі сприятиме відновленню регулятивних та адаптаційних механізмів людського організму, а також посилюватиме імунітет. Екологічний туризм забезпечує розмаїття вражень, контрастну зміну обстановки і видів діяльності, що сприяє послабленню нервового напруження та емоційному розвантаженню [109, с. 67].

Природні ресурси є компонентами навколишнього природного середовища, характеризуються певними властивостями, складом, кількісними та якісними показниками, зміною окремих параметрів. Екотуристичні ресурси можуть існувати без використання за призначенням чекаючи появи екотуристів, або можуть активно використовуватися. Однак, природний потенціал України використовується не більше, ніж на 25 відсотків [30, с. 62]. Для того, аби природні ресурси використовувати, потрібно знати їх характеристики та властивості. Екологічний туризм неможливий без природних ресурсів, тобто рекреаційних ресурсів, які є компонентами природного середовища і феноменами національного характеру, що можуть бути використані для організації відпочинку. Рекреаційні ресурси характеризуються національно-просторовою і часовою відносністю, контрастністю із звичайним середовищем мешкання людини та поєднанням різних природних і культурних середовищ. Найбільш привабливими для туристів є крайові зони, які розташовуються на перетині різних середовищ, наприклад, акваторії з суходолом, лісисті місцевості з горами чи галявинами, пагорбів з рівнинами

чи болотами тощо). Для рекреації та освітньо-пізнавальних цілей найбільш привабливі поєднання кількох контрастних середовищ, наприклад, гориста місцевість з акваторіями та різноманітним культурно-розважальними елементами. Саме вони створюють найбільш привабливі рекреаційні дестинації, а багатство середовища на екотуристичні ресурси зумовлено їх обсягом та якістю. Оскільки екологічні ресурси є компонентами природи, вони класифікуються за належністю до того чи іншого класу або явища природи на дві групи: ресурси природного та природно-антропогенного походження. До перших належать геологічні, орографічні, кліматичні, водні, флористичні екоресурси. До природно-антропогенних належать ті, в яких, крім природної, є складова людської діяльності (ботанічні сади, дендропарки, зоопарки тощо).

Геологічними об'єктами екотуризму можуть бути кар'єри з видобутку граніту, крейди, залізної руди тощо, як діючі, так і закинуті (Базальтові стовпи - пам'ятка природи місцевого значення, Рівненська область). Великий інтерес становлять і печери, яких існує у світі безліч, особливо багато у Тернопільській області (Оптимістична, Попелюшка та ін.). Важливо зазначити, що в деяких печерах сформувався специфічний рослинний і тваринний світ. Клімат в екотуризмі відіграє важливу роль в безпосередньому впливі на людину і справді служить поняттям «ресурс» у туризмі, оскільки може бути негативним і позитивним: помірна температура та вологість, незначний рух повітря є сприятливими для життєдіяльності та рекреації, а висока або низька температура, вологість, стрімкий та потужний рух повітря – несприятливими і, навіть, загрозливими.

Роль води в туризмі настільки велика, що її наявність або відсутність часто є найважливішим фактором при виборі місця відпочинку. Цінність водних об'єктів здебільшого зумовлена тим, якою мірою є їх можливість задовольняти потреби людей [30, с. 78-81]. Мають значення розміри водних об'єктів, чистота води, інфраструктура, можливість поставити намети тощо. Важливим елементом потенціалу об'єктів екологічного туризму є флористичні та фауністичні ресурси. Різні види рослинного і тваринного світу поширені по території України нерівномірно, що викликано відмінностями умов життя в

різних її частинах, до яких належать особливості клімату, рельєфу, внутрішніх вод, ґрунту, рослинності. Певні види поширені переважно там, де найкраще забезпечується їх існування: ліси, степи, гірські райони, болота, річки, заплави, моря, дельти, лимани. Особливу увагу під час екскурсій приділяють рідкісним та «червонокнижним» видам.

Екотуристична діяльність суттєво пов'язана не тільки з оздоровленням і відновленням фізичних і духовних сил людини, але і з культурно-пізнавальним відпочинком. Об'єкти культурно-історичної спадщини поділяються на матеріальні і духовні: матеріальні охоплюють сукупність засобів виробництва та інших цінностей суспільства на кожній історичній стадії їх розвитку, а духовні включають досягнення суспільства в освіті, науці, мистецтві, літературі. Але не всі надбання минулого належать до екотуристичних ресурсів. До них прийнято відносити тільки ті культурно-історичні об'єкти, які досліджені науковими методами і мають суспільне значення та можуть бути використані для задоволення екотуристичних потреб деякої спільності людей.

Оскільки території та об'єкти природно-заповідного фонду є важливими ресурсами для екологічного туризму, потрібно розглянути суть даної категорії. Природно-заповідний фонд – це сукупність ділянок суходолу і водного простору, виділених з метою підтримання загального екологічного балансу та збереження природної різноманітності ландшафтів, тваринного і рослинного світу [192]. Його існування, функціонування і розвиток регулюється Законом України «Про природно-заповідний фонд України» [189]. До природно-заповідного фонду належать природні території і об'єкти, а також штучно створені об'єкти, яким внаслідок їх унікальності, типовості, непоновлюваності надано особливий охоронний правовий статус: усі охоронювані законом території та об'єкти, курортні та лікувально-оздоровчі території, рекреаційні зони, водно-болотні угіддя та інші природні об'єкти, що мають особливу наукову цінність тощо. Об'єкти та території природно-заповідного фонду класифікуються за важливістю: існують міжнародного, національного та місцевого значення.

В Україні представлено 11 категорій об'єктів природно-заповідного фонду: національні природні парки, регіональні ландшафтні парки, біосферні та природні заповідники, парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва, ботанічні сади, дендрологічні парки, заповідні урочища, пам'ятки природи, заказники, зоологічні парки (табл. 2.5).

Таблиця 2.5

Об'єкти природно-заповідного фонду України

Об'єкти ПЗФ	2012 р.		2015 р.		2019 р.		2020 р.		Динаміка зміни ПЗФ за 2012-2020 рр., %	
	од	тис. га	од	тис. га	од	тис. га	од	тис. га	за кількістю	за площею
Природні заповідники	19	201,5	19	205,3	19	206,6	19	206,6	100,0	102,5
Біосферні заповідники	4	252,1	4	252,1	5	479,1	5	479,1	125,0	190,0
Національні природні парки	47	1215,8	49	1311,6	52	1378,1	53	1387,1	112,8	114,1
Заказники	3042	1352,8	3131	1383,5	3354	1423,3	3398	1434,4	111,7	106,0
Пам'ятки природи	3388	28,7	3422	28,8	3513	30,2	3580	35,6	105,7	124,0
Ботанічні сади	28	2,0	28	2,9	28	2,9	28	2,9	100,0	100,0
Зоологічні парки	13	0,4	13	0,4	13	0,4	13	0,4	100,0	100,0
Дендрологічні парки	54	1,8	57	1,8	61	1,8	62	1,8	114,8	100,0
Парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва	556	13,1	569	13,2	581	13,3	588	13,4	105,8	102,3
Регіональні ландшафтні парки	69	758,6	81	786,1	83	787,9	85	828,8	123,2	109,3
Заповідні урочища	808	95,7	811	97,8	603	95,7	802	95,6	99,3	99,9
Всього	8026	3650,8	8184	3803,1	8512	4085,9	8633	4485,9	107,6	122,8

Джерело: сформовано на основі [183; 188].

Природно-заповідний фонд України складається з 8633 об'єктів та територій, площею 4485,0 тис. га (станом на 01 січня 2021 р.). Порівняно з 2012 р. кількісно природно-заповідний фонд зріс на 607 об'єктів або на 7,5 %, а за показниками площі збільшився на 834,2 тис. га або на 22,9 %. Важливу роль

у формуванні природно-рекреаційного потенціалу відіграють природні заповідники (19 од.) та біосферні заповідники (5 од.). В межах території України представлено 53 національні природні та 85 регіональних ландшафтних парків. Найбільш чисельні групи об'єктів ПЗФ України за кількістю це пам'ятки природи 3388 од. у 2012 р. та 3580 од. у 2020 р. (42 %) та заказники 3042 од. у 2012 р. (38 %) та 3398 од. у 2020 р. (39 %) протягом всього періоду з 2012 р. по 2020 р. (Додаток Д).

Заповідні урочища становлять 10 % у 2012 р. (808 од.) та 9 % у 2020 р. (802 од.), а національні природні парки, регіональні ландшафтні парки, парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва, біосферні та природні заповідники, ботанічні сади, зоологічні та дендрологічні парки у сукупності становлять 10 %. Структура об'єктів ПЗФ України за площею також суттєво не змінилася протягом 2012-2020 рр. Найбільші по показникам площі є заказники (1352,8 тис. га або 35 % у 2012 р., 1434,4 тис. га % у 2020 р.), національні природні парки (31 % протягом досліджуваного періоду: 1215,8 тис. га у 2012 р. та 1387,1 тис. га у 2020 р.), регіональні ландшафтні парки (19 % у 2012 р. – 758,6 тис. га та 18 % у 2020 р. – 828,8 тис. га). Прослідковується динаміка зростання по показникам площі біосферних заповідників: з 252,1 тис. га у 2012 р. (6 %) до 479,1 га у 2020 р. (11%). Природні заповідники у структурі об'єктів становлять 5 % протягом досліджуваного періоду (201,5 тис. га у 2012 р. та 206,6 тис. га у 2020 р.). Інші об'єкти ПЗФ (заповідні урочища, пам'ятки природи, ботанічні сади, парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва, дендрологічні та зоологічні парки) займають площу 141,7 тис. га, що у структурі відповідає 4 % у 2012 р. та 148,9 тис. га у 2020 р. (3 %).

Найбільша кількість об'єктів та територій природно-заповідного фонду спостерігається у категоріях заказники та пам'ятки природи, крім рівня значення вони розподіляються за типологічними характеристиками: ботанічні, іхтіологічні, геологічні, карстово-спелеологічні, гідрологічні, ландшафтні, ентомологічні, лісові, загальнозоологічні, орнітологічні тощо. Хоча заказники є нижчими категоріями природно-заповідних об'єктів порівняно із природними заповідниками і біосферними резерватами, вони створені для часткового взяття

під охорону тварин, рослин та інших природних ресурсів на постійній або тимчасовій основі (рис. 2.13, 2.15).

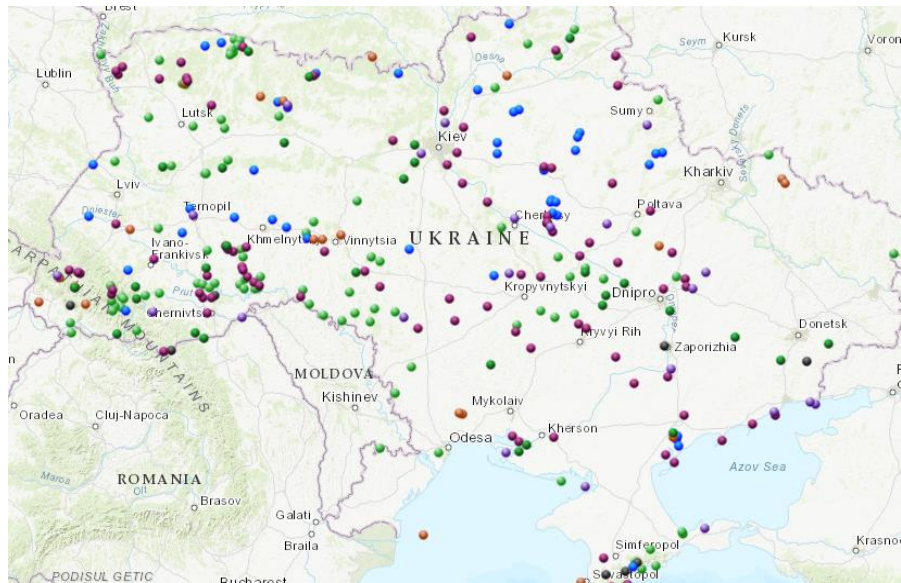


Рис. 2.13. Заказники загальнодержавного значення на території України

- Ботанічні
- Геологічні
- Гідрологічні
- Загальнозоологічні
- Карстово-спелеологічні
- Ландшафтні
- Лісові
- Орнітологічні

Джерело: на основі [189].

Найбільша кількість заказників сконцентровано у західній та центральній частині країни, найчисельнішими у даній категорії є Найбільша кількість ботанічні (83 од.) та ландшафтні (82 од.) заказників. Структура заказників загальнодержавного значення відображена на рис. 2.14.

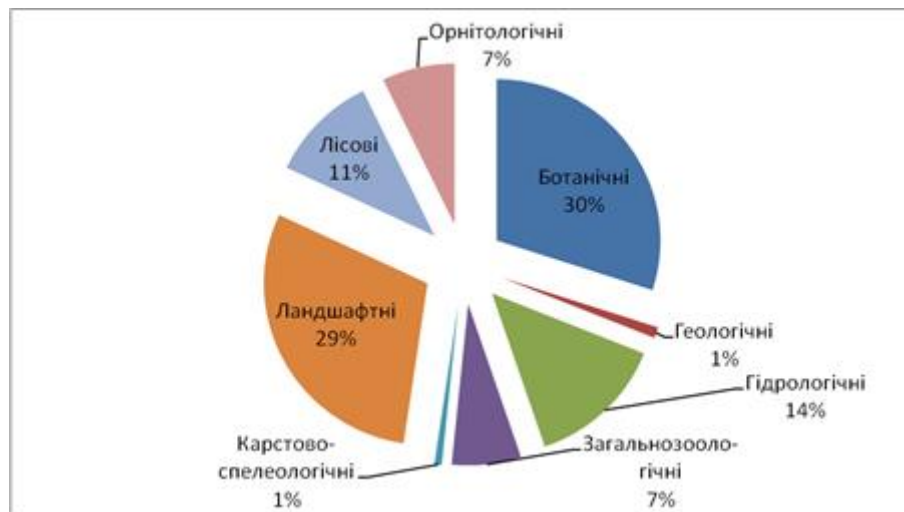


Рис. 2.14. Структура заказників загальнодержавного значення за 2021 р.

Джерело: на основі [189].

Всього нараховується 328 заказників загальнодержавного значення площею 486,113 тис. га. Серед них найбільшу питому вагу мають ботанічні – 30 %, ландшафтні – 29 %, гідрологічні – 14 % та лісові – 11 %. Всі інші складають незначну частку: загально зоологічні – 7 %, орнітологічні – 7 %, карстово-спелеологічні – 1 %, геологічні – 1 %.

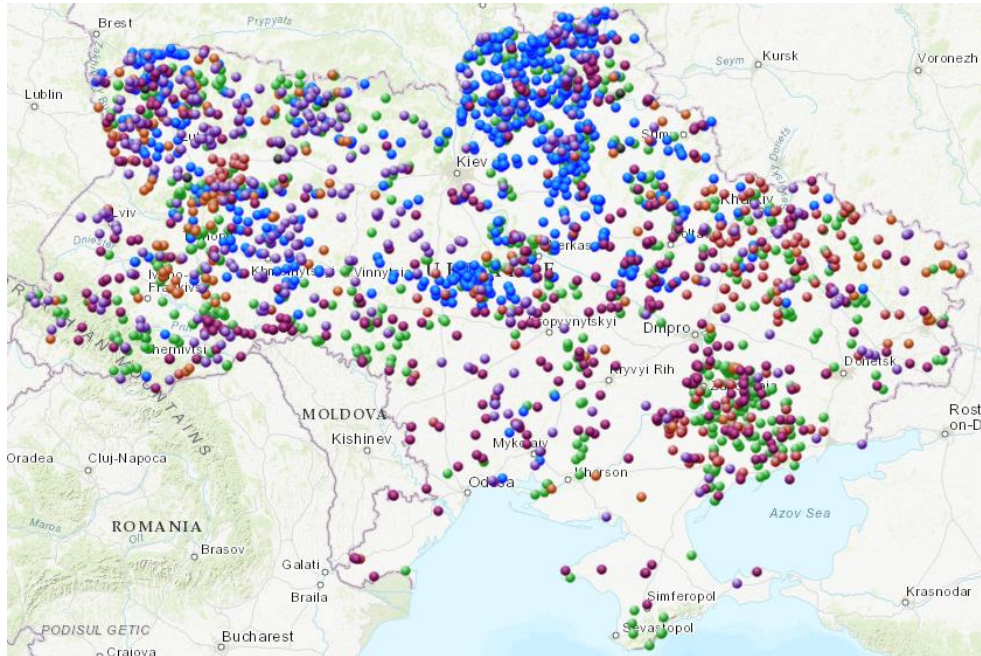


Рис. 2.15. Заказники місцевого значення на території України

- Ботанічні
- Геологічні
- Гідрологічні
- Ентомологічні
- Іхтіологічні
- Карстово-спелеологічні
- Ландшафтні
- Лісові
- Загальнозоологічні
- Орнітологічні

Джерело: на основі [189].

Заказники місцевого значення рівномірно розміщені по всій території країни, проте слід зазначити, що велика кількість гідрологічних заказників розташовані у Київській, Чернігівській, Черкаській та Волинській областях; орнітологічні розташовані у Волинській, Тернопільській та Чернівецькій областях, ботанічних найбільше у Запорізькій, ландшафтні зосереджені у Чернігівській, Запорізькій, Полтавській та Волинській областях. Беззаперечними лідерами по кількості заказників є гідрологічні (592 од.) та ботанічні (630 од.). У структурі заказників місцевого значення переважають ботанічні – 28 %, гідрологічні – 27 %, ландшафтні – 15 % та лісові – 11 %. У свою чергу загальнозоологічні та ентомологічні складають по 7 %, геологічні – 1 %, карстово-спелеологічні – 1 %.

орнітологічні – 4 %, іхтіологічні – 1 %, геологічні – менше 1 % (рис. 2.16). Іншою категорією природно-заповідного фонду є пам'ятки природи, завданнями яких є охорона та збереження природного комплексу території, його рослинного та тваринного світу; підтримка загального екологічного балансу в регіоні; поширення еколого-освітніх знань тощо. На території пам'яток природи забороняється будь-яка діяльність, що суперечить меті та завданням і загрожує збереженню або призводить до деградації чи зміни первісного її стану, у тому числі меліоративні, геологорозвідувальні, проїзд транспорту, будівництво, засмічення та забруднення території тощо [191].

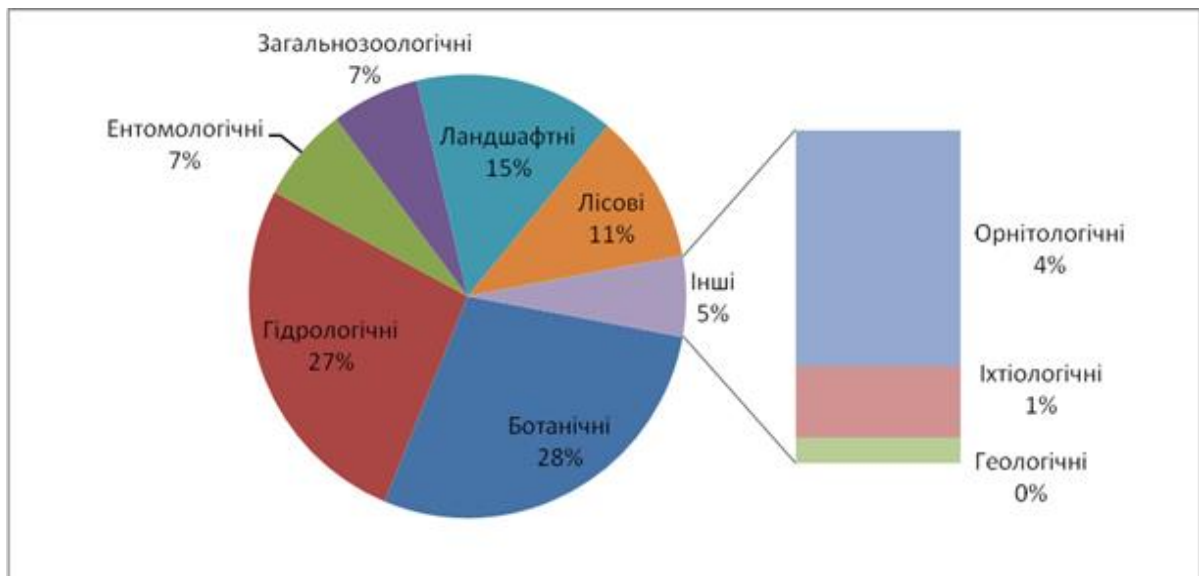


Рис. 2.16. Структура заказників місцевого значення за 2021 р.

Джерело: на основі [189].

Пам'ятки природи поділяються на ботанічні, зоологічні, геологічні, комплексні та гідрологічні – кожна з яких має своє призначення та особливості (рис. 2.17). Значна частина пам'яток природи зосереджена у південно-західній частині країни. За чисельністю переважають ботанічні (1544 од.), значно менше геологічних (339 од.) та гідрологічних (414 од.), найменша кількість комплексних (129 од.) та зоологічних (36 од.). Важливе місце у презентації заповідних територій мають парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва, оскільки вони використовуються не тільки у виховних, наукових, природоохоронних цілях, а й мають унікальну історію створення, цікаві легенди існування та дають можливість насолодитися поєднанням природних та рукотворних ансамблів, отримати естетичне задоволення та оздоровитися.

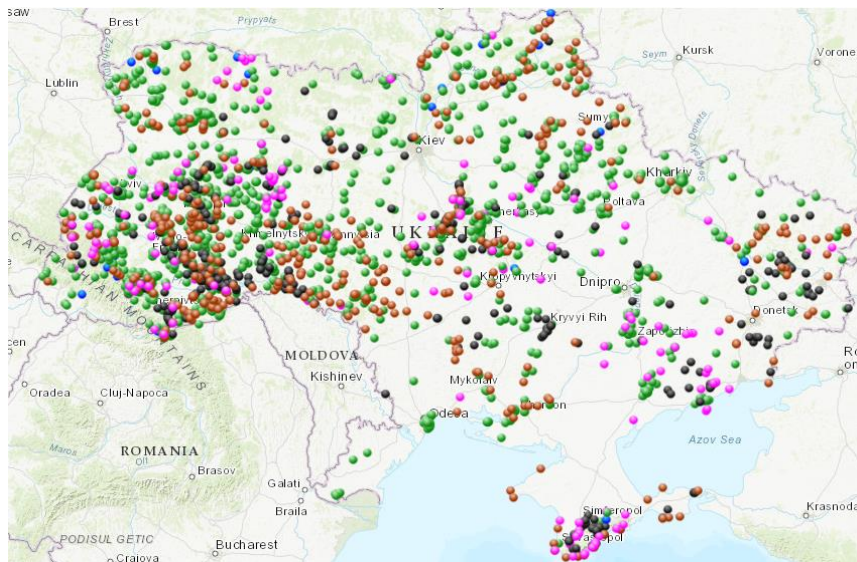


Рис. 2.17. Візуалізація пам'яток природи на території України

- Ботанічні ● Зоологічні ● Гідрологічні
- Геологічні ● Комплексні

Джерело: на основі [189].

Парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва поділяються на об'єкти загальнодержавного та місцевого значення (рис. 2.18). Значна кількість парків зосереджена у Львівській, Хмельницькій, Чернівецькій областях, найвідоміші з них Національний дендрологічний парк «Софіївка», Городницький парк-пам'ятка садово-паркового мистецтва (Житомирська область), Парк імені Івана Франка (м. Львів), Парк Мала Софіївка (Вінницька область), Парк ім. Ю. Гагаріна (м. Житомир) та багато інших.

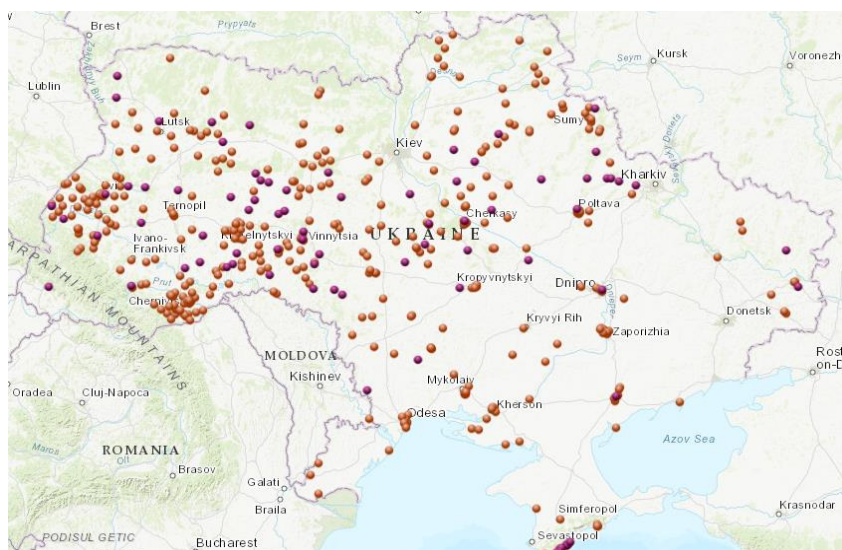


Рис. 2.18. Парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва на території України

- Загальнодержавного значення ● Місцевого значення

Джерело: на основі [189].

За результатами аналізу даних щодо обліку територій та об'єктів ПЗФ, поданих органами виконавчої влади на місцевому рівні, показник заповідності України (відношення фактичної площі природно-заповідного фонду до площі держави) становить 6,77% [190]. Якщо порівнювати з іншими країнами, то можна побачити, що близько 5,18 % території Румунії (12360 км²) є національними парками. У свою чергу національні природні парки Іспанії займають 13,0 % від площі країни. Частка заповідних територій у Польщі складає 32,4 % території країни (10,1 млн га) [195, с. 282-287]. Польща належить до країн лідерів з охорони природи, де заповідна справа починається з X ст., коли вперше ввели заборону на полювання бобрів та наказали охороняти лісові ресурси країни [195, с. 284-288]. Механізми оцінювання ефективності розвитку господарської діяльності наведені в додатку Е. Враховуючи вищенаведену інформацію, а також різноманіття і унікальність природного потенціалу України, слід збільшувати площі заповідних територій та їх репрезентивні показники.

Житомирське Полісся налічує 242 об'єкти природно-заповідного фонду загальною площею 138,21 тис. га (3,13 % від природно-заповідного фонду України). Показник заповідності Житомирської області становить 4,6% [198]. Основними категоріями об'єктів та територій природно-заповідного фонду Житомирської області є природні заповідники, парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва, заказники, пам'ятки природи, ботанічні сади, дендропарки (у табл. 2.6).

Таблиця 2.6

Природно-заповідний фонд Житомирської області станом на 01.01.2021

Категорія	Загальнодержавного		Місцевого		Разом	
	кількість	площа, га	кількість	площа, га	кількість	площа, га
Природні заповідники	2	50976,84	-	-	2	50976,84
Парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва	5	119,8	18	228,7	23	348,4748
Заказники	10	6757	164	79933	174	86689,67
Пам'ятки природи	2	51	37	96,89	39	147,89
Ботанічні сади	1	35,4	-	-	1	35,4
Дендропарки	-	-	3	14,9	3	14,9
Разом:	20	57940,04	222	80273,13	242	138213,2

Джерело: сформовано на основі [198].

На території Житомирської області станом на 01.01.2021 функціонує 2 природних заповідники: Поліський (Олевська та Словечанська територіальні громади) та Древлянський (Народицька територіальна громада). Налічується 164 ландшафтних, лісових, ботанічних, загальнозоологічних, орнітологічних, гідрологічних та геологічних заказників, 10 з яких мають статус загальнодержавного значення: Городницький (ботанічний), Дідове озеро, Забарський та Червоновільський (гідрологічні), Казява та Кутне (загальнозоологічні), Плотниця (ландшафтний), Поясківський та Туганівський (лісові) та Часниківський (орнітологічний). Єдине заповідне урочище Ствига розташоване в Коростенському районі, Олевська ТГ. Житомирська область налічує 39 пам'яток природи, 2 з яких ботанічної категорії загальнодержавного значення: Корніїв (Коростенський район, Словечанська ТГ) та Модрина (Новоград-Волинський район, Городницька ТГ). На території Житомирської області є 1 Ботанічний сад загальнодержавного значення на території Поліського національного університету, 3 Дендрологічні парки та 23 Парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва, 5 з яких загальнодержавного значення: Верхівнянський (Бердичівський район), Городницький (Новоград-Волинський район), Івницький, Новочорторийський та Трощанський (Житомирський район).

Житомирське обласне управління лісового та мисливського господарства розробило інтерактивну карту, де можна ознайомитися з об'єктами та територіями ПЗФ Житомирської області, які знаходяться у відомчому підпорядкуванні лісових господарств області (рис. 2.19). Проте, деякі об'єкти природно-заповідного фонду не відображені на даній карті, тому доцільно додати об'єкти, які знаходяться у відомчому підпорядкуванні інших організацій, а також нанести агросадиби, пункти рекреації, екостежки з можливістю відслідковувати місцезнаходження, отримувати інформацію про об'єкт, залишати відгуки і світлини. Враховуючи велику кількість об'єктів природно-заповідного фонду на території Житомирської області, можна зробити висновок, що локацій для здійснення пізнавально-екскурсійної діяльності екологічного туризму достатньо, проте для формування якісного

туристичного продукту слід враховувати можливість інфраструктури, наявності екскурсійного обслуговування, антропогенне навантаження на DESTИНАЦІЮ, споживчий попит, сезонну привабливість об'єктів тощо. Тому для поглибленого дослідження важливості вказаних факторів проведено опитування на предмет туристичного попиту в межах природно-заповідного фонду Житомирської області (дод. Ж).

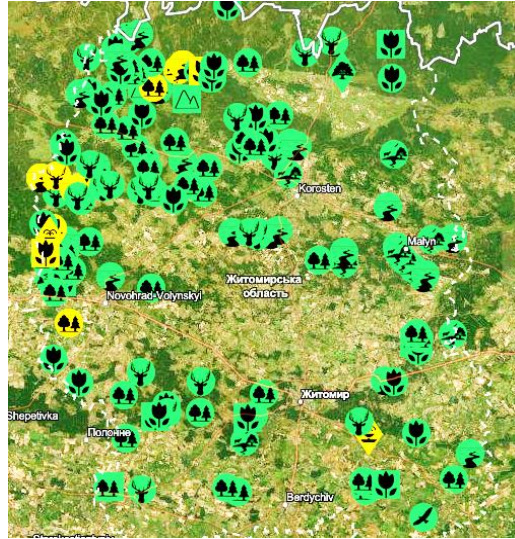


Рис. 2.19. Території та об'єкти ПЗФ Житомирської області



Джерело: на основі [194].

Респондентам було запропоновано дати відповіді щодо тривалості, бюджету, кількості подорожей на рік, які види туризму цікавлять, з ким зазвичай подорожують, що важливе під час організації відпочинку та підбору закладу розміщення. Також були питання щодо проведення вільного часу та

покращення благоустрою в місці проживання, чи цікавий відпочинок всередині країни, чи відвідували об'єкти природно-заповідного фонду тощо.

Для формування одноденних туристичних маршрутів респондентам було запропоновано обрати 5-6 об'єктів в кожному з проєктних районів Житомирської області. На основі вподобань респондентів розроблено 4 туристичні маршрути, одна з яких відображена в авторській екскурсійній програмі «Поліські смарагди Житомирщини» по Житомирському району (оформлено свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір № 109479). Сюди ввійшли такі локації: парк-пам'ятка садово-паркового мистецтва ім. Ю. Гагаріна, геологічна пам'ятка природи місцевого значення Скеля Голова Чацького, гідрологічна пам'ятка природи місцевого значення Радонові джерела м. Житомира, Ботанічна пам'ятка природи місцевого значення Урочище Тригир'я, Заказник місцевого значення «Діброва лісного Вронського».

У природно-заповідній справі Житомирської області існує ряд проблем, які потрібно вирішити. Насамперед це збільшення площ та підвищення репрезентативності мережі природно-заповідного фонду для підвищення ефективності засобів охорони видів тваринного і рослинного світу. Іншим нагальним питанням є відсутність належної охорони природно-заповідних об'єктів (заказників, заповідних урочищ, пам'яток природи, інших територій природно-заповідного фонду), розташованих на землях землекористувачів. Також потребують урегулювання питання охорони рослинного і тваринного світу на територіях природно-заповідного фонду Житомирської області [192]. Недостатній рівень природоохоронної та культурно-просвітницької діяльності, який спостерігається наразі по всій Україні, можна вирішити шляхом популяризації екологічного туризму, профорієнтаційної роботи молодих спеціалістів та залучення науковців-практиків у сфері природно-заповідної справи.

Екологічна освіта і виховання – це проблема першочергового значення, без якої важко поліпшити стан навколишнього природного середовища. Потрібно забезпечити екологічне виховання молодого покоління, що сприятиме дбайливому ставленню до природи, формуванню екологічної культури та

просуванню екотуристичного продукту. Можливість ефективного формування та реалізації дієвих заходів з охорони навколишнього природного середовища безпосередньо пов'язується з потребою наукових досліджень та пошуку інформації відповідно до пріоритетних напрямів регіональної екологічної політики, опрацюванням існуючих наукових знань та використанням міжнародного досвіду [201, с. 788-792; 185]. Об'єкти природно-заповідного фонду Житомирської області користуються слабким попитом, оскільки екскурсійна діяльність проводиться рідко та неорганізовано, інформація про можливість відвідування не поширюється, а також відсутня зручна картографічна візуалізація природних дестинацій. Іншою причиною слабого попиту є відсутність цікавих екскурсійних програм, низька якість покриття автомобільних шляхів, відсутність актуальної інформації про можливості харчування та відпочинку.

З метою подальшого просування туристичного продукту потрібно візуалізувати маршрути відвідування об'єктів природно-заповідного фонду за допомогою сучасних геоінформаційних систем. Оскільки регіональна тематична інтерактивна карта, виконана засобами геоінформаційного картографування, дасть змогу сучасним туристам зорієнтуватись у локації та дозволить різним групам користувачів отримати доступ до інформації у рамках проведення моніторингу довкілля, територіального управління земельними ресурсами тощо [177, с. 6-12]. Більшість унікальних природних ресурсів розташовано на незначних територіях. Але вони мають особливе природоохоронне, наукове, естетичне і пізнавальне значення [140, с. 128-129], тому для просування екотуристичного продукту потрібно формувати цікаві інтерактивні екскурсійні програми для задоволення потреб сучасних туристів.

Отже, зроблено висновок, що Житомирська область має надзвичайний потенціал у вигляді цікавих та мальовничих об'єктів природно-заповідного фонду (природні заповідники, орнітологічні заказники, парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва, геологічні пам'ятки природи), тому недаремно Житомирську область називають Уралом в мініатюрі та «Українською Швейцарією». Однак слабо розвинена інфраструктура, відсутність

екскурсійних програм, недостатня візуалізація об'єктів екологічного туризму та супутніх локацій не дають змогу в повній мірі реалізувати цей потенціал. Значною мірою розвиток туристичного потенціалу Житомирського Полісся залежить від підтримки місцевих владних структур та бізнесменів, які у свою чергу отримують комплексний ефект від провадження екотуристичної діяльності у вигляді грошових надходжень, отримання додаткових робочих місць та популяризації екологічно свідомої поведінки.

2.3. Соціальні пріоритети ефективності функціонування сфери туристичних послуг

Туристична галузь – важливий чинник стабільних додаткових надходжень до бюджету, істотного позитивного ефекту у багатьох галузях економіки (торгівля, зв'язок, будівництво, транспорт, сільське господарство тощо) та підґрунтям у забезпеченні населення змістовного проведення вільного часу та відновлення працездатності. Діяльність туристичного підприємства здійснюється на основі використання трьох основних складових: персоналу, засобів праці та предметів праці. Використовуючи наявні засоби та специфічні методи виробництва, персонал підприємства створює туристичний продукт та реалізує його. Виробництво туристичного продукту здійснюється туроператорами та іншими суб'єктами туристичної діяльності, які формують диференційовані туристичні продукти відповідно до потреб клієнтів. Ефективність діяльності туристичного підприємства, як економічна категорія, що відображає співвідношення між одержаними результатами і витраченими на їх досягнення ресурсами, показує кінцевий результат використання засобів виробництва і робочої сили за певний проміжок часу [92].

Основними видами ефективності є економічна та соціальна. Економічна ефективність виражається через вартісні показники (рентабельність, обсяг наданих послуг, величина одержаного прибутку, раціоналізація використання ресурсів, продуктивність праці), що характеризують проміжні та кінцеві результати. Суть соціальної ефективності полягає в отриманні соціальних

ефектів, орієнтованих на зростання життєвого рівня людей: скороченні тривалості робочого тижня, збільшенні кількості пропозицій нових робочих місць, створення загальної безпеки життя, поліпшенні умов праці та побуту. Соціальними пріоритетами екологічного туризму є залучення громадян до пізнання історико-культурної та природної спадщини краю, збереження екологічної рівноваги, забезпечення екологічного просвітництва, а також підвищення рівню зайнятості населення регіону, стимулювання розвитку ринкових відносин, сприяння формуванню позитивного іміджу країни та міжнародному співробітництву.

Сучасні тенденції розвитку технологій спонукають до переосмислення всіх видів діяльності, рекреаційно-дозвілєвої зокрема. Наразі подорож чи поїздка – це не тільки відпочинок, а і втеча від буденності, можливість випробувати свої сили та пізнати внутрішній світ, шанс дослідити глибше природу, релігію, культуру, побут. З. Бауман, відомий соціолог, пише про тенденції номадизму, що постмодерн змінив співвідношення осілого населення і «кочівників»: «...жителі міст прокинулися, стали рухатися в пошуку свого місця – місця для «нового» життя, місце в суспільстві, місце в житті...» [176, с. 127-128]. З іншого боку утилітарний підхід до охорони природи, відсутність комплексних підходів і цілісного сприйняття навколишнього середовища як єдиної системи, відсутність комплексних дій на різних рівнях від місцевих активістів до керівництва досі не змінюється у нашій державі [96, с.12-14]. Такі тенденції роблять життєвонеобхідним екологічне просвітництво та сталий розвиток всіх сфер діяльності людини, туристичної зокрема.

Туристичний продукт – це сукупність товарів і послуг, які надаються туристичною організацією туристу для задоволення його потреб та інтересів. Іншими словами – це комплекс матеріальних (предметів споживання) та неуречевлених (у формі послуг) споживчих вартостей (бронювання, страхування), необхідних для задоволення потреб туриста, які виникають у період його туристичної подорожі [42, с. 56-61]. Туристичний продукт включає тур (туристичний пакет), додаткові туристично-екскурсійні послуги та купівлю сувенірної й іншої продукції. Формування туристичного продукту – це процес

створення соціокультурної матриці раніше невідвіданого, непопулярного об'єкту. Такий процес включає: визначення локації об'єкту, підготовку екскурсійної програми та емоційних доповнень, картографічної візуалізації, просування за допомогою медіа засобів, соціальних мереж та рекламних кампаній, підготовка туристичної інфраструктури. Формування туристичного продукту включає виробництво – це «процес перетворення ресурсів на туристичний продукт, який відбувається на різних господарюючих суб'єктах: від натурального селянського господарства до сучасного підприємства» [62, с. 62-70].

Система організації формування та виробництва туристичного продукту називається індустрією туризму; вона об'єднує спеціалізовані підприємства, організації та установи. До них відносять підприємства, що надають послуги розміщення, харчування, транспортування, туристичні фірми, рекламно-інформаційні установи туристичного профілю, туристичні підприємства торгівлі, культури та дозвілля, виробництва сувенірів і супутньої продукції, науково-проектні та навчальні туристичні заклади, а також органи управління туризмом.

Індустрія туризму особлива тим, що системи якості продукту відображається в якості сервісу, наданні послуг. Якість сервісу – ключ до комерційного успіху у багатьох галузях, але в туристичній сфері якість обслуговування, харчування, транспортування відіграє вирішальну роль у формуванні враження клієнта про туристичний продукт. І отримане враження створює у свідомості клієнта подальшу потребу купувати чи не купувати, рекомендувати як якісний чи взагалі не рекомендувати даний продукт.

Проте потрібно пам'ятати про умови ринку (конкуренцію, закони попиту і пропозиції) і невидиму руку ринку (ідеї, які пропонуються в галузі і суспільстві зокрема). На мікрорівні туристичний потенціал і просування екотуристичного продукту знаходиться під впливом попиту, доходів і рівня освіти населення. На макрорівні держава проводить свій вплив через економіку, політику і законодавство (створення сприятливої податкової бази, залучення інвесторів, оголошення туризму пріоритетним напрямком розвитку, затвердження законів та програм регіонального розвитку у сфері туризму). Окремо потрібно виділити

рівень суб'єктів туристичної сфери, де вагомими важелями розвитку виступають конкуренція, як засіб стимулювання вдосконалення діяльності підприємств, та бенчмаркінг, як інструмент запозичення і втілення досвіду [109, с. 59-63].

Комплекс туристичних послуг зазвичай називають пакетом послуг, який може бути комбінацією двох (проживання і харчування, транспортування і розміщення) або більше запропонованих позицій як цілісний туристичний продукт за певну вартість. Існують також багатоступеневі пакети, до складу яких можуть входити різні комбінації послуг: транспортування (переліт, проїзд, переправа), розміщення (готель, хостел, кемпінг), харчування (буфет, ресторан, доставка їжі в номер), екскурсійні послуги (відвідання музеїв, підприємств, закладів культури і мистецтва, спортивних заходів), додаткові послуги (трансфер, доставка багажу, послуги хімчистки, медичний огляд, замовлення квитків тощо). Екотуристичним продуктом може бути природа окремої території та її подальше дослідження у поєднанні з взаємодією туристів і місцевого населення, громадами, активним відпочинком (велосипедні тури, кінні прогулянки), придбанням сувенірів, участю у майстер-класах. Тобто це певний набір матеріальних та нематеріальних цінностей, що хоче отримати людина, ознайомившись з колоритом регіону або місцевості, поспілкувавшись з місцевим населенням [77, с. 84-85].

У будь-якому разі прибуток можна одержати при умові, що вартість екотуристичного продукту перевищує суму витрат на його створення і просування. Основним джерелом прибутку в екотуризмі є турист як споживач певних благ, який сплачує вартість запропонованого йому продукту. Тому потрібно орієнтуватись на потреби і запити потенційних клієнтів, враховуючи можливі обмеження певних туристичних груп. Під час розроблення туристичного продукту необхідно скласти «карту» доступності туристичного маршруту. Прикладом наочної презентації адаптованих турів для людей з особливими потребами може стати екологічний адап-тур з метою ознайомлення з унікальними природними територіями. Для організації таких турів необхідно позначити перелік місць, доступних для відвідування інвалідами та іншими маломобільними групами населення, розробити маршрути руху з урахуванням

тривалості перебування в дорозі, можливих зупинок, організувати спеціальний транспорт та ін. [147, с.73-78].

Нагадаємо, що Житомирське Полісся налічує 242 об'єкти природно-заповідного фонду, включаючи природні заповідники, парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва, ботанічні сади, заказники, пам'ятки природи, дендропарки місцевого та загальнодержавного значення [186, с. 94-97]. Проте до локацій екологічного туризму варто включити екологопросвітницькі стежки, пункти рекреації на території лісових господарств тощо. Така кількість локацій потребує картографічної візуалізації для подальшого просування інноваційного туристичного продукту екологічного спрямування. Це можливо завдяки сучасним геоінформаційним технологіям. Тому було заплановано нанесення об'єктів природно-заповідного фонду, екологічних стежок, пунктів рекреації, гостинних садиб на території Житомирської області з описом даних об'єктів, особливостями інфраструктури, координатами, можливістю прокладати маршрут тощо.

Сегментація, позиціонування і просування екотуристичного продукту в умовах ринкової конкуренції є потужним засобом підвищення конкурентоспроможності, розширення частки ринку, забезпечення розуміння споживачів [41, с. 89-91]. Саме тому протягом лютого-квітня 2021 р. було проведено опитування для виявлення потреб цільового ринку серед жителів Житомирської області (анкета розміщена у додатку Ж). Дослідження передбачає подальше формування, просування та створення бажаного іміджу екотуристичного продукту на основі попиту споживачів та регіональних принад області (флори та фауни місцевості, ландшафтні та етнічні особливості).

Згідно з нормативною базою, а саме постановою Верховної Ради України «Про утворення та ліквідацію районів» № 807-ІХ від 17 липня 2020 р., Житомирська область розділена на 4 райони: Бердичівський, Житомирський, Коростенський і Новоград-Волинський. Всього було опитано 344 жителі Житомирської області, з них 9,30 % представників Бердичівського району, 68,90 % – Житомирського району, 13,08 % – Коростенського району, 8,72 % – Новоград-Волинського району. Такий розподіл пояснюється тим, що

Житомирський район найбільший за показниками площі та кількості населення, а також тим, що жителі міст є активнішими у забезпеченні зворотнього зв'язку порівняно з жителями інших населених пунктів. Гендерна структура опитування включає 73 % жінок та 27 % чоловіків (переважання відповідей представників жіночого населення обумовлюється гендерною структурою генеральної сукупності, а також характерною відкритістю і бажанням взаємодіяти).

За віком респонденти розподілені на 5 вікових груп: до 18 р. опитано 17 % респондентів, віком від 18 до 24 р. – 24 %, віком 25-46 р. – 45 %, від 45 до 60 р. – 12 %, віком старше 60 р. – 2 %. Приблизний щомісячний дохід на одного члена сім'ї складає до 2000 грн для 11 % опитаних, від 2000 грн до 5000 грн для 30 %, від 5000 грн до 9000 грн для 34 %, від 9000 грн. до 15000 грн для 17 %, понад 15000 грн для 8 % респондентів. Такі дані дають змогу зробити висновки, що туристичні продукти слід формувати з врахуванням платоспроможності цільової групи потенційних туристів. Аналізуючи дані анкети було виявлено, що культурно-пізнавальний туризм є найбільш цікавим для 54 % опитаних, лікувально-оздоровчий – для 31 %, діловий у пріоритеті для 10 % респондентів, релігійний складає 3 %, інші види – 2 %.

Для 72 % опитаних при виборі місця відпочинку у пріоритеті відпочинок у межах країни, що становить значний потенціал для внутрішнього туризму (рис. 2.20). Бюджет відпочинку на 1 особу приблизно складає до 3000 грн для 33 % опитаних, від 3000 грн до 6000 грн. – для 35 %, від 6000 грн до 10000 грн – 22 %, більше 10 000 грн – 10 %. Тривалість відпочинку чи подорожі зазвичай складає 1 тиждень для 48 % респондентів, 2-3 дні – для 23 %, 10 днів – для 22 %, 2 тижні і більше – для 6 %. Тобто, в основному, відпочинок складає 7-10 днів (70 %). Проте 78 респондентів зазначають, що їх цікавить мікрівідпочинок тривалістю 2-3 дні, тобто зростає популярність екскурсій вихідного дня, короткострокового відпочинку (microcation). Більшість респондентів (40 %) відпочивають 1 раз на рік, 32 % опитаних відпочивають рідше 1 разу на рік та нерегулярно, 20 % відпочивають двічі на рік. Тільки 8 % мають можливість відпочивати 3 і більше разів на рік. Опитування свідчить про те, що абсолютна

більшість респондентів їдуть на відпочинок з сім'єю – 64 %, з друзями відпочивають 28 %, самостійно – 7 %, з колегами – 1 %.

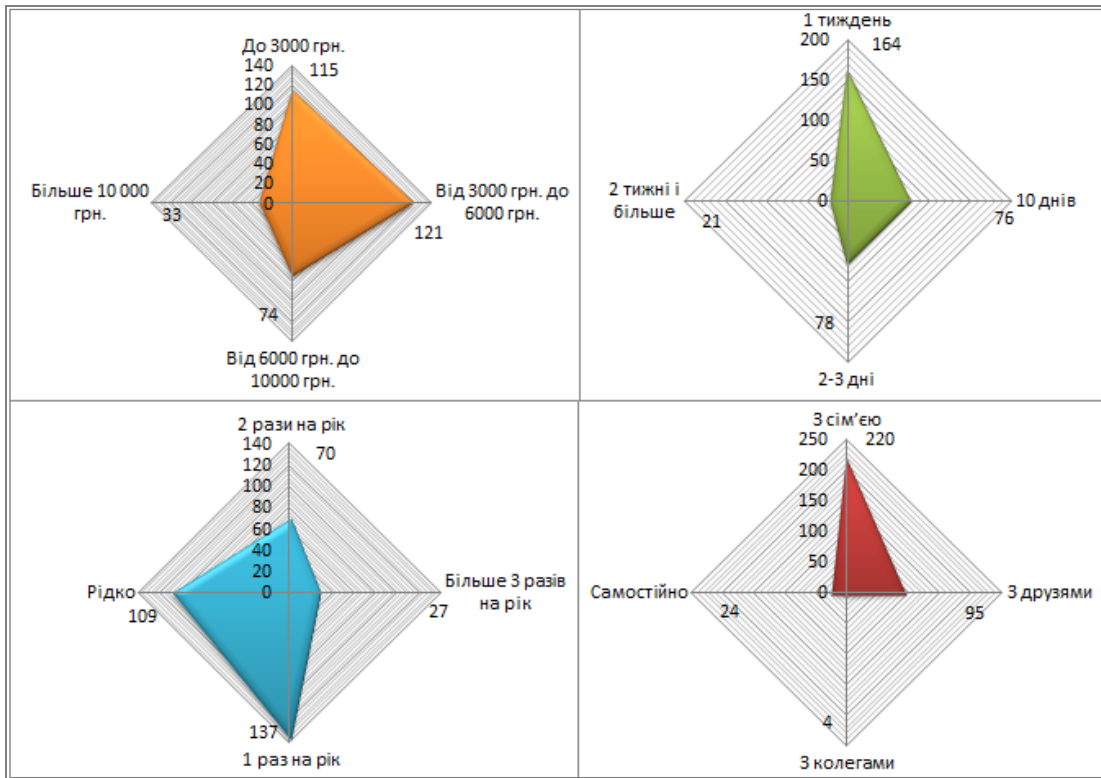


Рис. 2.20. Особливості споживчого попиту потенційних туристів Житомирської області

Джерело: результати авторського анкетування.

Важливим є також дослідження потреб туристів для комфортної організації подорожі, оскільки саме задоволеність потреб споживачів впливає на оцінку якості послуг та загальне враження туристів (рис.2.21-2.23). Серед різних варіантів проведення дозвілля респондентам було запропоновано відвідування торгово-розважальних центрів (шопінг, боулінг, більярд тощо), перегляд фільму у кінотеатрі, прогулянки в парках та інших природних територіях, відвідування музею, заняття спортом у спортзалі чи на спортмайданчиках, прогулянки на велосипеді. Перевагу у проведенні вільного часу мають прогулянки в парках та інших природних територіях – 289 респондентів бажають таким чином відпочивати в межах міста проживання (36 % від усіх відповідей). Значна частина респондентів надає перевагу відвідуванню торгово-розважальних центрів – 179 опитаних обрали такий вид відпочинку (21 % відповідей). Перегляд фільму у кінотеатрі обирають 123

опитаних (15 %), заняття спортом та прогулянки на велосипеді – по 11 %, відвідування музею – 5 %.



Рис. 2.21. Види відпочинку для проведення вільного часу респондентів

Джерело: результати авторського анкетування.

Під час формування туристичного продукту потрібно враховувати, які складові елементи туристичного пакету для більшості потенційних споживачів є ключовими. Так, наприклад, 274 респонденти бажають отримати під час відпочинку позитивні емоції. Такі відповіді свідчать про те, що населення країни надзвичайно психологічно напружене через нестабільність в політичній, економічній, соціальній, епідеміологічній сферах, тому прагне до психоемоційного розвантаження і заряду позитивних емоцій. Комфортні умови розміщення обрали 257 респондентів, що становить 21 % від загальної кількості відповідей. Якісне харчування є важливим для 180 опитаних. Низькі витрати на відпочинок не на багато переважають можливість отримати цікаву інформацію – відповідно 11 % і 10 % від усіх відповідей. Дбайливе ставлення до навколишнього середовища є важливим для 109 респондентів (майже третина всіх опитаних задумуються про турботу для природи під час відпочинку).

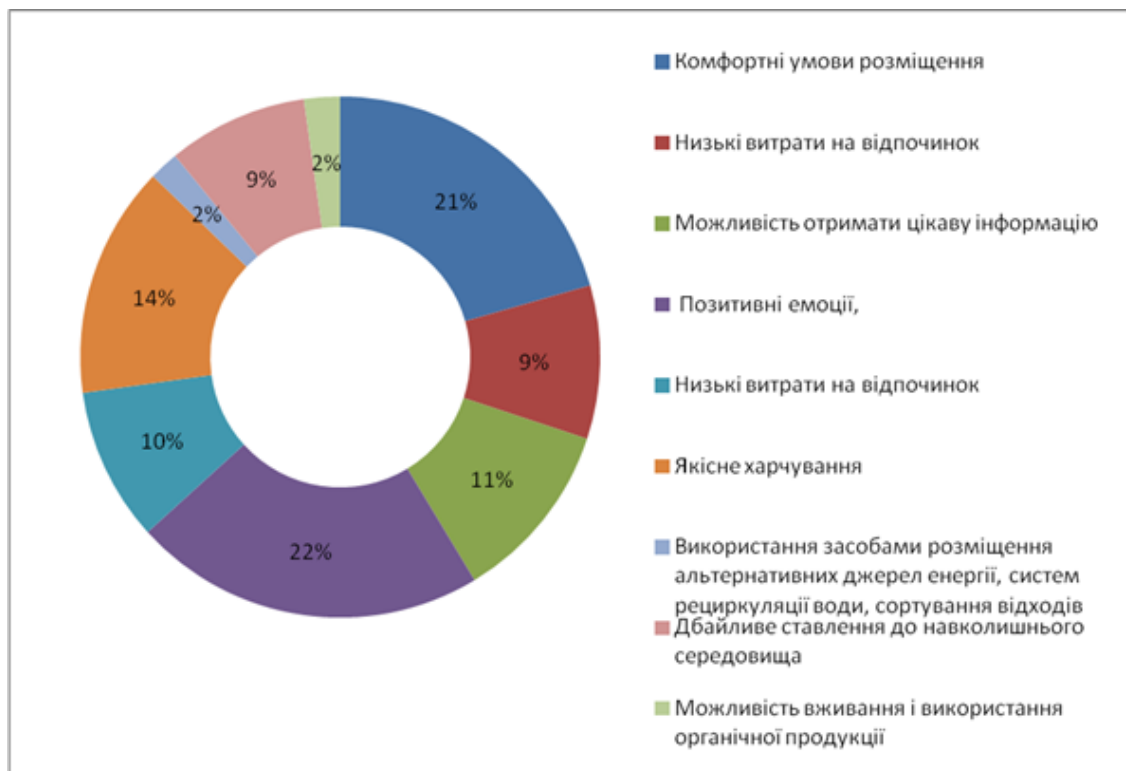


Рис. 2.22. Структура потреб потенційних туристів під час відпочинку

Джерело: результати авторського анкетування.



Рис. 2.23. Важливість потреб потенційних туристів під час вибору закладу розміщення

Джерело: результати авторського анкетування.

Проведене опитування свідчить про те, що споживачам важливо, щоб цінова політика, комфорт та якість послуг закладів розміщення були

відповідними їх потребам. Тобто, в сукупності 53 % відповідей показують, що для опитаних на першому місці є доступна їхнім доходам цінова політика, а також якісні послуги та забезпечення комфортних умов перебування у місці тимчасового проживання. 153 респонденти (19 % всіх відповідей) зазначили, що для них важливою є розвинена інфраструктура закладів розміщення. Це пояснюється тим, що сучасний світ зачасту потребує від людей мобільності, гнучкості, економії часу та раціонального розподілу ресурсів. Цікавим є те що 14 % від загальної кількості відповідей становить турбота про навколишнє середовище закладів розміщення. Це означає, що навіть потенційні туристи все частіше звертають уваги на екологічні наслідки своєї життєдіяльності. Престижність закладу є важливою лише для 66 опитаних (становить 8 % від усіх відповідей).

Якщо говорити про попит потенційних туристів на екотуристичні продукти, то за даними анкетування 83 % опитаних стверджують, що їх цікавить відпочинок у природному середовищі з мінімальним негативним впливом на нього з можливістю екопросвітництва. Проте, майже 40 % респондентів не знайомі з об'єктами природно-заповідного фонду Житомирської області, а 51 % не відвідували такого роду об'єкти. Така інформація дає підґрунтя стверджувати, що на території Житомирської області є значний потенціал розвитку екологічного туризму. Різні екотуристичні продукти створюють відповідні їм цільові ринки. На рис. 2.24 зображено світлини з місць відвідування екотуристичних дестинацій:

1. Паломницька поїздка до храму святителя Луки Кримського та мучениці Валентини, м. Одеса.
2. Житомир AgroDay – спортивний захід, що відбувся в міському гідропарку 25.07.21.
3. Іллінецький кратер, астроблема у Вінницькій області, смт Лугова.
4. Сакура Shirofugen, Ботанічний сад імені академіка Олександра Фоміна, м. Київ.
5. Одеський зоологічний парк, об'єкт природно-заповідного фонду України загальнодержавного значення (Білоголовий сип).

6. Палац княгині Марії Щербатової – пам'ятка архітектури на території Немирівського парку-пам'ятки садово-паркового мистецтва загальнодержавного значення.

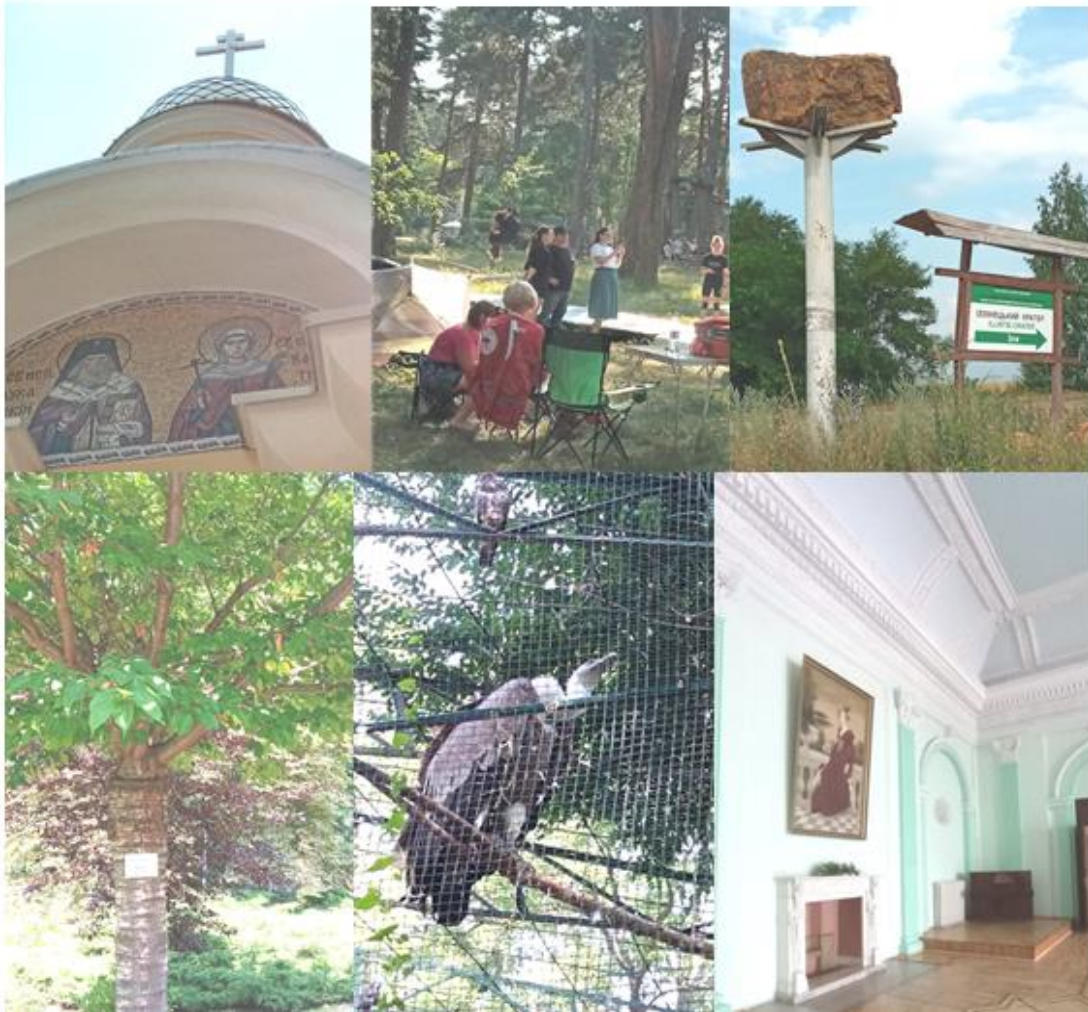


Рис. 2.24. Приклади екотуристичних продуктів у межах країни

Джерело: авторські експедиційні розвідки.

Просування на ринку є важливим елементом маркетингу туристичного продукту. Просування туристичного продукту – це налагодження зв'язків із реальними та потенційними споживачами туристичного продукту з метою їх інформування про турпродукти і спонукання до купівлі [77, с. 84-85]. Для ефективного позиціонування екотуристичного продукту використовують різні способи просування продукту на ринку: реклама в засобах масової інформації, прямий маркетинг, зв'язки з громадськістю, стимулювання продажу. Такі заходи забезпечують створення іміджу продукту відповідно до обраного позиціонування (рис. 2.25).

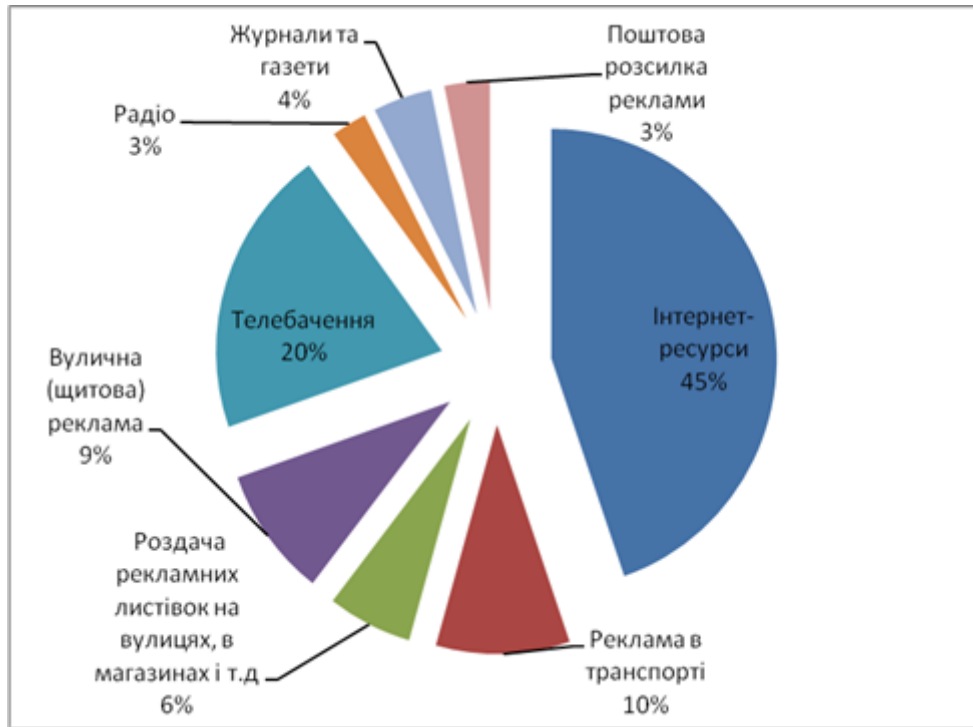


Рис. 2.25. Засоби просування екотуристичного продукту

Джерело: результати авторського анкетування.

Респонденти проведеного опитування віддають перевагу отриманню інформації про туристичні продукти з інтернет-ресурсів: із 344 респондентів 317 обрали дане джерело, що складає 45% від усіх варіантів вибору респондентів. Рекламу на телебаченні джерелом інформації про туризм обирають 144 респонденти із 344 опитаних (20 % від усіх варіантів відповідей). Реклама в транспорті складає 10 %, вулична щитова реклама – 9 %. Проте, респонденти додатково зазначали, що часто звертаються до друзів і знайомих за порадою та рекомендаціями про місця відпочинку та туризму.

Для проведення наступного етапу досліджень було створено багатофакторну регресійну модель. Багатофакторна модель – це вид моделі, яка використовує різні фактори у своїх розрахунках для пояснення явищ чи процесів. Це робиться шляхом порівняння двох або більше факторів для аналізу взаємозв'язків між змінними та результатом роботи. Багатофакторна модель використовується також як стратегія моделювання туристичних процесів для аналізу та пояснення впливу і тисноти взаємозв'язку досліджуваних явищ з використанням різних факторів. Такі моделі виявляють, які фактори мають найбільший вплив на досліджуване явище.

Важливим етапом побудови рівняння множинної регресії є відбір і подальше включення в нього факторних ознак. Важливим є те, що чим більше факторних ознак включено в рівняння, тим воно точніше описує явище, проте модель розмірністю факторних ознак (100 і більше) набагато складніше реалізовується і вимагає великих витрат. Тому потрібно скорочувати розмірність моделі за рахунок виключення другорядних та несуттєвих факторів з метою її спрощення та підвищення якості реалізації. Однак побудова моделі регресії з малою кількістю факторів призведе до недостатньої адекватності досліджуваних явищ і процесів. Питання про те, який з факторів слід відкинути, вирішується на основі якісного, логічного аналізу досліджуваного явища, а також аналізу тісноти зв'язку між результативним і кожною з сильно колінеарно пов'язаних факторних ознак. З подальшого аналізу доцільно виключено факторні ознаки, зв'язок якої з результативним показником найменша. Показники якості рівняння регресії знаходяться під впливом ступеня достовірності та надійності вихідних даних та обсягу вибіркової сукупності.

Перевірка гіпотез впливу багатofакторної регресійної моделі методами відбору факторів Random forest – це один з ансамблевих методів машинного обчислення для проведення класифікації, регресії та інших процесів, який відображається як наслідок побудови численних дерев прийняття рішень у процесі запуску моделі та формує моду для класів (класифікацій) або усереднений прогноз (регресія) побудованих дерев рішень. Тому сформовані дані анкети були закодовані, відцифровані і оброблені за допомогою програмного забезпечення RStudio (середовища розробки програмного забезпечення з відкритим вихідним кодом для мови програмування R, який призначений для статистичної обробки даних і роботи з графікою).

Числові вирази проведеного багатofакторного моделювання на основі відповідей проведеного авторського опитування представлено у Додатку К. Наведемо деякі висновки з отриманої інформації. При відповіді респондентів, що їх приблизний щомісячний дохід на одного члена сім'ї становить понад 15 000 грн тісний зв'язок прослідковується з соціальним статусом «приватний підприємець»; тривалістю відпочинку/подорожі, яка зазвичай складає 2 тижні і

більше; бюджетом відпочинку на 1 особу, який приблизно складає більше 10 000 грн; під час відпочинку для даної групи респондентів важливим є якісне харчування.

Для категорії респондентів і групи з соціальним статусом «військовослужбовець» важливим під час відпочинку є отримання позитивних емоцій. Для респондентів-працівників бюджетних організацій при виборі місця відпочинку у пріоритеті відпочинок в межах країни, а обернений зв'язок прослідковується з віковими групами до 24 років, тобто працівник бюджетних організацій мають вік більше 24 років. Також обернено пропорційний зв'язок прослідковується з групами приблизного щомісячного доходу на одного члена сім'ї від 9 000 грн до 15 000 грн та до 2 000 грн. Це означає, що дохід цієї категорії респондентів становить від 2 000 грн до 9 000 грн. Показники групи з соціальним статусом «Приватний підприємець» мають тісний зв'язок з такими показниками як сума приблизного щомісячного доходу понад 15 000 грн, віковими показниками в межах 25 – 44 років та бюджетом відпочинку на 1 особу більше 10 000 грн. Група відповідей, що важливим під час відпочинку є можливість отримати цікаву інформацію має тісний зв'язок з обізнаністю та відвідуваністю об'єктів природно-заповідного фонду Житомирської області, а також з віковою групою старше 60 років.

Для опитаних по критерію важливості низьких витрат на відпочинок у пріоритеті відпочинок в межах країни. Тісний зв'язок також існує з ціною політикою та економією ресурсів, використанням поновлюваних джерел енергії по критеріям важливості під час вибору закладу розміщення. Обернено пропорційний зв'язок прослідковується у зацікавленості розвинутої інфраструктури дестинації та закладу розміщення. Для респондентів, які обрали категорію «Якісне харчування» характерним є дохід від 9 000 грн до 15 000 грн та понад 15 000 грн. Тісний зв'язок прослідковується з бажанням мати комфортні умови розміщення під час відпочинку та бюджетом відпочинку на 1 особу більше 10 000 грн. Обернений зв'язок існує з категоріями: у пріоритеті відпочинок в межах країни, бюджетом відпочинку у розрахунку на 1 особу приблизно до 3 000 грн та переваги відпочивати самостійно. Для групи

респондентів, якій є важливим під час відпочинку використання альтернативних джерел енергії, систем рециркуляції води, сортування відходів характерним є бажання дбайливого ставлення до навколишнього середовища, можливості вживання і використання органічної продукції та збільшення кількості велодоріжок у межах місця проживання.

Респонденти, які вибрали, що для них під час відпочинку важливим є дбайливе ставлення до навколишнього середовища, зазначають, що під час вибору закладу розміщення (готель, мотель, садиба, кемпінг тощо) для них є вагомою турбота закладу розміщення про навколишнє середовище. Тісний зв'язок даної групи прослідковується з відвідуваністю опитаними об'єктів природно-заповідного фонду Житомирської області. Також вони хотіли б створити зручну систему навігації цікавих місць та збільшити кількість «квестів» та інших активних форм дозвілля у своєму місті для комфортного і цікавого проведення дозвілля. Тісний обернений зв'язок прослідковується з бажанням відвідування торгово-розважальних центрів (шопінг, боулінг, більярд тощо) як виду відпочинку для проведення вільного часу, тобто це останнє, що хотіли б робити у вільний час респонденти даної групи серед можливих альтернатив: прогулянки в парках і природних територіях, відвідування музею, заняття спортом.

Дані анкетування також свідчать про зацікавленість респондентів у вікових групах до 18 р. та віком 18-24 роки екологічним відпочинком. Для проведення дозвілля вони хотіли б облаштувати «зелені зони» відпочинку, поліпшити сортування та переробку побутових відходів. Це дослідження співпадає з результатами емпіричних досліджень інших науковців, які також відмічають, що молодші туристи мають більш позитивне ставлення до екологічного туризму, зацікавлені поводитися екологічно відповідально, зменшувати свій екологічний слід, мають стабільну поведінку щодо переробки відходів. Також зазначено, що молодші туристи свідомо ставилися до ERIB (екологічно відповідальна навмисна поведінка) [205, с. 646-653].

Giddy J.K., Rogerson M.J. у своїх працях зазначають, що політика туризму наразі націлена на подорожі в межах країн проживання, що підтверджують дані

проведеного авторського анкетування (72 % респондентів планують відпочинок всередині країни). Для того, щоб забезпечити сприятливий під час COVID туризм потрібно організувати додаткові апартаменти та заходи на свіжому повітрі для спрощення дотримання протоколів [202, с. 698-705]. Поліпшення якості інфраструктури та побутових умов дасть можливість в достатній кількості залучати екотуристів в охоронювані природні території, розширити масштаби пропонованих платних послуг і доходів від туристичної діяльності [178, с. 37-41]. Дані анкетування також свідчать про те, що респонденти зацікавлені у покращенні інфраструктури, комфорті та якісних послугах.

Дані багатофакторної регресійної моделі дають змогу зрозуміти, що результати проведеного авторського анкетування є релевантними (адекватними, відповідними, необхідними, зручними для подальшого використання), оскільки спостерігається тісний зв'язок з ключовими відповідями, що дає можливість планувати подальші дослідження та формувати якісно покращений екотуристичний продукт з врахуванням виявлених додаткових потреб потенційних екотуристів. Формування та просування якісного і сучасного екотуристичного продукту дадуть змогу залучати туристів та спонукати їх придбати цінний спосіб проведення дозвілля та відпочинку. Житомирська область, як і будь-який інший регіон країни, має великий потенціал для розвитку екотуризму, проте без активних дій на різних рівнях (від діючих туристичних організацій до керуючих органів на загальнодержавному рівні) отримання позитивного економічного, соціального та екологічного ефекту не можливе.

Висновки до розділу 2

1. Враховуючи той факт, що Україна, як найбільша за територією країна Європи, має значні організаційно-економічні та екологічні потенційні можливості для розвитку туризму, унікальні природні умови і ландшафти (8633 об'єктів та територій природно-заповідного фонду площею 4485,9 тис. га), численні історичні пам'ятки (більше 170 тис. пам'яток, 65

історико-культурних заповідників та 6 культурних об'єктів Світової спадщини ЮНЕСКО), культурну та етнічну спадщину (близько 7 тис. пам'яток монументального мистецтва та 15 тис. пам'яток містобудування і архітектури), суб'єктам туристичного ринку на основі державної Стратегії розвитку туризму та курортів, доцільно сформувавши екокультурну концепцію туристичної діяльності. Верифікація екотуристичного бізнесу відповідно до концептуальних засад, створює в умовах ринку конкурентоспроможну пропозицію для екотуристичних продуктів та послуг.

2. У період 2009-2013 рр. прослідковується тенденція як переважання, так і постійного зменшення в'їзних туристів (у 2013 р. сальдо туристичних потоків ще було позитивним і становило 909,9 тис. туристів), що пояснюється поступовою втратою зацікавленості з боку іноземних туристів у подорожах Україною. Водночас, чисельність в'їзних туристів переважала чисельність виїзних. Після подій 2014 р. (насамперед, початок збройної агресії РФ проти України) відбувається зміна у напрямках туристичних потоків: стрімко скорочуються зовнішні та внутрішні туристичні прибуття. Протягом 2019 р. характерними рисами змін на національному ринку туристичних послуг виявилися процеси відновлення туристичних подорожей. Відповідно, загальна кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, досягла свого найвищого значення за весь період 2000-2020 рр. Виїзні туристи, які склали більше ніж 90 % туристичного потоку у 2019 р., надавали перевагу відвідуванням таких країн як: Єгипет та Туреччина (74 % виїзного туристичного потоку), Об'єднані Арабські Емірати, Іспанія, Греція, Італія Болгарія та інші. Основні мотивуючі чинники для в'їзних туристів розподілилися таким чином: дозвілля та відпочинок (96,14 %) та інші можливі цілі приїзду: службова, ділова, навчання, лікування, спортивний та спеціалізований туризм (4 %), що дозволяє використати даний сегмент ринку туристичних послуг для формування потенційного попиту на альтернативні туристичні продукти. Сучасні тенденції переорієнтації надання туристичних послуг з зовнішнього ринку на внутрішній у зв'язку з введенням об'єктивних обмежень для переміщення туристів (пандемія Covid-19, військовий конфлікт в

Україні), з одного боку, негативно вплинули на кон'юнктуру ринку туристичних послуг, з іншого, слугували новим стимулом для просування та закріплення національного туристичного продукту. Аргументом на користь розширення переліку туристичних послуг на внутрішньому ринку є перспектива адаптації до нових видів туризму, що враховують екологічну та соціальну складові (реабілітаційний, мілітарі-туризм, екологічний, дарк-туризм).

3. Розвиток національної туристичної галузі стримують окремі фактори, які слід оцінювати з двох позицій. По-перше, це організаційно-економічні перешкоди для розвитку галузі, які сформувалися протягом усього періоду становлення вітчизняного туристичного бізнесу. До них можна віднести такі, як: недостатньо розвинута законодавча база; низький рівень розвитку інфраструктури; необов'язкове звітування суб'єктів туристичної діяльності; недостатня розрекламованість внутрішньонаціональних туристичних продуктів та об'єднань туристичних агентств; здебільшого низький рівень сервісу у закладах гостинності у порівнянні з міжнародними стандартами обслуговування; бюрократичні затримки у місцях перетину кордону; відсутність впровадження сучасних інформаційно-комунікаційних, рекламних та логістичних технологій; недостатня кількість спеціалістів туристичної та супутньої галузей тощо. По-друге, перешкоди форс-мажорного характеру, тобто пандемія Covid-19 та військова агресія з боку РФ, які спричинили нові виклики туристичній та іншим галузям. Ринок туристичних послуг знаходиться у фазі пристосування до таких викликів, як: внутрішня та зовнішня міграція населення України; знищення окремих зон природних екосистем, культурних, історичних, інфраструктурних об'єктів; законсервованість функціонування готельно-ресторанних та туристичних комплексів; переорієнтація соціально-гуманітарних пріоритетів; переоцінка орієнтирів особистого та професійного життя. Незважаючи на критичний стан природних територій та інфраструктурних об'єктів внаслідок військових дій на території України у перспективі очікується відновлення національного туристичного бізнесу: зростатиме попит на відвідування екологічно чистих

природних територій з метою реабілітації та рекреації, відбуватиметься відновлення пошкоджених, забруднених, засмічених об'єктів природно-заповідного фонду з метою забезпечення сталого розвитку туризму у рамках Екологічної політики ЄС та інтеграції України до Зеленого курсу ЄС.

4. Аналіз впливу зовнішніх (ресурсні, політичні, соціальні, ринкові, фактори державного регулювання) та внутрішніх (конкурентні та коопераційні зв'язки, диференціація якісних властивостей туристичного турпродукту) факторів на формування туристичного продукту засвідчує, що попит на нього є еластичним (кількість товару, яку споживачі бажають і можуть придбати, змінюється пропорційно ціні). Оскільки турпродукт не є потребою першої необхідності, а для деяких категорій туристів при збільшенні ціни набуває ознак предмету розкоші, при довгостроковому зменшенні попиту на туристичний продукт кількість турагенств та інших туристичних підприємств скорочується. Протягом 2017-2020 рр. на ринку туристичних послуг кількість суб'єктів туристичної діяльності збільшилась на 396 од. (14,49 %). Проте динаміка 2019-2020 р. свідчить про зниження кількості як туроператорів та турагентів юридичних осіб (на 236 од.), так і турагентів фізичних осіб-підприємців (на 338 од): перестало функціонувати 574 (майже 13 %) туроператорів та турагентів за регіонами. Основною причиною зменшення кількості суб'єктів туристичної діяльності стали коливання попиту на туристичний продукт, спричинені санітарно-епідеміологічними обмеженнями перетину кордонів та суворий контроль за переміщеннями всередині країни.

5. Одним із основних показників ефективності туристичної діяльності є валова додана вартість, сформована внаслідок реалізації готового продукту – туристичної послуги. За існуючою теорією доданої вартості у сфері туризму вона поділяється на валову додану вартість, що створюється в галузях туризму, та валову додану вартість, що створюється безпосередньо в туризмі (в основних цінах). Результати економічного аналізу за 2020 р. відображають зменшення потоку виїзних туристів через карантинні та обмеження на виїзд без сертифікатів вакцинації, проте деякі туристи переорієнтувалися на відпочинок всередині країни і тим самим дали можливість національній туристичній галузі

отримати економічний стимул до подальшого розвитку. Валова додана вартість, що створюється в галузях туризму, у 2020 р. становила 534,9 млрд грн (на 122,4 млрд грн або на 29,7 % більше, ніж у 2018 р.), тобто відповідає 12,6 % від ВВП України. Валова додана вартість, що створюється безпосередньо в туризмі, у 2020 р. становила 165,1 млрд грн (на 8,6 млрд грн або на 0,9 % менше, ніж у 2018 р.), тобто 3,9 % від ВВП України. Зменшення частки валової доданої вартості України негативно впливає на показники розвитку економіки, які відображають підсумок виробничої діяльності у галузі матеріального і нематеріального виробництва.

6. Різноманіття об'єктів та територій для здійснення екологічного туризму, а саме: національні природні та регіональні ландшафтні парки, біосферні та природні заповідники, парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва, ботанічні сади, дендрологічні та зоологічні парки, заповідні урочища, пам'ятки природи, заказники, дозволяють зробити висновок про існування потенційних локацій для здійснення екологічного туризму. Результати соціологічного дослідження підтверджують, що 83 % респондентів мають високий рівень зацікавленості у активному відпочинку в природному середовищі з мінімальним негативним впливом на нього з можливістю екопросвітництва. Водночас 40 % респондентів взагалі незнайомі з об'єктами природно-заповідного фонду Житомирської області, а 51 % опитуваних – є пасивними до здійснення заходів з екотуризму, тому жодного разу не відвідували такого роду об'єкти, що дозволяє виявити потенційну групу споживачів ринку туристичних послуг. Незважаючи на значний потенціал розвитку екологічного туризму, активне отримання екотуристичних послуг природно-заповідного фонду Житомирської області залишається на незначному рівні. Об'єкти природно-заповідного фонду Житомирської області користуються слабким попитом, оскільки екскурсійна діяльність в межах вказаних об'єктів проводиться рідко та неорганізовано, інформація про можливість відвідування не поширюється, а також відсутня зручна картографічна візуалізація природних дестинацій. Іншою причиною слабого попиту є відсутність цікавих екскурсійних програм, низька якість покриття

автомобільних шляхів, відсутність актуальної інформації про можливості харчування та відпочинку.

7. Потужним засобом підвищення конкурентоспроможності екотуристичних послуг в умовах ринкової економіки та виявлення потенційних споживачів екотуристичних послуг серед населення, як підтверджують результати соціологічного дослідження в Житомирській області), є сегментація, позиціонування і просування екотуристичного продукту. Найчисельнішими потенційними споживачами ринку екотуристичних послуг є населення з бюджетом відпочинку на 1 особу від до 3 тис. грн до 6 тис. грн (35% опитаних). За показником тривалість відпочинку переважає група населення (48%), яка віддає перевагу відпочинку протягом одного тижня. Водночас, 23 % населення обирають мікровідпочинок, тривалістю два-три дні. Найтриваліший термін відпочинку (макровідпочинок, більше двох тижнів) обирає 6% респондентів. Середній термін відпочинку одного туриста складає 10 днів. Показник частоти відпочинку складає для більшості респондентів (40%) – не більше одного разу на рік, що відповідає тривалості відпустки працюючого населення. Отже, можна стверджувати, що найбільш ефективним з точки зору просування екотуристичних послуг є мікровідпочинок (тури вихідного дня, святкові, екскурсійні, корпоративні, приурочені до фестивалів та інших івентів тощо). Різноманітність та новизна екотуристичних послуг (відвідування локальних зооцентрів, екологічних стежок, заповідних та інтерактивних музейних комплексів, екосадиб та ін.) формують широкий спектр можливостей для організації дозвілля та соціальних ефектів для сімейного відпочинку, адже 64% респондентів віддають перевагу саме сімейному туризму. У перспективі такий вид туризму, як сімейний відпочинок, слід розглядати з позиції формування та просування іміджевих екотуристичних продуктів, що забезпечить надходження стабільних фінансових потоків в економіку регіону та подальший розвиток туристичної та супутніх галузей.

8. Потреби сучасних туристів (бажання отримувати швидкий доступ до інформації про дестинації та супутні послуги, залучення до заходів та

можливість взаємодії під час подорожі, розваги та розвиток творчого і ментального потенціалу туриста) та вимоги ринку туристичних послуг (екологізація, логістизація, використання інформаційних систем) створюють передумови для запровадження інноваційних технологій обслуговування споживачів туристичних та супутніх послуг. Створення інноваційного екотуристичного продукту дасть змогу залучати нових туристів та пропонувати їм придбати цінний спосіб проведення дозвілля та відпочинку. Житомирська область має значний потенціал для розвитку екологічного туризму: велика кількість об'єктів природно-заповідного фонду, започаткування добровільної сертифікації екологічних закладів розміщення і харчування, розвиваються альтернативні заклади проведення сімейного дозвілля (контактні зоопарки, фазанарії, качатники, притулки для тварин). Важливим для організаційно-економічного розвитку регіонального туризму є створення туристичних магнітів у дестинаціях із низьким рівнем туристичного попиту та просування комплексного туристичного продукту з якісним сервісом, орієнтованого на отримання позитивних вражень відвідувачів, налагодженням співпраці з супутніми галузями, які надають додаткові послуги (анімації, продажу сувенірів, надання освітніх і культурних послуг).

Результати дослідження, представлені у Розділі 2, опубліковано у працях автора: [109; 123-126; 186; 196; 199- 201].

ВИКОРИСТАНІ ДЖЕРЕЛА ДО РОЗДІЛУ 2

176. Бауман З. Глобалізація. Наслідки для людини і суспільства / Пер. з англ. І. Андрущенко; за наук. ред. М. Винницького. Київ : Києво-Могилянська академія», 2008. 109 с.

177. Бондаренко Е. Л., Кирилюк М. О. Методологічні особливості картографування природно-заповідного фонду України засобами інтерактивних карт (на прикладі Полтавської області). *Проблеми безперервної географічної освіти і картографії*. 2020. № 31. С. 6–14. DOI: 10.26565/2075-1893-2020-31-01.

178. Бучко Ж. І., Круль Г. Я. Просторовий аналіз розвитку готельно-ресторанної інфраструктури туризму у Чернівецькій області. *Географія та туризм*. 2011. Вип. 11. С. 34–41.

179. Бучко Ж. І., Круль Г. Я., Чернюх А. І. Сучасні тенденції розвитку гастрономічного туризму на території Західної України. *Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання* : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., 17–19 берез. 2010 р. Черкаси : ЧДТУ, 2010. С. 51–54.

180. Козловський О. Ю., Борисюк Б. В. Екологічний туризм : навч. посіб. Житомир : ЖДУ ім. І. Франка, 2011. 202 с.

181. Колєда Г. І. Удосконалення управління туристичними дестинаціями регіонального рівня в умовах децентралізації влади в Україні. *Експерт: парадигми юридичних наук і державного управління*. 2019. № 4(6). С. 158–166. DOI: 10.32689/2617-9660-2019-4(6)-158-166.

182. Менеджмент туристичної індустрії : навч. посібник / за ред. І. М. Школи. Чернівці : ЧТЕІ КНТЕУ, 2003. 662 с.

183. Міністерство захисту довкілля та природних ресурсів України : веб-сайт. URL: <https://mepr.gov.ua/> (дата звернення: 16.02.2023).

184. Національна туристична організація України : веб-сайт. URL: <http://www.ntoukraine.org/> (дата звернення: 16.05.2022).

185. Обласна програма охорони навколишнього природного середовища в Житомирській області на 2018–2022 роки. Житомирська обласна рада : веб-

сайт. URL: http://www.ecology.zt.gov.ua/Pryroda_D.html (дата звернення: 10.02.2021).

186. Осіпчук А. С., Никончук Є. В. Перспективи розвитку екологічного туризму в межах Житомирської області. *Українське Полісся: проблеми та тренди сучасного розвитку* : зб. матеріалів Всеукр. наук.-практ. конф., 1–2 берез. 2021 р. Ніжин : НДУ ім. Гоголя, 2021. С. 93–97.

187. Офіційний сайт Державної прикордонної служби України : веб-сайт. URL: <https://dpsu.gov.ua/> (дата звернення: 16.05.2022).

188. Офіційний сайт Державної служби статистики України : веб-сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 16.05.2022).

189. Природно-заповідний фонд України : веб-сайт. URL: <http://pzf.menr.gov.ua/> (дата звернення: 11.02.2021).

190. Природно-заповідний фонд України : веб-сайт. URL: <https://pzf.land.kiev.ua/pzf-spisok.html> (дата звернення: 16.05.2022).

191. Про затвердження Положення про ботанічну пам'ятку природи загальнодержавного значення Урочище «Хвороща» : Наказ № 463 від 21 листоп. 2011 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0463737-11#Text> (дата звернення: 16.05.2022).

192. Про природно-заповідний фонд : Закон України від 08 серп. 2021 р. № 2456-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2456-12#Text> (дата звернення: 16.05.2022).

193. Про Українські туристичні потоки. Міністерство економіки України URL : www.me.gov.ua. (дата звернення: 11.12.2022).

194. Рекреація та природно-заповідний фонд Житомирської області. *Житомирський ОУЛМГ* : веб-сайт. URL: <https://www.arcgis.com/apps/MapSeries/index.html?appid=e02cedfa1b46420c9f4be8f49dddfcb0&fbclid=IwAR3ohQG7KFz66FhxwTWCzaKL5K0TIVCyBAPQFpOTuG1kpDwmyS4xbyxl-IUQ#> (дата звернення: 16.05.2022).

195. Сіренко І. Специфіка охорони об'єктів неживої природи в Польщі. *Вісник Львівського університету. Сер. Географічна*. 2013. Вип. 41. С. 282–294.

196. Скидан О. В., Осіпчук А. С. Економічний ефект від екологізації послуг розміщення та харчування. *Туризм: міжнародний досвід та національні пріоритети* : зб. матеріалів III Міжнар. наук.-практ. конф., 26 травня 2021 р. Житомир : Поліський нац. ун-т, 2021. С. 17–20.

197. Туристичний барометр України 2020 Національної туристичної організації України. ГС «НТОУ» : веб-сайт. URL: https://www.ntoukraine.org/nsts_analytics_ua.html (дата звернення: 16.05.2022).

198. Управління екології та природних ресурсів Житомирської області : веб-сайт. URL: <http://www.ecology.zt.gov.ua/> (дата звернення: 10.02.2021).

199. Chernyshova T., Osipchuk A., Tyshchenko S. Analysis of the tourist services market in Ukraine: problems and prospects. *Zeszyty Naukowe WSTiE*. 2020. T. 17, rocz. IX, № 1. P. 21–32.

200. Elaboration of an optimal model for the development of gastronomic tourism in the Right-Bank Polissia of Ukraine / I. Nesterchuk et al. *GeoJournal of Tourism and Geosites*. 2021. Year XIV, vol. 38, № 4. P. 1107–1117. doi: 10.30892/gtg.38416-750.

201. Ethnic loading of food as a sustainable culture component in the form of physical-geographical, soil and ethnographic zoning of the Right-Bank Polissia / I. Nesterchuk et al. *GeoJournal of Tourism and Geosites*. 2020. Year XIII, vol. 30, № 2 supplement. P. 788–793. DOI: 10.30892/gtg.302spl02-506.

202. Giddy J. K., Rogerson M. J. Nature-based tourism enterprise adaptive responses to Covid-19 in South Africa. *GeoJournal of Tourism and Geosites*. 2021. Year XIV, vol. 36, no. 2 spl. P. 698–707. DOI: 10.30892/gtg.362spl18-700.

203. Modelling of development of ecological tourism / H. Mashika et al. *International Journal of Scientific & Technology Research*. 2020. vol. 9, no. 04, P. 683-688.

204. Prysiazhniuk, O., Plotnikova, M., & Buluy, O. (2018). Cluster approach in administration of rural areas. *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development*, 40(2). Retrieved from <https://ejournals.vdu.lt/index.php/mtsrbid/article/view/97>

205. Understanding younger tourist' intention toward environmentally responsible behavior / R. M. Fenitra et al. *GeoJournal of Tourism and Geosites*. 2021. Year XIV, vol. 36, no. 2 spl. P. 646–653. DOI: 10.30892/gtg.362spl12-694.

РОЗДІЛ 3

УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ РОЗВИТКУ ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ НА ОСНОВІ ЗАСТОСУВАННЯ ІННОВАЦІЙ

3.1. Стратегічні пріоритети розвитку екотуристичної галузі

Туризм є важливим чинником розвитку національних економік та дієвим інструментом у справі поліпшення економічного і соціального стану держав, зокрема тих, що розвиваються. Стратегічне управління туристичною діяльністю включає формування концепції довгострокових цілей у сфері туризму, що сприятиме консолідації продуктивних сил, спрямованих на забезпечення ефективності використання рекреаційно-оздоровчих, історико-культурних, науково-технологічних ресурсів для підвищення конкурентоспроможності галузі туризму та сприяння комплексного (економічного, соціального, екологічного та інноваційного) позитивного ефекту. В Україні розроблено Стратегію розвитку туризму та курортів на період до 2026 р., яка має на меті забезпечення прискореного розвитку сфери туризму і курортів, перетворення даної галузі у високоефективну та інтегровану у світовий ринок [125].

Стратегічними пріоритетами розвитку національної екотуристичної галузі є першочергові завдання, що мають визначальне значення для досягнення загальних цілей збалансованого розвитку природоорієнтованого та середовищезберігаючого туризму в Україні. В умовах масштабних суспільно-політичних та економіко-виробничих змін, які посилюються станом невизначеності та дивергентності внаслідок військової агресії, а також зростання антропогенного навантаження на природу, розробка та імплементація стратегії збалансованого розвитку туристичної та супутньої галузей може бути адекватною відповіддю на виклики часу. Основними напрямками стратегічних пріоритетів розвитку екотуристичної галузі є створення конкурентоспроможного екотуристичного продукту, забезпечення

безпеки туристів та захист їх законних прав та інтересів, формування та просування позитивного національного туристичного іміджу, забезпечення комплексного захисту, догляду та розвитку природних територій, створення сприятливих умов для залучення інвестицій у розбудову екотуристичної інфраструктури, удосконалення системи професійної підготовки фахівців сфери туризму.

Відповідно до Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 р. стратегічними цілями у галузі туризму є:

- створення конкурентоспроможного національного туристичного продукту;
- розвиток туристичної інфраструктури та формування позитивного туристичного іміджу;
- організація системи якісної підготовки фахівців галузі туризму;
- удосконалення інформаційної інфраструктури рекреаційних та туристичних послуг [125].

Туризм сприяє розширенню міжнародних зв'язків, створенню робочих місць, становленню малого бізнесу, зростанню економіки країни в цілому. У свою чергу екологічний туризм сприяє охороні природної території, має позитивний вплив на екологічне просвітництво населення, виховує патріотизм і гордість за свою країну, сприяє гармонійному розвитку особистості та формуванню стійких навичок екологічнозберігаючої поведінки. Екологічний туризм, як напрям туризму, що базується на максимізації використання природно-рекреаційних благ та ресурсів для екопросвітницької, культурно-пізнавальної, рекреаційної діяльності з мінімальним антропогенним впливом (дозволяється залишати тільки сліди, забирати з собою тільки фотографії), підтриманням добробуту місцевих мешканців, споживанням місцевих продуктів харчування та раціонального використання ресурсів.

Для того, щоб сформувані ґрунтовні пропозиції з удосконалення стратегічного управління об'єктами екотуристичної діяльності потрібно детально дослідити систему організації екотуристичної діяльності, виявити сильні та слабкі сторони. Використання структурно-функціональних моделей

дає можливість виявляти недоліки в організації туристичної діяльності та знаходити шляхи удосконалення з метою більш ефективного та раціонального функціонування. Будь-яка організаційно складна система дій та взаємодій потребує моделювання процесів, які є невід'ємними складовими у її функціонуванні. Завдяки CASE-технологіям (інструментальним засобам, що використовуються при проектуванні систем) була побудована структурно-функціональна модель з розвитку екотуристичної діяльності. Дане бізнес-моделювання проводилось у кілька етапів. Першим етапом стала побудова основного блоку – контекстної діаграми «Екотуристична діяльність».

До контекстної діаграми входять інтерфейсні дуги, які визначають вхідні інформаційні потоки, необхідні для розвитку екотуризму, а саме компоненти системи екотуризму, фінансові ресурси, територію для здійснення екотуризму та матеріально-технічну базу (рис. 3.1). Наявність впливу економічних (стимули та вигоди від провадження екотуристичної діяльності), політичних (відношення влади до туризму, міжнародний та внутрішній туристичний імідж) та законодавчих механізмів (нормативно-правова база туристичної діяльності).



Рис 3.1. Контекстна діаграма SADT-моделі

Джерело: на основі власних досліджень.

Група інших важливих вхідних потоків включає персонал, задіяний в екотуристичній діяльності, інфраструктуру об'єктів та експертів, що оцінюють

легітимність, ефективність, адекватність моделі екотуристичної діяльності. Вихідними потоками у даній SADT (Structured Analysis and Design Technique - методологія аналізу і проектування систем) моделі є комплексний ефект, що поєднує у собі економічний (отримання економічних вигід, раціоналізація споживання), екологічний (екопросвітництво, привертання уваги до цінності природних ресурсів) та соціальний (створення додаткових робочих місць, можливість самореалізації для мешканців сільських територій) ефекти екотуристичної діяльності.

Другим етапом є декомпозиція контекстної діаграми (рис. 3.2), що полягає в уточненні загальної мети, сутності процесу, розбиваючи систему на декілька підпорядкованих їй підсистем. При цьому, інтерфейсні дуги переходять з контекстної діаграми у декомпозицію з урахуванням упорядкованого змісту. Рух інформаційних потоків відслідковується через візуалізацію блоків, пов'язаних між собою послідовними діями. Декомпозиція контекстної діаграми виокремлює такі етапи екотуристичної діяльності: визначення об'єктів екологічного туризму (об'єкти та території природно-заповідного фонду, екосадиби, пункти рекреації, екологічні стежки), організація об'єктів екологічного туризму та надання рекреаційно-туристичних послуг.

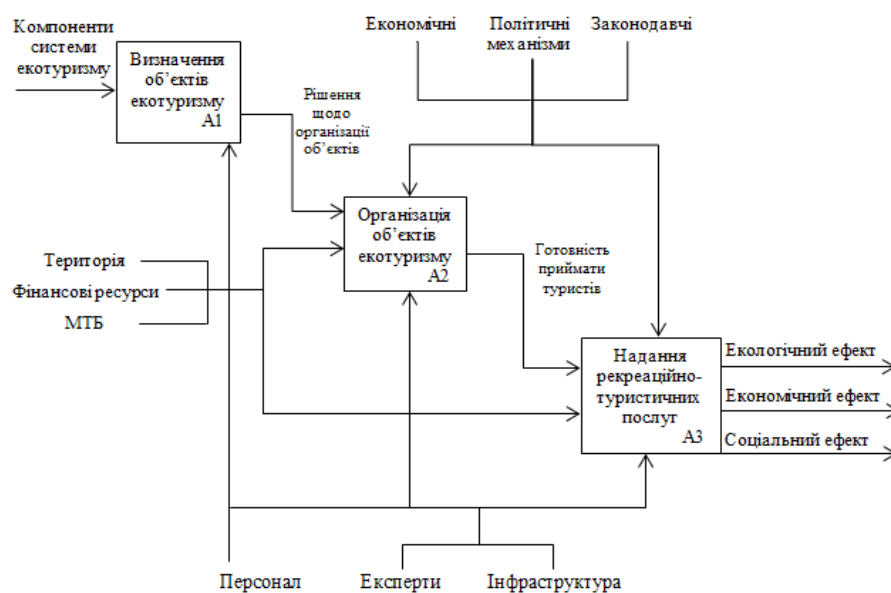
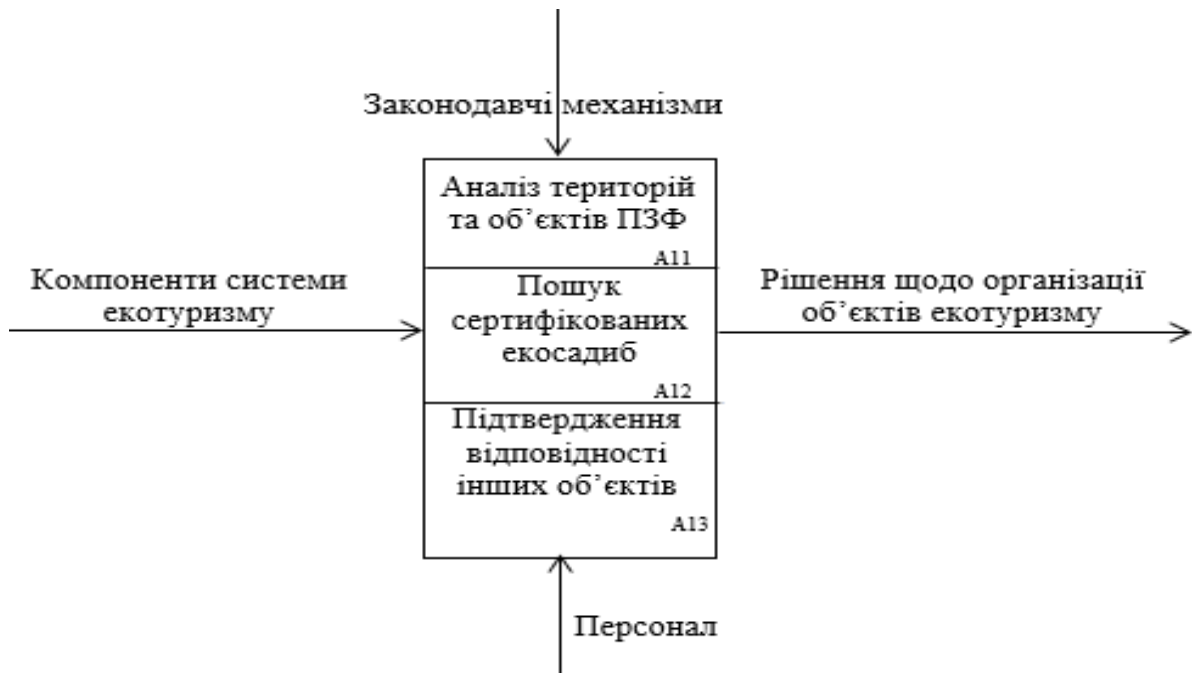


Рис. 3.2. Декомпозиція контекстної діаграми в стандарті IDEF0

Джерело: на основі власних досліджень.

Декомпозиція головної діаграми включає в себе наступні процеси:

1. Визначення об'єктів екологічного туризму. Даний процес полягає в ідентифікації та систематизації об'єктів екологічного туризму відповідно специфічним властивостям даного виду туризму (рис. 3.3).



**Рис. 3.3. Декомпозиція контекстної діаграми в стандарті IDEF0
«Визначення об'єктів екологічного туризму»**

Джерело: на основі власних досліджень.

Враховуючи поліваріативність видів екотуризму (етноекологічний, екоботанічний, геоекологічний туризм, діловий екотуризм, тренувальні екотуристичні програми тощо) виокремлено 3 основні групи об'єктів екотуризму: території та об'єкти природно-заповідного фонду, садиби, розраховані для здійснення екотуризму та інші об'єкти, діяльність яких не суперечить принципам екотуристичної діяльності (пам'ятки архітектури, екоготелі, об'єкти паломництва, рекреаційні пункти, екопарки).

2. Організація об'єктів екологічного туризму. Даний етап включає створення екологічних стежок та рекреаційних вузлів, сертифікацію екозакладів розміщення і харчування, встановлення інформаційних стендів та маркування маршрутів, налагодження співпраці між суб'єктами туристичної діяльності (рис. 3.4).



**Рис. 3.4. Декомпозиція контекстної діаграми в стандарті IDEF0
«Організація об'єктів екологічного туризму»**

Джерело: на основі власних досліджень.

З метою організації об'єктів екологічного туризму потрібно облаштувати виокремлену для туристичної діяльності територію (зробити відповідне маркування, встановити інформаційні карти пересування, розмістити інтерактивні посилання для отримання інформації з можливістю прослухати екскурсію, встановити санвузли, облаштувати точки продажу сувенірної продукції), створити матеріально-технічну базу діяльності (приміщення та меблі для екосадиб, експозиційні об'єкти для проведення екскурсій, майстер-класів, виставок), залучити фінансові ресурси для формування та просування екотуристичного продукту. Перераховані дії допоможуть сформувати готовність об'єктів приймати відвідувачів. Даний етап декомпозиції включає вхідні елементи: персонал для організації об'єктів, інфраструктуру для забезпечення потреб туристів та експертів, що проводитимуть перевірку пожежної, санітарно-гігієнічної та екологічної безпеки.

3. Надання рекреаційно-туристичних послуг. Декомпозиція контекстної діаграми «Надання рекреаційно-туристичних послуг» відображає готовність обслуговувати екотуристів, що включає проведення екскурсій, стимулювання екопросвітництва, ознайомлення з виробництвом екопродукції, проведення майстер-класів з виготовлення сувенірів з екологічно чистих матеріалів, надання рекреаційно-оздоровчих послуг та ознайомлення з побутом місцевого населення (рис. 3.5).



**Рис. 3.5. Декомпозиція контекстної діаграми в стандарті IDEF0
«Надання рекреаційно-туристичних послуг»**

Джерело: на основі власних досліджень.

Налагодження системи надання послуг у сфері екотуристичної діяльності на виході дає інтегрований ефект, що в загальному сприяє створенню робочих місць, становленню малого бізнесу, зростанню економіки країни, розширенню міжнародних зв'язків. У свою чергу економічний ефект проявляється у формуванні і перерозподілі фінансових потоків в місцях здійснення екотуристичної діяльності, покращенні інвестиційної привабливості, сприянні розвитку супутніх сфер діяльності та інфраструктури туристичних об'єктів [209]. Екологічний ефект включає поглиблення розуміння природного та культурного середовища, підвищення екологічної обізнаності туристів та місцевих жителів, сприяння екологічній поведінці туристів та захисту природних ресурсів і навколишнього середовища. Соціальний ефект полягає у можливості взаємодії з місцевими людьми, у знайомстві та формуванні поваги до місцевої культури, отриманні психоемоційного розвантаження від мистецьких заходів та спілкування з людьми зі спорідненими інтересами, покращення рівня життя та розширення можливостей місцевого населення.

Структурно-функціональна модель екотуристичної діяльності відображає вхідні потоки, які забезпечують функціонування об'єктів екотуризму,

виокремлює компоненти екотуризму, визначає чинники, які впливають на рішення щодо організації об'єктів екологічного туризму, відображає готовність локацій приймати туристів та виокремлює вихідні потоки у вигляді комплексного ефекту від екотуристичної діяльності. При детальному аналізі структурно-функціональної моделі ідентифіковано проблемні ділянки функціонування системи екотуристичної діяльності, що дає змогу сформулювати пропозиції щодо покращення організації діяльності екотуристичних об'єктів, забезпечуючої інфраструктури, норм законодавства, системи освіти тощо.

Основними проблемами для здійснення екотуристичної діяльності є відсутність закону «Про екологічний туризм», який регламентував би взаємовідносини суб'єктів та об'єктів екотуризму, створення правових засад для ефективного та раціонального використання природних територій для здійснення екотуристичної діяльності, визначення правового статусу, порядку організації та діяльності суб'єктів екотуристичної діяльності. Іншою проблемою є відсутність попиту і слабо розвинута пропозиція екотуристичного продукту, просування якого взагалі не здійснюється (що підтверджується незнанням половини опитаних респондентів про об'єкти природно-заповідного фонду та екозаклади розміщення і харчування не знають більше 90 % опитаних). Дороги до більшості дестинації екологічного туризму знаходяться у незадовільному стані, а до деяких локацій взагалі треба дійти пішки декілька кілометрів (геологічна пам'ятка природи «Камінне село»). У час інформаційних технологій сучасному туристу важко зорієнтуватися без достатньої кількості інформації в електронній мережі Інтернет.

Нанесення на інтерактивну карту дестинацій, закладів харчування і розміщення, маркованих маршрутів, детального опису варіантів і вартості пропонованих послуг, можливість прокладання шляху, оцінка якості доріг, ознайомлення з відгуками інших відвідувачів тощо дає змогу за допомогою смартфона і мережі Інтернет самостійно створювати туристичні маршрути, розраховувати час, знаходити місце відпочинку, харчування, ночівлі. Варто згадати інші проблеми вітчизняної туристичної галузі: слабо розвинена та не до кінця організована індустрія розваг; знаходження у занедбаному стані

пам'яток культури та історії; застаріла матеріально-технічна база; низький рівень обслуговування за міжнародними стандартами; збереження ряду проблем екологічного, соціального, політичного та економічного характеру. Останнє, проте не менш головне питання, щоб люди займалися екологічним туризмом, вони повинні про нього знати і розуміти його суть та важливість.

Закордонний досвід свідчить про зростання екологічних ініціатив. До прикладу, все більше людей задумуються про свій екологічний слід, обираючи альтернативу перельотам, вони поступаються комфортом заради чистоти планети. У європейських країнах Європи та Північної Америки набирає обертів регенеративний (відновлювальний) туризм, який має на меті не тільки відпочинок, а й відновлення природних ресурсів та очищення навколишнього середовища від відходів. Готельні заклади у свою чергу зменшують використання пластику, замінюючи індивідуальні флакони на великі стаціонарні пляшки, які після використання перероблятимуться. Авіакомпанії також зменшують використання пластику для обслуговування пасажирів на борту літака, надаючи альтернативу до 100 одиниць пластикових виробів під час перельоту. Гарним досвідом для закладів харчування є самостійне вирощування тепличних овочів, фруктів, зелені і навіть риби. Тенденції несезонного туризму «перерозподіляють навантаження» на різні території і місця, зменшуючи наслідки овертуризму. Інклюзивність в туризмі є додатковою можливістю реалізувати себе та відновити сили людям з особливими потребами, а з максимальним наближенням до природи екологічний туризм стає шляхом реабілітації та адаптації людей з інвалідністю. Концепція «повільного туризму» дає можливість насолодитися відпочинком більше під час сповільненого темпу подорожі (вибір альтернатив повітряному транспорту, використання велосипедів та електросамокатів для пересування на невеликі відстані) для занурення в атмосферу місця відпочинку.

Враховуючи той факт, що Україна знаходиться у стані затяжної економічної, екологічної, соціальної кризи внаслідок агресії з боку РФ, яка посилюється від наслідків всесвітньої пандемії і негативно впливає на кожного жителя країни у вигляді психоемоційного, економічного та соціального тиску,

створюється необхідність впровадження принципів сталого розвитку у всіх сферах діяльності, зокрема економіки та охорони здоров'я. Спостерігаються тенденції посилення глобальних екологічних і супутніх проблем, а також зниження конкурентоспроможності національної економіки та іміджу країни на міжнародному ринку. Ситуацію в країні і в світі зокрема, можна покращити через перегляд цілей соціально-економічного розвитку, формування нової філософії свідомості, раціоналізації структури потреб, пріоритетів і способів діяльності людини.

Туризм є механізмом економічного зростання об'єктів, територій, регіонів, держав. Розвиток туризму набуває активних обертів, що спонукає повному оцінювати усі його аспекти: економічні, соціальні, екологічні. Екологічний туризм є проявом екологізації рекреаційної, дозвіллевої, освітньої та інших сфер діяльності людини. Значну роль у комплексі туристичних послуг відіграють послуги розміщення та харчування, які є найбільш праце-, ресурсо- та капіталомісткими, тому підприємства з надання послуг розміщення та харчування повинні приділяти увагу для пошуку способів раціоналізації витрат та зменшення негативного впливу на навколишнє середовище.

Міжнародна природоохоронна організація «Green Seal» проводила дослідження, і виявилось, що один готель на 150 номерів витрачає за тиждень роботи кількість енергії, що рівноцінна витратам 100 приватних будинків з проживаючими в них 4 людьми за цілий рік, а відходів створює ще більше [212]. Також готелі споживають велику кількість води: клієнт готелю використовує в середньому на третину води більше, ніж місцевий житель. Впровадження енергозберігаючих технологій у сфері теплопостачання, кондиціонування та вентиляції може скоротити платежі за комунальні послуги від 40 до 60%. У європейських готелях встановлюють змішувачі, що знижують витрати води і забезпечують зменшення споживання електроенергії для нагрівання води (витрати води за добу знижуються приблизно на третину).

Міжнародний досвід свідчить, що світові готельні мережі вже отримали результати впровадження екологічних технологій. Наприклад, Holiday Inn, встановивши змішувачі низького тиску і аератори для душа, заощадили

приблизно 13 500 дол. США. Готелі мережі Marriot розмістили таблички, що закликають туристів використовувати постільну білизну та рушники повторно – це зменшило затрати електроенергії, води, побутових засобів і затрат праці; розмістили в номерах дозатори для рідкого мила та шампуню, що дало змогу отримати 17% економії від екологізації послуг. Hilton Worldwide заощаджують більш ніж 74 млн доларів на комунальних витратах за рахунок: зниження енергоспоживання на 6,6%; зниження вуглецевих викидів на 7,8%; зменшення відходів виробництва та зменшення споживання води на 3,8%. Після встановлення енергозберігаючих лампочок готель «Hilton Budapest» зменшив рахунки за електроенергію на 13% (40000 дол. США в рік) [212, с. 370-372].

В Україні зроблено перші кроки у сфері екологізації бізнесу: у 2018 р. створено громадську організацію «Всеукраїнська спілка екологічного маркування «Зелена Зірка», основним завданням якої є підвищення рівня екообізнаності споживачів, розробка стандартів екологічної якості та активного проведення екопросвітницької діяльності. Заклади ресторанного господарства можуть отримати сертифікат «Зелена Зірка» в галузі «Екологічний готель», оскільки галузь «Екологічний ресторан» відсутня. Проте потрібно, щоб діяльність ресторану відповідала певним вимогам.

Першим вітчизняним екорестораном, який відповідає екологічним критеріям ресторанних послуг, за рішенням Всеукраїнської спілки екологічного маркування «Зелена Зірка» з 2018 р. є «Веранда на Дніпрі». Існує стратегічна екокультурна концепція для підприємств ресторанного господарства, тому заклади, які претендують називатися «екологічними», повинні:

- відмовитись від споживання природного газу і використовувати екологічні способи приготування страв (наприклад, брикети для мангалів, дрова для страв з печі);
- зменшити використання одноразового приладдя;
- створювати на базі ресторану власне виробництво екологічно чистих продуктів (зелень, овочі);
- зменшити кількість м'ясних страв та надавати перевагу сезонним і місцевим продуктам;

- у господарській діяльності орієнтуватися на принцип «дружнього ставлення до природи»;
- використовувати побутову техніку, оснащену сучасними функціями економії ресурсів;
- запроваджувати бонусні та дисконтні програми з метою мотивації екологічної відповідальності;
- надавати перевагу витратним матеріалам, що виробляються з використання вторинної сировини.

Для закладів готельного господарства для отримання звання «Екологічний готель» потрібно виконувати такі правила: дотримуватись природоохоронного законодавства, застосування елементів екологічного менеджменту; зменшувати кількість, сортувати та переробляти відходів; застосовувати автоматизовані системи взаємодії з клієнтами (автоматизовані системи управління – Amadeus PMS (Property Management Advanced), OPERA, Парус тощо); ефективно використовувати та оптимізувати кількість усіх видів ресурсів; використовувати в меню ресторану екологічно чисті продукти та дотримуватись принципів здорового харчування; застосовувати екологічно безпечну побутову хімію; проводити екопросвітницьку роботу з персоналом та клієнтами. Пропозиції з удосконалення організації закладів розміщення та харчування у відповідності з екологічними стандартами та мотивації екологічної відповідальності у споживачів структуровано у вигляді схеми (рис. 3.6).

Перехід споживачів до концепції продуманого споживання з одного боку та екологічна свідомість суб'єктів екотуристичної діяльності з іншого боку поступово повинні стати частиною сучасного суспільства, а також складовою стратегії діяльності підприємств різних галузей, зокрема готельно-ресторанних, оскільки це створює умови для посилення конкурентних переваг на основі використання принципів екологізації. Підприємства з надання екологічних послуг розміщення та харчування повинні ставити за ціль не тільки відповідність сучасним тенденціям, а й створення та реалізацію стратегії сталого розвитку з реальною можливістю зменшити затрати ресурсів, праці, фінансів, і, як наслідок, отримувати більше прибутку та піклуватись про оточуюче середовище [196, с. 18-20].



Рис. 3.6. Напрями удосконалення організації суб'єктів готельно-ресторанного господарства у сфері екотуризму

Джерело: систематизовано автором.

Враховуючи існуючі проблеми вітчизняної туристичної галузі, ініціативи та сучасні тенденції на основі структурно-функціональної моделі екотуристичної діяльності запропоновано наступні пропозиції (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

Пропозиції щодо організації екотуристичної діяльності на різних рівнях

Рівень впровадження	Пропозиції
Загально-національний	створення і просування стратегії сталого розвитку всіх галузей діяльності; пропагування здорового способу життя, концепції продуманого споживання, екопросвітництва; удосконалення нормативно-правової бази діяльності суб'єктів туристичної діяльності; створення сприятливих умов для започаткування та розвитку малого бізнесу індустрії гостинності з врахуванням протиепідемічних заходів
Підприємства туристичної діяльності	формування пропозиції туристичних маршрутів по об'єктам та територіям природно-заповідного фонду з відповідним екскурсійним супроводом; раціоналізація використання ресурсів; перехід до використання альтернативних джерел енергії; надання переваги використанню продукції місцевого та екологічного виробництва
Місцеві громади	організація ремісничих майстерень для виготовлення сувенірної продукції; створення додаткових закладів харчування та розміщення; формування сервісів системи гостинності; забезпечення екопросвітницької роботи
Споживач	формування екологічної обізнаності населення; стимулювання раціоналізації споживання та використання ресурсів; мотивація шанобливого ставлення до навколишнього середовища та оточуючого соціуму
Об'єкти екотуризму	збільшення площ та підвищення репрезентативності мережі природно-заповідного фонду для підвищення ефективності засобів охорони видів тваринного і рослинного світу; створення належної охорони природно-заповідних об'єктів (заказників, заповідних урочищ, пам'яток природи, інших територій природно-заповідного фонду), розташованих на землях землекористувачів; створення і відображення інформаційними ресурсами рекреаційних пунктів та маркованих екостежок з інформаційним та інфраструктурним наповненням

Джерело: сформовано автором.

Сформовані пропозиції з удосконалення стратегічного управління об'єктами екотуристичної діяльності згруповані у відповідності до рівня впровадження, оскільки кожен з них має свої особливості. Також запропоновано покращення туристичного пакету послуг з врахуванням екологічної складової. У сфері перевезень пропонується оптимізація транспортної частини турпакету послуг та стимулювання використання електротранспорту. Організація закладів розміщення повинна сприяти використанню екологічних стандартів: мати системи екологічно чистого опалення та очисних споруд для стічних вод, сортування відходів, використання альтернативних джерел енергії тощо.

Екскурсійні послуги повинні мотивувати поглиблення знань, екопросвітництво та екосвідомість екскурсантів. Супутні та додаткові послуги повинні стимулювати фінансові потоки для розвитку та підтримки місцевих громад та територій, на яких вони функціонують. Важливим є стимулювання та аналіз зворотнього зв'язку від споживачів для подальшого покращення туристичного продукту. Під час будівництва нових споруд слід використовувати екологічно чисті і безпечні матеріали, передбачати архітектурну сумісність з сусідніми об'єктами. Для пакування готової продукції і продуктів харчування слід надавати перевагу екологічним матеріалам, що передбачають нешкідливу утилізацію або переробку [207, с. 398].

Деякі проблеми туристичної сфери можна вирішити, сформувавши туристсько-рекреаційний кластер, тобто територію, сформовану туристським і рекреаційним попитом, що володіє певними ресурсами та умовами, а також має необхідний рівень розвитку інфраструктури [213]. Створення туристичного кластера допоможе у вирішенні трудомістких завдань по об'єднанню зусиль підприємців, соціальних структур та держави. Кластери перестають бути ієрархічними мережами і трансформуються в мережу рухливих взаємозв'язків між домашніми господарствами, підприємствами та державними установами. Ці взаємозв'язки мають постійну основу, можуть зміщуватися і розширюватися на суміжні види економічної діяльності [213].

Крім існуючих туристсько-рекреаційних ресурсів потрібно створювати та розвивати інфраструктуру, тому для покращення туристичної діяльності Житомирської області (на основі проведеного опитування) додатково можна рекомендувати облаштувати «зелені зони» відпочинку, забезпечити проведення фестивалів, ярмарків, тематичних виставок, створити зручну систему навігації цікавих місць, збільшити кількість «квестів» та інших активних форм проведення дозвілля, облаштувати маршрути для велосипедистів. Пропозиції, які надало місцеве населення Житомирської області, що брало участь в проведеному авторському опитуванні, відображена у структурі відповідей (рис. 3.7).



Рис. 3.7. Розподіл респондентів щодо покращення умов комфортного і цікавого проведення дозвілля у межах Житомирської області

Джерело: сформовано на основі авторського опитування.

Для покращення благоустрою в місці проживання жителі Житомирської області хочуть поліпшити сортування та переробку побутових відходів, очистити вулиці від сміття, зменшити кількість вуличної реклами, організувати бювети з питною водою, впорядкувати архітектуру міста (рис. 3.8).



Рис. 3.8. Розподіл респондентів щодо покращення благоустрою в місці їхнього проживання у межах Житомирської області

Джерело: сформовано на основі авторського опитування.

Відповіді респондентів варто врахувати під час планування заходів з благоустрою на рівні місцевої влади, оскільки створення комфортних умов проживання містян дозволить забезпечити сприятливе середовище для прийняття та перебування туристів. Якщо туристу сподобається місце призначення, то з великою ймовірністю він розповсюдить позитивні рекомендації щодо місця відпочинку іншим потенційним туристам і в майбутньому також повернеться, що у свою чергу призведе до популяризації дестинації та отримання додаткових прибутків в місцеві бюджети. Розвиток екологічного туризму стимулюватиме підвищення рівня усвідомленості суспільства про проблеми охорони природи, а також способи збереження природного капіталу для майбутніх поколінь.

Формування інформаційного простору в засобах масової інформації та глобальній мережі «Інтернет» допоможе створити канали комунікації між організаціями і цільовою аудиторією, підвищити імідж туристичних організацій та рівень їх соціальної підтримки [210]. Розробка платформи для концентрації в одному електронному ресурсі з візуалізацією національних об'єктів та територій природно-заповідного фонду створить можливість для взаємодії органів державного та місцевого управління, туристичних та суміжних організацій, туристів та місцевого населення (рис. 3.9).

Інтерактивна платформа вміщуватиме базу даних об'єктів та територій екологічного туризму, де зазначатиметься інформація щодо розміщення, наявних послуг, супутньої інфраструктури, контактних даних тощо. Користувач матиме змогу самостійно сформувати туристичний маршрут або обрати із запропонованих екскурсійних програм. Органи державного та місцевого управління регулюватимуть і контролюватимуть діяльність суб'єктів господарювання, а також відслідковувати можливі порушення законодавства. Туристичні та інші обслуговуючі підприємства розмістять інформацію про наявні послуги та свої конкурентні переваги. Місцеве населення матиме змогу офіційно працевлаштуватись і впливати на розвиток своїх територіальних громад: інтерактивна платформа дасть змогу об'єднати зацікавлені сторони та стимулювати їх взаємодію.

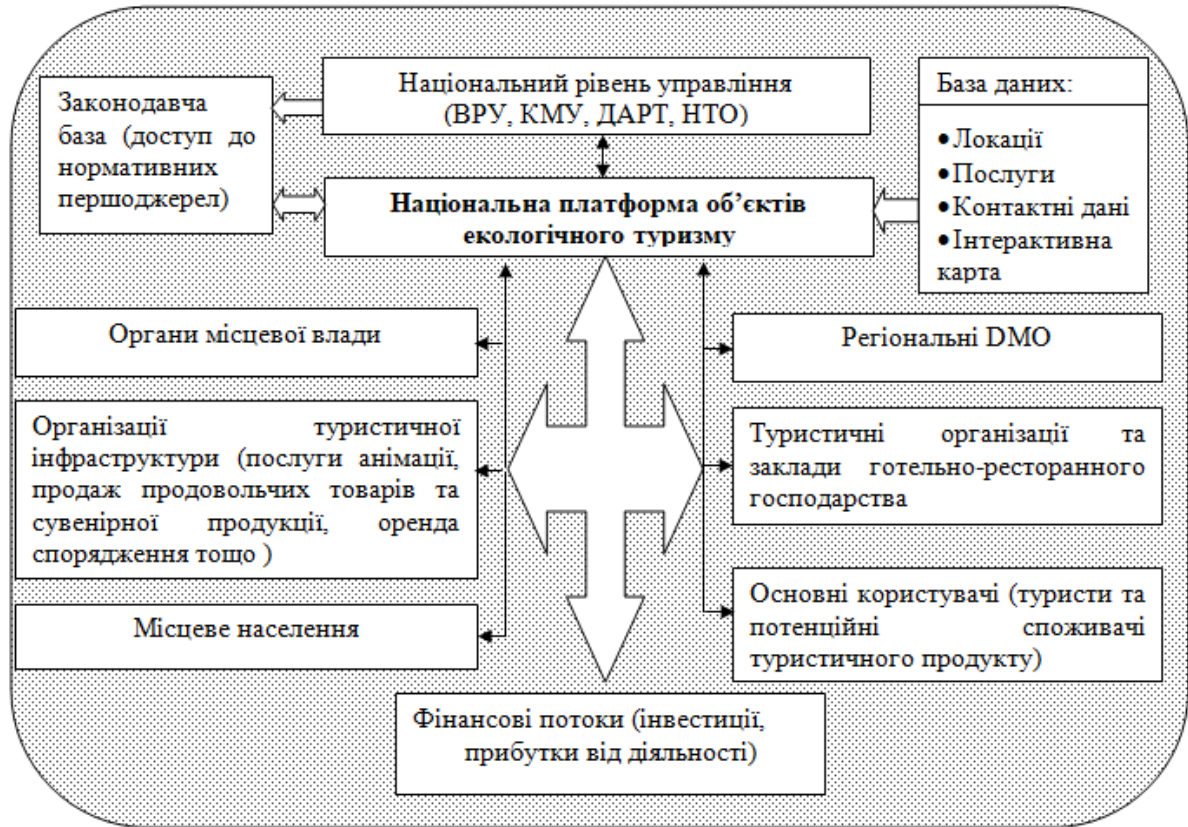


Рис. 3.9. Модель комплексного розвитку національного екотуризму

Джерело: розроблено автором

Реалізація моделі комплексного розвитку екологічного туризму призведе до збільшення числа клієнтів, обсягу реалізованих послуг, кількості регіональних представництв, що створює необхідні умови для підвищення рівня дохідності регіональної та національної часток туристичного ринку. Дана модель є зразком ефективного управління екологічним туризмом, оскільки передбачає розвиток економічної та екологоосвітньої діяльності із залученням місцевих організацій, зниження антропогенного навантаження туристів на дестинацію, збереження біологічного та ландшафтного різноманіття.

Таким чином, удосконалення державної політики в галузі туризму передбачає створення конкурентоспроможного національного туристичного продукту, організацію системи якісної підготовки фахівців галузі туризму, удосконалення інформаційної інфраструктури рекреаційних та туристичних послуг, формування позитивного іміджу національного туристичного продукту як всередині країни, так і за її межами. Шляхом застосування структурно-

функціонального моделювання ідентифіковано проблемні ділянки функціонування системи екотуристичної діяльності (відсутність закону «Про екологічний туризм», низький попит і недостатньо розвинута пропозиція екотуристичного продукту, недорозвинена туристична інфраструктура, відсутність інформаційних стендів та вказівників туристичних локацій тощо). На основі виявлених перешкод розвитку екотуристичної діяльності та побажань учасників авторського опитування щодо покращення благоустрою в місці проживання та створення умов для комфортного і цікавого проведення дозвілля обґрунтовано пропозиції з удосконалення стратегічного управління об'єктами екотуристичної діяльності.

3.2. Розробка та впровадження інноваційного екотуристичного продукту: результати моделювання з використанням геоінформаційних систем

Інновації в туризмі передбачають зміни у процесах і результатах діяльності, втілених у нових чи удосконалених туристичних продуктах, технологічних процесах, пропозиції нових послуг та створення нових підходів до задоволення соціальних потреб. Результатом впровадження інновацій, окрім задоволення потреб споживачів, має стати забезпечення стійкого функціонування й розвитку туристичного підприємства та галузі в цілому [85]. Акцент сучасного туристичного ринку на масштабності застосування новітніх інформаційних технологій: електронних каталогів з пропозиціями відпочинку, соціальних інформаційних мереж, електронних систем бронювання, електронних систем продажу авіаквитків, зручних платіжних систем, туристичних застосунків. Конкуренція на ринку туристичних послуг змушує максимально впроваджувати у свою діяльність маркетингові інновації, які дають змогу задовольняти потреби цільових споживачів і залучати неохоплених на цей період потенційних клієнтів.

Картографічна модель має істотно більшу інформативність порівняно з текстовим і цифровим відображенням даних. Кожна туристична дестинація або

тур має географічні координати, тобто їх можна відобразити на туристичній цифровій навігаційній карті. Концепція моделювання в туристичних ГІС базується на інтеграції переходу від автоматизації окремих часткових завдань до комплексного виконання завдань, а також систематизацію завдань, які належать до різних етапів життєвого циклу об'єкта моделювання. Використання інноваційного підходу з метою просування екотуристичного продукту дасть додаткові можливості до збільшення рівня його конкурентоздатності та більш якісного задоволення потреб екотуристів. Досягнення оптимальних умов збереження балансу навколишнього природного середовища має базуватись на ефективному аналізі та можливості здійснення контролю та моніторингу екологічних показників. Зазначені процеси можна розвивати за допомогою геоінформаційних систем (ГІС), використання яких надає можливість створення та використання туристичної інформації на якісно новій основі [206, с. 24-25]. Практична цінність формування інноваційного екотуристичного продукту полягає у визначенні його переваг і недоліків, а також стійкості на конкурентному ринку, що дає можливість сформулювати перспективні напрямки досліджень для розробки інноваційних геоінформаційних технологій для галузі туризму.

Туристичний продукт, як комплекс товарів і послуг, які надаються туристичною організацією туристу для задоволення його потреб та інтересів, додатково набуває форми сукупності матеріальних (предметів споживання) та неуречевлених (у формі послуг) споживчих вартостей (бронювання, страхування), необхідних для задоволення потреб туриста під час туристичної подорожі. Туристичний продукт включає тур (туристичний пакет), додаткові туристично-екскурсійні та супутні (купівлю сувенірної й іншої продукції) послуги. Розробка туристичного продукту – це процес створення соціокультурної матриці раніше невідвідуваного, непопулярного об'єкту. Такий процес включає: визначення локації об'єкту, підготовку екскурсійної програми та емоційних доповнень, картографічна візуалізація, просування за допомогою медіа засобів, соціальних мереж та рекламних кампаній, підготовка туристичної

інфраструктури. Розробка туристичного продукту включає виробництво: процес перетворення наявних історико-культурних, рекреаційно-оздоровчих та інших ресурсів на туристичний продукт, що відбувається на різних господарюючих суб'єктах: від екологічного фермерського господарства до сучасних організацій (арт-кафе, навколокультурний простір, івент-заклади).

Отже, екотуристичний продукт поєднує матеріальні та нематеріальні цінності, які отримує турист під час відвідування природних територій, взаємодії з місцевим населенням та знайомстві з особливостями культури та побуту регіону з мінімальним антропогенним впливом на дестинації [208, с. 68-70]. Реалізація екотуристичного продукту має на меті отримання прибутку, який можна одержати при умові, що вартість екотуристичного продукту перевищуватиме суму витрат на його створення і просування. Основним джерелом прибутку в екотуризмі є турист як споживач певних благ, який сплачує вартість запропонованого йому продукту. Тому потрібно орієнтуватись на потреби і запити потенційних клієнтів, враховуючи можливі обмеження певних туристичних груп.

Під час розроблення туристичного продукту необхідно скласти «карту» доступності туристського маршруту. Прикладом наочної презентації адаптованих турів для людей з особливими потребами може стати екологічний адап-тур з метою ознайомлення з унікальними природними територіями та об'єктами природно-заповідного фонду. Для організації таких турів необхідно позначити перелік місць, доступних для відвідування інвалідами та іншими маломобільними групами населення, розробити маршрути руху з урахуванням тривалості перебування в дорозі, можливих зупинок, організувати спеціальний транспорт та інші необхідні пристосування. Розвиток туризму на територіях національних парків та об'єктів природно-заповідного фонду України дасть змогу подорожувати та проходити реабілітацію людям з особливими потребами, а також сприятиме комплексному ефекту, який важко виміряти лише фінансовими вигодами. У табл. 3.2 наведено нематеріальні переваги від

провадження екотуристичної діяльності для всіх учасників процесу надання туристичних послуг.

Таблиця 3.2

Основні цінності екологічного туризму

Ключові положення	Цінності, що забезпечує впровадження принципів екологічного туризму
Природні багатства	відвідування непорушених людською діяльністю місць; насолода від споглядання природних пейзажів, диких тварин та рослин
Культурні цінності	повага та захист місцевої культури; отримання психоемоційного задоволення від мистецьких заходів та взаємодії з іншими людьми
Збереження природного середовища	сприяння захисту природних ресурсів та навколишнього середовища
Екологічна освіта	поглиблення розуміння природного та культурного середовища; підвищення екологічної обізнаності туристів та місцевих жителів; сприяння екологічній поведінці туристів
Місцевий розвиток	покращення рівня життя місцевих жителів; розширення можливостей місцевого населення

Джерело: сформовано автором.

Перераховані вигоди та цінності екотуризму дають додаткові конкурентні переваги та несуть комплексний ефект, який продукуватиме не тільки короткострокові прибутки, а й надає можливість втілювати стратегію сталого розвитку. Враховуючи постійний інформаційний розвиток та орієнтацію на впровадження інновацій, проведення наукових досліджень щодо вивчення навколишнього природного середовища виявляється вже не досить ефективним без використання картографічного методу. Сучасні геоінформаційні системи та технології дають змогу створювати абсолютно нові карти з інноваційними можливостями та функціональним призначенням. Такі карти використовуються у залежності від кінцевого користувача, як для ознайомлення із природно-ресурсним забезпеченням території, сприяння вирішенню різноманітних негативних проявів у природокористуванні, так і для відображення великих масивів інформації у структурованому, локалізованому вигляді.

Сучасні геоінформаційні системи є не тільки програмами, що дають змогу створити карти з визначеною статистичною інформацією, а й інструментом для розробки елементно упорядкованих електронних путівників. Використовуючи опрацьовану в ГІС інформацію, можна обрати необхідний маршрут, що

задовольняє всі вимоги користувача за вказаними певними критеріями – часом проходження, типом пам'яток, фізичним навантаженням тощо. Зазначена система дає повну можливість зорінтуватися на визначеній місцевості, маючи засіб візуального перегляду маршруту, створеного на основі фото-, аудіо- й відеоматеріалів та/або тривимірних моделей оточуючих об'єктів. Збільшується можливість повністю бути ознайомленим з певним об'єктом, побачити сучасний вигляд споруд, їх опис, історію та ретроспективний вигляд.

З використанням програмного забезпечення ГІС можна отримати економічний ефект у вигляді формування просторових запитів та здійснення точного і детального якісного аналізу. Переваги ГІС у сфері туризму очевидні, оскільки вони допомагають скоротити термін отримання відповідей на запити клієнтів, виявляти локації, зручні для проведення необхідних заходів та визначати взаємозв'язки між різними параметрами (наприклад, можливості відвідати обрані destinations та підібрати заклади проживання і харчування; оцінити стан доріг і час проходження по ним). Національна туристична галузь України має великі резерви. Один з них це туристопотік, який потрібно переорієнтувати на подорожі всередині країни, оскільки до початку пандемії та карантинних обмежень 9 із 10 наших співвітчизників виїжджали для відпочинку закордон. Інший шлях розвитку туристичної галузі України – це просування національного туристичного продукту закордон та залучення іноземних туристів, що збільшить валютні надходження і поступово сформує позитивний імідж держави.

Незважаючи на те, що в'їзний туризм стримують багато факторів (невідповідний ціновій політиці рівень обслуговування, відсутність достатнього інфраструктурного забезпечення, слабка діджиталізація туристичної галузі), країна все ж має передумови і потенціал у розвитку міжнародного туризму. За результатами аналізу даних обліку територій та об'єктів природно-заповідного фонду станом на 01 січня 2021 року природно-заповідний фонд України налічує 8633 територій та об'єктів, загальна площа яких складає 4,485 млн га в межах території України. У свою чергу Житомирське Полісся налічує 242 об'єкти

природно-заповідного фонду загальною площею 138,213 тис. га (3,13 % від природно-заповідного фонду України).

Враховуючи велику кількість об'єктів природно-заповідного фонду на території України та Житомирської області зокрема, можна зробити висновок, що локацій для здійснення пізнавально-екскурсійної діяльності екологічного туризму достатньо, проте для формування якісного туристичного продукту варто враховувати можливості інфраструктури, наявності екскурсійного обслуговування, антропогенне навантаження на дестинацію, споживчий попит, сезонну привабливість об'єктів тощо.

Оскільки сегментація та позиціонування туристичного продукту на ринку є дієвим способом створення цільових груп споживачів та забезпечення розуміння потреб кожної окремої групи споживачів, тому було проведено опитування для виявлення потреб цільового ринку серед жителів Житомирської області (дод. Ж). Дослідження передбачає подальше формування, просування та створення бажаного іміджу екотуристичного продукту на основі попиту споживачів та регіональних принад області (флори та фауни місцевості, ландшафтних, культурних та етнічних особливостей). Для аналізу відповідей респондентів та розподілу потенційних споживачів на групи було застосовано статистичний метод регресії для встановлення зв'язку між факторами сегментації та туристичними вподобаннями. Регресійна модель впливу змінних відображає зв'язок між досліджуваними змінними.

Перегляд гіпотез регресії на основі даних авторського анкетування свідчить про наступне (дод. Л). Жінки цікавляться найбільше культурно-пізнавальним та релігійним туризмом, для них важливим під час відпочинку є комфортні умови розміщення, вони обирають для проведення вільного часу прогулянки в парках та інших природних територіях, а також відвідування музею. Для чоловіків спостерігається протилежна тенденція: їх мало цікавить культурно-пізнавальний та релігійний туризм, комфортні умови розміщення не є пріоритетом під час їхнього відпочинку, а також їх не цікавить відвідування музею для проведення вільного часу.

Респонденти віком до 18 років проявили інтерес до ділового туризму. Проведений аналіз свідчить, що для цієї вікової групи важливими під час відпочинку є позитивні емоції та якісне харчування. Наявність комфортних умов при виборі закладу розміщення не є пріоритетом, їх більше цікавить цінова політика, можливість економії ресурсів та використання поновлюваних джерел енергії. Для проведення вільного часу дана вікова група обирає перегляд фільму у кінотеатрі і неохоче відвідує музеї. Вони хочуть збільшити кількість «квестів» та інших активних форм дозвілля для цікавого проведення вільного часу.

Вікова група від 18 до 24 років цікавиться культурно-пізнавальним туризмом, респонденти охоче подорожують як з батьками, сім'єю, друзями, так і самостійно. Дана група має можливість щодня проводити час в межах міста проживання, відвідуючи торгово-розважальні центри з метою шопінгу, гри у боулінг, більярд тощо. Вони хотіли б зменшити кількість вуличної реклами для покращення благоустрою в місці проживання. Респонденти віком 25 – 44 р. найбільше цікавляться спортивним туризмом. Під час вибору закладу розміщення найбільш важливим для них є цінова політика, а престижність закладу відіграє другорядну роль. Респонденти даної групи мають можливість відпочивати в межах міста проживання 1 раз на тиждень. Найменш цікавими видами відпочинку для даної цільової групи є відвідування торгово-розважальних центрів та перегляд фільму у кінотеатрі. Учасники опитування віком від 45 до 60 р. найменше цікавляться діловим туризмом, тому надають перевагу відпочинку з сім'єю, друзями або самостійно. Респонденти даної групи цікавляться екологічним туризмом, відпочинком у природному середовищі з мінімальним негативним впливом на нього та можливістю екопросвітництва. Респонденти надають перевагу відвідуванню музеїв, проте неохоче відвідують торгово-розважальні центри, кінотеатри та спортивні зали. Для покращення благоустрою в місці проживання вважають необхідним очистити вулиці від сміття. Для респондентів віком старше 60 років важливим під час відпочинку є можливість отримати цікаву інформацію. Під час вибору закладу розміщення увагу приділяють оцінці екологічності закладу, можливості

поліпшення фізичного і психологічного здоров'я, а також наближеність закладу розміщення до моря чи інших оздоровчих об'єктів. Респонденти даної групи також цікавляться відпочинком у природному середовищі з мінімальним негативним впливом на нього з можливістю екопросвітництва; вони не схильні до відвідування торгово-розважальних центрів. Учасники опитування вікової групи старше 60 років пропонують створити зручну систему навігації вартих відвідування пам'ятних місць для проведення дозвілля.

Сегментація респондентів у залежності від отриманої освіти з подальшим кореляційним аналізом свідчить наступне. Учасники опитування з вищою освітою цікавляться найбільше лікувально-оздоровчим та спортивним туризмом, споживають екологічно чисту продукцію, під час вибору закладу розміщення надають перевагу цінovій політиці, а не престижності закладу. Для проведення вільного часу обирають відвідування музею та заняття спортом у спортзалі чи на спортмайданчиках, на противагу не люблять відвідування торгово-розважальних центрів. Респондентів, що отримали середню чи середню спеціальну освіту найменше цікавить подорож з метою паломництва та відвідування релігійних святинь. Для досліджуваної групи респондентів під час відпочинку важливим є отримання позитивних емоцій, а при виборі закладу розміщення – турбота про навколишнє середовище, економія ресурсів та використання поновлюваних джерел енергії, проте, вони менше зважають на інфраструктуру та цінovu політику. Як і попередня група, для проведення вільного часу найчастіше обирають заняття спортом у спортзалі чи на спортмайданчиках. Учасники опитування з незакінченою вищою освітою вважають важливим під час відпочинку використання засобами розміщення альтернативних джерел енергії, систем рециркуляції води, сортування відходів та дбайливе ставлення до навколишнього середовища. При виборі закладу розміщення орієнтуються на отримання комфортних умов та якісних послуг. Респондентів цікавить екологічний туризм та можливість екопросвітництва під час відпочинку.

При розподілі респондентів за територіальною приналежністю було встановлено наступні зв'язки. Жителі Житомирського району мають

можливість щодня відпочивати у місці свого проживання, вони пропонують збільшити кількість «квестів» та інших активних форм дозвілля, забезпечити проведення фестивалів, ярмарків, тематичних виставок, запровадити унікальне місцеве свято, яке буде лише у м. Житомирі, до прикладу: Свято хліба, Фестиваль повітряних куль тощо. Для покращення благоустрою пропонують збільшити кількість санвузлів. Жителі Коростенського району під час відпочинку цінують можливість отримати цікаву інформацію. На противагу учасникам опитування Житомирського району, вони не часто відпочивають у межах міста проживання. Для поліпшення благоустрою пропонують запровадити сортування та переробку побутових відходів, проте зазначають, що у місці їхнього проживання не потрібно очищати вулиці від сміття. У Новоград-Волинському районі респонденти вважають обов'язковим отримання якісного харчування під час відпочинку. Вони пропонують створити зручну систему навігації цікавих місць та розважальні клуби для проведення активного відпочинку у вечірній час.

Сучасний турист орієнтується на враження, можливість отримати нову інформацію, естетичну привабливість і наявність фотозон, отримання задоволення, поєднання відпочинку з роботою, можливість бути активним учасником у різних заходах, тренінгах, майстер-класах (викачуванні меду, тканні на верстаті, рубанні дров) тощо. Такі побажання туриста повинні не тільки враховуватися, а й втілюватися, додатково потрібно відслідковувати зворотній зв'язок і задоволеність відпочинком (шляхом перегляду відгуків, прямого контакту з клієнтом).

Екотуристичний продукт набуває різних образів і додаткових можливостей: від еколінгвістичних курсів до занурення у підводні глибини, від оздоровлення в екотуристичних центрах до переймання досвіду бортництва, від споглядання цвітіння квітів до пізнання етнічних груп та малих народностей тощо. Різновиди екотуризму можна згрупувати за певними ознаками. Наприклад, пізнавальна група включає етноекологічний туризм, археоекологічний туризм, еколого-краєзнавчий, геоекологічний туризм, екоботанічний туризм тощо; рекреаційна – сільський туризм, оздоровчий

екотуризм; ділова – конгресовий (науковий) екотуризм, діловий екотуризм; культурна – паломницькі тури, мистецько-ремесельний туризм, спортивні заходи; навчальна – тренінги взаємодії, еколінгвістичні курси, навчально-тренувальні екотуристичні програми.

Варіанти пропозицій екотуристичного продукту різні, проте їх можна об'єднувати в туристичні маршрути по особистим побажанням туриста за допомогою можливостей інтерактивних карт. Таким чином, створення конкурентоспроможного національного туристичного продукту, посилення діяльності національних туристичних організацій та організацій з управління DESTINAЦІЯМИ повинно стати стратегічними напрямками просування туризму за допомогою ГІС [214, с. 166]. Саме тому було розроблено інтерактивну карту (рис. 3.10), на якій відображені об'єкти природно-заповідного фонду, екологічні стежки, пункти рекреації, агро- та екосадиби на території Житомирської області з описом даних об'єктів, особливостями інфраструктури, координатами, контактними даними відповідальних осіб. Геопортали (інфраструктура геопросторових даних) такого інформаційного наповнення дадуть змогу потенційним споживачам більш детально ознайомитися з місцями відпочинку, спланувати туристичний маршрут та забезпечити активний розвиток туристичної сфери регіону в цілому.

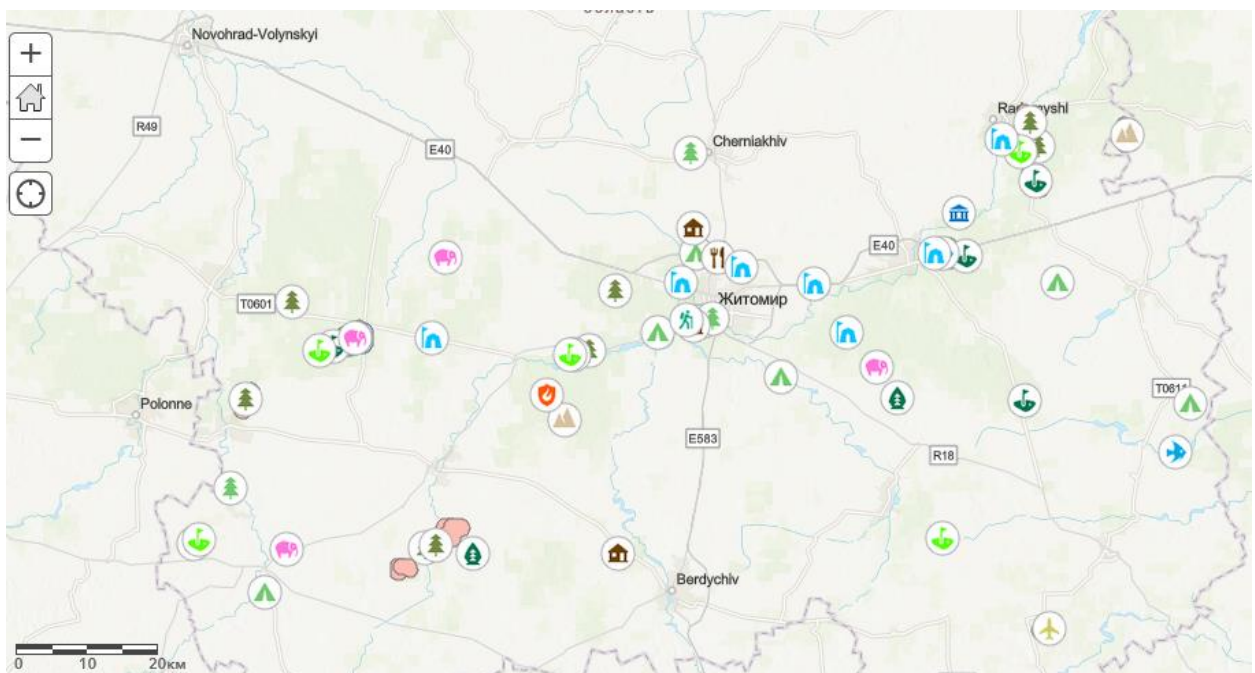


Рис. 3.10. Інтерфейс геопорталу

Джерело: розроблено автором.

Піктограми відображають різного типу, категорії та підпорядкування об'єкти та території природно-заповідного фонду (ознайомитись з геопорталом можна за посиланням: <https://www.arcgis.com/home/webmap/viewer.html?webmap=629fdf669fb24e03869913de8fd61a22&extent=26.8013,49.5326,30.858,50.9847>), еколога-просвітницькі стежки, облаштовані рекреаційні пункти, еко-готелі, Українську гостинну садибу, культурно-мистецький центр «Поліська хата» та багато інших локацій для екологічного відпочинку (рис. 3.11, 3.12).

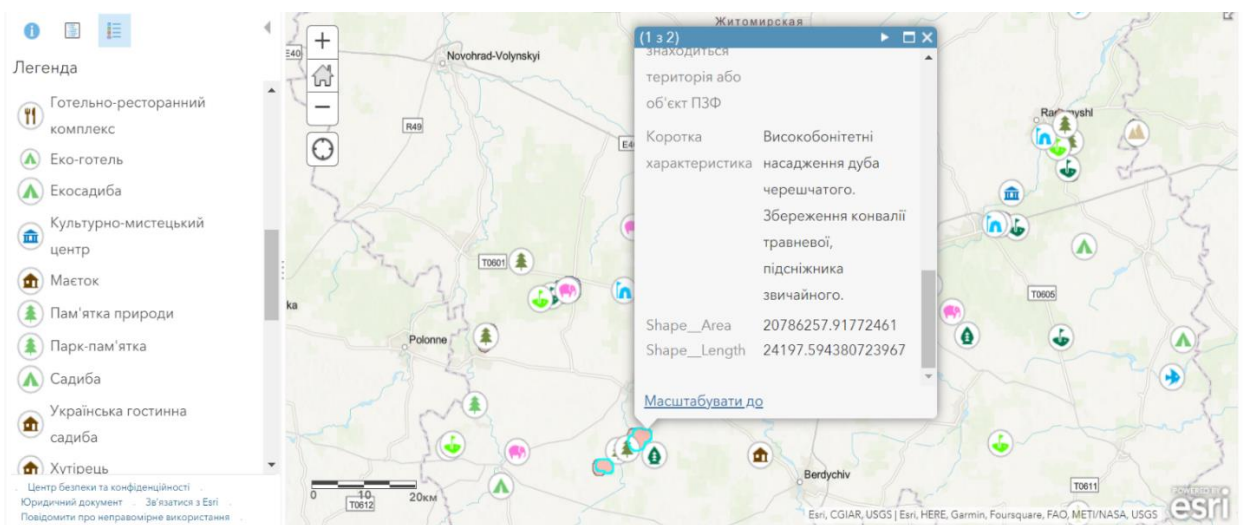


Рис. 3.11. Опис об'єкту: лісовий заказник місцевого значення «Коршомка»

Джерело: взято з сайту геопорталу.

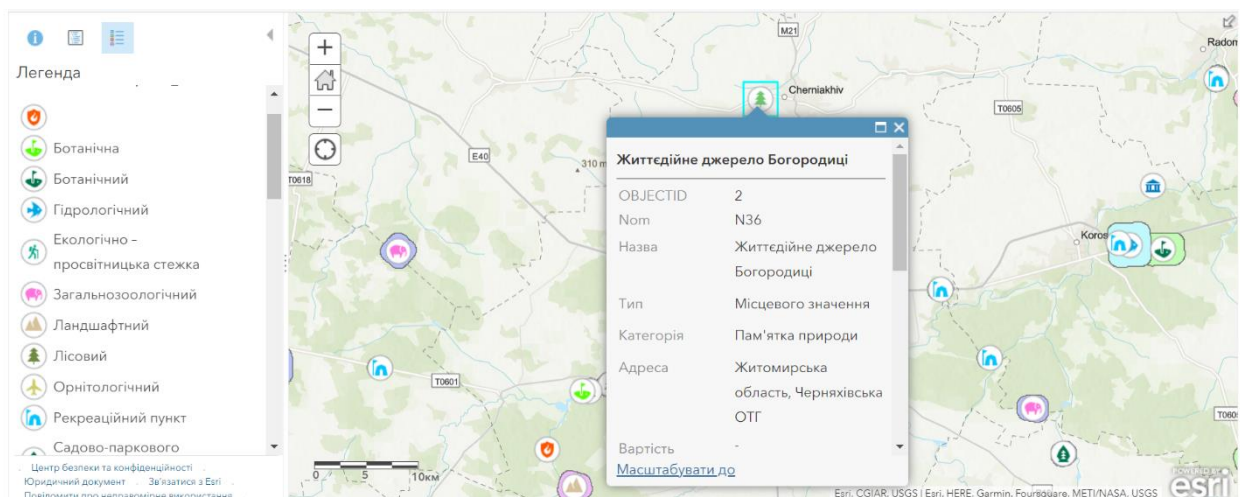


Рис. 3.12. Опис об'єкту: пам'ятка природи місцевого значення Життєдієне джерело Богородиці

Джерело: взято з сайту геопорталу.

Різноманітність DESTИНАЦІЇ потребує формування нових туристичних маршрутів та екскурсійних програм. Наразі розроблено екскурсію на основі пропозицій потенційних екотуристів та жителів області «Поліські «смарагди» Житомирщини», що включає такі локації Житомирського району:

1. Парк-пам'ятник садово-паркового мистецтва ім. Ю. Гагаріна.
2. Скеля «Голова Чацького».
3. Радонові джерела м. Житомира.
4. Ботанічна пам'ятка природи «Урочище Тригір'я».
5. Заказник місцевого значення «Діброва лісного Вронського».

Для кожного об'єкту екскурсії підібрано QR-код, який пропонує перехід за посиланням, де вказано опис об'єкту, надається можливість залишити відгук та фото, а також коротке опитування щодо привабливості і чистоти DESTИНАЦІЇ та корисності отриманої інформації (дод. М). Додаток Н відображає зовнішній вигляд запропонованої інформаційної таблиці для Парку-пам'ятки садово-паркового мистецтва ім. Ю. Гагаріна з можливістю переходу на відповідну сторінку мережі Інтернет шляхом сканування QR-коду. Легке розпізнавання QR-коду смартфоном дає можливість сучасному туристу отримати додаткову інформацію про об'єкт та залишити зворотню реакцію у вигляді фото чи коментарю. Такі технології допомагають як туристам в орієнтуванні в незнайомому середовищі та доступу до інформації, так і фахівцям з метою збору даних щодо частоти та інтенсивності відвідування, задоволеності туристів, збирання додаткових світлин. Для об'єктів природно-заповідного фонду, крім довідкової інформації та опитування в інформаційний стенд, запропоновано додати можливість участі у волонтерських програмах, плогінг-марафонах та інших заходах з метою очищення території від сміття, допомоги в роботах по благоустрою, екопросвітництва тощо. Якщо господарська діяльність передбачає прийняття благодійних внесків, відвідувачі можуть залишити подяку у вигляді фінансових інвестицій для благоустрою об'єкту.

На основі відповідей респондентів також запропоновано інші туристичні маршрути, зокрема: по Бердичівському району (виділено такі локації, як Парк-пам'ятка садово-паркового мистецтва «Верхівнянський», Лісовий заказник «Андрушівський ліс – 1», Івницький парк-пам'ятка садово-паркового

мистецтва, Ботанічна пам'ятка природи «Дуб Велетень» та Орнітологічний заказник «Власенки»), по Новоград-Волинському району (Ботанічна пам'ятка природи «Модрина», Гідрологічний заказник «Вовчі острови», Ботанічний заказник «Городницький», Скеля «Кам'яний гриб», Загальнозоологічний заказник «Токов мох») та по Коростенському району (Природний заповідник «Поліський», Гідрологічний заказник «Щуче», Ландшафтний заказник «Плотниця», Геологічна пам'ятка природи «Ольжині купальні», Природний заповідник «Древлянський», Геологічний заказник «Камінне», Лісовий заказник «Словечанський кряж»).

Обґрунтування і розробка нового продукту (авторська екскурсійна програма «Поліські «смагади» Житомирщини») і удосконалення існуючого туристичного продукту (нанесення на інтерактивну карту локацій екотуризму, створення QR-кодів для швидкого отримання довідкової інформації про об'єкт) є продуктовими інноваціями у галузі екологічного туризму. Використовуючи дані проведеного аналізу, потенційних екотуристів можна сегментувати за віковими, статевими та іншими ознаками і на основі перегляду гіпотез регресії формувати пропозиції екскурсійних програм, використовуючи відображені на геопорталі локації. Для того, щоб потенційний турист дізнався про нові екскурсійні пропозиції, сформований екотуристичний продукт потрібно просувати через інтернет-ресурси: створення та популяризація туристичного сайту, розробка сторінок у соціальних мережах, ведення відео-блогів тощо.

3.3. Інноваційні інструменти розвитку екологічного туризму

Групи інструментів здійснення державної інноваційної політики умовно розподіляють на загальні (державні програми розвитку, нормативно-правове забезпечення, охорона інтелектуальної власності, податкове стимулювання, підтримка малого та середнього бізнесу, державно-приватне партнерство, підтримка здорової конкуренції) та спеціальні (інноваційні системи, науково-дослідна діяльність, комерціалізація, матеріально-технічне забезпечення) інструменти [12]. Дані групи у взаємодії забезпечують продукування,

розповсюдження, імплементацію знань і зростання конкурентоспроможності країни на основі ефективного застосування техніко-технологічних нововведень.

Позиціонування України як країни привабливої для здійснення екологічного туризму та посилення конкурентних позицій на міжнародному ринку туристичних послуг передбачає використання інноваційних інструментів розвитку екологічного туризму. Такі інструменти включають податкове стимулювання екологічного туризму, нові форми кооперації, створення та охорона інтелектуальної власності, інвестиції у розбудову екотуристичної інфраструктури, вдосконалення системи професійної підготовки фахівців сфери екологічного туризму. Використання новітніх інформаційних технологій таких як електронні каталоги з пропозиціями відпочинку, соціальні інформаційні мережі, цифрові електронні карти, електронні системи бронювання, зручні платіжні системи, туристичні застосунки тощо у комплексному поєднанні з інноваційними інструментами розвитку екологічного туризму забезпечить синергетичний ефект та передумови для формування інноваційного екотуристичного продукту.

Туризм, заснований на особливо охоронюваних природних територіях, є значною і зростаючою частиною економіки багатьох країн. Наприклад, туризм у заповідних зонах у США та Канаді наприкінці ХХ ст. мав економічний ефект у проміжку 236–370 млрд дол. США [171, с. 371]. Але зазвичай дані економічної оцінки такого роду є незначними і часто недостовірними, у випадку, коли вони взагалі є. Як результат, суспільство та уряди країн схильні недооцінювати результати діяльності туризму у заповідних зонах, і тому не забезпечують фінансових потоків, необхідних для функціонування відповідних дестинацій. Відсутність систематичного масштабного збору статистичних даних природно-заповідних об'єктів та територій означає, що ключові частини економіки залишаються поза увагою. Відсутність адекватної статистики спричиняє інформаційне «глухе місце»: ці природні об'єкти оцінюються на фінансовій основі за нульовою ціною, що призводить до недбалого ставлення, відсутності адекватного стратегічного управління та, іноді, навіть знищення природних територій. Більшість організацій охоронюваних територій та

заповідних зон у світі недофінансуються; багато хто втрачає прибутки, навіть, коли вони є центром масової туристичної індустрії.

Одним із важливих принципів сучасного управління екотуристичними дестинаціями є заохочення широкого застосування економічної оцінки щодо туризму на заповідних територіях, щоб допомогти продемонструвати справжню економічну цінність таких місць. Екологічний туризм вважається потенційною стратегією підтримки збереження природних екосистем та сприяння сталому місцевому розвитку. Якщо забезпечити відповідне управління, екотуризм може сприяти стійкості заповідних територій шляхом покращення добробуту місцевих громад, підвищення обізнаності громадськості про цінності навколишнього середовища та природних ресурсів, а також шляхом надання додаткових фінансових можливостей для збереження дестинацій, особливо в «маргінальних» (критичних) місцях, яким бракує життєздатних економічних альтернатив. Екотуризм є одним із альтернативних видів туризму, які розглядаються як один із способів покращення економічного життя сільських громад, тому що він вважається здатним забезпечити можливості працевлаштування, можливості для бізнесу та підвищити розвиток ділових комунікацій.

Ключові гравці ринку екотуристичних послуг (уряд, інвестори, туристи та місцеве населення), що вирішують, які товари та послуги повинні пропонуватися та купуватися за їхні гроші. Тобто вони формують потенційний попит. В економічному відношенні такі групи є реальними або потенційними «замовниками» товарів та «утримувачами» заповідних територій: вони є «клієнтами» об'єктів екотуризму. Оскільки заповідні зони постачають товари та послуги на загальноконкурентному ринку, вони в економічному сенсі є підприємствами, що стикаються з клієнтами, які, можливо, захочуть витратити свої обмежені кошти в іншому місці. Тому варто просувати екотуристичний продукт з акцентом на унікальність його властивостей (ландшафти, флора, фауна, культура та традиції місцевого населення, народні промисли та сувенірна продукція).

Задоволеність «замовників» та «утримувачів» екотуристичних дестинацій – ключ до комерційного успіху: якість отриманих послуг та враження створюють у свідомості клієнта подальшу потребу купувати чи не купувати,

рекомендувати як якісний чи взагалі не рекомендувати певний екотуристичний продукт. Враховуючи, що екотуристичні дестинації функціонують в умовах загальної конкуренції, потрібно пам'ятати про умови ринку (конкуренцію, закони попиту і пропозиції), невидиму руку ринку (ідеї, які пропонуються в галузі і суспільстві зокрема та формують свідомість споживача) та інші чинники впливу. На мікрорівні екотуристичний продукт знаходиться під впливом попиту, доходів і рівня освіти населення. На макрорівні держава проводить свій вплив через економіку, політику і законодавство (створення сприятливої податкової бази, залучення інвесторів, оголошення туризму пріоритетним напрямком розвитку, затвердження законів та програм регіонального розвитку у сфері туризму тощо). Окремо потрібно виділити рівень суб'єктів туристичної сфери, де вагомими важелями розвитку виступають конкуренція, як засіб стимулювання вдосконалення діяльності підприємств, та бенчмаркінг, як інструмент запозичення і втілення досвіду.

Охорона природи вже не стільки наукова, скільки соціальна та маркетингова проблема. Від «здорового» функціонування національних парків та заповідних територій залежить здоров'я сучасного суспільства та майбутніх поколінь. Завдяки своїм особливим екологічним, кліматичним та ландшафтним цінностям всі райони національних парків є унікальними засобами, за допомогою яких формується міцне здоров'я та соціальне благополуччя населення. Території та об'єкти природно-заповідного фонду дають можливість місцевим громадам мати стабільний і стійкий соціальний та економічний розвиток завдяки: розвитку туризму та відпочинку, постійній охороні та популяризації культурних та природних ресурсів, а також формуванню нових робочих місць. Таким чином, виникають позитивні синергетичні взаємозв'язки між туризмом, ресурсами та громадою.

Пропонуючи особам, що приймають рішення на місцевому, регіональному та національному рівнях вимірювану оцінку економічних вигід, які може забезпечити екотуристична дестинація, можна запропонувати найвагоміші аргументи щодо створення парку. Особливе значення у процесі створення національних парків має здатність за допомогою економічних оцінок об'єктивно виміряти та продемонструвати такі сталі економічні вигоди, як прямий прибуток, екологізацію бізнесової діяльності (використання енерго- та

ресурсозберігаючих технологій), утворення нових робочих місць, забезпечення передумов для розвитку соціальної інфраструктури тощо. Використання сучасних геоінформаційних систем спростить процес просування нових туристичних продуктів, а також дасть змогу відслідковувати туристопотік і вподобання відвідувачів для подальшого вдосконалення туристичного продукту і отримання економічних вигід. Користувачі інтерактивних карт матимуть змогу не тільки ознайомитись з наявними об'єктами, побачити місця харчування, відпочинку, завантаженість об'єктів, а й самостійно прокласти маршрут, обираючи потрібні дестинації.

Загальна економічна цінність заповідної території вимірюється сумою споживчих (корисних) та невикористовуваних вартостей. Споживча вартість/цінність може бути прямою або непрямю, у свою чергу прямі вартості вважаються ринковими, а непрямі – неринковими. Невикористовувану вартість також можна розділити на різні категорії: потенційне використання дестинації в майбутньому (заповідні території виступатимуть в ролі банку ресурсів), цінність існування (часто вимірюється готовністю відвідувачів пожертвувати грошима або часом), заповітна цінність (збереження заповідних територій для майбутніх поколінь) [165].

Фінансування природно-заповідного фонду є головним питанням у всьому світі. Навіть у країнах з давньою історією заповідних територій адекватне їх фінансування є проблемним. Можна виділити потенційні джерела доходу для заповідних територій:

- програми державного фінансування;
- вартість вхідного квитка;
- плата за послуги відпочинку (кемпінги, палатки), спеціальні заходи та спеціальні послуги (оренда спорядження, екскурсійне обслуговування, майстер-класи, автостоянка);
- продаж харчових продуктів (ресторан і магазин);
- продаж різних груп товарів (обладнання, одяг, сувеніри);
- пожертви, іноземна допомога;
- ліцензування інтелектуальної власності;
- продаж або оренда прав на зображення;

- взаємопродуктовий маркетинг (кросмаркетинг);
- державні інвестиції;
- ініціативи приватного сектора.

З огляду на можливості отримання фінансування з різних джерел, можна формувати поліваріативні стратегії розвитку об'єктів природно-заповідного фонду, що включатимуть: державні інвестиції, ініціативи приватного сектора, міжнародне фінансування програм та реформ, громадське фінансування, пожертви тощо(рис. 3.13).

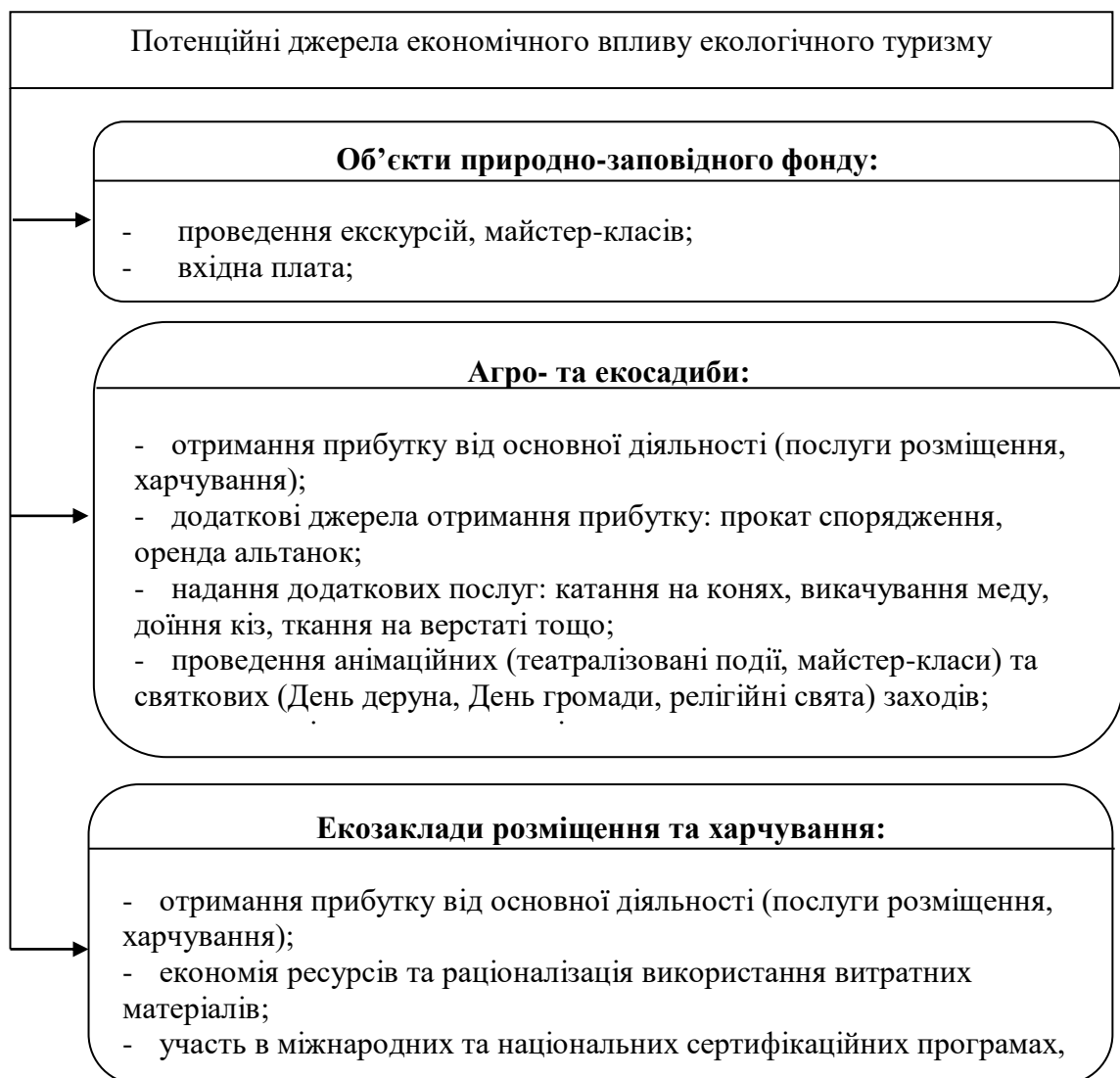


Рис. 3.13. Концепція застосування економічних вигід для розвитку екологічного туризму

Джерело: сформовано автором.

Будь-яке фінансування повинно мати економічний ефект. Для вимірювання економічного ефекту від розвитку туризму в національних парках

та об'єктах природно-заповідного фонду можна використовувати різні підходи. Оцінка економічних вигід вимірюється вартістю усіх фінансових операцій, здійснюваних у процесі надання туристичних та супутніх послуг. Вплив можна виміряти такими показниками як: валовий внутрішній продукт регіону; утримання туристичного збору; дохід від праці або кількість робочих місць, створених дестинацією, тощо. При формуванні стратегічного планування об'єктів екологічного туризму потрібно також пам'ятати про екологічний (екопросвітництво, збереження та відтворення природних територій) і соціальний (ресурсна підтримка місцевого населення, можливість використання трудового потенціалу, відновлення взаємодії та взаємоповаги у соціумі) ефекти. Розроблена концепція розвитку екологічного туризму забезпечує всебічний огляд усіх потенційних економічних вигід (ефектів), включаючи ринкові та неринкові. Концепція передбачає використання можливих способів залучення фінансових ресурсів для різних суб'єктів господарської діяльності в сфері екологічного туризму.

Для створення комфортних умов для споживача, закупівлі додаткового обладнання чи спорядження, створення позитивного іміджу та просування дестинації потрібні додаткові кошти. Тому було сформовано анкету для опитування потенційних екотуристів на предмет фінансових можливостей в різних категоріях витрат (харчування, проживання, екскурсійні послуги та ін.), де респонденти зазначили готовність і потенційну частоту відвідування локацій екотуризму. Результати проведеного опитування (анкета у дод. II) дали можливість сформулювати висновки про вподобання сучасних туристів та розмір витрат під час подорожей. Учасники опитування зазначили суму коштів, яку вони готові сплатити за різні послуги. Середня сума витрат на послуги одноразового харчування склала 192 грн., послуги розміщення на 1 ніч з 1 особи – 385 грн, вхідні квитки на території об'єктів природно-заповідного фонду при умові облаштованої інфраструктури (марковані маршрути, інформаційні стенди, місця відпочинку та споглядання, послуги екскурсовода, санвузли, місця для збору сміття) 130 грн, екскурсійне обслуговування з 1 особи – 116 грн, сувеніри місцевого виробництва (вироби з дерева, шкіри, конопель, льону, вишиті рушники, продукти харчування та побуту ручної

роботи тощо) – 267 грн. Середнє значення загальної суми коштів, яку респонденти готові витратити на одну особу протягом одного дня туру склали 1027 грн.

На основі власних експедиційних розвідок проведено порівняльну характеристику об'єктів природно-заповідного фонду на території України (Додаток Р): Зоологічний парк (м. Одеса), Національний дендрологічний парк Софіївка (Черкаська обл.), Поліський природний заповідник (Житомирська обл.), Заказник Базальтові стовпи (Рівненська обл.), Печера Оптимістична (Тернопільська область), Немирівський парк (Вінницька обл.), Ботанічний сад ім. академіка О. Фоміна (м. Київ), Новочорторійський парк (Любарський р-н), Городницький заказник (Новоград-Волинський р-н), Ботанічний сад Поліського національного університету (м. Житомир). Об'єкти порівнювались за такими ознаками: наявністю методів візуалізації та вхідної плати, кількістю відвідувачів, інфраструктурою (харчування, розміщення, інформаційні стенди, сувенірна продукція, майстер-класи, екскурсії), перспективами розвитку, перевагами, недоліками та особливостями об'єктів.

У ході дослідження виявлено, що такі локації, як Одеський зоопарк та Дендрологічний парк «Софіївка» мають сучасні, наповнені інформацією сайти, адміністрація веде статистику відвідування, об'єкти мають якісну інфраструктуру (можливість харчування, додаткові послуги, продаж сувенірної продукції, санвузли на території), сучасні інформаційні та інтерактивні стенди, на території проводять екскурсії, свята та тематичні заходи. Перераховані вище принади створюють конкурентні переваги та додаткові економічні вигоди: дані об'єкти є популярними, що дає можливість отримувати фінансування на утримання не тільки від держави, а й за рахунок інвесторів, плати за вхід, екскурсію, продажу продуктів харчування, напоїв, сувенірної продукції, а також надання додаткових послуг. У свою чергу додаткові доходи створюють умови для покращення матеріально-технічної бази локацій, створення та ведення інтернет-сторінок, подальше просування туристичного продукту.

На противагу, Геологічний заказник Базальтові стовпи, Немирівський парк, Новочорторійський парк, Городницький ботанічний заказник мають

набір унікальних властивостей (ландшафти, флора, фауна тощо), проте мало хто про них знає. Стати туристичними магнітами з пропозицією екотуристичних продуктів їм допоможе створення власних сайтів, нанесення на інтерактивні туристичні мапи, внесення їх до об'єктів нових екскурсійних програм. Основною умовою просування згаданих еколокацій є паралельне проведення екопросвітництва та підтримання допустимого рівня антропогенного навантаження.

Такі локації, як Поліський природний заповідник, пам'ятка природи Печера Оптимістична, Ботанічний сад ім. академіка О. Фоміна, Ботанічний сад Поліського національного університету є достатньо популярними об'єктами, як на території України, так і закордоном. Проте кожному з об'єктів природно-заповідного фонду варто вдосконалити існуючі туристичні послуги, до прикладу Поліський природний заповідник потребує створення сучасної інфраструктури (екосадиби, заклади харчування, дитячі майданчики, заправки електромобілів тощо); Печеру Оптимістичну потрібно внести до природної спадщини ЮНЕСКО для популяризації локації та залучення додаткових коштів; Ботанічний сад ім. академіка О. Фоміна та Ботанічний сад Поліського національного університету потребують створення віртуальної екскурсії з можливістю обрання мови для розширення контингенту споживачів. Перераховані заходи допоможуть підвищити ефективність діяльності об'єктів природно-заповідного фонду, привернути увагу інвесторів та громадськості для популяризації об'єктів та формування відповідного ставлення до заповідних територій.

Екологічний туризм у межах міст має значні переваги, зокрема: стабільний потік потенційних туристів, територіально-просторова наближеність до інших туристичних об'єктів, унікальність пропозиції екотуристичного продукту, переваги розвитку туристичної інфраструктури у місті. Тому було запропоновано проєкт створення еколого-рекреаційного комплексу «Відродження», який буде спрямований на підвищення туристичного потенціалу м. Житомира, Житомирської області та держави в цілому на основі розширення можливостей для розвитку конкурентоспроможного національного

туристичного продукту, збільшення обсягів туристичного потоку, забезпечення на цій основі комплексного розвитку регіону та формування багатофункціонального туристичного центру з урахуванням соціально-економічних та екологічних інтересів населення регіону, збереження та відновлення природних територій.

В результаті реалізації проекту буде створено унікальний природний об'єкт сфери туризму еколого-рекреаційного характеру, багатий різноманітням флори, фауни та ландшафтних форм. На базі цього об'єкту буде створено новий екотуристичний продукт у вигляді надання широкого спектру послуг на основі інтеграції систем рослинного і тваринного світу, використання альтернативних джерел енергії. Також в результаті реалізації проекту буде створено комплексну систему підготовки кадрів для сфери туризму, впровадження інноваційних технологій обслуговування споживачів туристичних та супутніх послуг.

Основними видами діяльності за проектом є проведення функціонального зонування території, створення насаджень рослин; формування цілісного комплексу надання послуг з використанням елементів тваринного світу та створення центру відновлювальної енергетики, а також реалізація заходів щодо активізації використання механізмів державно-приватного партнерства у сфері туристичних проектів та створення на базі еколого-рекреаційного комплексу Центру туристичної інформації та науково-освітнього центру екології і туризму.

Цільовою групою та прямими бенефіціарами проекту є мешканці міста та гості м. Житомира (80-90 тис. відвідувачів в рік), які відвідуватимуть еколого-рекреаційний комплекс та отримуватимуть користь у поєднанні з емоційним розвантаженням від поліпшення умов життя у місті, покращення стану навколишнього природного середовища, можливості безпосереднього спілкування з живою природою, підвищення рівня обізнаності екскурсантів з екологічних проблем та шляхів їх вирішення.

Унікальність комплексу полягатиме також у тому, що його енергозабезпечення здійснюватиметься на базі полігону відновлювальної енергетики. Наразі на території, що пропонується для створення комплексу,

вже функціонує ряд об'єктів, що органічно входять у його структуру: бджолина пасіка; тваринницька ферма; Центр іпотерапії (лікування за допомогою коней); лабораторія кінології; клініка ветеринарної медицини; Центр відновлювальної енергетики (твердопаливна котельня, сонячні батареї, біодизельна установка та біодизельний електрогенератор) та ін. Еколого-рекреаційний комплекс «Відродження» стане базою для розгортання масштабної діяльності щодо позиціонування м. Житомира і області як центру екологічного туризму та рекреації в державі. Місто і область отримають свій унікальний екотуристичний бренд, на основі якого буде забезпечено суттєві позитивні зміни в структурі економіки регіону.

Проект відповідає завданням Державної стратегії регіонального розвитку на 2021-2027 роки, затвердженої постановою Кабінету Міністрів України від 5 серпня 2020 р. № 695, Плану заходів з реалізації стратегії розвитку Житомирської області на період до 2027 року за рішенням обласної ради від 27.05.2021 № 67, зокрема таким пріоритетам державної регіональної політики: розбудові конкурентоспроможного регіону та функціональної території шляхом залучення усіх суб'єктів розвитку та використання потенціалу ключових активів регіону/території як умови надання фінансової підтримки з державного бюджету; забезпечення використання потенціалу закладів вищої освіти для інноваційного розвитку агломерацій; сприяння модернізації інфраструктури великих міст та впровадженню ефективного ресурсного менеджменту; здійснити заходи щодо забезпечення збереження, відновлення та збалансованого використання природоохоронних територій та об'єктів природнозаповідного фонду [211].

Проект створення еколого-рекреаційного комплексу «Відродження» розрахований на 12084,2 тис. грн, які покриють фінансування інвестиційних витрат на етапі реалізації протягом наступних двох років, оскільки розроблення проекту наразі уже здійснено. За рахунок функціонування комплексу, а також створеного на його базі науково-освітнього центру екології і туризму та центру туристичної інформації планується залучити 80-90 тис внутрішніх та іноземних

туристів. Заплановано застосовувати диференційований підхід до формування ціни квитків на відвідування комплексу і екскурсійних програм.

Для планування доходів від впровадження інвестиційного проекту використано усереднений показник чисельності туристів та усереднену ціну квитка (табл. 3.3), а також Бюджет проекту «Еколого-рекреаційний комплекс «Відродження» (Додатки С і Т).

Таблиця 3.3

Планування доходів інвестиційного проекту

Показник	Роки								
	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
1. Дохід від екскурсій, тис. грн	4 250	4 250	4 250	4 250	4 250	4 250	4 250	4 250	4 250
Кількість послуг у рік (кількість відвідувачів)	85 000	85 000	85 000	85 000	85 000	85 000	85 000	85 000	85 000
Вартість квитка, грн	50	50	50	50	50	50	50	50	50

Джерело: авторські дослідження.

За період реалізації проекту та функціонування комплексу держава отримує до державного та місцевого бюджетів додаткові внески, що залежатимуть від обсягів реалізації послуг та чисельності працюючих на комплексі (табл. 3.4).

Таблиця 3.4

Прогноз надходжень до бюджету територіальної громади м. Житомир

Найменування податку/збору	Ставка	Роки			
		2023	2024	2025	2026
ПДВ з доходів	20%	0	0	708 333	708 333
ПДФО	18%	143 695	143 695	143 695	143 695
Військовий збір	1,5%	13 921	13 921	13 921	13 921
Всього		157 616	157 616	865 949	865 949

Джерело: авторські дослідження.

На основі звіту про рух грошових коштів (дод. У) визначено, що чиста приведена вартість проекту становить 3780 тис. грн. $NPV > 0$ (табл. 3.5). Отже, проект в розрахунковому періоді окупиться за 3,7 роки, а з урахуванням ставки дисконтування чистих грошових потоків за кожен рік – за 6,2 роки. Ставка дисконтування, за рекомендацією, використовувалася в розмірі 12%, як для проектів, котрі реалізуються у сферах, де присутній ризик. Враховуючи, що це еколого-рекреаційний комплекс, функціонування якого забезпечує насамперед екологічний та соціальний ефект, такий результат є прийнятним.

Таблиця 3.5

Розрахунок ключових показників фінансового аналізу

Назва показника	Значення показника з прикладу проекту
Чиста приведена вартість (NPV), грн	3 779 875
Внутрішня норма дохідності (IRR)	19%
Рентабельність інвестицій PI	1,33

Джерело: авторські дослідження.

В результаті проведеного фінансового аналізу встановлено, що проект створення еколого-рекреаційного комплексу «Відродження», вартість якого становить близько 12084,2 тис. грн, окупиться згідно обсягів чистого дисконтованого потоку за 6,2 роки. Особливості місцевої культури, традицій, історії, побуту, а також проведення культурно-мистецьких та спортивних заходів з кожним роком (за виключенням 2020-2021 рр., які характеризуються суворими обмеженнями зібрань великих кількостей людей у зв'язку з пандемією) привертають увагу все більшої кількості туристів, до прикладу: міжнародний фестиваль дерунів в Коростені, міжнародний культурно-мистецький фестиваль Grieg-Fest, конкурс туристичної фотографії «Мандруй Житомирщиною», Житомир AcroDay, фестиваль Fish Food Fest, турнір з плавання «Teteriv open» у Житомирі, етнофестиваль «Житичі», фестиваль вуличної музики «Week-end в Олевську» та інші [208].

Екологічний потенціал громади характеризується наявністю екологічних стежок, інформаційних стендів, заходів екопросвітництва та загальної політики сталого розвитку громади. Лісові господарства, як основні утримувачі об'єктів та територій природно-заповідного фонду, зацікавлені у екопросвітництві та проведенні масово-роз'яснювальної роботи серед населення по питанням охорони і користування лісом, тому вони створюють рекреаційні пункти (Велике озеро Шершнівського лісництва, Іванівська діброва Новоград-Волинського лісництва, Лісовик Корбутівського лісництва тощо), екологічні стежки з інформаційним та інтерактивним наповненням (Лісова пізнавальна стежка с. Березина, екологічна стежка «Пролісок» Зеремлянського лісництва, Екологічна стежка м. Житомир), вольєри з утримання диких тварин: фазанів (Пилипівське лісництво), дикого кабана, козулі та диких качок (Лугинське лісництво), зайця-русака (Радомишльське лісництво) та інших тварин. Житомирська обласна державна адміністрація створює можливості розвитку світогляду людей у сфері екопросвітництва, до прикладу у 2021 р. І. Хом'яком було презентовано екологічно-просвітницький маршрут «Священні криниці Словечансько-Овруцького кряжу», який популяризує екологічний туризм та привертає увагу до проблем розвитку внутрішнього туризму. У 2021 р. ініційовано створення Національного парку Словечансько-Овруцький кряж, проте наразі роботу з організації призупинено через військовий стан в Україні. Також функціонує Комунальний заклад позашкільної освіти «Обласний еколого-натуралістичний центр» Житомирської обласної ради, лісівничо-просвітницький центр на базі Словечанського лісгоспу, будинок лісівничої просвіти у ДП «Коростенське ЛМГ» та шкільні лісництва у державних лісогосподарських підприємствах Житомирської області, які навчають основ лісівництва, науково-дослідної роботи, екологічної освіти, дбайливого ставлення до природи та відповідальної туристично-рекреаційної діяльності.

Економічний потенціал, як зазначено вище, є важливим інструментом для обґрунтування життєздатності і самоокупності туристичних дестинацій для бізнесових структур. Показники кількості відвідувачів, доступності локацій, потенційних ризиків, економічної привабливості, заходів просування,

відображення DESTИНАЦІЙ в інформаційному просторі стануть основою для оцінки перспективи організації господарської діяльності на території громади. Інфраструктура туристичної DESTИНАЦІЇ залишається і основною проблемою галузі національного туризму, і важливим аргументом при плануванні подорожі. На основі авторського опитування жителів Житомирської області щодо аналізу фінансових можливостей потенційних екотуристів виявлено, що більше половини всіх відповідей респондентів (63,8 %) щодо пропозицій облаштування локацій відпочинку в межах природних територій пов'язана з інфраструктурою, включаючи розміщення додаткової інформації про туристичні об'єкти (інформаційні стенди), іноземною мовою зокрема, встановлення урн для сміття та туалетів, дитячу інфраструктуру та анімацію, наявність інтерактивного доступу до інформації про маршрути і об'єкти, екокемпінгів та альтанок для відпочинку. Бальна оцінка важливості показників туристичного потенціалу для туристів складена також на основі проведеного анкетування, в якому респонденти зазначили пріоритетність потреб під час планування туристичної поїздки, відпочинку. Заходи з організації та облаштування локацій для здійснення екологічного туризму (наповнення актуальною інформацією сайтів, ведення статистики відвідування, створення якісної інфраструктури з можливістю придбання продуктів харчування, сувенірної продукції, взяття в оренду спорядження, облаштування санвузлів, установка урн для сміття, сучасних інформаційних та інтерактивних стендів, проведення екскурсій, автентичних свят та тематичних заходів) дасть змогу створити комфортні умови для туристів та залучити нових споживачів екотуристичного продукту.

Висновки до розділу 3

1. Екологічний туризм це складний соціально-культурний феномен та інтегральний вид діяльності, що продукує складні взаємопов'язані ефекти: економічні (отримання фінансових надходжень до місцевих бюджетів у формі податків, інвестицій, залучення грантових програм; розвиток локального

екологічного виробництва; раціоналізація споживання та використання різного виду ресурсів), соціальні (створення додаткових робочих місць, можливість самореалізації для мешканців сільських територій, покращення інфраструктури громад) та екологічні (екопросвітництво, привертання уваги до цінності природних ресурсів, збереження і відтворення об'єктів та територій природно-заповідного фонду). Виступаючи драйвером соціально-економічного розвитку для країни, екологічний туризм розглядається як інструмент посилення економіки, оскільки забезпечує мультиплікативний ефект у галузях транспорту та зв'язку, будівництва, сільського господарства, харчової промисловості, закладів індустрії розваг та гостинності.

2. Значний перелік виявлених перешкод щодо розвитку національної туристичної галузі: відсутність сформованого попиту і слабо розвинута пропозиція екотуристичного продукту, незадовільний стан доріг та інших інфраструктурних об'єктів, нестача пошукових систем і візуалізації екотуристичних та інфраструктурних об'єктів зумовив виявити три найвпливовіші вектори просування туристичних послуг. Перший вектор: розробка інтерактивної карти екотуристичних локацій, яка створить можливості для використання електронного туристичного путівника з функцією самостійного обрання і планування маршрутів за індивідуальними вподобаннями. Обґрунтування і розробка нового продукту (як приклад, авторська екскурсійна програма «Поліські «смарагди» Житомирщини») і удосконалення існуючого туристичного продукту (нанесення на інтерактивну карту локацій екотуризму) є продуктовими інноваціями у галузі екологічного туризму, які забезпечуватимуть реалізацію державної інноваційної політики. Другий вектор: усунення проблем інфраструктури та налагодження взаємозв'язків між учасниками ринку туристичних послуг створить синергетичний ефект спільної дії всіх елементів туристичної системи, що приведе до отримання економічного ефекту та зростання значення показників екотуристичної діяльності у стратегічній перспективі. Створення QR-кодів екотуристичних локацій для швидкого отримання довідкової інформації про DESTINAЦІЇ та легке розпізнавання сформованих кодів смартфоном дає

можливість сучасному туристу отримати додаткову інформацію про об'єкт та залишити зворотню реакцію у вигляді фото чи коментарю. Такі технології допомагають як туристам в орієнтуванні в незнайомому середовищі та доступу до інформації, так і фахівцям туристичної сфери для збору даних щодо частоти та інтенсивності відвідування, задоволеності туристів, збирання додаткових світлин та відгуків. Третій вектор: просування сформованого бренду екотуристичного продукту. Імплементация даного напряму сприятиме удосконаленню національної політики в галузі туризму, покращенню стану інформаційної інфраструктури рекреаційних та туристичних об'єктів та послуг, формуванню позитивного іміджу національного туристичного продукту на державному та міжнародному рівні.

3. З врахуванням існуючих проблем національної туристичної галузі, ініціатив державно-приватного партнерства та сучасних світових і національних тенденції та технологій на основі структурно-функціональної моделі екотуристичної діяльності сформовані такі пропозиції з удосконалення стратегічного управління об'єктами екотуристичної діяльності: на загально-національному рівні пропонується створення і просування стратегії сталого розвитку всіх галузей діяльності; пропагування здорового способу життя, концепції продуманого споживання, екопросвітництва; створення сприятливих умов для започаткування та розвитку малого бізнесу індустрії гостинності. Підприємствам туристичної та суміжних галузей слід ініціювати формування пропозиції туристичних маршрутів по об'єктам та територіям природно-заповідного фонду з відповідним екскурсійним супроводом, раціоналізувати використання ресурсів, переходити до використання альтернативних джерел енергії; надавати переваги використанню продукції місцевого та органічного виробництва. Місцевим громадам пропонується активніше долучитися до організації ремісничих майстерень для виготовлення сувенірної продукції, створення додаткових закладів харчування та розміщення, формування сервісів системи гостинності, забезпечення екопросвітницької роботи. Для популяризації та просування екологічного туризму доцільно збільшення площ та підвищення репрезентативність мережі природно-заповідного фонду;

створити належну охорони природно-заповідних об'єктів (заказників, заповідних урочищ, пам'яток природи, інших територій природно-заповідного фонду), розташованих на землях землекористувачів; відображати існуючі рекреаційні пункти, марковані екостежки та інші локації екотуризму у туристичних путівниках області.

4. Концепція застосування економічних вигід для розвитку екологічного туризму передбачає можливості отримання додаткових фінансових надходжень для об'єктів природно-заповідного фонду – проведення екскурсій, майстер-класів, запровадження плати за вхід, продаж сувенірної продукції; для екосадиб – прокат спорядження, оренда альтанок, надання додаткових послуг (катання на конях, викачування меду, доїння кіз, ткання на верстаті), проведення анімаційних (театралізовані події, майстер-класи) та святкових (День дереуна, День громади, релігійні свята) заходів, участь в міжнародних та національних програмах. Екозаклади розміщення та харчування зможуть переорієнтувати фінансові потоки від економії ресурсів та раціоналізації використання витратних матеріалів на участь в міжнародних та національних сертифікаційних програмах; альтернативними джерелами надходжень для готельних та ресторанних підприємств також є отримання грантів, взаємопродуктивний маркетинг, розробка інноваційних екологічних технологій у наданні послуг та організації діяльності.

5. Авторські експедиційні розвідки екотуристичних дестинацій створили інформаційну базу для проведення порівняльної характеристики об'єктів природно-заповідного фонду на території України. Об'єкти порівнювались за такими ознаками: наявністю методів візуалізації та вхідної плати; кількістю відвідувачів; інфраструктурою (харчування, розміщення, інформаційні стенди, сувенірна продукція, майстер-класи, екскурсії); перспективами розвитку; перевагами, недоліками та особливостями об'єктів, що надасть можливість у подальшому сформувати основні напрями стратегії туристичної діяльності в залежності від сильних та слабких сторін, а також перспектив розвитку дестинації.

6. Створення еколого-рекреаційних комплексів у межах міст сприятиме формуванню широкого спектру позитивних ефектів екологічного, соціального, економічного, патріотично-виховного, культурного, освітньо-наукового характеру і значення. Враховуючи нестачу комплексних об'єктів туристично-рекреаційного та культурно-освітнього характеру, які б формували привабливий імідж відповідної території, заснування унікального природного об'єкту сфери туризму еколого-рекреаційного характеру, який буде насиченим біологічним та ландшафтним різноманіттям, забезпечить задоволення існуючого попиту у якісній, екологоорієнтованій, пізнавальній рекреації населення м. Житомира та зовнішніх туристів. Еколого-рекреаційний комплекс «Відродження» стане першим кроком до позиціонування м. Житомира та області як центру екологічного туризму, що дасть змогу сформувати унікальний регіональний бренд та отримати високий економічний ефект.

Результати дослідження, представлені у Розділі 3, опубліковано у працях автора: [196; 207-210; 213].

ВИКОРИСТАНІ ДЖЕРЕЛА ДО РОЗДІЛУ 3

206. Гоблик-Маркович Н., Хаустов О. Використання ГІС-технологій для підвищення туристичної привабливості регіону. *Сучасні трансформації сервісної економіки: туризм, рекреація та комерційні послуги* : збірник тез доповідей Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф. (м. Мукачево, 29-30 вересня 2022 р.) / ред. кол.: Т. Д. Щербан (гол. ред.) та ін. Мукачево: МДУ, 2022. С. 24-25.

207. Осіпчук А. С. Логістичний підхід як засіб сталого розвитку туристичної сфери. *Теоретичні і прикладні напрямки розвитку туризму та рекреації в регіонах України* : матеріали VII Міжнар. наук.-практ. конф. присвяченої 70-річчю утворення Льотної академії, 1–2 квіт. 2021 р., м. Кропивницький. Дніпро : Середняк Т. К., 2021. С. 396–402.

208. Осіпчук А. С. Національна туристична організація України як фасилітатор сталого розвитку туристичної галузі та економічного зростання. *Індустрія туризму і гостинності*. 2022. № 6. DOI: <https://doi.org/10.32782/tourismhospsee-6-5>

209. Осіпчук А. С. Пропозиції з удосконалення стратегічного управління об'єктами екотуристичної діяльності. *Економіка та суспільство*. 2022. № 40. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-40-77>

210. Осіпчук А. С. Формування та просування екотуристичного продукту. *Приазовський економічний вісник*. 2021. № 4 (27). С. 68–75. DOI: [10.32840/2522-4263/2021-4-11](https://doi.org/10.32840/2522-4263/2021-4-11).

211. Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на 2021-2027 роки : Постанова Кабінету Міністрів України від 5 серпня 2020 р. № 695. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/695-2020-%D0%BF#Text>

212. Щоголева І., Соколовський В., Боз Ахмет Сонер. Екологічні аспекти управління діяльністю готельних підприємств. *Теоретичні і прикладні напрямки розвитку туризму та рекреації в регіонах України* : зб. матеріалів VII Міжнар. наук.-практ. конф. на базі Льотної академії Національного авіаційного університету, (1–2 квітня 2021 р., м. Кропивницький). Дніпро : Середняк Т. К., 2021. С. 370–376.

213. Reloading of gastronomy tours in the conditions of using the Right-Bank Polissia gastronomy potential / Nesterchuk I. et al. *GeoJournal of Tourism and Geosites*. 2021. Year XIV, vol. 34, № 1. P. 170–176. DOI: 10.30892/gtg.34122-633.

214. Innovative ecotourism product development based on the use of geographic information technologies. Osipchuk A. et al. *Journal of Geology, Geography and Geoecology*. 2023. № 32(1), P.164-177. DOI: 10.15421/112316

ВИСНОВКИ

Результатом дисертаційного дослідження є теоретичне узагальнення й вирішення науково-прикладного завдання щодо розробки та імплементації організаційно-економічних засад екологічного туризму в умовах сталого розвитку та інтеграції України в міжнародний туристичний простір. Науковою проблемою забезпечення зростання екологічного туризму є пошук нових форм та способів комерціалізації цієї сфери бізнесу, що передбачає перегляд можливостей залучення коштів для утримання і розвитку заповідних територій та визначення перспективних особливостей екотуристичного ринку для використання конкурентних переваг. Дослідження потенційного попиту на ринку вітчизняних екотуристичних послуг у поєднанні із застосуванням багатофакторної регресійної моделі дали змогу виділити найвпливовіші фактори споживання туристичних послуг та виокремити специфічні ознаки інноваційних екотуристичних продуктів. Висновки та пропозиції щодо подальших перспектив розвитку екологічного туризму сформовані таким чином:

1. Туристична сфера протягом останнього десятиріччя характеризується інтенсивним характером розвитку, що зумовило зростання обсягу надання туристичних послуг, зокрема в сфері екологічного туризму. Набули розповсюдження інноваційні види екотуристичних послуг: локальні зооцентри та контактні зоопарки, екопросвітницькі маршрути та створення пізнавально-рекреаційних комплексів, споживання якісної (органічної) продукції та інші). Водночас, зі зміною кон'юнктури ринку туристичних послуг внаслідок військової агресії РФ, впливу глобальних природних викликів, поглиблення екологічної кризи відбулися суттєві трансформації як у попиті (відсутність запитів на туристичні послуги, зменшення затребуваності у відпочинку під час відпусток, інтенсивність внутрішнього та виїзного видів туризму), так і у пропозиції (руйнування готельних й туристичних комплексів, вікові обмеження для переміщених осіб-потенційних туристів, ліквідація традиційних авіа-та залізничних сполучень). Дієвим засобом організаційно-економічного та соціального механізму формування розвитку ринку туристичних послуг у

перспективі є екологічний туризм, призначення якого полягає у відновленні балансу системи «суспільство-природа-бізнес» через комплекс таких заходів: по-перше, інституційне забезпечення екотуристичного бізнесу як на макро, так і на мікро (локальному) рівнях; по-друге, стимулювання розвитку лідерства територіальних громад та формування їх іміджу; по-третє, впровадження професійних засад менеджменту в сфері туризму та маркетингу, орієнтованих на просування екотуристичних послуг і екомаршрутів; по-четверте, підвищення конкурентоспроможності національного екотуристичного продукту; по-п'яте, синтез різних видів туризму (аграрного, сільського, екологічного) як на пряму економічного зростання, екологічної свідомості та культурного розвитку. Обґрунтований комплекс заходів забезпечить реалізацію нової концепції розвитку екотуризму у контексті відповідності цілям сталого розвитку.

1. Різноманітність варіантів дослідження поняття «екологічний туризм» у сучасних наукових працях вітчизняних та зарубіжних вчених дозволило сформулювати авторське бачення даної дефініції. Поєднання із загальноприйнятими теоретично-методологічними підходами надає можливість для виявлення додаткових функціональних можливостей екотуризму, які слід оцінювати через призму раціональної максимізації використання природно-рекреаційних благ і ресурсів з метою післявоєнного відновлення зруйнованих екосистем з мінімальним антропогенним впливом на навколишнє природне середовище та підвищення рівня добробуту місцевого населення, популяризації здорового способу життя, отримання економічних вигід стейкхолдерами екотуристичної діяльності і реалізації екопросвітницької, культурно-пізнавальної функцій. Інтегруючи функціональний інструментарій (урбокомпенсаційну, рекреаційну, середовищезберігаючу, інтелектуально-розвивальну, екопросвітницьку, екоосвітню, виховну та гуманістичну функції), екологічний туризм набуває економічного змісту через відновлення і використання людського, соціального, виробничого, інвестиційного капіталу, що є головною умовою активного туристичного життя суспільства.

2. На сучасному етапі становлення ринку екотуристичних послуг не склався клієнтоорієнтований підхід у наданні екотуристичних послуг та

відповідно існуюча класифікація видів екотуризму не відображає потенційні властивості екологізації туризму. Узагальнюючи й доповнюючи існуючі підходи до розподілу видів туризму за певними ознаками (пізнавальною, навчальною, культурною, рекреаційною, діловою), зазначимо, що процес удосконалення класифікації різноманітності видів екологічного туризму має забезпечувати економічні і соціальні ефекти від здійснення екобізнесу. Реалізація поліваріативних екологічних турів формує базис для економічного розвитку регіонів, обміну досвідом у галузі сучасних еко-, нано-, біотехнологій; створюватиме можливості для просвітництва у сфері сучасних методів безвідходного виробництва, створення екологічно чистої продукції, використання альтернативних джерел енергії; мотивуватиме туристів до здорового способу життя, реалізації концепції помірному споживання і раціонального використання ресурсів; знайомитиме з особливостями флори й фауни регіону, особливостями ландшафту територій, походження етносів, тенденціям розвитку природного середовища, світом наявних екосистем.

3. Організація туристичного бізнесу у межах територій природозаповідного фонду потребує вибору інструментів управління туристичними дестинаціями в умовах конкурентного середовища та економічних стимулів для неприбуткових об'єктів природоохоронної діяльності. Економічна ефективність екотуристичної діяльності, визначена через співвідношення між отриманими доходами у результаті здійснених заходів з туристичного обслуговування й витратами на функціонування інфраструктури туристичного бізнесу дозволяє зробити вибір на користь найпривабливіших та фінансово вигідних екотуристичних маршрутів для потенційних туристів.

4. При усій різноманітності екотуристичних продуктів і послуг, ціннісні орієнтації екологічного туризму не набули широкого сприйняття та розповсюдження в суспільстві. Узагальнюючи наявність великого кола екотуристичних принад, концепція цінностей екологічного туризму інтегрує специфічні властивості екотуризму, зокрема, такі як: можливість відвідування непорушених людською діяльністю місць, отримання психоемоційного

розвантаження, сприяння захисту природних ресурсів, можливість брати участь у майстер-класах, тренінгах взаємодії, що відповідає запитам потенційного споживача екотуристичних послуг. Результати дослідження матриці потреб потенційного екотуриста створили підґрунтя для вдосконалення механізму залучення коштів на утримання і розвиток заповідних територій та інших суб'єктів екотуристичної діяльності. Цей механізм функціонує на поліваріантній основі та передбачає можливість залучення фінансових ресурсів від продажу екопродуктів та екопослуг, які безпосередньо спрямовуються на розвиток громад та об'єктів екотуристичних послуг.

5. Екотуристичний продукт є унікальним з точки зору додаткового використання властивостей природних ресурсів сільських та урбанізованих територій. Невіддільність екотуристичних продуктів від джерел формування, неможливість зберігання та накопичення туристичного продукту, складність вартісної оцінки до моменту споживання та інші якісні характеристики повинні реалізовуватися на основі методологічних принципів екотуристичної діяльності. Імплементация сукупності принципів екологічного туризму (системності, адаптивності, інноваційності, економічності й ефективності, екологічної свідомості і гнучкості) оптимізує процеси формування та просування екотуристичного продукту, сприяє ефективному екопросвітництву, мотивує до здорового способу життя, раціоналізує використання людського потенціалу, покращує інвестиційний клімат дестинації, переорієнтує вектор господарської діяльності бізнесових структур на екологізацію у відповідності до Цілей сталого розвитку туристичної.

6. Процес удосконалення системи надання послуг у сфері екотуристичної діяльності зумовлено окремими недоліками нормативно-правового регулювання, відсутністю стабільного попиту на екотуристичні послуги та забезпечуючої інфраструктури, що призводить до недоотримання як фінансових, так і соціальних ефектів від екологічного бізнесу. З огляду на гальмівні чинники розвитку екотуристичної галузі сформовано орієнтири для удосконалення стратегії розвитку екотуристичної і екокультурної діяльності, які ґрунтуються на: дотриманні природоохоронного законодавства; використанні

елементів екологічного менеджменту; застосовуванні автоматизованих систем взаємодії з клієнтами; ефективному використанні та оптимізації ресурсів; зменшенні та сортуванні відходів; використання екологічно чистої продукції для приготування та побутових потреб; проведення екопросвітницької роботи з персоналом та клієнтами. Відповіді респондентів соціологічного опитування підтверджують проблему недорозвиненої туристичної інфраструктури і визначають вектори покращення туристичної діяльності Житомирської області (на локальному рівні), а саме: облаштувати «зелені зони» відпочинку, забезпечити проведення тематичних заходів, створити зручну систему навігації атрактивних місць та маршрутів для велосипедистів.

7. Природно-екологічні, історико-культурні, бальнеологічні рекреаційні, кліматотерапевтичні та інші ресурси у комплексному поєднанні створюють об'єктивні передумови для розвитку екотуристичної діяльності. Проте, результати соціологічного опитування потенційних екотуристів засвідчують незнання більшості респондентів про наявність об'єктів та територій природно-заповідного фонду, що є причиною виникнення інформаційної «прірви» між потенційними споживачами та суб'єктами надання екотуристичних послуг. Розроблена модель геопорталу еколокацій вирішує проблему відсутності картографічної візуалізації екотуристичних локацій та інформаційного наповнення про об'єкти інфраструктури. Інтерактивна карта геопорталу еколокацій відображає різні типи, категорії та підпорядкування об'єктів і територій природно-заповідного фонду, еколого-просвітницькі стежки, рекреаційні пункти, еко-готелі, культурно-мистецький центр та інші локації з описом об'єктів, особливостями інфраструктури, координатами, що створює можливості самостійного формування маршрутів за індивідуальними запитам туристів.

8. Цілеспрямоване просування засад розвитку екологічного туризму на території міст реалізується через створення еколого-рекреаційних комплексів. Основними завданнями проектного комплексу «Відродження», які корелюють з регіональною стратегією розвитку Житомирської області, є раціональне використання природно-ресурсного потенціалу територій,

збереження біологічного та ландшафтного різноманіття, сприяння створенню національної екомережі, раціональне використання територій та об'єктів природно-заповідного фонду з метою формування економічного середовища та розвитку сфери зайнятості населення в регіонах, створення якісного туристичного продукту, формування та просування позитивного іміджу регіонів у сфері туризму на зовнішньому та внутрішньому туристичному ринку. Функціонування еколого-рекреаційного комплексу забезпечить отримання прибутку територіальних громад, комплексний еколого-соціально-економічний ефект та позиціонування м. Житомира та області як унікального центру екологічного туризму.

ДОДАТКИ

Кількість туроператорів та турагентів за регіонами в Україні за регіонами за період з 2017 по 2020 р.

Рік	2017			2018			2019			2020			Приріст 2020 до 2017		Приріст 2020 до 2019	
	Юридичні особи	Фізичні особи - підприємці	Разом	Юридичні особи	Фізичні особи - підприємці	Разом	Юридичні особи	Фізичні особи - підприємці	Разом	Юридичні особи	Фізичні особи - підприємці	Разом	в од.	у %	в од.	у %
Україна	1743	1726	3469	1833	2460	4293	1797	2644	4441	1561	2306	3867	398	111,47	-574	87,07498
Вінницька	27	42	69	25	62	87	23	64	87	19	60	79	10	114,49	-8	90,80
Волинська	23	43	66	19	55	74	18	71	89	13	57	70	4	106,06	-19	78,65
Дніпропетровська	118	207	325	119	297	416	111	318	429	109	322	431	106	132,62	2	100,47
Донецька	22	20	42	31	62	93	29	65	94	26	56	82	40	195,24	-12	87,23
Житомирська	14	33	47	16	47	63	16	50	66	16	43	59	12	125,53	-7	89,39
Закарпатська	31	32	63	28	63	91	29	55	84	22	50	72	9	114,29	-12	85,71
Запорізька	63	97	160	62	126	188	61	85	146	57	90	147	-13	91,88	1	100,68
Івано-Франківська	34	71	105	34	94	128	29	88	117	25	79	104	-1	99,05	-13	88,89
Київська	39	77	116	45	172	217	48	175	223	47	173	220	104	189,66	-3	98,65
Кіровоградська	12	31	43	13	41	54	14	54	68	13	44	57	14	132,56	-11	83,82
Луганська	7	10	17	8	21	29	7	37	44	6	31	37	20	217,65	-7	84,09
Львівська	159	123	282	142	200	342	134	225	359	97	168	265	-17	93,97	-94	73,82
Миколаївська	23	40	63	18	69	87	21	63	84	20	69	89	26	141,27	5	105,95
Одеська	140	124	264	135	135	270	120	141	261	92	102	194	-70	73,48	-67	74,33
Полтавська	17	76	93	15	140	155	14	136	150	14	110	124	31	133,33	-26	82,67
Рівненська	26	34	60	27	66	93	27	80	107	28	74	102	42	170,00	-5	95,33
Сумська	19	39	58	18	61	79	18	86	104	17	68	85	27	146,55	-19	81,73
Тернопільська	17	28	45	20	43	63	18	67	85	14	51	65	20	144,44	-20	76,47
Харківська	84	179	263	83	183	266	85	168	253	84	150	234	-29	88,97	-19	92,49
Херсонська	14	53	67	16	64	80	10	63	73	8	46	54	-13	80,60	-19	73,97
Хмельницька	26	64	90	25	64	89	21	57	78	18	45	63	-27	70,00	-15	80,77
Черкаська	24	68	92	27	74	101	27	83	110	20	79	99	7	107,61	-11	90,00
Чернівецька	38	27	65	39	38	77	35	42	77	28	27	55	-10	84,62	-22	71,43
Чернігівська	15	36	51	12	46	58	17	40	57	18	39	57	6	111,76	0	100,00
м.Київ	751	172	923	856	237	1093	865	331	1196	750	273	1023	100	110,83	-173	85,54

ДОДАТОК А

Кількість колективних засобів розміщування за регіонами у період з 2018 по 2020 рр.

	Кількість колективних засобів розміщування усього у 2018 р.	У тому числі			Кількість колективних засобів розміщування усього у 2019 р.	У тому числі			Кількість колективних засобів розміщування усього у 2020 р.	У тому числі			Приріст колективних засобів розміщування 2020 р. до 2018р.		Приріст колективних засобів розміщування 2020 р. до 2019 р.	
		готелі та аналогічні засоби розміщування		інші засоби розміщування		готелі та аналогічні засоби розміщування		інші засоби розміщування		готелі та аналогічні засоби розміщування		інші засоби розміщування	од.	%	од.	%
		усього	з них мають спеціально обладнані номери для осіб з інвалідністю			усього	з них мають спеціально обладнані номери для осіб з інвалідністю			усього	з них мають спеціально обладнані номери для осіб з інвалідністю					
Україна	1591	789	284	802	1626	792	357	834	1337	728	320	609	-254	84,04	-289	44,77
Вінницька	22	18	7	4	21	16	8	5	10	9	6	1	-12	45,45	-11	42,86
Волинська	72	16	6	56	61	13	7	48	36	11	4	25	-36	50,00	-25	18,03
Дніпропетровська	93	52	31	41	106	59	31	47	87	60	34	27	-6	93,55	-19	56,60
Донецька	78	15	3	63	88	17	5	71	65	19	3	46	-13	83,33	-23	21,59
Житомирська	17	16	2	1	19	17	3	2	16	13	4	3	-1	94,12	-3	68,42
Закарпатська	54	42	12	12	59	49	19	10	48	41	12	7	-6	88,89	-11	69,49
Запорізька	123	15	5	108	133	17	11	116	119	15	6	104	-4	96,75	-14	11,28
Івано-Франківська	67	46	9	21	64	44	12	20	50	35	11	15	-17	74,63	-14	54,69
Київська	86	52	16	34	96	59	29	37	80	52	25	28	-6	93,02	-16	54,17
Кіровоградська	30	12	2	18	37	16	4	21	20	12	3	8	-10	66,67	-17	32,43
Луганська	9	6	2	3	11	6	2	5	7	4	1	3	-2	77,78	-4	36,36
Львівська	129	104	44	25	130	106	53	24	111	92	54	19	-18	86,05	-19	70,77
Миколаївська	102	22	2	80	103	22	4	81	83	21	2	62	-19	81,37	-20	20,39
Одеська	177	67	32	110	187	72	49	115	147	67	35	80	-30	83,05	-40	35,83
Полтавська	43	31	11	12	44	30	12	14	43	30	12	13	0	100,00	-1	68,18
Рівненська	17	15	5	2	18	15	5	3	13	13	5	-	-4	76,47	-5	72,22
Сумська	21	12	2	9	21	11	3	10	17	9	1	8	-4	80,95	-4	42,86
Тернопільська	14	10	4	4	15	11	5	4	13	9	3	4	-1	92,86	-2	60,00
Харківська	67	38	14	29	73	38	12	35	66	37	12	29	-1	98,51	-7	50,68
Херсонська	107	24	2	83	88	17	6	71	70	15	4	55	-37	65,42	-18	17,05
Хмельницька	33	24	10	9	31	24	9	7	28	24	13	4	-5	84,85	-3	77,42
Черкаська	54	22	2	32	55	24	8	31	43	21	6	22	-11	79,63	-12	38,18
Чернівецька	11	8	1	3	13	9	2	4	11	9	2	2	0	100,00	-2	69,23
Чернігівська	25	15	7	10	24	14	8	10	22	15	7	7	-3	88,00	-2	62,50

ДОДАТОК Б

ДОДАТОК В

Класифікація видів економічної діяльності у сфері рекреації та готельно-ресторанного бізнесу відповідно до КВЕД-2010

Назва секції	Назва розділу	Назва групи
Секція І «Тимчасове розміщення й організація харчування»	Розділ 55. Тимчасове розміщення	55.1 Діяльність готелю та подібних засобів тимчасового розміщення Група 55.2 Діяльність засобів розміщення на період відпустки і іншого тимчасового проживання Група 55.9 Діяльність інших засобів тимчасового розміщення
	Розділ 56. Діяльність по забезпеченню стравами і напоями	Група 56.1 Діяльність ресторанів, надання послуг мобільного харчування Група 56.2 Постачання готових страв Група 56.3 Обслуговування напоями
Секція N Діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування	Розділ 79. Діяльність турагентств, туроператорів, надання інших послуг бронювання та пов'язана з цим діяльність	Група 79.1 діяльність турагентств і туроператорів Група 79.9 Надання інших послуг бронювання та пов'язана з цим діяльність
Секція R Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок	Розділ 90. Діяльність у сфері творчості, мистецтва та розваг	Група 90.0 Діяльність у сфері творчості, мистецтва та розваг
	Розділ 91. Функціонування бібліотек, архівів, музеїв та інших закладів культури	Група 91.0 Функціонування бібліотек, архівів, музеїв та інших закладів культури
	Розділ 92. Організація азартних ігор	92.0 Організація азартних ігор
	Розділ 93. Діяльність у сфері спорту, організації відпочинку та розваг	Група 93.1 Діяльність у сфері спорту >> Група 93.2 Організація відпочинку

ДОДАТОК Г

Таблиця Г.1

Динаміка показників оцінювання ефективності розвитку сфери рекреації та готельно-ресторанного бізнесу України, 2016-2020 рр.

Показники	2016	2017	2018	2019	2020
Кількість суб'єктів господарювання, од.	71569	70623	75558	84857	87522
Кількість зайнятих працівників, тис. ос.	254,0	269,3	319,2	332,6	295,4
Витрати на персонал, тис. грн.	5715334,8	6925466,5	7906510,3	8821424,0	8363499,1
Обсяг реалізованих послуг, тис. грн.	12035268,0	15582836,9	18481011,7	19632588,9	11941224,4
Чистий прибуток, млн. грн.	-3582,6	-526,9	1753,8	4241,9	-6025,7

Таблиця Г.2

Темп росту показників оцінювання ефективності розвитку сфери рекреації та готельно-ресторанного бізнесу України, 2016-2020 рр.

Показники	2017/2016	2018/2017	2019/2018	2020/2019
Кількість суб'єктів господарювання	0,99	1,07	1,12	1,03
Кількість зайнятих працівників	1,06	1,19	1,04	0,89
Витрати на персонал	1,21	1,14	1,12	0,95
Обсяг реалізованих послуг	1,29	1,19	1,06	0,61
Чистий прибуток	0,15	-3,33	2,42	-1,42

ДОДАТОК Д

Об'єкти природно-заповідного фонду України (кількість і площа земель)

Об'єкти природно-заповідного фонду	2012 р.		2015 р.		2018 р.		2019 р.		2020 р.	
	од	га	од	га	од	га	од	га	од	Га
Всього	8026	3650812,7	8184	3803131,9	8396	3991638,5	8512	4085862,4	8633	4485023,8
природні заповідники	19	201537,9	19	205295,7	19	206630,6	19	206630,6	19	206630,6
Біосферні заповідники	4	252146,1	4	252146,1	5	479110,8	5	479110,8	5	479110,8
національні природні парки	47	1215805,9	49	1311637,8	49	1311637,8	52	1378124	53	1387121
Заказники	3042	1352792,1	3131	1383514,9	3258	1393263,5	3354	1423321,1	3398	1434423
загальнодержавного значення	309	460067,3	310	460109,3	320	464248,9	326	485920,9	328	486113,2
місцевого значення	2733	892724,8	2821	923405,6	2938	929014,6	3028	937400,2	3070	948309,8
пам'ятки природи	3388	28686	3422	28833,4	3492	299885	3513	30204,8	3580	35646,9
загальнодержавного значення	132	5776,4	134	5821,8	136	6311,7	136	6311,7	136	6311,7
місцевого значення	3256	22909,6	3288	23011,6	3356	23676,8	3377	23893,1	3444	29335,2
Ботанічні сади	28	1990,2	28	1990,2	28	1990,2	28	1990,2	28	1990,2
загальнодержавного значення	18	1863,2	18	1863,2	18	1863,2	18	1663,2	18	1863,2
місцевого значення	10	127	10	127	10	127	10	127	10	127
Зоологічні парки	13	453,9	13	453,9	13	453,9	13	453,9	13	453,9
загальнодержавного значення	7	111,5	7	111,5	7	111,5	7	111,5	7	111,5
місцевого значення	6	342,4	6	342,4	6	342,4	6	342,4	6	342,4
Дендрологічні парки	54	1774,6	57	1786,8	58	1782,9	61	1786,5	62	1788,4
загальнодержавного значення	19	1472,9	19	1472,9	20	1469	20	1469	20	1469
місцевого значення	35	301,7	38	313,9	38	313,9	41	317,5	42	319,4
Парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва	556	13127,2	569	13251,5	576	13260,4	581	13314	588	13417,9
загальнодержавного значення	89	5704,4	89	5718	89	5720,2	89	5720,8	90	5775,5
місцевого значення	467	7422,8	460	7533,5	487	7540,2	492	7593,2	498	7642,6
Регіональні ландшафтні парки	69	758553,5	81	786025,3	83	786623,7	83	787859,8	85	828794,4
Заповідні урочища	808	95695,8	811	97845	815	99528,7	603	95723,4	802	95646,8

ДОДАТОК Е

Механізм оцінювання ефективності розвитку підприємництва



ДОДАТОК Ж

Анкета-опитування туристичних вподобань

Ваша стать:	Ваш вік:	Ваша освіта:	Ваш сімейний стан:	Приблизний щомісячний дохід на одного члена Вашої сім'ї:	Ваш соціальний статус:
1. Ч	1. До 18 р.	1. Вища	1. Неодружений/незаміжня	1. До 2000 грн.	1. Школяр
2. Ж	2. 18 – 24 р.	2. Незакінчена вища (менше 4 курсів)	2. Одружений/заміжня	2. Від 2000 грн. до 5000 грн.	2. Студент
	3. 25 – 44 р.	3. Середня / Середня спеціальна (школа, училище, технікум)	3. Маю 1-2 дітей	3. Від 5000 грн. до 9000 грн.	3. Робочий
	4. 45 – 60 р.		4. Маю 3-4 дитини	4. Від 9000 грн. до 15000 грн.	4. Військовослужбовець
	5. Старше 60 р.			5. Понад 15000 грн.	5. Керівник організації
					6. Працівник бюджетної організації
					7. Керівник підрозділу
					8. Приватний підприємець
					9. Пенсіонер
					10. Інше _____

У якому районі Ви проживаєте? 1. у Житомирському 2. у Бердичівському
3. у Новоград-Волинському 4. у Коростенському

1. Які види туризму Вас цікавлять найбільше? (Можна вибрати 2 варіанти)

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Діловий | <input type="checkbox"/> Культурно-пізнавальний |
| <input type="checkbox"/> Лікувально-оздоровчий | <input type="checkbox"/> Спортивний |
| <input type="checkbox"/> Релігійний | <input type="checkbox"/> Інший _____ |

2. Як Ви зазвичай відпочиваєте/подорожуєте?

- | | |
|-------------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Самостійно | <input type="checkbox"/> З друзями |
| <input type="checkbox"/> З сім'єю | <input type="checkbox"/> З колегами |

3. Скільки разів на рік Ви відпочиваєте/подорожуєте?

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1 раз на рік | <input type="checkbox"/> Більше 3 разів на рік |
| <input type="checkbox"/> 2 рази на рік | <input type="checkbox"/> Рідко |

4. Тривалість відпочинку/подорожі зазвичай складає:

- | | |
|------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> 2-3 дні | <input type="checkbox"/> 10 днів |
| <input type="checkbox"/> 1 тиждень | <input type="checkbox"/> 2 тижні і більше |

5. Бюджет відпочинку на 1 особу приблизно складає:

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> До 3 000 грн. | <input type="checkbox"/> Від 6 000 грн. до 10 000 грн. |
| <input type="checkbox"/> Від 3 000 грн. до | <input type="checkbox"/> Більше 10 000 грн. |

6. При виборі місця відпочинку у пріоритеті відпочинок:

- | |
|---|
| <input type="checkbox"/> в межах країни _____ (чому?) |
| <input type="checkbox"/> закордоном _____ (чому?) |

7. Що є для Вас важливим під час відпочинку? (Можна вибрати 3-4 варіанти)

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Комфортні умови розміщення | <input type="checkbox"/> Можливість вживання і використання органічної продукції |
| <input type="checkbox"/> Дбайливе ставлення до навколишнього середовища | <input type="checkbox"/> Можливість отримати цікаву інформацію |
| <input type="checkbox"/> Позитивні емоції | <input type="checkbox"/> Використання засобами розміщення альтернативних джерел енергії, систем рециркуляції води, сортування відходів |
| <input type="checkbox"/> Гарний сервіс | <input type="checkbox"/> Інше _____ |
| <input type="checkbox"/> Низькі витрати на відпочинок | |
| <input type="checkbox"/> Якісне харчування | |

8. Чи споживаєте екологічно чисту продукцію?

- Так _____ Ні (переходьте до питання 11)
_____ (чому?)

9. Де Ви зазвичай купуєте екологічно чисту продукцію?

10. Чи знаєте Ви заклади харчування, які використовують екологічно чисту продукцію?

- Так _____ Ні
_____ (які?)

11. Що є для Вас важливим під час вибору закладу розміщення (готель, мотель, садиба, кемпінг тощо)? (Можна вибрати 3-4 варіанти)

- Престижність закладу Турбота про навколишнє середовище
 Цінова політика Економія ресурсів та використання поновлюваних джерел енергії
 Комфорт та якісні послуги Інше _____
 Інфраструктура

12. Чи знаєте Ви заклади розміщення, що використовують екологічні стандарти (мають систему екологічно чистого опалення, власні очисні споруди стічних вод, проводять класифікацію відходів, використовують альтернативні джерела енергії, їжа готується з екологічно чистих продуктів тощо)?

- Так _____ Ні
_____ (які?)

13. Чи цікавить Вас екологічний туризм (відпочинок у природному середовищі з мінімальним негативним впливом на нього з можливістю екопросвітництва)?

- Так _____ Ні
_____ (чому?)

14. Чи потрібне, на Вашу думку, облаштування екологічних стежок та зон відпочинку в місці, де Ви проживаєте?

- Так _____ Ні
_____ (чому?)

15. Чи знаєте Ви об'єкти природно-заповідного фонду Житомирщини?

- Так _____ Ні
(які?)

16. Чи відвідували Ви об'єкти природно-заповідного фонду Житомирщини?

- Так _____ Ні
(які?)

17. Як часто Ви проводите вільний від роботи/навчання/рутинних справ час в межах місця проживання?

- Щодня Рідко
 1 раз на тиждень Намагаюсь подорожувати у вільний час
 2 рази на тиждень
 1раз в місяць

18. Які види відпочинку Ви обираєте для проведення вільного часу? (Можна вибрати 2-3 варіанти)

- Відвідування торгово-розважальних центрів (шопінг, боулінг, більярд тощо)
- Прогулянки в парках та інших природних територіях
- Заняття спортом у спортзалі чи на спортмайданчиках
- Перегляд фільму у кінотеатрі
- Відвідування музею
- Прогулянки на велосипеді
- Інше _____

19. Що б Ви хотіли змінити у для комфортного і цікавого проведення дозвілля?

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Створити зручну систему навігації цікавих місць | <input type="checkbox"/> Облаштувати «зелені зони» відпочинку |
| <input type="checkbox"/> Забезпечити проведення фестивалів, ярмарків, тематичних виставок | <input type="checkbox"/> Збільшити кількість «квестів» та інших активних форм дозвілля |
| <input type="checkbox"/> Збільшити кількість вело доріжок | <input type="checkbox"/> Інше _____ |

20. Що б Ви хотіли змінити в місці проживання для покращення благоустрою?

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Зменшити кількість вуличної реклами | <input type="checkbox"/> Поліпшити сортування та переробку побутових відходів |
| <input type="checkbox"/> Впорядкувати архітектуру міста | <input type="checkbox"/> Інше _____ |
| <input type="checkbox"/> Очистити вулиці від сміття | |
| <input type="checkbox"/> Організувати бювети з питною водою | |

21. З яких джерел Ви найчастіше отримуєте рекламну інформацію про туризм? (Можна вибрати 3 варіанти)

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Телебачення | <input type="checkbox"/> Вулична (щитова) реклама |
| <input type="checkbox"/> Радіо | <input type="checkbox"/> Поштова розсилка реклами |
| <input type="checkbox"/> Журнали та газети | <input type="checkbox"/> Роздача рекламних листівок на вулицях, в магазинах і т.д |
| <input type="checkbox"/> Інтернет | <input type="checkbox"/> Інше _____ |
| <input type="checkbox"/> Реклама в транспорті | |

Виберіть або запропонуйте 5 об'єктів природно-заповідного фонду, які б Вам хотілося відвідати. Вкажіть місця відпочинку з можливістю харчування, ночівлі, які б Ви рекомендували туристам у Вашому районі.

Райони Житомирсь- кої області	Житомирський	Бердичівський	Новоград- Волинський	Коростенський
Об'єкти природно-заповідного фонду	<input type="checkbox"/> Орнітологічний заказник «Колонія чепель»	<input type="checkbox"/> Парк-пам'ятка садово-паркового мистецтва «Верхівнянський»	<input type="checkbox"/> Загальнозоологічний заказник «Казява»	<input type="checkbox"/> Природний заповідник «Древлянський»
	<input type="checkbox"/> Ботанічна пам'ятка природи «Алея верб»	<input type="checkbox"/> Парк-пам'ятка садово-паркового мистецтва «Демчинський»	<input type="checkbox"/> Ботанічна пам'ятка природи «Модрина»	<input type="checkbox"/> Природний заповідник «Поліський»
	<input type="checkbox"/> Ботанічна пам'ятка природи «Урочище Тригир'я»	<input type="checkbox"/> Лісовий заказник «Андрушівський ліс – 1»	<input type="checkbox"/> Часниківський орнітологічний заказник	<input type="checkbox"/> Геологічний заказник «Камінне»
	<input type="checkbox"/> Загальнозоологічний заказник «Тетерукове токовище»	<input type="checkbox"/> Івницький парк-пам'ятка садово-паркового мистецтва	<input type="checkbox"/> Гідрологічний заказник «Вовчі острови»	<input type="checkbox"/> Гідрологічний заказник «Щуче»
	<input type="checkbox"/> Геологічна пам'ятка природи «Відслонення головинського габро»	<input type="checkbox"/> Орнітологічний заказник «Мусієвка»	<input type="checkbox"/> Туганівський лісовий заказник	<input type="checkbox"/> Геологічна пам'ятка природи «Відслонення білокоровицьких кварцитів»
	<input type="checkbox"/> Скеля «Голова Чацького»	<input type="checkbox"/> Ботанічна пам'ятка природи «Дуб Велетень»	<input type="checkbox"/> Скеля «Кам'яний гриб»	<input type="checkbox"/> Ландшафтний заказник «Плотниця»
	<input type="checkbox"/> Родонові джерела м. Житомира	<input type="checkbox"/> Лісовий заказник «Нехворощ»	<input type="checkbox"/> Ботанічний заказник «Городницький»	<input type="checkbox"/> Лісовий заказник «Словечанський кряж»
	<input type="checkbox"/> Життєдійне джерело Богородиці	<input type="checkbox"/> Орнітологічний заказник «Власенки»	<input type="checkbox"/> Загальнозоологічний заказник «Токов мох»	<input type="checkbox"/> Геологічна пам'ятка природи «Ольжині купальні»
	<input type="checkbox"/> Парк-пам'ятка садово-паркового мистецтва ім. Ю. Гагаріна	<input type="checkbox"/> Парк-пам'ятка садово-паркового мистецтва «Червонський»	<input type="checkbox"/> Червоновільський гідрологічний заказник	<input type="checkbox"/> Лісовий заказник «Поясківський»
Свій варіант				
Місця відпочинку з можливістю: 1-харчування 2 - ночівлі	1 _____ _____ 2 _____ _____	1 _____ _____ 2 _____ _____	1 _____ _____ 2 _____ _____	1 _____ _____ 2 _____ _____

Посилання на анкету:

<https://docs.google.com/forms/d/1i437vgVZ5SWRHaMPxYGDJXsDEhoDA7sOBvg00FgxAc/edit#responses>

ДОДАТОК К

```
> summary(model_X55)
```

Call:

```
lm(formula = X55 ~ X66 + X114 + X124 + X146 + X266 + X268 + X269,  
    data = base)
```

Residuals:

```
    Min     1Q  Median     3Q     Max  
-0.59165 -0.08640 -0.02031  0.04384  0.99404
```

Coefficients:

```
            Estimate Std. Error t value Pr(>|t|)  
(Intercept) 0.001096  0.024763  0.044 0.964724  
X66          0.172440  0.047476  3.632 0.000325 ***  
X114         0.123917  0.048958  2.531 0.011827 *  
X124         0.332810  0.042228  7.881 4.56e-14 ***  
X146         0.085306  0.023930  3.565 0.000417 ***  
X266         0.064153  0.023832  2.692 0.007459 **  
X268        -0.070953  0.024155 -2.937 0.003538 **  
X269        -0.059292  0.023472 -2.526 0.011993 *
```

Signif. codes: 0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1

Residual standard error: 0.215 on 336 degrees of freedom
Multiple R-squared: 0.3299, Adjusted R-squared: 0.3159
F-statistic: 23.63 on 7 and 336 DF, p-value: < 2.2e-16

```
> summary(model_X64)
```

Call:

```
lm(formula = X64 ~ X144, data = base)
```

Residuals:

```
    Min     1Q  Median     3Q     Max  
-0.01429 0.00000 0.00000 0.00000 0.98571
```

Coefficients:

```
            Estimate Std. Error t value Pr(>|t|)  
(Intercept) 0.014286  0.006417  2.226 0.0266 *  
X144        -0.014286  0.007190 -1.987 0.0477 *
```

Signif. codes: 0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1

Residual standard error: 0.05369 on 342 degrees of freedom
Multiple R-squared: 0.01141, Adjusted R-squared: 0.008521
F-statistic: 3.948 on 1 and 342 DF, p-value: 0.04773

```
> summary(model_X65)
```

Call:

```
lm(formula = X65 ~ X21 + X22 + X53 + X54 + X131, data = base)
```

Residuals:

```
Min 1Q Median 3Q Max
-0.5115 -0.2749 -0.1119 0.3121 0.8660
```

Coefficients:

```
Estimate Std. Error t value Pr(>|t|)
(Intercept) 0.27490 0.04363 6.300 9.25e-10 ***
X21 -0.39967 0.05431 -7.359 1.42e-12 ***
X22 -0.37757 0.04835 -7.810 7.28e-14 ***
X53 -0.12230 0.05355 -2.284 0.02301 *
X54 -0.20394 0.06438 -3.168 0.00168 **
X131 0.23664 0.04497 5.262 2.54e-07 ***
```

Signif. codes: 0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1

Residual standard error: 0.3656 on 338 degrees of freedom
Multiple R-squared: 0.2883, Adjusted R-squared: 0.2777
F-statistic: 27.38 on 5 and 338 DF, p-value: < 2.2e-16

```
> summary(model_X66)
```

Call:

```
lm(formula = X66 ~ X23 + X55 + X124, data = base)
```

Residuals:

```
Min 1Q Median 3Q Max
-0.41457 -0.09059 -0.00387 -0.00387 0.99613
```

Coefficients:

```
Estimate Std. Error t value Pr(>|t|)
(Intercept) 0.003868 0.017870 0.216 0.828747
X23 0.086720 0.026021 3.333 0.000955 ***
X55 0.182954 0.056769 3.223 0.001392 **
X124 0.141024 0.049992 2.821 0.005070 **
```

Signif. codes: 0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1

Residual standard error: 0.2396 on 340 degrees of freedom
Multiple R-squared: 0.1254, Adjusted R-squared: 0.1177
F-statistic: 16.25 on 3 and 340 DF, p-value: 6.863e-10

```
> summary(model_X52)
```

Call:

```
lm(formula = X52 ~ X65 + X121 + X221, data = base)
```

Residuals:

```
Min 1Q Median 3Q Max
-0.6170 -0.4055 -0.2356 0.5529 0.8633
```

Coefficients:

```
Estimate Std. Error t value Pr(>|t|)
(Intercept) 0.23558 0.04301 5.478 8.4e-08 ***
X65 0.21154 0.05828 3.630 0.000327 ***
X121 -0.09893 0.05265 -1.879 0.061109 .
```

X221 0.16993 0.05002 3.398 0.000761 ***

Signif. codes: 0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1

Residual standard error: 0.4599 on 340 degrees of freedom
Multiple R-squared: 0.06865, Adjusted R-squared: 0.06043
F-statistic: 8.354 on 3 and 340 DF, p-value: 2.251e-05

> summary(model_X53)

Call:

lm(formula = X53 ~ X61 + X62 + X131 + X212 + X214, data = base)

Residuals:

Min	1Q	Median	3Q	Max
-0.62937	-0.20353	-0.08713	-0.04907	0.92183

Coefficients:

	Estimate	Std. Error	t value	Pr(> t)
(Intercept)	0.35559	0.04324	8.223	4.31e-15 ***
X61	0.42584	0.18253	2.333	0.020232 *
X62	-0.12536	0.04153	-3.019	0.002731 **
X131	-0.15206	0.04325	-3.516	0.000498 ***
X212	-0.11640	0.04073	-2.858	0.004527 **
X214	0.17839	0.07839	2.276	0.023482 *

Signif. codes: 0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1

Residual standard error: 0.3589 on 338 degrees of freedom
Multiple R-squared: 0.121, Adjusted R-squared: 0.108
F-statistic: 9.308 on 5 and 338 DF, p-value: 2.55e-08

> summary(model_X143)

Call:

lm(formula = X143 ~ X25 + X191 + X201 + X224, data = base)

Residuals:

Min	1Q	Median	3Q	Max
-0.7266	-0.4753	-0.2453	0.5247	0.7547

Coefficients:

	Estimate	Std. Error	t value	Pr(> t)
(Intercept)	0.24527	0.04185	5.861	1.09e-08 ***
X25	0.44456	0.16961	2.621	0.00916 **
X191	0.10128	0.06673	1.518	0.13002
X201	0.12873	0.06492	1.983	0.04819 *
X224	0.25130	0.07881	3.189	0.00156 **

Signif. codes: 0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1

Residual standard error: 0.4712 on 339 degrees of freedom
Multiple R-squared: 0.0954, Adjusted R-squared: 0.08473
F-statistic: 8.938 on 4 and 339 DF, p-value: 7.145e-07


```
> summary(model_X144)
```

```
Call:
```

```
lm(formula = X144 ~ X64, data = base)
```

```
Residuals:
```

```
  Min    1Q  Median    3Q   Max
-0.7988 0.2012 0.2012 0.2012 0.2012
```

```
Coefficients:
```

```
      Estimate Std. Error t value Pr(>|t|)
(Intercept) 0.79883   0.02168  36.852 <2e-16 ***
X64         -0.79883   0.40204  -1.987  0.0477 *
```

```
---
```

```
Signif. codes:  0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1
```

```
Residual standard error: 0.4015 on 342 degrees of freedom
Multiple R-squared:  0.01141, Adjusted R-squared:  0.008521
F-statistic: 3.948 on 1 and 342 DF, p-value: 0.04773
```

```
> summary(model_X145)
```

```
Call:
```

```
lm(formula = X145 ~ X131 + X164 + X165 + X166, data = base)
```

```
Residuals:
```

```
  Min    1Q  Median    3Q   Max
-0.7283 -0.3600 -0.1103 0.4641 0.9278
```

```
Coefficients:
```

```
      Estimate Std. Error t value Pr(>|t|)
(Intercept) 0.11030   0.05837   1.890 0.059662 .
X131         0.13780   0.05389   2.557 0.011000 *
X164        -0.17592   0.04830  -3.642 0.000312 ***
X165         0.28780   0.05002   5.754 1.95e-08 ***
X166         0.19237   0.06785   2.835 0.004855 **
```

```
---
```

```
Signif. codes:  0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1
```

```
Residual standard error: 0.4388 on 339 degrees of freedom
Multiple R-squared:  0.1614, Adjusted R-squared:  0.1515
F-statistic: 16.32 on 4 and 339 DF, p-value: 3.104e-12
```

```
> summary(model_X146)
```

```
Call:
```

```
lm(formula = X146 ~ X53 + X55 + X91 + X121 + X124 + X131 + X141,
    data = base)
```

```
Residuals:
```

```
  Min    1Q  Median    3Q   Max
-0.8408 -0.4373 0.0618 0.4636 0.8232
```

Coefficients:

	Estimate	Std. Error	t value	Pr(> t)	
(Intercept)	0.46463	0.07481	6.211	1.56e-09	***
X53	0.12498	0.06833	1.829	0.068274	.
X55	0.39823	0.11064	3.599	0.000367	***
X91	-0.26051	0.09875	-2.638	0.008729	**
X121	-0.09907	0.05585	-1.774	0.076966	.
X124	0.01260	0.10173	0.124	0.901509	.
X131	-0.16685	0.06107	-2.732	0.006621	**
X141	0.23861	0.05765	4.139	4.42e-05	***

Signif. codes: 0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1

Residual standard error: 0.4569 on 336 degrees of freedom
Multiple R-squared: 0.1827, Adjusted R-squared: 0.1656
F-statistic: 10.73 on 7 and 336 DF, p-value: 3.302e-12

> summary(model_X147)

Call:

lm(formula = X147 ~ X61 + X144 + X148 + X149 + x233, data = base)

Residuals:

Min	1Q	Median	3Q	Max
-0.44259	-0.07556	-0.04469	0.01715	1.01715

Coefficients:

	Estimate	Std. Error	t value	Pr(> t)	
(Intercept)	0.04469	0.02965	1.507	0.13274	.
X61	0.31820	0.11698	2.720	0.00687	**
X144	-0.06184	0.03073	-2.012	0.04496	*
X148	0.07683	0.02722	2.822	0.00505	**
X149	0.22836	0.04651	4.910	1.42e-06	***
x233	0.09271	0.02822	3.286	0.00112	**

Signif. codes: 0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1

Residual standard error: 0.2287 on 338 degrees of freedom
Multiple R-squared: 0.1762, Adjusted R-squared: 0.164
F-statistic: 14.46 on 5 and 338 DF, p-value: 7.67e-13

> summary(model_X148)

Call:

lm(formula = X148 ~ X163 + X201 + X221 + x231 + x235, data = base)

Residuals:

Min	1Q	Median	3Q	Max
-0.7934	-0.2815	-0.1282	0.3448	0.9868

Coefficients:

	Estimate	Std. Error	t value	Pr(> t)	
(Intercept)	0.10785	0.04728	2.281	0.02315	*
X163	0.30220	0.04925	6.136	2.37e-09	***

```
X201    0.13016  0.04606  2.826  0.00500 **
X221   -0.09463  0.04666 -2.028  0.04335 *
x231    0.13814  0.04737  2.916  0.00378 **
x235    0.11502  0.04922  2.337  0.02004 *
```

Signif. codes: 0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1

Residual standard error: 0.422 on 338 degrees of freedom
Multiple R-squared: 0.1917, Adjusted R-squared: 0.1797
F-statistic: 16.03 on 5 and 338 DF, p-value: 3.486e-14

```
> summary(model_X149)
```

Call:

```
lm(formula = X149 ~ X53 + X102 + X147 + X148 + X295, data = base)
```

Residuals:

```
   Min     1Q  Median     3Q    Max
-0.44196 -0.08443 -0.07031  0.00229  1.00229
```

Coefficients:

```
      Estimate Std. Error t value Pr(>|t|)
(Intercept) -0.00229   0.02376  -0.096  0.92325
X53          0.08405   0.03598   2.336  0.02008 *
X102        -0.08884   0.03412  -2.604  0.00962 **
X147         0.28760   0.05576   5.158  4.26e-07 ***
X148         0.07260   0.03009   2.413  0.01636 *
X295         0.08672   0.02740   3.165  0.00169 **
```

Signif. codes: 0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1

Residual standard error: 0.2517 on 338 degrees of freedom
Multiple R-squared: 0.1677, Adjusted R-squared: 0.1554
F-statistic: 13.62 on 5 and 338 DF, p-value: 4.006e-12

ДОДАТОК Л

```
> summary(model_X11)
```

Call:

```
lm(formula = X11 ~ X102 + X282 + X44, data = base)
```

Residuals:

```
   Min    1Q  Median    3Q   Max
-1.0846 -0.5672  0.2364  0.3006  0.4329
```

Coefficients:

```
      Estimate Std. Error t value Pr(>|t|)
(Intercept)  0.56715   0.04002  14.170 < 2e-16 ***
X102         0.18874   0.05729   3.295 0.001089 **
X282         0.13228   0.04670   2.832 0.004894 **
X44          0.19645   0.05348   3.673 0.000278 ***
```

Signif. codes: 0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1

Residual standard error: 0.4274 on 340 degrees of freedom
Multiple R-squared: 0.08479, Adjusted R-squared: 0.07672
F-statistic: 10.5 on 3 and 340 DF, p-value: 1.271e-06

```
> summary(model_X12)
```

Call:

```
lm(formula = X12 ~ X44 + X102 + X268 + X282, data = base)
```

Residuals:

```
   Min    1Q  Median    3Q   Max
-0.4669 -0.2839 -0.1721  0.5331  1.1279
```

Coefficients:

```
      Estimate Std. Error t value Pr(>|t|)
(Intercept)  0.46692   0.04206  11.101 < 2e-16 ***
X44          -0.18371   0.05334  -3.444 0.000645 ***
X102         -0.18305   0.05691  -3.216 0.001423 **
X268         -0.11627   0.04712  -2.467 0.014104 *
X282         -0.11180   0.04709  -2.374 0.018153 *
```

Signif. codes: 0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1

Residual standard error: 0.4242 on 339 degrees of freedom
Multiple R-squared: 0.1009, Adjusted R-squared: 0.09033
F-statistic: 9.515 on 4 and 339 DF, p-value: 2.662e-07

```
> summary(model_X21)
```

Call:

```
lm(formula = X21 ~ X31 + X34 + X61 + X62, data = base)
```

Residuals:

```
   Min    1Q  Median    3Q   Max
-0.54637 -0.09913  0.00737  0.00737  0.90087
```

Coefficients:

```
      Estimate Std. Error t value Pr(>|t|)
(Intercept) -0.12490  0.05639 -2.215  0.0274 *
X31          0.11753  0.05976  1.967  0.0500 .
X34          0.22403  0.04992  4.487 9.89e-06 ***
X61          0.90087  0.14951  6.025 4.40e-09 ***
X62          0.44724  0.04840  9.241 < 2e-16 ***
```

Signif. codes: 0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1

Residual standard error: 0.2867 on 339 degrees of freedom
Multiple R-squared: 0.43, Adjusted R-squared: 0.4233
F-statistic: 63.94 on 4 and 339 DF, p-value: < 2.2e-16

> summary(model_X22)

Call:

lm(formula = X22 ~ X43 + X62 + X151 + X254, data = base)

Residuals:

```
      Min      1Q  Median      3Q      Max
-0.68749 -0.14471 -0.09449  0.07681  0.90551
```

Coefficients:

```
      Estimate Std. Error t value Pr(>|t|)
(Intercept)  0.09449  0.03256  2.902 0.00394 **
X43          0.22151  0.05037  4.398 1.47e-05 ***
X62          0.23401  0.05353  4.371 1.65e-05 ***
X151        -0.17130  0.03866 -4.431 1.27e-05 ***
X254         0.13748  0.04943  2.781 0.00572 **
```

Signif. codes: 0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1

Residual standard error: 0.3506 on 339 degrees of freedom
Multiple R-squared: 0.3272, Adjusted R-squared: 0.3192
F-statistic: 41.21 on 4 and 339 DF, p-value: < 2.2e-16

> summary(model_X23)

Call:

lm(formula = X23 ~ X62 + X67 + X74 + X93 + X253, data = base)

Residuals:

```
      Min      1Q  Median      3Q      Max
-0.74292 -0.09711  0.15320  0.25708  0.90289
```

Coefficients:

```
      Estimate Std. Error t value Pr(>|t|)
(Intercept)  0.74292  0.02758 26.932 < 2e-16 ***
X62         -0.64581  0.04356 -14.826 < 2e-16 ***
X67         -0.68895  0.14245 -4.836 2.01e-06 ***
X74         -0.12749  0.07192 -1.773 0.07718 .
X93         -0.12283  0.04505 -2.726 0.00674 **
```

```
X253    -0.13908  0.06160 -2.258 0.02460 *
---
Signif. codes:  0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 '' 1
```

Residual standard error: 0.3681 on 338 degrees of freedom
Multiple R-squared: 0.4621, Adjusted R-squared: 0.4542
F-statistic: 58.08 on 5 and 338 DF, p-value: < 2.2e-16

```
> summary(model_X24)
```

```
Call:
lm(formula = X24 ~ X43 + X67 + X83 + X92 + X242 + X243, data = base)
```

```
Residuals:
    Min     1Q   Median     3Q      Max
-0.81736 -0.16350 -0.07722  0.04625  0.85209
```

```
Coefficients:
            Estimate Std. Error t value Pr(>|t|)
(Intercept) 0.35766   0.03806   9.397 < 2e-16 ***
X43         -0.20976   0.03452  -6.077 3.31e-09 ***
X67          0.45970   0.11121   4.134 4.51e-05 ***
X83         -0.07561   0.04318  -1.751 0.080860 .
X92         -0.12347   0.03446  -3.583 0.000389 ***
X242        -0.08465   0.04274  -1.981 0.048443 *
X243        -0.07069   0.03453  -2.047 0.041422 *
---
Signif. codes:  0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 '' 1
```

Residual standard error: 0.2873 on 337 degrees of freedom
Multiple R-squared: 0.2299, Adjusted R-squared: 0.2162
F-statistic: 16.77 on 6 and 337 DF, p-value: < 2.2e-16

```
> summary(model_X25)
```

```
Call:
lm(formula = X25 ~ X44 + X65 + X67 + X171 + X172, data = base)
```

```
Residuals:
    Min     1Q   Median     3Q      Max
-0.27357 -0.03881 -0.02698  0.01251  0.97302
```

```
Coefficients: (1 not defined because of singularities)
            Estimate Std. Error t value Pr(>|t|)
(Intercept) 0.03300   0.01940   1.701 0.08995 .
X44          0.03949   0.01833   2.155 0.03188 *
X65          0.05132   0.01866   2.750 0.00627 **
X67          0.28608   0.05483   5.218 3.16e-07 ***
X171        -0.04551   0.02092  -2.176 0.03027 *
X172         NA         NA      NA      NA
---
Signif. codes:  0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 '' 1
```

Residual standard error: 0.1431 on 339 degrees of freedom

Multiple R-squared: 0.1122, Adjusted R-squared: 0.1017
F-statistic: 10.71 on 4 and 339 DF, p-value: 3.484e-08

```
> summary(model_X31)
```

Call:

```
lm(formula = X31 ~ X21 + X22 + X41 + X43 + X44 + X62 + X65 +  
X68 + X101 + X215, data = base)
```

Residuals:

```
Min 1Q Median 3Q Max  
-0.96079 -0.09814 0.04258 0.18529 1.01066
```

Coefficients:

```
Estimate Std. Error t value Pr(>|t|)  
(Intercept) 0.48037 0.11220 4.281 2.43e-05 ***  
X21 -0.49658 0.08623 -5.759 1.93e-08 ***  
X22 -0.38273 0.07459 -5.131 4.91e-07 ***  
X41 0.23470 0.11214 2.093 0.037102 *  
X43 0.31496 0.11710 2.690 0.007510 **  
X44 0.32200 0.11235 2.866 0.004419 **  
X62 -0.28814 0.07050 -4.087 5.48e-05 ***  
X65 0.15505 0.04785 3.240 0.001315 **  
X68 0.15282 0.06320 2.418 0.016141 *  
X101 -0.13512 0.03810 -3.546 0.000447 ***  
X215 0.14071 0.05072 2.775 0.005839 **
```

Signif. codes: 0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1

Residual standard error: 0.3155 on 333 degrees of freedom
Multiple R-squared: 0.6133, Adjusted R-squared: 0.6016
F-statistic: 52.8 on 10 and 333 DF, p-value: < 2.2e-16

```
> summary(model_X32)
```

Call:

```
lm(formula = X32 ~ X21 + X41 + X43 + X44 + X62 + X144, data = base)
```

Residuals:

```
Min 1Q Median 3Q Max  
-0.53508 -0.18204 -0.00358 0.02659 0.94046
```

Coefficients:

```
Estimate Std. Error t value Pr(>|t|)  
(Intercept) 0.34473 0.10943 3.150 0.00178 **  
X21 -0.20834 0.05289 -3.939 9.96e-05 ***  
X41 -0.21864 0.10756 -2.033 0.04286 *  
X43 -0.16268 0.10878 -1.495 0.13573  
X44 -0.24881 0.10689 -2.328 0.02052 *  
X62 0.35303 0.05051 6.989 1.48e-11 ***  
X144 -0.12251 0.04120 -2.973 0.00316 **
```

Signif. codes: 0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1

Residual standard error: 0.3041 on 337 degrees of freedom
Multiple R-squared: 0.2319, Adjusted R-squared: 0.2182
F-statistic: 16.96 on 6 and 337 DF, p-value: < 2.2e-16

> summary(model_X33)

Call:
lm(formula = X33 ~ X41 + X113 + X225, data = base)

Residuals:
Min 1Q Median 3Q Max
-0.02457 -0.00810 -0.00710 0.00849 0.95985

Coefficients:
Estimate Std. Error t value Pr(>|t|)
(Intercept) -0.008487 0.004250 -1.997 0.0466 *
X41 0.016468 0.006920 2.380 0.0179 *
X113 0.016587 0.006948 2.387 0.0175 *
X225 0.015585 0.006750 2.309 0.0216 *

Signif. codes: 0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1

Residual standard error: 0.05313 on 340 degrees of freedom
Multiple R-squared: 0.03736, Adjusted R-squared: 0.02886
F-statistic: 4.398 on 3 and 340 DF, p-value: 0.004717

> summary(model_X34)

Call:
lm(formula = X34 ~ X61 + X62 + X65 + X91 + X164 + X215 + X254,
data = base)

Residuals:
Min 1Q Median 3Q Max
-0.82078 -0.17818 -0.07894 0.32027 0.96501

Coefficients:
Estimate Std. Error t value Pr(>|t|)
(Intercept) 0.29258 0.04191 6.981 1.58e-11 ***
X61 0.77883 0.19930 3.908 0.000113 ***
X62 0.38501 0.05066 7.600 2.97e-13 ***
X65 -0.11726 0.05425 -2.162 0.031360 *
X91 -0.21650 0.08340 -2.596 0.009849 **
X164 -0.14033 0.04299 -3.264 0.001210 **
X215 -0.14532 0.06226 -2.334 0.020189 *
X254 0.14319 0.05496 2.605 0.009592 **

Signif. codes: 0 '***' 0.001 '**' 0.01 '*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1

Residual standard error: 0.3917 on 336 degrees of freedom
Multiple R-squared: 0.3237, Adjusted R-squared: 0.3097
F-statistic: 22.98 on 7 and 336 DF, p-value: < 2.2e-16

ДОДАТОК М

**Парк-пам'ятка садово-паркового
мистецтва ім. Ю. Гагаріна**

<https://arcg.is/1Dmv1C0>



Продовження додатку М

**Геологічна пам'ятка природи місцевого
значення Скеля Голова Чацького**

<https://arCG.is/OrDnHa0>



Продовження додатку М

**Гідрологічна пам'ятка природи місцевого
значення Радонові джерела м. Житомира**

<https://arcg.is/0Gz89u>



Продовження додатку М

**Ботанічна пам'ятка природи місцевого
значення Урочище «Тригір'я»**

<https://arCG.is/yDnuD>



Продовження додатку М

**Заказник місцевого значення
«Діброва лісничого Вронського»**

<https://arcg.is/1ranX00>



ДОДАТОК Н

Парк-пам'ятка садово-паркового мистецтва ім. Ю. Гагаріна

В парку ім. Ю. Гагаріна колись росло близько 80 видів дерев і чагарників, Серед них були унікальні рослини, привезені з Європи, Індії, Китаю, Північної Америки. Це бундук, пірамідальний і гірський дуб, червонолистий бук, горіх Маньчжурський, туя східна, оксамит Амурський, гледичія. Дерева гінкго, платана та горіха ведмежого - єдині екземпляри на Житомирщині. На жаль, більшість з них вже не зустрінеш в парку.

Додаткову інформацію можна дізнатися, відсканувавши QR-код



Разом ми можемо зробити більше добрих справ♥

Якщо цікаво



Для часті у волонтерських програмах, плогінг-марафонах та інших заходах звертатися до відповідальної особи: _____

Продовження додатку Н

Парк-пам'ятка ім. Ю. Гагаріна

Парк-пам'ятка садово-паркового мистецтва ім. Ю. Гагаріна

Опис об'єкту

Парк був закладений ще в середині XIX ст. на 26 гектарах мальовничих схилах лівого берега р. Тетерів. **Барон Іван Максиміліанович де Шодуар** - засновник парку, а також відомий меценат і дослідник, голова Російського товариства захисту тварин. У 19 столітті він побудував в Житомирі палац, розбивши навколо розкішний парк в стилі бароко з мармуровими статуями, альтанками і екзотичними рослинами.

Що цікавого можна побачити в міському парку?

З 1982 року парк має **власний літак ТУ-104**. Востаннє він бачив небо в 1957 році та остаточно приземлився в «Піонерському парку». Саме так називалась та частина, де зараз знаходиться літак та атракціони.

Біла колонада в тосканському стилі зустрине вас на вході в міський парк Житомира. Цікаво, що на відміну від всіх інших колонад світу, вона має непарну кількість колон. Місцеві жителі пишаються цією особливістю і люблять фотографуватися біля колонади і каскаду фонтанів. Неподалік розташовані оглядові майданчики з чудовим видом на річку Тетерів.

Статуя богині Артеміді, яка пам'ятає графські часи, зустрічає гостей на галявині житомирського парку. Статую богині полювання встановили ще при бароні Шодуарі, хоча вона сильно постраждала під час війни. Артеміді відреставрували і повернули в парк. Трохи далі, за дитячим майданчиком, ви побачите галерею скульптур.

Графські сходи в Житомирі хоча і змінили свій вигляд протягом років, все ж таки залишаються однією з найцікавіших пам'яток. Гранітні сходи з майданчиками для

відпочинку, побудовані в 1912 році, колись вони були прикрашені мармуром і скульптурами. Сходи ведуть до човнової станції на річці, де в теплу пору року ви можете покататися на катамарані або човні.

Підвісний пішохідний міст через річку Тетерів - мальовниче місце парку. Ця унікальна конструкція на металевих тросах була споруджена в 1982 році як частина великого комплексу Бойової слави. У народі його ще називають Мостом закоханих. Таку назву він отримав завдяки тому, що саме на цьому мосту часто закохані, в знак своєї любові, вішають замки і викидають ключ в річку. Підвісний міст розташований на висоті 43 метри. Міст простягнувся на 350 метрів в довжину над стрімкими схилами Тетерева. З нього відкривається прекрасний вид на місто, на греблю і скелі біля парку. На крутому березі привертає увагу біла альтанка, побудована в 1953 році, яка стала одним із символів Житомира.

Дайте оцінку привабливості дестинації.



Оцініть чистоту локації.



Вкажіть наскільки цікава і потрібна була представлена інформація.



Відправити

ДОДАТОК П

Аналіз фінансових можливостей потенційних екотуристів

Ознайомтеся з дестинаціями екологічного туризму, рекреаційними пунктами та садибами за посиланням:

<https://www.arcgis.com/home/webmap/viewer.html?webmap=629fdf669fb24e03869913de8fd61a22&extent=26.8013,49.5326,30.858,50.9847>

Та дайте відповіді на питання:

Яку суму Ви готові витратити (у гривнях) під час відпочинку в таких місцях на :

1. Послуги одноразового харчування_____
2. Послуги розміщення на 1 ніч з 1 особи_____
3. Вхідні квитки на території заповідних територій, ландшафтних парків при умові облаштованої інфраструктури (марковані маршрути, інформаційні стенди, місця відпочинку та споглядання, послуги екскурсорода, санвузли, місця для збору сміття)_____
4. Екскурсійне обслуговування з 1 особи_____
5. Автентичні майстер-класи (писанкарство, вишивка, розпис по склу, художня обробка шкіри, декоративний розпис)_____
6. Сувеніри місцевого виробництва (вироби з дерева, шкіри, конопель, льону, вишиті рушники, продукти харчування та побуту ручної роботи тощо)_____
7. Загальна сума коштів, яку Ви готові витратити на одну людину протягом одного дня туру_____
8. Зазначте, що для Вас є більш важливим під час планування туристичної поїздки?
Цікава екскурсійна програма
Харчування
Можливість ночівлі
Майстер-класи
Сувеніри місцевого виробництва
Інше_____

Назва об'єкту	Зоологічний парк (м. Одеса)	Національний дендрологічний парк Софіївка (Черкаська обл.)	Поліський природний заповідник (Житомирська обл.)	Геологічний заказник Базальтові стовпи (Рівненська обл.)	Печера Оптимістична (Тернопільська область)	Немирівський парк (Вінницька обл.)	Ботанічний сад ім. академіка О. Фоміна (м. Київ)	Новочорторійський парк (Любарський р-н)	Городницький заказник (Новоград-Волинський р-н)	Ботсад ПНУ (м. Китомир)
Коротка характеристика	науково-дослідна та культурно-освітня установа, яка є об'єктом природно-заповідного фонду України загальнодержавного значення з 1983 року	перлина світового садово-паркового мистецтва кінця XVII — початку XIX століть.	природно-заповідний об'єкт загальнодержавного значення, розташований в Олевському та Овруцькому районах Житомирської області	унікальна споруда із базальтових стовпів-багатогранників	гіпсова печера, геологічна пам'ятка природи загальнодержавного значення	парк-пам'ятка садово-паркового мистецтва загальнодержавного значення, що розташовується у місті Немирів Вінницької області	науково-дослідна природоохоронна установа НАН України з питань інтродукції, акліматизації та селекції рослин.	парк-пам'ятка садово-паркового мистецтва загальнодержавного значення	ботанічний заказник загальнодержавного значення	Заснований як навчальна та науково-дослідна база
Методи візуалізації	Сучасний інформативний сайт http://zoo.ua/	Сучасний інформативний сайт https://www.sofievka.org/	http://polesyereserve.in.ua/ сторінка в соцмережах https://www.instagram.com/polesye_reserve/	http://itinery.com.ua/object/view/geologicheskij-zakaznik-bazaltovye-stolby	http://optimistychna.com/ru/	Окремий сайт відсутній	http://www.nbg.kiev.ua/ru/	Окремий сайт відсутній	Окремий сайт відсутній	Окремий сайт відсутній
Кількість відвідувачів	Близько 350 тисяч туристів на рік	до 500 тисяч туристів на рік	Статистика відсутня	Статистика відсутня	Статистика відсутня	Статистика відсутня	Статистика відсутня	Статистика відсутня	Статистика відсутня	Статистика відсутня
Вхідна плата	Дорослий - 70 грн Дитячий (5-14 років) - 50 грн.	Дорослий - 100 грн Дитячий - 50 грн.	Плата за екскурсію	Безкоштовно	Екскурсія печерою (4 год.): 150 грн.	Відсутня	Для дорослого – 60 грн. для школярів – 30 грн. для дітей до 7 років, пенсіонерів та пільгових категорій відвідувачів – вхід безкоштовний.	Відсутня	Відсутня	Вільний доступ відсутній

Додаткові можливості (харчування, розміщення, інформаційні стенди, сувенірна продукція майстер-класи, екскурсії)	Харчування, інформаційні стенди, сувенірна продукція, екскурсії, катання на поні, верблюдах, ламах, дитячі майданчики та каруселі, безкоштовні туалети	Харчування, інформаційні стенди, сувенірна продукція, екскурсії, безкоштовні туалети.	Інформаційні стенди, екскурсії	Можливість сфотографуватися на фоні унікального краєвиду	Перевдягнутись, перекусити та навіть переночувати можна в комфортних умовах в спелеохаті, чудова сауна і дегустація різних сортів пива. Прокат спорядження, екскурсії	Інформаційні стенди, дитячий майдан май, можливість харчування і розміщення в корпусах санаторію	Інформаційні стенди, проведення екскурсій по розкладу	Інформаційні стенди, спортивні майданчики	Інформаційні стенди	Інформаційні стенди, екскурсії
Перспективи розвитку	Віртуальна екскурсія, аудіогід	Реставрація, внесення пам'ятки до списків Світової спадщини ЮНЕСКО	Створення сучасної інфраструктури (садиби, заклади харчування, дитячі майданчики, заправки електромобілів)	Утворення наметового містечка, майстер-класи з скелелазіння	Внесення до природної спадщини ЮНЕСКО	Проведення екскурсій	Віртуальна екскурсія, створення додаткової інфраструктури	Проведення екскурсій, залучення коштів для реставрації	Створення екотуристичної екскурсійної програми*	Можливість проведення повноцінних екскурсійних програм, створення віртуальних екскурсій
Переваги	нічні екскурсії, тематичні заходи (фестиваль "Хочу до Одеси", свято "Маленькі юнги"), проведення наукових конференцій.	плавання на поромі, гондолі, катання на конях, ведеться наукова робота в галузі дендрології, садівництва. Можливість замовити квиток он-лайн	екологічна стежка, музей природи, музей побуту поліщуків, музей древлянських каменів. Проводиться просвітницька робота, моніторингові дослідження найважливіших об'єктів	заказник є комплексним: стратиграфічний, петрографічний, мінералогічний, палеовулканічний; мінерали: адуляр, хлорит, яніт, кварц, халцедон, кальцит, барит, гематит, пірит,	найдовша у світі гіпсова печера, музей історії розвитку спелеології в Україні на поверхні, музей підземний	пейзажний парк в англійському стилі, палац та парк княгині Щербатової, на території парку функціонують корпуси санаторію	ботаніко-географічні ділянки, дендрарій, моносад, колекції тропічних та субтропічних рослин, плодкових та лікарських рослин,	основними на території парку є лучний, лісовий та регулярний типи садово-паркових ландшафтів. Поруч з парком є паровий млин.	домінують дубово-соснові ліси і ростуть рідкісні для України види культур, занесені до Червоної книги. Височіють насадження	збереження рослинного світу та унікального генофонду, розробка наукових основ охорони

				марказит, псиломелан, борніт, азурит, мідь самородна.			квітково-декоративних рослин	Садиба Прушинських-Оржевських - пам'ятка архітектури національного значення	модрини європейського віком понад 150 років та висотою 48-50 м	раціонального використання рослинних ресурсів Полісся
Недоліки	Потрібно узгоджувати раціон харчування тварин, щоб не нашкодити їм	Незаконні рубки, забруднення довкілля відвідувачами	Відсутність рекламних заходів і просування	Відсутність інфраструктури (харчування, розміщення, дитячих майданчиків), тематичних заходів.	При відвідуванні слід враховувати стан здоров'я, фізичну підготовку, можливі фобії	Відсутність екскурсій, рекламних заходів	Відсутність паркінгу поряд, часто плутають вхід у парк (безкоштовний) та бот сад (платні екскурсії в установлений час)	Занедбаний стан пам'ятки, відсутні відомості інформаційної підтримки	Відсутність розроблених туристичних програм	Обмеження у доступі через можливість пошкодження рідкісних росл.
Особливості	Правила поведінки в зоопарках	Правила поведінки в ООПТ	заборонені всі види господарської діяльності людини та вільне відвідування заповідника	Базальтові стовпи утворилися з магми, їх властивістю є прямий рівний розкіл.	необхідне спеціальне спорядження, З їжі в печеру рекомендується брати батончики, сухофрукти, горіхи	На території знаходиться клінічний санаторій «Авангард»	Заборонено: рвати і пошкоджувати рослини; збирати плоди та насіння; розпалювати багаття;	На парковій території розташовані й ставки	Охороняється з метою збереження в природному стані реліктової рослини — рододендрона жовтого	Зосереджено більше півтисячі видів, форм і сортів деревних рослин понад 1000 видів трав'янистих рослин

*Екотуристична екскурсійна програма: гідрологічний заказник «Червоновільський», лісові заказники «Михеевський», «Сторожівський», «Сапожинський», «Ліс над Случчою», ботанічний заказник «Страусове перо», пам'ятка архітектури XV ст. – храм на території православного Свято-Георгіївського ставропігійального монастиря

ДОДАТОК С

Статті видатків	Всі роки (складається з суми бюджету проекту по окремих роках)						
	одиниця	кіль- кість од.	вартість одиниці (грн)	загальна вартість (грн), у тому числі			
				усього	державний бюджет	місцевий бюджет	інші джерела
1	2	3	4	5	6	7	8
I. Видатки споживання, усього:				12084205,00	10710605,00		1373600,00
КЕКВ 2210 „Предмети, матеріали, обладнання та інвентар”				12084205,00	10456605,00		1627600,00
<i>саджанці для багаторічних насаджень віком до 1 року</i>	шт	1792	348	623615,00	623615,00		
<i>сонячна електростанція</i>	комплект	1	865000,00	865000,00	865000,00		
<i>вітрогенератор Flamingo aero 6.7 з мачтою</i>	комплект	1	305000,00	305000,00			305000,00
<i>система відеоспостереження</i>	комплект	1	275000,00	275000,00			275000,00
<i>лавки садові ковани</i>	шт	60	2800	168000,00	168000,00		
<i>гамак OST- Sevilla</i>	шт	15	16200	243000,00	243000,00		
<i>качелі садові ковани</i>	шт	16	10800	172800,00	172800,00		
<i>огорожа секційна з порошковим пофарбуванням</i>	м.п.	1400	395	553000,00			553000,00
<i>стовпчик для огорожі секційної</i>	шт	560	327	183200,00	183200,00		
<i>огорожа кована</i>	кв.м	380	2500	950000,00	950000,00		
<i>ліхтарний стовп з ліхтарем</i>	шт	84	4350	365400,00	365400,00		
<i>бесідка-альтанка дерев'яна</i>	шт	8	54000	432000,00	432000,00		
<i>садова арка з лавкою</i>	шт	25	4400	110000,00	110000,00		
<i>теплиця "Славяночка" (ширина 7,85 м, висота 3,85 м, довжина 30 м)</i>	шт	1	285000,00	285000,00			285000,00
<i>аэратор Alpina SC40G</i>	шт	3	21200	63600,00			63600,00
<i>будиночок для апітерапії</i>	шт	2	73000	146000,00			146000,00
<i>садово-паркова урна</i>	шт	85	760	64600,00	64600,00		
<i>плитка тротуарна</i>	кв.м	6500	330	2145000,00	2145000,00		
<i>бордюр парковий</i>	шт	4000	202	808000,00	808000,00		
<i>палісад півмісяць</i>	шт	2000	27	54000,00	54000,00		
<i>квітник</i>	шт	300	128	38400,00	38400,00		
<i>пісок річковий</i>	т	3900	120	468000,00	468000,00		
<i>геотекстиль Gіrptex BS12</i>	рулон	1200	118	141600,00	141600,00		
<i>щебнево-піщана суміш фр. 0-40</i>	т	2300	260	598000,00	598000,00		
<i>відсів гранітний фр. 0-5 мм</i>	т	1200	175	210000,00	210000,00		
<i>цемент ПЦ М500</i>	т	65	2270	147550,00	147550,00		
<i>фігурний елемент мощення «Старе місто» 60 мм, «Венге»</i>	кв.м	6250	265	1656250,00	1656250,00		
<i>пісок річковий для заповнення швів фасований</i>	мішок (30 л)	530	23	12190,00	12190,00		
II. Видатки розвитку, усього:							
III. Разом витрати за проектом				12084205,00	10456605,00		1627600,00
у тому числі							

Обґрунтування бюджету проекту «Еколого-рекреаційний комплекс «Відродження»

Статті видатків *	Пояснення щодо необхідності витрат, їх належність до конкретних дій проекту	Обґрунтування щодо необхідної кількості та розрахункової вартості витрат
КЕКВ 2120	<p>Загальна ціль – підвищення туристичного потенціалу на основі розширення можливостей для розвитку конкурентоспроможного національного туристичного продукту, розширення обсягів туризму, забезпечення на цій основі комплексного розвитку міста та формування багатофункціонального туристичного центру з урахуванням соціально-економічних та екологічних інтересів населення регіону, збереження та відновлення природних територій.</p> <p>Конкретна ціль 1. Створення унікального та специфічного природного об'єкту еколого-рекреаційного характеру, багатого біологічним та ландшафтним різноманіттям.</p> <p>Результат 1.1. Розвиток інфраструктури сфери туризму (створення нового об'єкту інфраструктури зі спеціально облаштованими місцями для відпочинку на території природно-заповідного фонду).</p> <p>Результат 1.2. Створення нового ексклюзивного туристичного продукту (надання в межах однієї компактно розміщеної території широкого спектру послуг на основі інтеграції систем рослинного і тваринного світу, використання альтернативних джерел енергії).</p> <p>Конкретна ціль 2. Створення комплексної системи підготовки кадрів для сфери туризму, впровадження інноваційних технологій обслуговування споживачів туристичних та супутніх послуг.</p> <p>Результат 2.1. Створення дієвого та ефективного механізму державно-приватного партнерства у сфері інфраструктурних та туристичних проектів (проведення рекламно-інформаційних кампаній про туризм, створення центру туристичної інформації; проведення семінарів, конференцій та курсів підвищення кваліфікації працівників туристичної галузі та збільшення кількості зайнятих в галузі туризму і супутніх послугах.</p> <p>Результат 2.2. Підвищення якості та рівня конкурентоспроможності вищої освіти, забезпечення функціонування системи ступеневої (аграрної, технічної та гуманітарної) освіти в регіоні шляхом утворення на базі еколого-рекреаційного комплексу</p>	<p>Обсяг витрат розраховувався виходячи з кількості відповідних матеріалів, обладнання та насаджень, необхідних для створення нового об'єкту інфраструктури площею 15,0 га зі спеціально облаштованими місцями для відпочинку на території природно-заповідного фонду.</p> <p>Кількість рослин, необхідних для закупівлі, розраховувалася фахівцями Поліського національного університету, виходячи з ідей дизайну території (додається)</p> <p>Орієнтовний розрахунок на виконання робіт по влаштуванню дорожнього покриття з фігурних елементів мощення (ФЕМ) проводився за допомогою онлайн-калькулятора (https://calc.fem.kiev.ua/).</p> <p>Ціни на відповідні матеріали, обладнання та насадження відповідають середньому рівню цін на них на ринку України станом на вересень 2020 року.</p>
<i>саджанці для багаторічних насаджень віком до 1 року</i>		
<i>сонячна електростанція</i>		
<i>вітрогенератор Flamingo aero 6.7 з мачтою система відеоспостереження</i>		
<i>лавки садові ковани</i>		
<i>гамак OST- Sevilla</i>		
<i>качелі садові ковани</i>		
<i>огорожа секційна з порошковим пофарбуванням</i>		
<i>стовпчик для огорожі секційної</i>		
<i>огорожа кована</i>		
<i>ліхтарний стовп з ліхтарем</i>		
<i>бесідка-альтанка дерев'яна</i>		
<i>садова арка з лавкою</i>		
<i>теплиця "Славяночка" (ширина 7,85 м, висота 3,85 м, довжина 30 м)</i>		
<i>аэратор Alpina SC40G</i>		
<i>будиночок для апітерапії</i>		
<i>садово-паркова урна</i>		
<i>плитка тротуарна</i>		
<i>бордюр парковий</i>		
<i>палісад півмісяць</i>		
<i>квітник</i>		
<i>пісок річковий</i>		
<i>геотекстиль Tiptex BS12</i>		

ДОДАТОК У

Звіт про рух грошових коштів

Рік	2023	2024	2025	2026	2027- 2030	2031
Операційна діяльність						
<i>Вхідні грошові потоки</i>	0	0	4 250 000	4 250 000	...	4 250 000
1. Дохід від екскурсій	0	0	4 250 000	4 250 000	...	4 250 000
<i>Вихідні грошові потоки</i>	0	0	1 036 200	1 036 200	...	1 036 200
<u>Експлуатаційні витрати:</u>	0	0	1 036 200	1 036 200	...	1 036 200
Заробітна плата	0	0	942 000	942 000	...	942 000
Загальновиробничі витрати (10%)	0	0	94 200	94 200	...	94 200
Рух грошових коштів від операційної діяльності	0	0	3 213 800	3 213 800	...	3 213 800
Дисконтований рух грошових коштів від операційної діяльності	0	0	2 562 022	2 287 519	...	1 034 758
Інвестиційна діяльність						
Вихідні грошові потоки	-7 696 545	-4 270 338	0	0	...	0
– Транспортні витрати	15 000	15 000	0	0	...	0
– Обладнання	6 542 545	3 141 238	0	0	...	0
– Послуги та інші витрати	197 000	172 100	0	0	...	0
– Адміністративні витрати	942 000	942 000	0	0	...	0
Рух грошових коштів від інвестиційної діяльності	-7 696 545	-4 270 338	0	0	...	0
<i>Дисконтований рух грошових коштів від інвестиційної діяльності</i>	-7 696 545	-3 812 802	0	0	...	0
Вільний грошовий потік	-7 696 545	-4 270 338	2 363 800	2 363 800	...	2 363 800
Коефіцієнт дисконтування 12%	1,000	0,893	0,797	0,712	...	0,322
Дисконтований вільний грошовий потік	-7 696 545	-3 812 802	1 884 407	1 682 506	...	761 080
Кумулятивний дисконтований вільний грошовий потік	-7 696 545	-11 509 347	-9 624 940	-7 942 434	...	-263 886
Чиста приведена вартість (NPV)	3 779 875					
Внутрішня норма дохідності (IRR)	19%					
Рентабельність інвестицій PI	1,33					
Період окупності за номінальним рухом грошових коштів	3,72 роки					
Дисконтований період окупності DPP	6,2 роки					