

МЕЛІТОПОЛЬСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ БОГДАНА ХМЕЛЬНИЦЬКОГО

Факультет інформатики, математики та економіки  
Кафедра соціології та філософії

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

на здобуття ступеня вищої освіти «магістр» на тему «Особливості розвитку туристичної галузі Присиваської ОТГ Херсонської області у післявоєнний період»

Виконала: здобувачка вищої освіти  
групи 522М  
Денного відділення  
054 Соціологія  
Освітня програма  
Соціологія муніципальної політики  
Чорній Людмила Всилівна  
Керівник: кандидат філософських наук  
доцент Букреєва І.В.  
Рецензент: доктор соціологічних наук,  
професор кафедри соціальної роботи  
проректор з наукової роботи  
та інноваційної діяльності  
Хортицької навчально-реабілітаційної  
національної академії  
Гордієнко Н.М.

Запоріжжя — 2023 року

## ЗМІСТ

### ВСТУП

### РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

- 1.1. Еволюція туризму як об'єкта наукових досліджень
- 1.2. Класифікація туризму за видами та формами

### РОЗДІЛ 2. ТУРИЗМ ЯК СФЕРА ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

- 2.1. Фактори ефективності туристичної діяльності
- 2.2. Модель громадського туризму

### РОЗДІЛ 3. ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ ПРИСИВАСЬКОЇ ОТГ ХЕРСОНСЬКІЙ ОБЛАСТІ У ПОВОЄННИЙ ПЕРІОД

- 3.1. Ресурси та локації туристичної індустрії
- 3.2. Особливості та перспективи туристичної діяльності Присиваська ОТГ у повоєнний період

### ВИСНОВКИ

## ВСТУП

Сьогодні туризм є однією з найприбутковіших галузей економіки будь-якої країни світу. Туризм безперервно і динамічно розвивався в Україні до початку російсько-української війни і сприяв вирішенню цілого комплексу важливих соціально-економічних проблем, оскільки є найперспективнішим напрямком структурної перебудови країни. Він є економічно вигідним, підтримує національні традиції, сприяє розвитку народних промислів, відродженню цікавих і смачних кулінарних рецептів, захищає природу та необхідність створення сприятливих соціальних умов для її функціонування.

Розвиток туризму в Україні має позитивний вплив на такі сектори економіки: спорт, торгівля, телекомунікації, будівництво, сільське господарство, виробництво товарів народного споживання та товарів широкого вжитку.

Його функціонування потребує охорони природи та створення сприятливих соціальних умов. Туризм може позитивно впливати на економічний та соціальний стан країни, стимулюючи важливі галузі економіки та сприяє зміцненню міжнародного іміджу України

Малі міста, селища та села України мають надзвичайно багату історико-архітектурну спадщину, культуру, побут, даровані природою мальовничі ландшафти, а також лікувально-рекреаційні ресурси. Об'єднані територіальні громади багаті індивідуальним житловим фондом та добрими та працьовитими людьми. Разом з цим гострою проблемою багатьох сіл і селищ є надлишок робочої сили, що зростає. Сільський туризм виступає важливим фактором стабільного динамічного збільшення поступів до бюджету, активізації розвитку багатьох галузей економіки (транспорт, торгівля, зв'язок, будівництво, сільське господарство тощо).

Враховуючи відсутність капіталовкладень на створення нових робочих місць у сільській місцевості України, на загальнодержавному рівні велику увагу слід приділяти тим галузям, які не вимагають для свого розвитку великих коштів. До таких галузей належить сільський туризм, що давно практикується в Україні. Адже у селах із відповідною рекреаційною базою завжди було багато

відпочиваючих. Найбільше це стосується сіл, розташованих на берегах річок, морів та у гірській місцевості. Одним із таких місцевостей є Присиваська ОТГ, розташована в південній частині Херсонської області, і омивається водами затоки Сиваш, що сприяє розвитку туризму.

**Стан розробки проблеми.** Теоретико-методологічні аспекти туристичної діяльності в Україні та світі є предметом дослідження багатьох вітчизняних науковців. Зокрема Г.В. Балабанова, І.І. Вініченка, Л.В. Воротіна, Н.А. Гук, О.П. Корольчук, Т.І. Ткаченко, Л.М. Шульгіна та інші.

Питання соціально-економічної сутності та ефективності туристичного потенціалу, що пов'язані з високим рівнем його інтегрованості у інші сфери виробництва відображені у працях сучасних зарубіжних та вітчизняних авторів: М. Боза, А. Блекмена, А. С. Чкан, І. М. Яковенко, Т. Н. Чугуновой, В. О. Ткач, О. В. Мельника, С. Ю. Цьохли, де автори акцентують увагу на факторах, які впливають на розвиток та реалізацію галузі з іншими сферами економічної діяльності, акцентуючи важливість взаємодії на умовах партнерства та підтримання економічної, соціальної та екологічної безпеки.

Існує значна кількість праць, в яких розглядаються проблеми та тенденції розвитку туристичної галузі України, а також певні успіхи в дослідженні туризму як галузі. Водночас, наукових розвідок, які актуалізують тематику туристичної індустрії в окремих містах, громадах існує обмаль, що знижує інформаційний потенціал та привабливість цих територій для туристичної індустрії.

**Мета** – дослідити потенціал туристичної галузі Присиваської ОТГ Херсонської області, яка може ефективно розвиватися після її деокупації.

**Об'єкт** дослідження - туризм як найперспективніша сфера розвитку Присиваської ОТГ Херсонської області у повоєнний час.

**Предметом дослідження:** основні напрямки та перспективи розвитку туризму Присиваської ОТГ Херсонської області у повоєнний час.

**Гіпотези дослідження:**

- Оскільки на території Присиваської ОТГ Херсонської області розташовані лікувальні озера, грязі, музеї, побудовані садиби гостинності, то

перспективними видами туризму є лікувальний, рекреаційний, зелений або сільський та етнотуризм;

- Оскільки до складу Присиваської ОТГ Херсонської області входять 5 сіл, різних за розміром та кількістю мешканців, то доцільно втілювати на її території модель громадського туризму.

Поставлена мета та гіпотези дослідження передбачають вирішення наступних завдань:

- проаналізувати основні теоретичні підходи щодо дослідження туризму, які склалися в сучасній науковій думці;

- здійснити класифікацію туризму за видами та формами;

- дослідити фактори, що ефективно впливають на розвиток туристичної індустрії;

- проаналізувати моделі здійснення туристичної діяльності;

- виявити найбільш перспективні види та напрямки туризму у Присиваської ОТГ Херсонської області у повоєнний час;

- визначити основні кроки щодо розвитку туризму у Присиваської ОТГ Херсонської області у повоєнний час.

**Теоретико-методологічна основа роботи** представлена сукупністю соціологічних концепцій, що склалися у вітчизняній і зарубіжній практиці дослідження туризму. Теоретико-методологічні процедури структурно-функціонального аналізу дозволили розглянути сутність і структуру туризму. При вивченні потенціалу туризму використовувався соціокультурний підхід у контексті можливостей задоволення соціокультурних потреб особистості в туристських послугах.

**Емпіричну базу дослідження** складають аналіз документів Присиваської ОТГ Херсонської області, статистичні дані Звіту Міжнародної ради з подорожей і туризму (World Travel and Tourism Council), Інтерв'ю з сільським головою Присиваської територіальної громади С. Кліщевським, головою Агенції регіонального розвитку Таврійського об'єднання територіальних громад П. Ярмієм, головним спеціалістом з питань розвитку територій та інвестицій

Присиваської сільської ради О. Черновою, які проводилися у термін з 29.01 по 26.02. 2022 року.

**Теоретичне значення одержаних результатів.** Загальні висновки та результати можуть бути використані органами місцевого самоврядування, Присиваської ОТГ Херсонської області для розробки стратегії ефективного розвитку туристичної індустрії у повоєнний період.

**Практичне значення роботи** полягає в тому, що матеріали дослідження можуть бути використані спеціалістами з туристичної індустрії Присиваської ОТГ Херсонської області для розробки нових маршрутів, локацій та промоції туристичних послуг у повоєнний період. Матеріали роботи можуть використовуватися при викладанні курсів та спецкурсів з «Соціології туризму», «Соціології територіальних громад», «Соціології прогнозування» тощо.

**Наукова новизна дослідження** полягає у виявленні потенціалу Присиваської ОТГ Херсонської області щодо розвитку туристичної сфери на підставі якого передбачається розробка стратегії розвитку туристично-рекреаційної галузі та провідних видів туризму у повоєнний період.

**Апробація результатів дослідження.** Основні положення і матеріали роботи були обговорені на Міжнародній науково-практична конференція «Соціальні та культурні Європейські Студії: соціальні інновації для України» для студентів, здобувачів, молодих вчених, аспірантів, докторантів, дослідників, викладачів, представників професійних спільнот та громадянського суспільства (м. Київ, 26 квітня 2023 року)

**Структура дипломної роботи** обумовлена логікою викладення та складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних літературних джерел із 62 позицій, 3 додатків. Обсяг роботи 63 сторінки.

## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

### 1.2. Еволюція туризму як об'єкта наукових досліджень

Ранній початок виникнення сучасного туризму розпочався із зусиль Томаса Кука в 1841 році, який став свідком першої оголошеної подорожі потягом, що перевозив 570 пасажирів з Лестера до Лорборо в Англії, і туристична діяльність розширилася під час Другої світової війни та стала початком ери масового туризму [18]. Туристичні агенції стають все більш важливими елементами розподілу туризму, і протягом кількох десятиліть вони були основним елементом маркетингу та продажу різних туристичних продуктів, від продажу туристичних пакетів, транспортних квитків, пам'яток, житла, прокат автомобілів та страхування подорожей замість надання інформації, пов'язаної з цими продуктами та туристичними напрямками, і завдяки цьому він набуває все більшого значення як важливих елементів просування туризму та супроводжує туристичний процес. Широкий спектр угод та подій у для більшості туристів і відвідувачів. Туризм став однією з особливостей сучасної епохи і виправдовує встановлення міжнародних відносин, обмін спільними інтересами, створення міжнародних інститутів та організацій, що займаються туризмом та подорожами, а також їх активна роль у побудові економіки країн та їх планах розвитку, а також поточний рахунок предметів [21] і відносяться до популярної культури як до історично відмінного явища, а потім значно розширюють свої навички використання технологій у практиці подорожей, як при бронюванні квитків на транспорт та проживання.

Феномен туризму існує ще з часів античності, але сучасної комерційної форми набував у середину ХІХ ст., а масового характеру у середині ХХ ст. після Другої світової війни. Цьому сприяла низка економічних факторів (розвиток сфери послуг, зростання доходів населення, поява середнього класу, культура споживання), демографічних факторів (зростання чисельності та тривалості життя населення, урбанізація, змінна цінностей), політичних факторів

(глобалізація, міжурядові угоди щодо спрощення туристичних процедур), технологічних факторів (вдосконалення транспортних, інформаційних та комунікаційних технологій) сприяють наступні фактори. Всі ці фактори та інші глобальні тенденції позитивно вплинули на розвиток туризму, що призвело до формування туристичної освіти та наукових досліджень туризму, як «феномену ХХ-го ст.». Низка зарубіжних авторів намагалися систематизувати погляди на туризм, як предмет дослідження. Найбільш відомі з них: «Платформа» розвитку туризму, запропонована Джафаром Джафарі, редактором найвпливовішого туристичного журналу «Хроніка туристичних досліджень», «Адвокаційна платформа», сформована переважно економістами в 1960-ті роки, яка показала як позитивні, так і негативні наслідки, 1970-ті роки «платформа оповіщення», які показали як позитивні так і негативні наслідки туризму, «Платформа адаптації» 1980-х років, що характеризується зміщенням уваги від альтернативних видів туризму до масового туризму, «Платформа знань» 1990-х років, що характеризується міждисциплінарним поглядом на туризм. Професор Девід Ейрі виділив у запропонованому хронологічному порядку такі етапи: *індустріальний етап* (як відповідь на потреби зростаючої туристичної індустрії, *фрагментарний етап* (формування міждисциплінарних підходів до досліджень), *етап бенчмаркінгу* (формування меж науки про туризм), та *етап зрілості* (питання зрілості автор риторично залишив лівим) [59]. Ірена Ательєвич Хорватського інституту туризму, досліджуючи історію туристичного знання, виділяє три періоди його розвитку: 1. Кінець 1960-х – 1970-ті рр.- ранні академічні дослідження представників соціальних наук; 2. 1980-1990 рр.. – бізнес процеси в туризмі, наукове бачення туризму; 3. 2000-ні р. інтенсифікація критичного та соціального підходів до дослідження туризму [63]. Однією з останніх робіт, присвячених систематизації поглядів на дослідження туризму, є стаття Метіна та Назмі Козак [63]: 1) 1960-1990-ті роки, що характеризуються появою туризму, як особливо важливого елемента нової економічної, соціальної та політичної реальності: 2) 1990-ті роки і до тепер, коли відбувається інтернаціоналізація та поширення досліджень у сфері туризму. Вищезгадані автори публікуються



переважно англійською мовою і їх дослідження не використовуються у вітчизняному науковому середовищі. Однак, подібний процес процес поширення туристичної освіти та становлення туристичних наукових досліджень відбувається і в Україні. Тому вивчення західного досвіду може прискорити та покращити розуміння розвитку науки про туризм.

Вивчення туризму як соціально-економічного явища розпочалося на початку 1960-х років і формувалося представниками соціальних наук, зокрема антропології, соціології, географії, економіки та соціальної психології Д. Неш [10] стверджує, що антропологія і соціологія, особливо західна школа, відіграли провідну роль у формуванні та розвитку міждисциплінарного підходу до туризму в соціальних науках. До "першого покоління дослідників туризму" належать Денісон Неш, Джеремі Буассан, Ерік Коен, Малькольм Крік, Грем Данн, Нельсон Глаберн, Джафар Джафарі, Марі-Франсуаза Л'Енфант, Дін Макконнелл і Майкл Пікар, Вален Сміт, Маргарет Бірн Свейн та П'єр ван ден Берг, серед інших. Ці вчені вивчали вподобання західних туристів, які відвідують країни, що розвиваються, і вплив цієї туристичної групи на соціальні та культурні зміни в приймаючій країні (антропологія корінних культур). Іншим напрямком досліджень було вивчення мотивів подорожей до певних країн (соціологія дозвілля). Приклади важливих концепцій і теорій, що з'явилися в цей період, включають туризм як сучасний підхід до формування нових туристичних груп, фальшиву / встановлену автентичність, концепції кордонів і переходів, типології туризму і туристичного досвіду форми - туризм і паломництво як сприйняття незнайомого, туризм як форма імперіалізму. Географи та економісти, з іншого боку, зосередилися на впливі туризму на навколишнє середовище та економічне становище приймаючих країн, а також на загальних питаннях регіонального розвитку.

Туристичні дослідження 1960-1980-х років характеризувалися критичним і досить песимістичним поглядом на розвиток міжнародного туризму, в якому туристи розглядалися як фактор, що руйнує автентичну культуру місцевого населення і спричиняє серйозні негативні соціальні та культурні наслідки. На

думку вчених, туризм як соціокультурне явище є "продуктом" капіталізму, а МакКеннелл [63] запропонував соціологічне дослідження, в якому розглядав закордонні подорожі як важливий символ капіталізму і сучасності. Не усвідомлюючи його зв'язку з урбанізованою реальністю.

Структура міжнародного туризму почала змінюватися, і різні види туризму (пригодницький, гастрономічний, волонтерський тощо) потребують концептуалізації. Увагу було повернуто до туристичних ринків, що розвиваються, таких як Азія та Східна Європа, сталого розвитку, можливого рівня фізичного та соціального впливу різних туристичних атракцій, а також питань безпеки та можливий рівень фізичного та соціального впливу різних туристичних атракцій, а також питання безпеки та тероризму. Незважаючи на зростаючу кількість тем, пов'язаних з туризмом, точка зору бізнесу залишається незмінною, а дослідження переважно використовують якісні методи узагальнення (опис, узагальнення, прогнозування та вимірювання).

Незважаючи на домінування бізнес-погляду на туризм, багато дисциплін, не пов'язаних з бізнесом, продовжували залишатися предметом дослідження туризму. Так, у 1981 році Д. Джафарі та Д. Р. Брент Рітчі встановили міждисциплінарний характер туристичної освіти та визначили економіку, соціологію, психологію, географію та антропологію як дисципліни, що формують туристичну освіту [6, с. 20-22]. 1997 року Д. Трібе стверджував, що бізнес-орієнтований підхід та більш критичний соціальний підхід бізнес-орієнтований підхід і більш критичний соціальний підхід, а також запропонував структуру туризму як об'єкта дослідження [9, с. 650]. Однак у 2000-х роках почали набувати впливу "небізнес-орієнтовані дослідники туризму".

Таким чином, 2000-ні роки характеризуються появою нового етапу досліджень туризму з використанням соціальної перспективи дослідження. Цей період характеризується певною зрілістю наукових досліджень [3].

Нова фаза досліджень туризму є результатом низки освітніх та дослідницьких ініціатив, що стали можливими завдяки публікації нових журналів, організації тематичних конференцій та поширенню інформаційних

мереж. Наприклад, такі журнали, як *Tourism Studies* і *Tourism and Cultural Change*, були засновані спеціально для просування критичних досліджень туризму, інноваційних теоретичних і методологічних підходів на противагу позитивізму і більш кількісним бізнес-підходам до досліджень. Видання було започатковано з метою сприяння розвитку нового підходу до дослідження туризму. Розвиток інтегрованих досліджень туризму сприяв формуванню погляду на туризм як на впливове явище, пов'язане з міграцією, соціальною ізоляцією, соціальною ідентичністю та міграцією, а також із соціально-політичними питаннями, такими як захист культурної спадщини, відносини між містом і селом, охорона навколишнього середовища та глобалізація.

Однією з організацій, яка ініціювала, дослідила і опублікувала важливу роботу в галузі туризму, є Міжнародна комісія з дослідження туризму Міжнародної соціологічної асоціації (ICA RC50). ICA була заснована в 1994 році "першим поколінням дослідників туризму" і була створена в Нідерландах Міжнародним центром передового досвіду у сфері дозвілля (World Leisure International Centre of Міжнародним центром передового досвіду World Leisure International Centre of Excellence (WICE) і управляється Міжнародним центром передового досвіду World Leisure International Centre of Excellence (WICE). Ця організаційна ініціатива підтримується мережею дослідників (CTS: Critical Tourism Scholars), які просувають критичний погляд на туризм через організацію та підтримку серії конференцій, книг і публікацій (близько 150 дослідників по всьому світу). Критичний погляд на туризм вийшов на новий рівень міждисциплінарних досліджень, який деякі дослідники називають постінтердисциплінарним підходом [62]. Їхні зусилля з формування нового, відкритого теоретичного фундаменту туризму дозволили їм висунути концепцію туризму як світотворчого феномену і рекомендувати розвиток туризмології поза межами інтер та міждисциплінарного аналізу [2, с. 95-96].

У процесі критичної реконструкції в цей період можна виділити такі субпарадигми, як постструктуралізм, неомарксизм, критичний реалізм, фемінізм і постмодернізм. Дослідження туризму в цей період розвивалися без

використання таких дуалізмів, як ядро/периферія, розум/тіло, суб'єкт/об'єкт, ми/вони, ми/інші та жінки/чоловіки. Як наслідок, у 2000-х роках. У даний час дослідження туризму характеризуються появою низки нових стійких концепцій, теорій і підходів, які формують міждисциплінарну і постдисциплінарну структуру. Приклади включають теорію мереж акторів, інтеграцію та ефективність, гендерний аналіз, нерепрезентативну теорію, теорію міграції та постколоніальну теорію. Ці та інші інновації вивели дослідження туризму на передній план соціологічних досліджень.

Дослідження туризму опинилися в авангарді соціальних наук, де широко вивчаються питання концептуалізації, дослідження, формування та впливу на сталий розвиток у світі. Сьогодні туризм - це не просто "спосіб пізнання", а "спосіб буття" через розвиток у напрямку соціальної справедливості, рівності та уникнення всіх форм гноблення.

Еволюція розвитку туризму протягом цих трьох періодів зумовила наступні три дослідницькі питання на майбутнє:

1) Поглибити використання бізнесових і небізнесових підходів у дослідженнях і розвитку туризму з метою спільного внеску в теоретичне та емпіричне обґрунтування необхідності соціальних змін;

2) Змінити загальне сприйняття того, що туризм є незначною частиною сфери послуг з негативним соціальним і культурним впливом та загалом деструктивним впливом на навколишнє середовище; та

3) розробити концептуальне бачення туризму, що включає багатогранне культурне розмаїття, і, відповідно, розвивати освітню та дослідницьку діяльність, яка визнає гетерогенність предмета дослідження, не використовуючи дуалістичного погляду.

Важливо представляти і застосовувати наукові результати. Для уникнення ексклюзивного теоретизування досліджень у сфері туризму слід імплементувати ініціативу Британської академії соціальних наук щодо видання серії публікацій та звітів, які узагальнюють конкретні приклади впливу вчених-соціологів на такі питання, як зростання добробуту, сталий розвиток, спорт та рекреація в

національній науковій спільноті. є бажаною. Це допомогло б висвітлити широке коло питань, які охоплює туризм як предмет наукових досліджень сьогодні

## 1.2. Класифікація туризму за видами та формами

Тип туру визначається низкою різних критеріїв. Зокрема, мета поїздки має вирішальне значення, оскільки від неї залежить формування поїздки, вибір маршруту та організація послуг. За організаційною формою поділяється на груповий туризм та індивідуальні подорожі. Існує також гібридна форма: індивідуальні групові тури, коли клієнти купують тури індивідуально та надають послуги групою. Деякі фахівці також виділяють сімейний туризм як вид туризму. Масовий туризм і спортивний туризм мають різні класифікації видів і форм туристичної діяльності.

Тут ми розрізняємо прогулянки, походи, подорожі, польоти, кемпінг, перегони та дослідження. За напрямками туристичного потоку туризм поділяється на: - внутрішні (громадяни, які подорожують у межах своєї країни); - виїзд – коли громадянин залишає країну для виїзду в іншу країну; - в'їзд (іноземців) - поїздки, прийом та домашні послуги для іноземців [5]. Перші два типи призначені для внутрішніх туристів і можуть бути об'єднані в "національний туризм"; внутрішній туризм і закордонний туризм разом називаються внутрішнім туризмом. У глобальному та регіональному масштабі подорожі та туристичні обміни спільно відомі як міжнародний туризм. З точки зору національного соціально-економічного розвитку, дуже бажано розвивати внутрішній та закордонний (в'їзний) туризм.

Обидва види туризму спираються на внутрішні ресурси та технологічні засоби країни, стимулюють вдосконалення та розвиток і є важливими джерелами доходу [18]. З точки зору прибутку, виїзний туризм займає домінуюче положення, а також приносить рясні джерела іноземної валюти. Але внутрішній туризм також відіграє важливу роль в економіці кожної країни з точки зору прибутку. Сьогодні дохід від внутрішнього туризму становить

майже дві третини загального світового доходу від туризму. Це також необхідна стабільна основа для розвитку іноземного туризму та «амортизатор» для туристичної індустрії в умовах падіння обсягів виробництва.

В Україні поступово зростає внутрішній туризм і поступово балансує іноземний. За географічним охопленням туризм поділяється на внутрішньорегіональний, міжрегіональний і глобальний [7]. Внутрішньорегіональний туризм займає найбільш стійке положення на туристичному ринку. Більшість європейців і північноамериканців воліють подорожувати в межах свого регіону. У Європі ЄС зробив значний внесок у створення ринкових умов для своїх громадян, включаючи свободу повітряного транспорту, спрощення митних і прикордонних процедур, ефективний захист прав мандрівників і зону єдиної валюти. Однак експерти СОТ також зазначили, що міжрегіональний туризм у короткостроковій перспективі демонструватиме тенденцію до зростання, яка визначається характером роботи туристів [15].

Активна участь у бізнесі вимагає не тільки необхідності короткочасної подорожі, але й варіанту перерви, що передбачає повну зміну оточення, навіть ненадовго. Експерти СОТ кажуть, що довгострокові міжрегіональні поїздки також зростають. Глобальні подорожі становлять найменшу частку через організаційну складність, високу вартість і тривалість. Крім короткострокових і довгострокових подорожей, існують також подорожі вихідного дня, які останнім часом стають все більш популярними в залежності від критеріїв часу подорожі. Особливо важливу роль такі тури та розваги відіграють у внутрішньому туризмі, але подібні тенденції останнім часом спостерігаються і в міжнародному туризмі [12].

Туризм «вихідного дня» дозволяє певною мірою збалансувати сезонність туристичної діяльності, підвищивши рентабельність матеріально-технічних засобів з урахуванням сезонного характеру роботи.

Сезонність туризму визначається інтенсивністю туристичних потоків до районного чи іншого центру протягом певного періоду часу.

Сезон - це пора року, коли центр (район) збирає найбільшу кількість туристів.

Для одних центрів цей «сезон» є літнім (літній туризм на приморських курортах), для інших – зимовим (зимовий туризм на гірськолижних курортах).

Період найбільшої концентрації туристів визначається як «гарячий» або «піковий» сезон (tor), пік сезону; час, коли вони майже повністю відсутні, називають «сезоном».

Існують території з великим пізнавальним, культурним, господарським потенціалом або сприятливими умовами для цілорічного відпочинку, які є постійними (цілорічними) туристичними центрами.

Там, де туристична активність розділена на два сезони, оператори часто намагаються заповнити міжсезоння, пропонуючи незвичні тури або знижуючи ціни на свої послуги (міжсезонний туризм).

Останнє є основою для розвитку соціального туризму.

За економічними принципами розрізняють елітний туризм (UIR-туризм), комерційний туризм, соціальний туризм та інсентив-туризм, залежно від принципу оплати та організації продажу турів.

HNWI (елітний) туризм - це туризм для дуже багатих людей і являє собою режим найбільшого сприяння. Набір послуг дуже особливий і може бути пристосований до детальних побажань клієнта [11].

Комерційні тури - проводяться компаніями на комерційній основі, як правило, індивідуальні та групові тури, з різними цінами. Комерційні тури оплачуються самими клієнтами, тоді як соціальні тури повністю або частково фінансуються державою або компаніями чи оплачуються з національного соціального фонду. Це передбачає організацію поїздок малозабезпечених або найменш захищених груп населення (дітей, підлітків, пенсіонерів, інвалідів тощо) для реалізації права на відпочинок. При цьому організації та компанії, які займаються соціальним туризмом, не ставлять собі за мету високі прибутки. Тому соціальний туризм може успішно розвиватися лише за активної підтримки суспільства і держави, розробки спеціальних планів, створення

спеціальних фондів, створення спеціальних фондів, активного пошуку нових організаційних форм. З цієї причини «ваучери на відпустку» досить популярні в Західній Європі. Перед відпусткою громадяни отримують чек на певну суму, яка приймається на території країни як безготівковий розрахунок за послуги розважальних організацій і може бути використана лише для розваг.

Сьогодні все більшої популярності набуває вид соціального туризму під назвою інсентив-туризм [8]. Він поступово зайняв місце на ринках країн Східної Європи та України, замінивши традиційний соціальний туризм. Це туристичні поїздки, організовані підприємствами та компаніями для працівників як засіб заохочення та винагороди за працьовитість. Цей тип туру характеризується цікавою програмою розміщення, яка, крім відпочинку та екскурсій, передбачає також заходи соціального характеру: професійні зустрічі, відвідування підприємств та установ, сімейне розміщення, організований відпочинок тощо. Швидке зростання інсентив-подорожей у всьому світі призвело до створення багатьох таких асоціацій, проведення конференцій, організації виставок і видання спеціальних каталогів. У всьому світі витрати на організацію інсентив-подорожей становлять 500-600 мільйонів доларів [22].

За характером організації розрізняють плановий (організований) туризм і спонтанний туризм. Плановий туризм означає, що туристичні організації здійснюють туристичну діяльність за певними маршрутами та розкладом, видають туристичні ліцензії (ваучери). Загалом туристи планують вибрати відповідні туристичні проекти з туристичних проектів, наданих компанією. Але компанії можуть створювати окремі позапланові поїздки на основі замовлень клієнтів або організацій. Самостійна подорож - це подорож, спланована та організована спільною групою туристів або туристичним клубом. Цей вид туризму також є організованим, на відміну від неорганізованого або «дикого» туризму, в якому всі організаційні елементи (розробка та узгодження, пропозиція та реалізація маршрутів) здійснюються самими туристами [24].

Класифікація туризму за демографічним і соціальним складом його учасників є важливою, особливо з точки зору організацій туристичного



обслуговування. Також враховуйте вік туриста, його соціальний статус, громадянство та рід занять. Тому ми виділяємо туризм: дитячий, підлітковий, сімейний, учні початкових класів, студенти, туризм «третьої вікової групи», люди з обмеженими можливостями тощо. Відповідно до кожного типу підбирають місце проживання, тип харчування, склад плану розміщення. Тому організуються дитячі та шкільні тури, ціни на путівки досить помірні, вимоги до якості розміщення низькі, передбачають триразове харчування, організують програму, в якій відпочинок і оздоровлення чергуються з заходами пізнавального та пізнавального характеру. Організуючи транспортні поїздки для дітей, ми вживаємо додаткових заходів для забезпечення їх безпеки. Молодіжний туризм дозволяє використовувати послуги, які не мають дуже високих стандартів якості, але покликані створити атмосферу активного спілкування та розваг.

Категорія туристів «третья вікова категорія» означає високу якість туристичних послуг та насиченість інформацією. Сімейний туризм вимагає від туристичних компаній створення умов для якісного відпочинку всієї родини. Має бути місце, де можна легко додати додаткові ліжка для дітей, дитяче меню, розважальна зона та послуги няні. Зараз зростає інтерес до організації турів для людей з обмеженими можливостями, використання відповідно обладнаних готелів і транспортних засобів, розробляються спеціальні програми. Таким чином, в Угорщині є 35 великих готелів, обладнаних спеціально для розміщення та обслуговування людей з обмеженими можливостями [21]. «Heals and Holidays», «Atlantic and Pacific Travel» і «Air New Zealand» (Нова Зеландія) надають послуги з медичного туризму, в тому числі для людей з важкими формами інвалідності, розумовою відсталістю, сліпотою і глухотою.

Спеціально навчений персонал, 45-місні автобуси з ліфтами, розкладні ліжка, інвалідні візки та спеціальні меню шрифтом Брайля [33].

Нещодавно з'явився специфічний вид туризму. Його поява зумовлена особливостями сучасного способу життя. Наприклад, активна ділова діяльність

змушує главу сім'ї брати на відпочинок дружину і дітей; і навпаки, поява бізнес-леді змушує чоловіків брати на відпочинок дітей.

Якщо чоловік і дружина спільно ведуть бізнес, то у відпустку їдуть бабусі, дідусі та онуки. Таким чином, з'явилася відпустка для однієї сім'ї. Збільшення кількості самотніх людей призвело до появи самодіяльного туризму та інших форм туризму.

Окремо слід відзначити подорожі професійними туристичними групами. В останні роки компанії та групи все частіше використовують подорожі для професійного навчання, обміну досвідом, підвищення кваліфікації, вирішення ділових питань тощо.

Корпоративний туризм також стає перспективним сегментом туристичного ринку.

З точки зору організації подорожей та туристичних послуг, до них відносяться таймшерний туризм, самообслуговування та клубний туризм.

Таймшерна (квартирна) система розваг зародилася у Франції і була детально розроблена в США. Таймшерінг - це купівля номера в готелі, віллі або бунгало на певний період часу (наприклад, на один-два тижні на рік, чергуючись з іншими власниками). Наразі ця система популярна у всьому світі, і понад 3 000 гостей зупиняються на таких умовах [61].

При самообслуговуванні клієнт купує мінімальний пакет послуг у туристичного агента. Все інше, включно з транспортом, проживанням, страхуванням, харчуванням і розвагами, або купується на місці, або організовується самостійно і за місцевими цінами.

Для обслуговування таких мандрівників приватні компанії часто використовують спеціальні замиські будинки, а останнім часом у деяких середземноморських країнах активно будуються "готелі для мандрівників".

Клієнти отримують мінімальні послуги, в основному прибирання та зміну постільної білизни, але за бажанням можуть замовити додаткові послуги компанії - екскурсії, розваги, прокат автомобілів.

Клубні поїздки - це розваги для людей зі спільною діяльністю, інтересами та захопленнями. Наприклад, вони можуть поїхати на острів для вивчення життя птахів чи риб, послухати лекції експертів, організувати зустрічі філософів чи джазових музикантів.

Такі спільні заходи можуть стати просто активним відпочинком, в тому числі за системою "все включено".

Західні експерти, особливо з Німеччини, також визнають існування такого виду туризму, як сільський туризм або подібний до нього сидячий туризм. Він передбачає, що сім'ї будують окремі будинки або здають їх в оренду з рекреаційною метою в екологічно та кліматично привабливих районах [60].

Дуже важливо класифікувати туризм на види на основі засобів пересування. Існує дві основні групи:

- Автомобільний, повітряний, залізничний, морський та річковий транспорт;

- Активні види туризму: піший туризм, лижний, кінний, велосипедний, мотоциклетний, морський (катання на байдарках, рафтинг, каное), водний сноубординг, альпінізм, скелелазіння, дослідження печер та їх комбінації.

Активний автомобільний транспорт є різновидом спорту і може бути класифікований за рівнем складності. Автомобілі є найпопулярнішим видом транспорту для туристів. За оцінками експертів, сьогодні понад 50% усіх поїздок здійснюються автомобілем. У США більшість людей подорожують всередині країни на приватних автомобілях [59].

У Західній Європі на першому місці залізничний транспорт - 38%, далі йдуть морські та річкові круїзи - 30%, повітряний транспорт - 22%, автобуси та автомобілі - 10% [43].

Повітряний транспорт є одним з найновіших видів транспорту, який почав стрімко розвиватися наприкінці 1950-х років. Важливою віхою в розвитку повітряного транспорту стала поява спеціальних туристичних рейсів - чартерів - і їх використання для пакетних подорожей.

Основними перевагами повітряного транспорту є швидкість і можливість долати великі відстані у відносному комфорті та безпеці за короткий час.

Як наслідок, повітряний транспорт становить високу частку від загальної кількості туристичних транспортних засобів у країнах, віддалених від основних туристичних дестинацій (наприклад, 99,5 % в Австралії, 98,6 % у Новій Зеландії та 97,5 % в Японії) [42].

Залізничні подорожі беруть свій початок у 1940-х роках, коли Томас Кук організував першу класичну подорож 580 британців з Лестера до Лафборо у 1841 році [58].

Сьогодні залізничний транспорт залишається одним з основних видів транспорту у світі, особливо в Європі. Його основними перевагами є безпека, надійність, відносно висока швидкість і доступність.

Українська компанія "Джерело" пропонує іноземним туристам спеціальні подорожі на круїзному лайнері. Вони призначені для любителів вінтажних залізниць. Ці подорожі нагадують ранні подорожі Томаса Кука. Старомодні потяги, маленькі вагончики, що їдуть на повільній швидкості мальовничими ландшафтами [51].

Морські та річкові подорожі значно розвинулися з кінця 19 століття, тоді як пасажирські перевезення по річці беруть свій початок ще з часів єнотів.

Наприкінці 19 століття судноплавні компанії вели жорстку конкурентну боротьбу за клієнтів. Це змусило компанії покращувати комфорт своїх кораблів. Кораблі стали не лише засобом пересування, але й місцем відпочинку для туристів. Перший річковий круїз по Темзі (Англія) організував Томас Кук у 1843 році.

Приблизно в той же час у Північній Америці компанія American Express розпочала регулярні круїзи річкою Міссісіпі на своєму колісному пароплаві "Міссісіпі". Подібні круїзи були організовані на Нілі, Рейні та Дунаї.

В Україні дуже популярні круїзи по Дніпру, який забезпечує доступ до Чорного моря аж до Одеси [49].

Автомобільні подорожі мають незаперечні переваги: вони дуже мобільні, відносно дешеві та швидкі.

Сюди відносяться автобусні подорожі та поїздки туристів на приватних або службових автомобілях.

Автомобільні подорожі з'явилися на початку 20-го століття і стали найпопулярнішим видом подорожей у 1960-х роках, причому їхня кількість значно зростала з року в рік. Автобуси (78%) та приватні автомобілі (17%) складають найбільшу частку запланованих маршрутів, на інші види транспорту припадає 5% [51].

Найважливішим критерієм поділу туризму на види є мета подорожі. В принципі, таких цілей може бути декілька, одна з яких завжди є головною і домінуючою і водночас визначає вибір туристичної дестинації та характер послуг, що пропонуються туристам.

Освітні тури або екскурсії - це поїздки з освітньою метою. Вони часто поєднуються з іншими видами туризму, такими як відпочинковий, етнічний або діловий, але існують і суто освітні поїздки.

Нещодавно з'явився специфічний підвид цього виду туризму. Туризм спадщини - це подорожі до історичних та культурних центрів, часто в різних країнах, з метою ознайомлення з культурною спадщиною різних періодів та народів.

Цей підтип також близький до культурно-розважального туризму, який є поїздкою на культурні заходи, такі як музеї, виставки, художні галереї, театри, різноманітні театральні та музичні заходи, конкурси та фестивалі.

Сюди також входять суто розважальні тури.

Вони менші за розміром (2-4 дні) і спрямовані на участь у різноманітних святкових програмах, таких як Різдво, Великдень, календарні свята та свята у великих містах, відвідування тематичних парків тощо.

Світовий ринок туризму для відпочинку та лікування є найбільшим, на нього припадає 71% усіх світових прибуттів, і характеризується помірним зростанням і стабільністю потреб у подорожах. Він не є рівномірним.

Наприклад, на Західну Європу припадає 68% туристичного ринку, на США - 76%, на Південну Азію - 73% і на Африку - 30% [46].

Туристичний попит також змінюється. Регіони з чистим довкіллям починають витіснити традиційні сонце і море.

Згідно з опитуванням, проведеним французькими експертами, 60% французів віддають перевагу відпочинку на морі, 31% - у сільській місцевості і 9% - у горах [45].

Рекреаційний туризм включає в себе спа-туризм і медичний туризм, який є одним з найбільш традиційних видів туризму і розвивається в регіонах зі сприятливим кліматом, наявністю лікувальних ресурсів (мінеральних джерел, грязей і т.п.) і розвиненими методиками лікування певних захворювань.

Подорожі з лікувальною метою тісно пов'язані з медициною, починаючи з рекомендацій лікарів і закінчуючи організацією необхідних процедур, і туристичні агентства повинні бути обізнані з медичними установами та тісно співпрацювати з ними.

Медичні тури, які вимагають відносно тривалого перебування (два-три тижні) і вищого рівня обслуговування, є значно дорожчими і прибутковішими для організаторів турів.

Багато підприємств сфери відпочинку пропонують медичні послуги туристам. У Болгарії деякі курортні готелі пропонують 60 різних медичних послуг.

У Болгарії деякі курортні готелі пропонують 60 різних медичних послуг.

В Угорщині Aqua Hotel на курорті мінеральних вод біля озера Балатон пропонує спеціальне меню для тих, хто хоче схуднути. У США понад 2 000 готелів і мотелів пропонують "фітнес-центри" - кімнати, обладнані для підтримки здоров'я, які також стають популярними в Європі.

Сьогодні не менш популярні поїздки на спа-курорти з гідротерапією та оздоровчими програмами. У Швейцарії п'ятизіркові готелі, що обслуговують вегетаріанців з особливими дієтичними вимогами, відкрилися в середині 1980-х років.

На діловий туризм припадає до 20% світового туристичного ринку, але його частка варіюється від регіону до регіону. Наприклад, в Африці на нього припадає 40% від загального обсягу туризму, тоді як в інших регіонах - 15-20% [41].

Ділові подорожі характеризуються найвищим попитом на послуги, що робить їх більш дорогими і менш залежними від сезонних факторів.

До видів ділових поїздок належать переговори, конференції, торгові ярмарки, участь у міжнародних та національних виставках, а також подорожі у складі галузевих експертних делегацій. Деякі дослідники називають цей тип подорожей конференц-подорожами, але більшість розглядають його як різновид наукового туризму.

До наукового туризму також належать поїздки на конференції та симпозіуми, які займають важливе місце на туристичному ринку. Учасники конференцій витрачають більше грошей, ніж будь-хто інший. Часто учасники конференцій приїжджають зі своїми сім'ями.

Останнім часом набули популярності навчальні тури. В основному вони спрямовані на вивчення іноземної мови, але також все частіше використовуються для отримання більш широкої освіти в установах приймаючої країни. Інтенсивні навчальні програми поєднуються з екскурсіями, розвагами та спортивними заходами. Такі тури найбільш популярні у Великій Британії [29].

Спортивний туризм - це поєднання подорожей на спортивні заходи в якості глядача або вболівальника та подорожей з метою участі у спортивних змаганнях. Найпопулярнішими видами спорту є теніс, підводне плавання, віндсерфінг і гірські лижі. У світі зареєстровано 40 мільйонів лижників, половина з яких - сноубордисти.

Зовсім недавно стали популярними такі дивні види спорту, як дайвінг (плавання під водою), рафтинг (спуск гірською річкою на легкому надувному плоту) і банджі-джампінг (стрибки з висоти).

До цієї категорії також належать активні транспортні подорожі, які стають дедалі популярнішими в усьому світі. В Україні такі подорожі здебільшого організовують аматори, ними опікуються різні спортивні клуби, групи та спілки.

Масовість і доступність такого туризму, його висока оздоровча та освітня цінність, а також популярність серед населення є підставою для включення його до пріоритетних напрямів розвитку туризму в Україні.

Релігійний туризм є одним з найдавніших видів туризму і відомий з часів формування основних світових релігій. Туризм здійснюється у вигляді місіонерського туризму, тобто подорожі з метою поширення релігійних вірувань, та паломницького туризму, тобто відвідування святинь і святих місць.

Якщо перший - це туризм вовка-одинака, то другий має великі масштаби. Мекка, Медіна, Єрусалим і Ватикан є світовими центрами релігійного туризму. Однак є також приклади того, як непримітні містечка стають центрами паломництва. Наприклад, у Лурді, Франція, у 1858 році сталося чудо: жінці, яка жила в Лурді, в печері Массабієль, з'явилася Діва Марія. Лурд став центром релігійного паломництва, а через 100 років - великим туристичним містом, яке за кількістю готельних номерів поступається лише Парижу [63].

Україна пропонує багато можливостей для розвитку паломницького туризму. Це християнські монастирі (Києво-Печерська лавра, Почаївська лавра та ін.), хасидські храми цадиків (вчителів) у Білій Церкві, Меджибіжі, Умані тощо.

Окрім туристичного транспорту, проживання та харчування, такі поїздки часто передбачають створення сприятливих умов для виконання туристами релігійних обрядів.

Існує два види етнічного туризму: поїздки до родичів та поїздки до місць, пов'язаних з історією та життям предків етнічної групи.

Цей вид туризму особливо важливий для країн, де більшість населення проживає за кордоном.

Одним з підвидів етнічного туризму є прикордонний туризм, в якому в 70-80-х роках 20 століття переважали поїздки з метою відвідування родичів і місць



народження, але останнім часом перше покоління іммігрантів з тієї чи іншої країни закономірно скорочується, на зміну йому приходять представники другого, третього і четвертого поколінь. Як наслідок, втрачаються і прямі родинні зв'язки.

Тому основною метою подорожей сьогодні є відвідування батьківщини предків. Це вплинуло і на спектр туристичних послуг. Зростає попит на розміщення в готелях, змінюються вимоги до програм перебування.

Дуже цікавим і перспективним видом туризму є промисловий туризм, який включає в себе полювання, риболовлю, збирання ягід, грибів та фруктів. Перший з цих видів вимагає багато зусиль з планування, але є дуже прибутковим.

Останнім часом зростає підвид екологічного туризму, пов'язаний з дослідженням екологічно чистих територій та їх захистом. Окрім подорожей з метою відпочинку в екологічно чистих районах (національні парки, заповідники) та подорожей, що поєднують відпочинок і турботу про природу, флору і фауну (наприклад, екокемпінги, робота в зоопарках, заповідниках), сільський зелений туризм, агротуризм і фермерський туризм мають з'являються як підвиди екотуризму [56].

Окрім відпочинку в сільській місцевості та на фермі, сільської екзотики та близькості до природи, цей вид туризму також несе певне соціальне навантаження.

Пропозиція на ринку пригодницького та екзотичного туризму зростає надзвичайно високими темпами. Це пов'язано з високим попитом на тури, що пропонують незвичайний відпочинок і можливість поринути у вир пригод, випробувати себе, повністю змінити оточення (іноді дуже екзотичне) і отримати нові і незвичайні враження.

Географія і тематика таких турів надзвичайно широка і різноманітна.

Наприклад, нью-йоркська компанія Wonder Bird Tours пропонує восьмиденну подорож до Тринідаду і Тобаго у супроводі експерта з б'ордвотчингу. Каліфорнійська компанія Far Horizons пропонує археологічний тур до стародавнього королівства майя в Белізі; інша каліфорнійська компанія,

Wilderness Travel, пропонує "Храми і базари Катманду", чотириденну подорож на мікроавтобусі Аннапурною, рафтинг та інші пригоди та низку екскурсій. (Пешавар) продає 20-денний тур "Jam Safari" (до передгір'їв Гіндукушу, Гімалаїв і Каракорумського хребта, щоб навчитися мистецтву видобутку дорогоцінних каменів) [27].

Повечеряти в замку з привидами та взяти участь у справжньому розслідуванні вбивства за мотивами Агати Крісті (Великобританія); постати перед судом і бути "засудженим" у стокгольмській в'язниці Лагхольмен (Швеція); провести кілька днів на космічній базі в "Містечку Місяця" поблизу Тампере (Фінляндія). Пожити серед справжніх маорі в Новій Зеландії, поспостерігати за бойовими танцями нащадків канібалів або придбати в якості сувенірів традиційні сорочки, виткані з трави, чи намисто з зубів хижаків (Нова Зеландія) [30].

Загалом, такий туризм дуже дорогий і елітарний. Гастрономічні тури також мають характер екзотичного туризму.

Пригодницький туризм часто пов'язаний з певними ризиками і вимагає більшої уваги до безпеки туристів. Як наслідок, екстремальний туризм є похідним від пригодницького туризму і має на меті випробувати людину на міцність у складних умовах.

Сьогодні він стає все більш популярним, особливо серед молоді, не тільки тому, що створює умови для випробування власних сил, але й тому, що зміцнює їх.

Туристичний клуб "Компас", всеукраїнська молодіжна організація в Україні, базується на організації літніх таборів для молоді, пропонуючи учасникам такі складні змагання.

Молоді туристи користуються можливістю перевірити свою витривалість і розвинути витривалість, перетинаючи ліси за одну ніч або вирушаючи в тижневі походи з мінімальним запасом їжі та похідного спорядження [29].

Серед екстремальних турів набирає популярності так званий військовий туризм, що дає туристам можливість покататися на сучасній військовій техніці,

політати на надзвукових літаках і стрибнути з парашутом. Останнім часом на туристичному ринку стали популярними проекти, які перетворюють людей на бродяг або клош (паризьких безхатченків).

Існує вже багато видів мандрівного туризму, і їхня кількість продовжує зростати. Зовсім недавно з'явився хобі-туризм, який пропонує можливість займатися улюбленою справою під час подорожі та відпочивати серед людей зі схожими інтересами. Шопінг-туризм, який передбачає поїздки за кордон з метою купівлі-продажу споживчих товарів, досяг свого піку популярності в нашій країні на початку дев'яностих років двадцятого століття.

## РОЗДІЛ 2. ТУРИЗМ ЯК СФЕРА ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

### 2.1. Фактори ефективності туристичної діяльності

Система туризму є однією із систем, що працюють над формуванням економіки націй та їхньою філософською побудовою тенденцій та політики націй, і вона не може працювати ізольовано від вказівок держави, і ми будемо прагнути довести аксіоми туризму.

Загалом розвиток туризму залежить від низки умов: природно-географічних умов, історичних та політичних умов, соціально-економічних умов, демографічних умов та факторів, що їх визначають.

Фактори розвитку туристичного ринку прийнято поділяти на зовнішні та внутрішні. Фактори в туризмі - це моменти та істотні умови туристичної практики [4].

Зовнішні (екзогенні) фактори впливають на туризм через демографічні та соціальні зміни, економічні та фінансові події, зміни в політичному та правовому регулюванні, технологічні зміни, розвиток торгівлі, транспортної інфраструктури та безпеки подорожей [10].

Екзогенні фактори включають географічне розташування регіону, політичні відносини між країнами, міжнародний поділ праці, міжнародні ринки та рівень цін у різних країнах.

Ендогенні фактори розвитку ринку туристичних послуг є визначальними.

Природно-географічні особливості та кліматичні умови країни, наявність і якість природних ресурсів та можливість їх зручного використання, економічне становище країни, внутрішня політика, політична стабільність, соціальні інститути, рівень розвитку продуктивних сил, структура та рівень добробуту населення, пільги та знижки на туристичні послуги за рахунок держави, громадських установ, підприємств та організацій. До таких факторів віднесено: можливість надання пільг та знижок на туристичні послуги за рахунок держави, громадських установ, підприємств та організацій; стан розвитку туристичної

інфраструктури; транспортна мережа; соціальний рівень життя населення; освітній та культурний рівень населення.

З точки зору впливу на туристичну діяльність всі фактори можна поділити на фактори привабливості (які спонукають до подорожей - природні, культурні та соціальні умови країни, де формуються туристичні потоки) та фактори диференціації попиту (які впливають на вибір дестинації - туристичні ресурси, розвиненість інфраструктури, рівень соціально-економічного розвитку країни) [12].

Механізми впливу на розвиток туризму включають об'єктивні фактори, що вже сформовані історичним розвитком суспільства, та фактори, що свідомо регулюють туристичну діяльність, тобто першу групу факторів.

До другої групи належать державна політика в галузі туризму, наявність і зміст туристичного законодавства та туристична освіта в суспільстві.

Фактори, що впливають на розвиток туризму, різноманітні та багатогранні.

Наявність сприятливих факторів призведе до того, що певні регіони або країни стануть лідерами світового туризму, тоді як наявність несприятливих факторів призведе до скорочення туристичних потоків.

Основні фактори, що впливають на розвиток туризму, можна поділити на дві категорії: статичні та динамічні.

Статичні фактори мають певне значення в часі (природно-кліматичні, географічні, культурні та історичні фактори).

До динамічних факторів належать

- Демографічні (загальне зростання населення, урбанізація, тобто збільшення частки міського населення за рахунок зменшення кількості сільських жителів, зміни у віковій структурі населення (у багатьох країнах збільшення тривалості життя означає, що більше людей мають більше вільного часу і коштів для подорожей за кордон) [37].

Соціальні (зростання добробуту розвиненого населення, яке бере активну участь у туристичних обмінах, збільшення тривалості оплачуваної відпустки і скорочення робочого тижня, збільшення кількості працюючих жінок і зростання

доходу на сім'ю (домогосподарство), збільшення частки самотніх людей, тенденції до більш пізнього вступу в шлюб і створення сім'ї, дуже швидке зростання кількості бездітних пар, зменшення імміграційних обмежень, ранній вихід на пенсію, Підвищення обізнаності про можливості туризму. - економіка (зі змінами в структурі споживання товарів і послуг, зі збільшенням частки різних послуг, в тому числі і туристичних, в національному споживчому кошику);

- науково-технічний прогрес (призводить до швидкого розвитку матеріально-технічної бази туристичної індустрії, створює необхідні умови для масового туризму);

- міжнародні чинники (пом'якшення міжнародної обстановки, перехід від конфронтації між окремими державами до співпраці та взаєморозуміння, процес глобалізації, вирішення спірних міжнародних питань шляхом переговорів) [31].

До найважливіших факторів, що визначають розвиток іноземного туризму, відносяться:

- підтримка державних органів (досвід багатьох країн показує, що успішність розвитку вторинного туризму безпосередньо залежить від того, як цю галузь сприймають на державному рівні, наскільки користується державною підтримкою);

- зростання суспільного багатства;

- скорочений робочий день;

- урбанізація (концентрація населення в містах, ізоляція від природи, що вимагає проведення вільного часу поза зоною постійного проживання); - рівень суспільної свідомості [13].

На думку західних експертів, основними факторами, що визначають привабливість туристичної дестинації, є її доступність з даної місцевості, природа і клімат місцевості, ставлення місцевого населення до туристів, місцева інфраструктура, рівень цін, роздрібна торгівля, спортивні, рекреаційні та освітні можливості, а також культурні та соціальні характеристики.

Останні фактори приваблюють туристів з таких причин, як робочі місця, національний одяг, архітектура, ремесла, історія, мова, релігія, освіта, традиції, рекреація, живопис, музика і гастрономія.

Ряд факторів визначає появу і характер поведінкових характеристик споживачів туристичних послуг, які можуть бути виражені в наступних показниках [17]:

- Частота здійснення туристичних подорожей
- Уподобання у виборі туристичних destinations та туристичної географії
- Уподобання щодо форми організації туру
- Сприйняття подорожуючими ціни туру
- Сприйняття торгової марки турагента;
- комунікативна поведінка туристів.
- роль зовнішніх стимулів у процесі прийняття рішення про купівлю туру.

Ще одним типом факторів, що впливають на розвиток ринку туристичних послуг, є особистісні та поведінкові фактори. Слід зазначити, що серед усіх факторів, які впливають на розвиток туризму, особистісні та поведінкові фактори відіграють основну роль у сучасному світі [15].

Ці фактори складаються з мотивів, які забезпечують бажання споживачів подорожувати та задоволення туристичних потреб.

Аналізуючи роль психологічних факторів у формуванні ринку туристичних послуг, було доведено, що лише невелика кількість туристів повертається в місця, які вони відвідували раніше, за винятком економічних, медичних та сентиментальних мотивів.

Зі зростанням доходів люди надають перевагу психологічним мотивам при виборі нових подорожей.

Думки про якість спожитого туристичного продукту формуються через деякий час після подорожі. Це пов'язано з тим, що до подорожі споживачі можуть лише моделювати свої очікування на основі доступної їм інформації.

Важливість цієї ситуації полягає в тому, що сприйняття продукту призводить до того, що споживачі формують певні очікування, які, якщо вони не

виправдовуються фактичною якістю продукту, можуть легко призвести до розчарування.

Мета туризму є правильна організація вільного часу споживача.

Відповідно, розвиток туризму можна визначити за наявністю двох основних моментів: вільного часу та фінансових ресурсів для належної організації.

Ефективність туризму в процесі туристичної взаємодії та обміну залежить від наявності кількості додаткових або допоміжних послуг по відношенню до нього, включаючи розширені віртуальні послуги, такі як Інтернет-послуги або віртуальні мережі, і якщо ми припускаємо, що туристична послуга потребує шести допоміжних послуг, таких як транспорт, бронювання, постачання, навчання, зв'язки з громадськістю та страхування, допоміжні служби можуть бути взаємопов'язані та інтерактивно один з одним активним або повільним чином, їхня роль може обмежуватися регулярними та випадковими місіями, вони можуть здійснювати систематичну координацію туризму та бути пов'язаними з туристичною діяльністю, і зараз ми припускаємо, що існують шість сторін, які підтримують туристичну діяльність і пов'язані прямо і опосередковано, і якщо ми подивимося на акції, що обмінюються на малюнку нижче, і ми виявимо, що є лінії, пов'язані прямо і опосередковано, і лінії, які прямо і опосередковано перетинаються, і якщо ми подивимося на малюнку 1 ми вважаємо, що точка А являє собою центр туристичної діяльності, а решта точок є одиницями, що підтримують туристичну діяльність, такі як: В (Транспорт), С (Бронювання), D (Постачання), Е (Навчання), F (зв'язок з громадськістю), G (страхування), а також посередництвом взаємодії та обміну між подіями [60]. Туризм та інші підрозділи підтримки сформували різні геометричні форми, з яких можуть виникнути вісім трикутників (чотири трикутники синього кольору, розташованих у безперервній лінії, є прямими і безперервними зв'язками між туристичною діяльністю (А) і підтримуючими органами у вигляді трикутників: (AEF), (ADE), (BEF), (BCF), при цьому також є (чотири трикутники червоного кольору в пунктирній лінії і вони представляють непрямі відносини між туристичною діяльністю та її



прихильниками у формі трикутників: (ABG), (ACG), (CDG), (EGC) [61]. Щоб розрізнити інтерактивні та взаємні відносини між туристичною діяльністю та сторони, які їх підтримують, ми вибрали синій колір та безперервну лінію взаємних та впливових відносин, а також ми вибрали червоний колір в автономному режимі як вираження непрямих зв'язків між туристичною діяльністю та сторонами, які її опосередковано підтримують, і до цієї форми можна додати інші підтримуючі органи, незалежно від того, чи пов'язані вони з центром (A) у прямих чи непрямих відносинах і хоч би яким чином ми пов'язували опорні тіла, у нас будуть з'єднані трикутники та переривчасті багатокутники. Що стосується трикутників, які мають дві сині і червоні пунктирні лінії: (BCF), (ABF) і (FGD). Також є трикутники з двома червоними пунктирними ребрами та іншими з'єднаними синіми ребрами: (ABC), (BGC) та (BED). Ці відносини між трикутниками припускають, що крапка A є елементом основи та сутності туристичної діяльності, а решта крапок (B, C, D, E, F, G) є підкрапками та підтримують туризм, а результатом моделі є наявність трикутників, з'єднаних лініями та не пов'язаних з лініями, припускаючи, що зв'язок є основними факторами, що підтримують туристичну діяльність безпосередньо або лініями [62]. Не пов'язано з припущенням, що вони є допоміжними органами туристичної діяльності, але опосередковано, і в моделі можуть з'явитися два трикутники з двома пов'язаними сторонами та автономною стороною, це означає силу зв'язку у взаємодії та обміні між прямими і непрямими змінними, а також два трикутники, у яких h дві сторони не пов'язані і з'являється пов'язана нога, тому відбувається перекриття у взаємодіях та обмінах між прихильниками побічно та прихильниками безпосередньо. Тут чим більше трикутників з лінійними багатокутниками з'єднано, тим більше зв'язок між центральною точкою туристичної діяльності (A) у допоміжних операціях з іншими точками, а також тим більше трикутників з лінійними сторонами A [60]. Для незв'язних зв'язків зв'язок був слабким, причому це стосується і звичайних лінійних ребер.

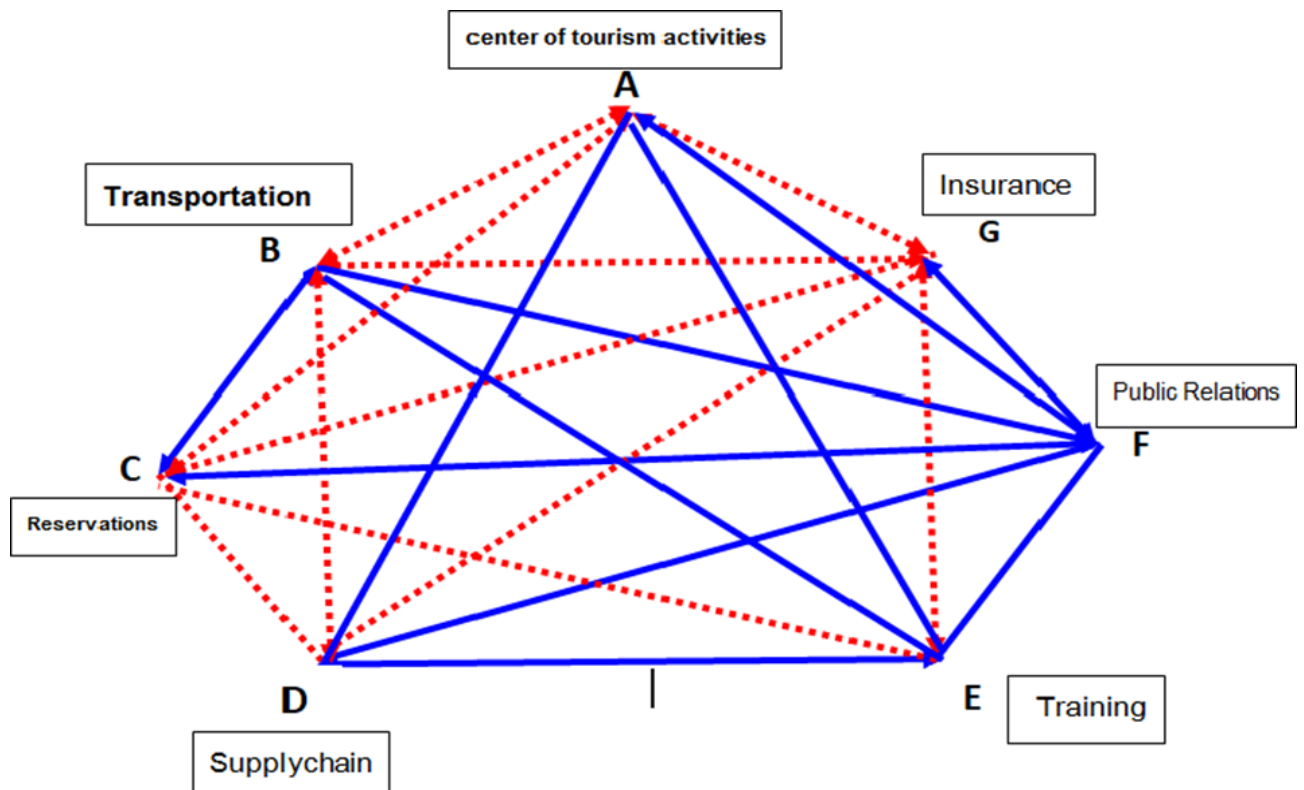


Figure 1: Tourism Theory Model

Види туристичної діяльності та їх застосування розрізняються за багатьма показниками, надання природним пам'яткам природних ресурсів, міського будівництва, культурної, історичної та цивілізаційної складової тощо, і немає підстав сумніватися в тому, що різниця у видах туризму виникає необхідність зіставлення різних символічних та уявних образів у задумці туриста, при цьому кожен турист шукає відповідний тип туризму, якого він хоче досягти, виходячи з ефекту, який бажає отримати у своїй психіці та зовнішній поведінці, результуючі моральні цінності, чи розуміння інтелектуальної філософії, чи економічного будівництва [7]. На основі цього в структурі туристичного будівництва можуть з'явитися туристичні додатки з житлових, рекреаційних, лікувальних, релігійних, наукових та інших проектів, причому види не повинні перетинатися. Серед цих додатків все залежить від бажання туриста та його рішення щодо вибору. Таким чином, ми виявляємо, що існує безліч класифікацій видів туризму, які можуть підлягати розширенню, оскільки вони сумісні з ними за туристичною діяльністю, або її метою, або за приналежністю та іншим.

Розглянемо класифікацію видів туризму так:

#### А- Туризм з цілями

З метою отримання задоволення від туристичної діяльності та пов'язаних з нею заходів, що включають рекреаційну, культурну, релігійну, економічну, промислову, політичну, лікувальну, спортивну та громадську діяльність, конференції ділових людей та інші заходи, тобто кожен тип туристичного об'єкта приваблює певний сегмент туристів, а структура його послуг буде відповідати їхнім потребам та бажанню досягти індивідуальних чи колективних цілей і таким чином, туристичний тип більшості туристичних груп характеризується тим, що вони не відіграють широкої індивідуальної ролі у його створенні, а скоріше є відповіддю на конкретну потребу чи колективну мету [19].

#### В- Туризм в рамках подорожі та громадянства.

Тип туризму за обсягом поїздок та громадянства знаходиться за межами політичних кордонів країни та здійснюється законним чином, що вимагає наявності фундаментальних дозволів з боку країни, що відвідується, таких як в'їзні візи або взаємні міжнародні відносини, щодо власників подвійного громадянства, або громадяни інших країн, та представники компаній і цей тип також залежить від характеру політичних відносин. Обмін економічними інтересами, внутрішньо - торгівельна або релігійна сезонність, як у (хаджі) і (умрі), в той час як внутрішній туризм не потребує складних чи численних процедур, тип туризму характеризується залученням великої кількості сімей та вимагає великих грошей, витрачених у цій галузі, та пов'язаний з певним сезоном, наприклад, з літніми або шкільними канікулами в коледжах, а туристична діяльність концентрується в рамках внутрішніх та прибережних міст та туристичних зон, що впливає на знайомство туристів зі своєю батьківщиною та численні цивілізовані досягнення а також чийі знання є частиною національної культури та цивілізованої поведінки [22].

#### С - Туризм за типом розміщення та транспорту.

Для цього виду туризму характерна залежність від характеру, типу проживання та використання транспорту для переміщення, а також часу туристичного сезону, оскільки кількість туристів щороку сильно збільшується і

більшість туристичної діяльності займає місце в літній сезон у більшості туристичних країн та туристичний рух потребує місць для проживання у широкому та різноманітному вигляді. Наявність місць недостатньо для задоволення реальних потреб, що спонукало виробників туризму знаходити типи розміщення відповідно до затверджених рівнів туристичної класифікації [16].

#### D- Віртуальний туризм

Віртуальний туризм став реальністю в багатьох країнах світу і використовується як альтернатива транспортуванню туристів зі своїх країн до інших країн з метою ознайомлення туристичних природних ресурсів, пам'яток, історичних свідочств та культурних цінностей, якими вони користуються. Ідея віртуального туризму полягає в тому, щоб здійснити віртуальну екскурсію туристичними містами через потрійний веб-сайт. Розміри імітують музеї та святині, а потім застосовують подорож через веб-сайт. Переваги віртуального туризму полягають у отриманні фінансової віддачі, якщо туристичні компанії почнуть розробляти спеціальне програмне забезпечення та додатки, а потім продавати їх по всьому світу. Віртуальний туризм є альтернативою для туриста переміститися зі своєї країни в іншу країну, щоб побачити реальні та реалістичні ефекти та історичні властивості, які вона має, в результаті офіційних складнощів, які країни накладають при перетині своїх земель у прикордонних районах, таких як аеропорти.

Віртуальний туризм полегшує процес віртуального переміщення різними визначними пам'ятками туристичних місць через тривимірний веб-сайт, що моделює музеї, святині, палаци, ігрові міста та громадські парки. Наука потребує постійного коригування своїх концепцій та розуміння явищ і навколишніх змін, а також може отримати вигоду зі своїх пасток.

Тому ми вважаємо, що розвиток туристичної галузі залежить як від позитивних, так і від негативних факторів, пов'язаних з національною та глобальною політичною, правовою, соціальною та економічною ситуацією. До позитивних факторів розвитку туристичного ринку можна віднести:

- Політична та економічна стабільність і відкритість;

- Зростання соціального добробуту та доходів населення;
- Скорочення робочого часу та збільшення вільного часу;
- Розвиток транспорту, зв'язку та інформаційних технологій
- Зростання урбанізації;
- Побудова інтелектуального суспільства
- Заохочення внутрішніх та зовнішніх інвестицій у розвиток туристичної галузі;
- Посилення позицій України на світовому туристичному ринку
- Спрощення та гармонізація податкового, валютного, митного, прикордонного та іншого законодавства;
  - поживлення туристичної галузі шляхом створення умов для дітей, молоді, людей похилого віку, інвалідів та малозабезпечених верств населення;
  - сприяння розвитку пріоритетних туристичних галузей [14].

До негативних факторів розвитку ринку туристичних послуг можна віднести:

- Напруженість у міжнародних відносинах;
- Політична нестабільність та закритість економік;
- Економічна стагнація та зниження добробуту населення;
- Порушення стану туристичних ресурсів;
- Нерозвиненість туристичної індустрії;
- Нерозумна експлуатація культурної, історичної та релігійної спадщини та довкілля;
  - низький рівень доходів та брак вільного часу;
  - Забруднення навколишнього середовища та екологічні небезпеки;
  - Недооцінка ролі туризму в інтелектуалізації суспільства;
  - Відсутність ефективних стимулів для інвестування в розвиток туризму, що відповідає міжнародним стандартам;
  - недооцінка ролі туризму в наповненні бюджетів.

Наведені нижче фактори, що впливають на розвиток туристичного ринку України, мають визначати цілі державного регулювання та пріоритетні напрями розвитку туризму.

## 2.2. Модель громадського туризму

Туристичний сектор може надавати позитивний та негативний вплив на місцеву спільноту.

«Для деяких місцевих спільнот туризм може бути рушійною силою загального розвитку, а для інших може спричинити негатив...» (Нагарджуна, 2015:14). У цьому контексті участь місцевої спільноти стає основним «для того, щоб збільшити вигоди від туризму та мінімізувати негативні наслідки» (Нагарджуна, 2015:14). Проблеми та актуальність участі співтовариства у туризмі широко визнані дослідниками (Саллех, Шукор, Осман, Самсудін та Ідріс, 2016: 565). У туристичних моделях спільне управління вважається важливим елементом, що дозволяє уникнути негативного впливу традиційного туризму на членів спільноти та екосистеми. В тому ж дусі зазначається, що «залучення місцевих спільнот, дозволяючи їм пожинати плоди розвитку, що відбувається навколо їхнього сусідства, має першорядне значення» (Саллех та ін., 2016: 565). Участь спільноти у туризмі є необхідною основою для змін та розвитку. Науковці (Расуліманеш та Джаафар, 2016:5) зазначають: «Участь спільноти часто пропонується як найважливіший інгредієнт у підвищенні якості вкладу туризму в національний розвиток. З іншого боку, зростає участь корінних громад насправді означає залучення груп з низькими доходами і людей у сільських та міських районах, які зазвичай бере участь у процесі управління». Таким чином, громадський туризм повинен включати розвиток у «віддалених, сільських, бідних, маргіналізованих, економічно депресивних, нерозвинених, бідних, корінних народах, етнічних меншинах та жителів малих міст» (Таші, Семрад і Йилмаз, 2013:10). З точки зору бідності тут пропонується, щоб конкретна бідність виміру, такі як шкала бідності Організації Об'єднаних Націй,

можуть допомогти у виявленні членів спільноти, які перебувають у несприятливому становищі, і кожна країна може застосовувати щодо цього свої власні критерії.

Однак бідність не слід розглядати виключно як пов'язану з «недостатнім доходом і людським розвитком, але також включає вразливість і відсутність права голосу, влади та представництва» (Чжао та Річі, 2007: 121). У той самий час розвиток суспільства слід розглядати виключно у зв'язку зі статикою. Громадський туризм «спрямований на цілісну мету сталого розширення прав та можливостей малозабезпечених груп» (Таші, Семрад та Йилмаз, 2013:84). Таким чином, необхідно також враховувати питання, що виходять за межі суто економічних питань, такі як розвиток спільноти, яка повинна включати питання соціальної справедливості, розширення прав та можливостей, впевненості у своїх силах тощо (Saauman & Giampiccoli, 2016).

Однак існують різні можливі форми участі співтовариства у туризмі. У цьому контексті «Кожен рівень [спільноти участь] допускає різний ступінь зовнішньої участі та місцевого контролю та відображає владні відносини між ними» (Тосун, 2006: 494). Тосун запропонував три рівні спільного туризму (див. Таблицю 1).

Участь спільноти має важливе значення для туризму, а це означає, що:

- розвиток та використання благ та ресурсів спільноти мають бути контрольовані на місцевому рівні, засновані на спільноті та керовані спільнотою.
- участь співтовариства розглядається як основа для моделі громадського туризму, яка «заснована на участі громадських організацій та корениться у соціально справедливому та екологічному підході відповідального розвитку» (Бургос і Мертенс, 2017: 546).

Один з різних аспектів, є «участь місцевого співтовариства у контролі над розвитком туризму», таким чином, «громадський туризм – це форма туризму, яка має три важливі основні аспекти, а саме: (а) участь співтовариства; (б) рівний економічний доступ та (в) політичні можливості для підтримки спільноти як суб'єкта, що приймає рішення» (Джоу, Байкуні, Відодо та Фаделі, 2017:16). Поки

що участь у громадському туризмі можна розглядати як принципове питання, але воно може бути і по-іншому зрозуміло.

Громадський туризм описується як «вид туризму, який сприяє участі співтовариства у фінансуванні, розвитку, управлінні та власності» (Beeh, 2017:49). Інші науковці (Бріонс, Юсай і Вальдез, 2017:53) згадують, що спільнота є основною дійовою особою та центром уваги громадського туризму, «хоч би як вони могли грати роль запасу робочої сили. Також слід зазначити, що співтовариство має спочатку проконсультуватися та погодити будь-який проєкт, пов'язаний із туризмом».

Різні визначення громадського туризму включають такі характеристики та обмеження:

1. Форма управління туризмом, що забезпечує можливість для місцевих спільнот контролювати та брати активну участь в управлінні та розвитку туризму.

2. Форма управління туризмом, яка може забезпечити можливості для людей, які не пов'язані безпосередньо з туризмом, щоб також отримати вигоду від існуючого туризму.

Ця форма туризму потребує систематичного розширення можливостей та демократичного і справедливого розподілу благ серед співтовариств у місцях призначення.

У плануванні громадського туризму згадуються три основні принципи:

1. Залучення членів спільноти до прийняття рішень;
2. Впевненість у вигоді місцевих спільнот від туристичної діяльності;
3. Освіта туризму для місцевих спільнот. (Амерта, 2017: 102).

Інший автор (Біх, 2017:51) стверджує, що громадський туризм визначається як «форма туризму, яка надає можливості місцевим жителям, співтовариствам контролювати та брати участь в управлінні та розвитку туризму».



Прийняття рішень у КПТ має бути повністю у руках членів спільноти, отже, вони можуть брати участь у тому як вони контролюють, володіють і керують процесом прийняття рішень.

Проте, у багатьох регіонах громадський туризм розвинений таким чином, що місцеві громади не мають доступу до місцевих ресурсів, до яких вони мають повне право. Крім того, мешканцям місцевого співтовариства пропонуються низько статусні робочі місця, такі як прибирання, охорона та аналогічні види робіт, у той час як високий профіль робочих місць пропонуються городянам, а в багатьох випадках і приїжджим.

Це ж стосується і більш загальної сфери міжнародного співробітництва та аргумент, що міжнародні агентства розвитку з промислово розвинених країн і транснаціональних організацій брали активну участь у заходах у країнах, що розвиваються, протягом останніх п'ятдесят років. Однак результати розчаровують і залишаються в рамках патерналістської політики.

У даному контексті участь співтовариства у програмі громадського туризму в Келімуті Національний парк був символічною або на символічному рівні. Теоретично ця форма участі була менш запрошена співтовариством та зацікавленими сторонами до програм планування та розвитку екотуризму. При реалізації місцева спільнота часто запрошувалася послухати, приймала інформацію і нарешті запросила згоду. Участь використовується тільки як вимога затвердження програми, яка розроблена за допомогою процесу консультацій, інформування громадськості та прийняття громадськістю. (Джоу, Байкуні, Відодо та Фаделі, 2017:16).

На більш загальному рівні, «коли туризм ініціюється і навіть нав'язується зовнішнім розвитком агентствами, участь громадськості відбувається переважно в запрошеному просторі, ставлячи під загрозу ступінь добровільної участі спільноти. Дійсно, кількість і характер участі навіть використовувалася як показник успіху чи невдачі громадського туризму» (Маяка, Крой та Вольфрам Кокс, 2017:2). Ці автори пропонують відійти від західної точки зору на участь «для вивчення участі у просторах, створених спільнотою, а не запрошених»

(Маяка, Крой та Вольфрам Кокс, 2017:2). Сучасна модель громадського туризму може розглядатися як сприяння збереженню природи та приватним інвестиціям. за допомогою партнерства із зовнішніми організаціями, залишаючи недостатньо можливостей для спільнот (Маньяра та Джонс, 2007: 642).

У цьому контексті модель громадський туризм може бути успішним. Місцеві проекти туризму можуть досягти успіху з відповідними зовнішніми координаторами або консультантами. Він передбачає, що територіальна спільнота «є повністю керованим напрямом з ініціативи місцевого співтовариства. Планування, структурування, управління та розвиток здійснюється спільнотою. На додаток до розвитку та управління повністю знаходиться під контролем місцевих спільнот, використання фінансових результатів від результатів його управління було здійснено місцевими спільнотами» (Veeh, 2017:50). Зовнішні організації відіграють особливу роль. При розробці громадського туризму у Кенії зовнішні агенти не відігравали помітної ролі у проекті, але впливали лише на розгляд місцевих можливостей туризму. Тобто, «спільнота створила підприємство громадського туризму у відповідь на втрату звичайного потоку доходів» (Маяка, Крой та Вольфрам Кокс, 2017:7).

Слід визнати, що знедолені члени спільноти часто не мають необхідних ресурсів та навичок для самостійного розвитку туризму. Зовнішня допомога тому часто необхідна. Партнерство із зовнішніми організаціями може бути необхідними та вигідними за умов розширення прав та можливостей спільноти та володіння, управління та контроль над розвитком туризму. Партнерство має залишатись у рамках сприяння, а не участі. Участь розглядається як процес, в якому співтовариство бере участь в організації, за умови дотримання директив та керівної структури, яка має виникла та керується ззовні. Проста участь чи участь у проектах — це не більше ніж декларування, що часто поглиблює процес гомогенізації та просування гегемоністської ідеології. Фасилітація, з іншого боку, заохочує і диверсифікує підходи, в яких кожен мешканець може просувати

власне бачення розвитку. Цей процес має сприяти справжньому розширенню прав та можливостей спільноти.

Керівні принципи щодо просування моделі громадського туризму повинні бути засновані на сприянні розширенню можливостей спільноти для надання людям ресурсів, можливостей, знань та навичок для підвищення їх здатності визначати своє майбутнє, а також брати участь і впливати на життя інших людей.

Фасилітація надає інструменти – матеріальні та нематеріальні – для того, щоб співтовариство могло рухатися вперед самотужки, незалежно, розширюючи свої можливості та процес самозабезпечення. У цьому контексті громадський туризм має бути автономним рішенням спільноти для розвитку, а не запланований ззовні.

Деякі автори стверджують, що проблеми, які виникають при підході до туризму на рівні спільнот, пов'язані з методами, використаними при його реалізації» (Sakata & Prideaux, 2013:882). Вони повідомляють про невдоволення спільноти підходами зверху вниз із боку зовнішніх організацій, таких як НОО, уряди та національні еліти. Зазначається, що «участь просто не працює, тому що використовується як «гегемоністський» інструмент для забезпечення дотримання та контролю за допомогою існуючої влади.

Необхідно уточнити, що модель громадського туризму має різне читання та різний ступінь участі співтовариства, але рівень залучення має основне значення: «громадський туризм передбачає пряму місцеву участь (колективні дії) у розвиток, управління та отримання вигод від туристичної діяльності, що інтегрована до місцевої економіки. Рівень цієї «місцевої участі» визначатиме, чи конкретний пункт призначення можна класифікувати як громадський туризм». Таким чином, щоб «краще реалізувати громадський туризм, нам необхідно виміряти участь співтовариства, поінформованість співтовариства, складності співтовариства, зиск співтовариства від туризму та розуміння спільнотою своїх дій.

У той же час, хоча рівень участі має основне значення, необхідно вийти за рамки залученості або участі. Справжній громадський туризм – це люди, які

ініціюють, володіють та контролюють процес розробки із самого початку. Не йдеться про їх участь, якщо процес контролюється зовнішніми організаціями. Питання в тому, чи варто їм розвивати туризм у себе у спільноті, а не змушувати їх брати участь у цьому. Зовнішні організації можуть бути корисними для полегшення розвитку туризму, якщо вони беруть участь, допомагаючи спільноті.

Таким чином, модель громадського туризму не стосується участі (або залучення), якщо така участь організована або надсилається зовнішніми організаціями. Натомість співтовариство має брати участь у самостійно створеній організації, тобто самоучасть.

Тому участь спільноти не може заохочуватись чи стимулюватись. Туризм передбачає співтовариство самоучасті (не спрямовується і не керується сторонніми).

## РОЗДІЛ 3. ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ ПРИСИВАСЬКОЇ ОТГ ХЕРСОНСЬКІЙ ОБЛАСТІ У ПОВОЄННИЙ ПЕРІОД

### 3.1. Ресурси, локації туристичної індустрії

До повномасштабного вторгнення туристична галузь України зазнала значних трансформацій. Вона схильна до стихійності, неконтрольованості, нерівномірності регіонального розвитку, неповноти нормативно-правової бази та швидкої переорієнтації на виїзний туризм, скорочення масового внутрішнього туризму, погіршення матеріально-технічної бази галузі.

Завдяки природно-кліматичним умовам Херсонщина є унікальним регіоном для розвитку туризму. Регіон є чудовим місцем для започаткування туризму в мальовничій південній частині України. 200-кілометровий регіон на узбережжі Чорного та Азовського морів має приємні піщані пляжі, доглянуті парки, будинки відпочинку та іншу інфраструктуру, готову прийняти українських та іноземних гостей. Повітря наповнене приємними ароматами степової трави, квітів та соснової смоли.

Діти з усіх куточків України приїжджають сюди, щоб набратися здоров'я та сили. У курортному місті Скадовськ, а також у селищах Роздольне, Залізний Порт і Корлі на Чорному морі та Арбатській Стрілці на Азовському морі функціонує близько 100 дитячих оздоровчих закладів, до яких є вільний доступ.

Для тих, хто віддає перевагу більш активному відпочинку, є можливість провести час у Національному парку "Асканія-Нова" і насолодитися його унікальним розмаїттям. Національний парк "Асканія-Нова" був заснований бароном Фрідріхом Пфальц-Фейном на місці неосвоєного степу, де мешкали кулани, зграї сайгаків і лугові птахи. Щоб зберегти цей дивовижний світ незайманої рослинності та рідкісних тварин для майбутніх поколінь, він першим у світі вилучив понад 10 000 га з господарського землекористування і створив степовий заповідник в Асканії-Нова. До сьогодні тут збереглися в первозданному вигляді, незайманими руками людини, 478 видів вищих рослин

(багаторічних і однорічних), у тому числі 13 видів, занесених до Червоної книги України. Але любов до природи в Асканії не обмежилася охороною унікального природного комплексу (корінних луків) у його маєтку: між 1874 і 1916 роками в Асканії-Новій був створений чудовий зоопарк, де до таврійського світу приєдналися рідкісні тварини і птахи з усього світу. У 1899 році Пфальц-Фейн привіз з Монголії перших у світі диких коней Пржевальського. Поруч безтурботно пасуться стада чорних зубрів, буйволів, зебр Греві, блакитних антилоп і туркменкуранів. Щороку фауна і орнітофауна цього унікального музею під відкритим небом поповнюється більш ніж на 5 000 особин 111 видів ссавців і птахів.

У 2001 році колекція тварин Асканійського зоопарку була оголошена національним надбанням України. Однак багатьох туристів, які щороку відвідують Асканію, не менше вражає дендропарк заповідника. Цей дендропарк був створений у степу, який колись взагалі не мав води (спочатку 28 га), і в період з 1885 по 1902 рік тут було висаджено понад 220 видів листяних і хвойних дерев, привезених з різних куточків світу. Проект дендропарку отримав золоту медаль на Всесвітній виставці в Парижі (1889) і є пам'яткою ландшафтної архітектури 19 століття; з 1994 року біосферний заповідник, названий на честь його засновника Ф.Е. Пфальц-Фейна, розширився на понад 100 га.

До глобальної мережі біосферних заповідників також входить Чорноморський біосферний заповідник, розташований у Горопристанському районі та частині сусіднього Очаківського району Миколаївської області. Він займає загальну площу понад 89 000 га, з яких 14 148 га - суша, решта - води Тендрівської та Ягорицької заток. Флора заповідної території дуже різноманітна і налічує близько 700 видів. З них 37 - рідкісні види, занесені до Червоної книги України. Фауна також багата і різноманітна, особливо пташиний світ. Тут зареєстровано 300 видів птахів, з яких близько 140 гніздяться. Заповідник "Асканія-Нова" та Чорноморський заповідник є природоохоронними науково-дослідними установами міжнародного значення, що входять до Всесвітньої мережі біосферних заповідників і тісно співпрацюють з ЮНЕСКО. Острови

Бірючий та Джалілгай з їхньою незайманою рослинністю та дикою природою, а також найбільша в Європі заплава нижньої течії річки Славуті з численними притоками та озерами, наповненими рибою, також приваблюють туристів, рибалок та мисливців з різних регіонів і навіть з-за кордону. Великий український гуморист Остап Візіння був улюбленим гостем у Кринуках на річці Коню на Дніпрі. "Хтось їде в Крим, а я їду в Кринуки! . - писав він у книзі "Посмішка на полюванні".

Сьогодні цей туристичний центр, який широко відомий по всій Україні і належить Херсонській туристичній корпорації, носить його ім'я. Втім, багато інших мальовничих місць на Херсонщині також пропонують риболовлю та полювання. Зокрема, є мисливсько-рибальські бази в Краснюковому, Пролушці та Козачерегушці, а також державні лісомисливські господарства в Херсоні (головна база знаходиться в селі Ривальче Голопристанського району) та Гаврилівці Нововоронцовського району.

Херсонщина має великий потенціал для розвитку сільського зеленого туризму. Місцевий осередок Спілки сприяння розвитку сільського зеленого туризму планує організувати б'юті-тури у співпраці з санаторієм "Гопурі" в Хорапрістані. Чудодійні грязі місцевих солоних озер за своїми лікувальними властивостями можна порівняти з грязями Мертвого моря на Близькому Сході.

Для тих, хто хоче дізнатися більше про багате історичне минуле Таврійського краю, особливо про козацький період, туристичні агенції регіону рекомендують маршрути до історичних місць. Наприклад, до Кінбурнської коси, де з 1735 по 1769 рік розташовувалося славне село Пловной Війська Запорозького Низового (нині село Гелойське), що було центром Пловнівської паланки. Або до Козацьких Олешок (Цюльпінська), де в 1711-1728 роках розташовувалася Олешківська паланка; село Республіканець Білиславського району, де в 1730-1734 роках розташовувалася Кам'янська паланка, - чи не єдине добре збережене місце Запорозьких Вольностей, що збереглося до наших днів.

Проте, довоєнний розвиток туризму в Херсонській області характеризується наявністю проблем як в якісному, так і в кількісному плані.

Одним із заходів, що впливав на стан та розвиток туристичної галузі в Херсонській області, був аналіз діяльності суб'єктів туристичної індустрії.

Туристична галузь Херсонської області динамічно розвивалася до 2014 року. Однак фінансово-економічна криза, що триває в Україні протягом останніх років, події, пов'язані з анексією Автономної Республіки Крим, на сході України, окупація регіону мали значний вплив на туристичну галузь України, зокрема на в'їзний туризм.

Країна продовжує відчувати політичну нестабільність, війну і несприятливу криміногенну ситуацію. Проаналізовано порівняльну динаміку, хто відвідував Україну та виїжджав закордон у 2017-2021 р.р. Потік туристів показує, що він становив приблизно 49% і 51%.

У 2014 році кількість туристів у Херсонській області різко скоротилася.

Це особливо помітно на даних щодо іноземних туристів. Розвиток іноземного туризму може забезпечити валютні надходження та кошти для формування туристичних продуктів і позитивного іміджу регіону на міжнародній арені.

З іншого боку, довоєнний стан туризму в Херсонській області оцінюється як такий, що перебував у критичній ситуації.

Існувала значна розбіжність з потребами населення в туристичних послугах. З іншого боку, темпи будівництва туристичних об'єктів були високими, зокрема, які відповідали найвищим міжнародним стандартам.

Проте, спостерігалася значне зростання кількості українців, які виїжджають за кордон, збільшення кількості туристичних операторів та розвиток туристичної індустрії, нових маршрутів, підвищення рівня туристичних послуг.

Динамічний аналіз кількості підприємств, що виробляють інтегровані туристичні продукти у 2011-2017 роках коливався від 1,67 до 1,97%: юридичні особи - 0,80-1,00%; фізичні особи - 1,85-1,97%.

Зменшилася кількість компаній, що здійснюють туристичну діяльність, у тому числі три туроператори (-60,0%), п'ять туристичних агентств (-38,46%)



Порівняно із загальною кількістю туристичних підприємств в Україні, загальна кількість зменшилася на 1 324 одиниці (27,62%) до 3 469 підприємств у 2021 році.

Кількість фізичних осіб-підприємців зменшилася на 625 одиниць або на 26,58% порівняно з 2017 роком.

Кількість туристичних агентів зменшилася на 26,58%, з 2 041 до 1 630 (20,58%).

Кількість суб'єктів екскурсійної діяльності також зменшилася з 310 до 96 (69,03%).

Така тенденція зумовлена двома факторами.

По-перше, політичною нестабільністю та війною, і зниженням платоспроможності населення. Ці причини стали об'єктивними передумовами для зменшення державних, регіональних та туристичних потоків і туристичної активності. Знизилася туристична привабливість держави, регіону чи країни для іноземних туристів.

Посилилася конкуренція між підприємствами.

Пропозиція туристичних іноземних послуг перевищувала споживання.

Другою причиною спаду туристичних послуг в Україні та Херсонській області була недостатня пропозиція туристичних послуг.

Отже, після війни існує потреба у підвищенні привабливості туристичного бізнесу для споживачів шляхом створення нових туристичних проєктів.

Для цього слід створювати нові туристичні маршрути, покращувати якість послуг на існуючих маршрутах, а також розвивати туристичну інфраструктуру, покращувати якість послуг на існуючих маршрутах та надавати інформацію про існуючі маршрути, створювати нові робочі місця, поширювати рекламу.

Основними тенденціями за період 2017-2022 рр. стали наступні.

Зростання обсягів виїзного туристичного потоку та зменшення обсягів в'їзного та внутрішнього туристичного потоку.

Зменшення прямого та опосередкованого внеску туристичної галузі України у ВВП.

Низька конкурентоспроможність туристичної галузі країни на світовому ринку туристичних послуг, незважаючи на наявність важливих культурно-історичних, інфраструктурних та соціальних ресурсів.

Висновок Розвиток туризму в Херсонській області є унікальним. Вихід до моря та сприятливі кліматичні умови сприяють формуванню потужного туристично-рекреаційного комплексу.

Херсонська область має потенціал для туристичних підприємств. Економічна та геополітична ситуація, а також відсутність ефективної державної політики у сфері туризму є основними проблемами для туристичної галузі.

Значна увага має бути приділена використанню медичного потенціалу регіону, розвитку міжсезонного фестивального та наукового туризму, а також посиленню інформаційно-рекламної підтримки туристичної галузі.

Також необхідна підтримка історико-культурної та природної спадщини регіону.

Для цього необхідно підтримати наступне. Необхідно визначити перспективні туристичні об'єкти в регіоні та розробити туристичні програми для них.

Розробити програму використання об'єктів природно-заповідного фонду відповідно до потреб туристичної галузі.

Вивчити можливість використання лікувальних грязей, гарячих джерел та мінеральних вод.

Туристичні підприємства і зараз перебувають під негативним впливом комплексу факторів мега-, макро- та мезосередовища. Масштаби, інтенсивність та характер їх впливу є непередбачуваними. До таких факторів належать, наприклад:

- політичні, соціальні та екологічні потрясіння;
- військова агресія та інтервенція в окремих регіонах країни;
- повільні темпи подолання наслідків світової фінансово-економічної кризи;
- нові проблеми щодо співвідношення попиту та пропозиції на туристичному ринку;

- зменшення кількості туристів;
- низька мобільність структурних змін у туристичному секторі, недостатня готовність персоналу підприємств до швидкого та ефективного реагування на зміни.

З цією метою необхідно запровадити заходи щодо моніторингу ситуації та створення умов для розвитку туристичної галузі.

Впровадити заходи щодо створення передумов для зменшення впливу негативних факторів

Проведення маркетингових досліджень щодо геопросторових змін туристичних потоків, маркетингових досліджень щодо змін туристичних потоків, для оперативного реагування на потреби та відкладеного платоспроможного задоволення.

Розробка стратегічних заходів щодо задоволення споживчого попиту, маркетингові дослідження геопросторових змін туристичних потоків, розвиток корпоративної туристичної діяльності.

Критерії ефективності системи управління підприємством у цілому на мікрорівні успіх залежить від того, наскільки гнучко підприємства можуть адаптуватися до зовнішнього середовища.

В умовах невизначеності. Чи можуть підприємства вчасно розпізнати загрози своєму виживанню? Чи не втратить воно можливості, що відкриваються перед ним? Чи може воно отримати максимальну вигоду від цих можливостей?

### 3.2. Особливості та перспективи туристичної діяльності Присиваська ОТГ у повоєнний період

Присиваська ОТГ розташована в південній частині Херсонської області і є гостинною та привабливою для туристів громадою, що складається з п'яти населених пунктів - Григорівки (адміністративний центр), Павлівки, Нововолодимирівки, Строганівки та Іванівки.

Присиваська селищна рада омивається водами затоки Сиваш. Це сприяє розвитку туризму. Лемурійське озеро в затоці Сиваш, центральне місце і природне надбання Пришиванської ОТГ, відоме своїми унікальними лікувальними грязями та омолоджуючою солоною водою. Люди з усієї України та багатьох інших країн приїжджали сюди для лікування та профілактики багатьох захворювань і покращення здоров'я.

Ребрендинг громади було презентовано на 12-му фестивалі Івана Купала в селі Григорівка Пришиванської ОТГ Херсонської області.

Логотип громади розробила Анастасія Супрун, радниця з питань комунікації Херсонського Центру розвитку місцевого самоврядування.

Захід організовано за ініціативи Херсонського ЦРМС, створеного за підтримки Програми "U-LEAD з Європою" та Мінрегіону.

У березні 2021 року об'єднана громада Херсонщини підписала договір про міжмуніципальне співробітництво "Створення туристично-рекреаційного кластеру в громаді міста Асканія-Нова та Присиваської ОТГ". І Присиваська ОТГ стала першою, яка змінила своє візуальне позиціонування. Я був дуже радий бути частиною цієї події та допомогти громаді визначити пріоритети, зокрема, розробити логотип та визначитися з корпоративними кольорами. Зараз ми також працюємо над айдентикою (візуалізацією бренду, створенням "обличчя" та корпоративного стилю компанії - ред.). Раніше ми також випустили буклет, який активно використовуємо для представлення "Фромади", - прокоментувала Супрун.

Логотип Присиваської ОТГ складається з кількох елементів, які символізують туристичний потенціал громади: південне сонце на блакитному небі, лемурійське рожеве озеро, цілющі глини та лікувальні солі. Лемурійські озера приваблюють туристів у теплу пору року, оскільки їх солоність близька до солоності Мертвого моря і вони мають унікальні цілющі властивості. За словами експертів, завданням побудови стратегії позиціонування регіону було знайти як його ідентичність, так і унікальність. Рожеве озеро має все це.

Спочатку серед місцевих шкіл був проведений конкурс на кращий логотип громади. "Але навіть логотип-переможець мав занадто багато різних елементів, тому нам довелося залучити професіоналів. У співпраці з Кельсонським ЦРМС ми зосередилися на туристичному потенціалі. Ми повинні йти в ногу з часом, щоб зробити Присиваську Громаду привабливою для туристів та інвесторів", - зазначив Сергій Крищевський, голова Присиваської громади.

За його словами, якісні візуальні складові вже використовуються для брендваної продукції, наметів та буклетів, які використовуються на виставках та презентаціях.

Інформація про туристичні локації Присиваської громади.

Лемурійське озеро в затоці Сиваш - унікальне і дивовижне місце, багатство і окраса регіону. Воно відоме своїми лікувальними грязями та цілющими водами. Озеро не тільки надзвичайно красиве, але й справді цілюще. Лікувальна грязь була сертифікована Міністерством охорони здоров'я України в 2005 році і має широкий спектр переваг. Вона оздоровлює всі життєво важливі органи людини, відновлює баланс внутрішнього середовища організму та має омолоджуючий ефект. Вода Лемурійського озера дуже збагачена різними мінералами, кислотами, вуглеводами, азотистими речовинами і солями, в основному хлоридами магнію і калію, йодидом натрію і бромідом магнію. Взаємодія цієї рожевої води з сивашською гряззю значно посилює її властивості. Грязь використовується для профілактики і лікування захворювань органів дихання, жіночого безпліддя, дисфункції жовчного міхура, цукрового діабету, хронічних гастритів, виразкової хвороби шлунка і дванадцятипалої кишки, а також хронічних колітів і ентеритів, хронічних гепатитів в неактивній фазі, хронічних холециститів, циститів, простатитів (в тому числі в стадії загострення), пієлонефритів, хронічних запалень придатків матки, розладів нервової системи та опорно-рухового апарату, псоріаз тощо. До речі, втопитися в ній неможливо через великий вміст солі - 300 грамів на літр. Аналіз підтвердив, що води Лемурійського озера містять на 50 грамів більше солі, ніж всесвітньо відоме Мертве море.

Води Лемурійського озера мають омолоджуючий ефект, а бета-каротин є секретом молодості: у 2010 та 2011 роках у Німеччині та Австрії проходила виставка лікувальних препаратів з Лемурійського озера, затоки Сиваш. Місцеві салони тепер використовують цю грязь у косметичних цілях, а також вона включена до німецької страхової медичної програми. Природні дива України особливо популярні серед фотографів, оскільки є ідеальними локаціями для зйомок: влітку 2018 року український співак Віталій Козловський знімав кліп на свою пісню "Лети" на Лемурійському озері в затоці Сиваш. Спочатку він планував знімати кліп на португальському морі, але остаточно зупинився на цій локації після того, як побачив таке дивовижне місце біля села Григорівка.

#### Іванівська коса (Іванівське море)

Сиваська коса вздовж села Іванівка славиться своїми мальовничими краєвидами. Її ще називають Іванівським морем. Подекуди кристали солі збиті, утворюючи справжнісінькі "сталактити". Білосніжні береги та рожеві озера справляють незабутнє враження, перетворюючи цю частину Сиваша на одне з наймальовничіших і найзагадковіших місць в Україні. Рожеві води тут мають таку ж цілющу дію, як і води Лемурійських озер.

Мальовниче Строганівське озеро розташоване на узбережжі Сиваша і є дворічним міграційним коридором для водно-болотних перелітних птахів. Влітку тут зупиняються і гніздяться птахи, занесені до Червоної книги України та міжнародних охоронних списків.

Григоріївська церква. Побудована у 1890 році і досі прикрашає село, костел є визначною архітектурною пам'яткою; наприкінці 20-го століття католицькі парафіяни відновили церковне подвір'я і використовували його за первісним призначенням.

Муніципальний музей у Григорівському культурному центрі. Це скарбниця цікавих експонатів, що представляють історичний розвиток людства від раннього залізного віку до наших днів. Історичні артефакти збиралися на території Присиваської ОТГ протягом десятиліть.

Завдяки активній промоції кількість туристів з кожним роком збільшувалася. Туристів приймали у "зелених" закладах, де вони могли ознайомитися з природою, культурою та історією регіону, долучитися до активного відпочинку. Відпочинок на фермі включав:

- проживання в агро-будинку;
- харчування місцевою кухнею з продуктів, вирощених на фермі;
- ознайомлення з сільським господарством, доглядом за худобою та сільськогосподарськими роботами;
- ознайомлення з природою, історією, культурою та сімейними особливостями місцевості;
- участь у грандіозних святкуваннях фестивалю "Купальські зорі";
- риболовля у ставках тощо.

У селах, що входять до складу громади, є велика кількість продуктових та промислових магазинів.

У селі Григорівка є поле для міні-футболу зі штучним покриттям. У селі Павлівка діяв спортивний клуб "Атлан", а в селі Григорівка - "Центр творчості та спорту для дітей та юнацтва", де можна було безкоштовно займатися в тренажерному залі. Також є тенісні та більярдні столи.

У Присиваській сільській громаді є садиба гостинності.

Сільський "зелений" туризм у Присиваській ОТГ - це повноцінний відпочинок у приватних садибах гостинних селян, під час якого можна познайомитися з природою, культурою та історією місцевості та взяти участь в активному відпочинку. Зелений туризм дозволяє забути про метушню великого міста та повсякденне життя і насолодитися екологічно чистим місцевим ландшафтом.

Відпочинок на фермі включає в себе

- Проживання в агрооселі;
- Свіже повітря, тиша і спокій в сільській місцевості.
- Страви місцевої кухні з продуктів з ферми.
- Трав'яні чаї та народні засоби лікування.

- Ознайомлення з природою, історією, культурою та побутовими особливостями Присиваської ТГ.

- Ознайомлення з допоміжним землеробством та годуванням тварин.

- Участь у фестивалях тощо.

Сучасні, комфортні номери в стилізованому українському стилі, можливості для відпочинку на свіжому повітрі, лікування та реабілітації на Лемурійському озері в затоці Сиваш.

SWOT-АНАЛІЗ сільського туризму в Присиваській територіальній громаді

Підсумком стратегічного аналізу і соціологічного дослідження є SWOT-аналіз, який полягає у визначенні сильних (англ. Strengths) і слабких (Weaknesses) сторін громади (а саме її позитивних і негативних рис, специфічних ресурсів, потенціалу або дефіцитів, які мають вплив на майбутній розвиток у туризмі), а також можливостей (Opportunities) і загроз (Threats) (позитивних і негативних процесів чи явищ, які стосуються громади або стосуватимуться її у майбутньому і впливатимуть на її розвиток).

SWOT-аналіз допомагає впорядкувати сприйняття проблем і потреб, які стосуються як суспільної, так і економічної сфери, комунальних послуг та інфраструктури, яка необхідна для надання цих послуг.

Нижче представлені результати SWOT-аналізу Присиваської територіальної громади.

### **(S) Сильні сторони**

- Переважно чисте та безпечне середовище.
- Гарні пейзажі, багаті флора та фауна.
- Наявність Лемурійського озера затоки Сиваш.
- Доступ до лікувальних вод і грязей озера Сиваш.
- Наявність вітро-електростанцій.
- Наявність Римо-католицької церкви, краєзнавчий музей.
- Помірні ціни на проживання та харчування.
- Наявність готельно-мобільних будинків.



- Наявність системи резервування місць.
- Велика кількість зелених садиб, які традиційно приймають гостей.
- Збереження сільських традицій.
- Гостинність населення.

### **(W) Слабкі сторони**

- Відсутність достатньої практичної туристичної інформації про регіон для іноземних туристів.
- Незнання місцевим населенням іноземних мов.
- Не зовсім привабливий імідж України в очах іноземців.
- Недостатньо розвинута інфраструктура, зокрема розважальні центри та погана якість дорожнього покриття.
- Додатковий контроль для осіб з огляду на розташування у прикордонній зоні.
- Вузька туристична пропозиція та погане дорожнє сполучення з цікавими місцями інших громад.

### **(O) Загрози**

- Політичний конфлікт між Україною і Російською Федерацією.
- Поганий політичний імідж відпочинку в селі.
- Забруднення повітря, спричинене роботою заводу з виробництва двоокису титану, розташованого у декількох кілометрах на території Криму.

### **(T) Потенційні можливості та користь**

- Розвиток сільського туризму значно збільшить заробіток місцевого населення, що покращить економічний розвиток Присиваської громади.
- Збільшення зайнятості сільського населення, особливо жінок.
- Створюватимуться нові робочі місця у сфері надання послуг, медицини, транспортної системи, які можуть надати роботу випускникам ВУЗів.
- Зростання зацікавлення жителів великих міст, сільським зеленим туризмом.
- Розвиток пропозиції медичних послуг на базі лікувальних вод і грязей озера Сиваш та Лемурийського озера.

## ВИСНОВКИ

В Україні існують всі передумови розвитку різних видів та форм туристичної індустрії на місцевому та регіональному рівнях, залучаючи природний і культурний потенціал регіонів, форми малого підприємства, що дає можливість певною мірою вирішити проблему зайнятості населення, покращити їхній добробут, соціально-економічну ситуацію в цілому, повніше використовувати природний та історико-культурний потенціал регіонів.

У розвитку туризму в Херсонській області є певні особливості, пов'язані зі складною соціально- економічною та геополітичною ситуацією, відсутністю спеціалістів на місцях з ефективного управління туристичною індустрією, наявністю нереалізованого потенціалу підприємств сфери туризму в Херсонській області.

Херсонська область має привабливий інвестиційний клімат у перспективних для розвитку туризму сферах. При цьому значну увагу слід приділити збільшенню інформаційно-рекламної підтримки туристичної галузі; використанню лікувального потенціалу; розвитку фестивального, наукового туризму в період міжсезоння, а також підтримці історико-культурних та природних об'єктів тощо.

Доцільно облаштувати перспективні екскурсійні об'єкти ОТГ, розробити програму їхнього використання до потреб туристичної галузі, досліджувати можливість використання лікувальних грязей, термальних та мінеральних вод.

Соціально-економічними передумовами розвитку туризму в Присиваська ОТГ, є:

- наявний приватний житловий фонд;
- незайняте або частково зайняте в особистих селянських господарствах сільське населення;
- проблема збуту сільськогосподарської продукції, дві третини якої виробляється в особистих селянських та фермерських господарствах.

Відпочинок у Присиваська ОТГ дає поштовх:

По-перше, для відродження та розвитку традиційної культури: народної архітектури, мистецтва, промислів - всього, що складає місцевий колорит, і що, разом з природно-рекреаційними факторами, є не менш привабливим для відпочиваючих;

По-друге, через сільський відпочинок жителі урбанізованих територій із масовою культурою мають можливість пізнати справжні українські традиції;

По-третє, етнокультура села представляє Україну світу і залучає також іноземних туристів. Тому що передумову успішного розвитку відпочинку в сільських етнографічних районах слід розглядати як формування ідеології відродження та розвитку всього спектра традиційної культури, починаючи від форм господарських занять до надбань духовної сфери, які діятимуть як сприятливі фактори для індивідуального відпочинку в етнографічних районах України.

Відпочинок у Присиваській ОТГ цікавий, якщо до нього приєднуються екскурсійні маршрути, розкриваючи джерела народної культури та мистецтва, української духовності.

Мешканці Присиваська ОТГ здатні отримувати реальні доходи у сфері сільського туризму від таких видів діяльності як:

- облаштування туристичних маршрутів;
- облаштування та експлуатація стоянок для туристів;
- робота гідом чи екскурсоводом;
- транспортне обслуговування туристів;
- єгерська діяльність (полювання, аматорське та спортивне рибальство);
- послуги прийому туристів;
- кулінарні послуги;
- підготовка культурних програм;
- народні промисли - виробництво та реалізація туристам екологічно чистих продуктів живлення;
- реалізація туристам ягід та грибів.

Власники агросадиб повинні усвідомлювати відповідальність, яку беруть на себе, розміщуючи туристів у своїх будинках. Адже недоброякісне обслуговування може назавжди відбити у клієнт бажання відпочивати в селі.

У селі туристи можуть ознайомитися з українською народною культурою, піснями, танцями, кухнями, звичаями та обрядами. Характерно те, що серед охочих відпочити у сільській місцевості є не лише міські жителі з невеликими доходами, а й заможні люди.

Пояснюється це не лише тим, що такий відпочинок дешевший, а й бажанням побути подалі від міської метушні, позбутися стресів, викликаних бурхливою урбанізацією. Завдяки зеленому туризму, з одного боку, жителі міст отримують здоровий відпочинок за цілком доступними цінами, а з іншого - селяни мають можливість вигідно реалізувати безпосередньо на місці частину виробленої ними продукції, розвиваючи власний бізнес.

Крім того, сільський зелений туризм не потребує значних капіталовкладень, оскільки передбачає використання діючої інфраструктури сільських населених пунктів та садиб.

Проведений аналіз дозволив об'єктивно оцінити можливості розвитку цього виду туризму та розробити ефективні заходи щодо запобігання можливим проблемам. Розгляд же сильних сторін дає підстави науково визначити потенційні можливості Присиваської ОТГ та розробити ефективну стратегію щодо їх подальшого зміцнення.

Враховуючи зарубіжний досвід розвитку громадського туризму, у Присиваській ОТГ потрібно глибоко вивчити та науково обґрунтувати сучасний етап та перспективи розвитку цього виду туризму та на цій підставі розробити відповідні рекомендації, як для органів місцевого самоврядування, так і для членів громади, які зацікавлені в цьому виді діяльності.

Системний підхід до організації цієї нової моделі українського туризму може і має сприяти розвитку як внутрішнього, а й в'їзного туризму у повоєнний час. Щоб усі, хто відвідував дану місцевість змогли ознайомитись з її минулим, прекрасною природою, пам'ятниками культури, а головне - познайомитися з

людьми щирими, гостинними, без яких вся різноманітність туристичних об'єктів залишилася б мовчазною для туристів.

Тенденції останніх років свідчать, що західні країни бачать перспективу у розвитку сільського відпочинку та туризму на міжнародному туристичному ринку. Яскравим прикладом цього є Польща, де у громадян, що особливо проживають у містах, склалася добра традиція проводити вихідні поза містами, десь в затишних куточках.

Отже, розвиток туризму у Присиваській ОТГ має необхідну базу та ресурси, проте вони потребує вдосконалення: облаштовувати агросадиби в етностилі з використанням екологічно чистих будівельників;

Створювати молодіжні комплекси у етностилі, що надасть можливість реалізувати підприємницькі здібності молоді.

Ці види зайнятості є одними з реальних практичних заходів щодо збереження здоров'я молодого покоління та населення регіону. Активні форми туризму та відпочинку в рекреаційних та лікувальних зонах для зняття психофізичного та емоційного пресингу населення, яке страждає від наслідків забруднення природного середовища за містом проживає ня.

Першочергові завдання у розвитку сільського зеленого туризму та етнотуризму:

1. Упорядкувати природні та культурні об'єкти та обладнати місця відпочинку на туристичні маршрути.
2. Розробити місцеві маршрути в рекреаційних зонах для різних верств населення та гостей.
3. Підготувати фахівців: тренерів, керівників, менеджерів для обслуговування туристів.
4. Створити інформаційно-рекламний центр із базою даних турсервісу.

Для цього треба місцевим та обласним радам забезпечити умови просування громадських ініціатив, доручити місцевим структурам забезпечити фінансування створення проєктів та притягнути до їх реалізації місцевих підприємців і всіх бажаючих членів громади.