

**Міністерство освіти і науки України
Одеський національний технологічний університет
Кафедра туристичного бізнесу та рекреації**



**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА
СІЛЬСЬКИЙ ЗЕЛЕНИЙ ТУРИЗМ ЯК СПОСІБ ЗБІЛЬШЕННЯ
ПОТОКУ ТУРИСТІВ ДО ВІННИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ**

Здобувача/ки Вероніки ІВАНОВОЇ

Керівник/ки Ірина КАЛМИКОВА

Кваліфікаційна робота допускається до захисту

Рішення кафедри від 07.06.2022 р., протокол № 11.

Завідувач кафедри ТБтаР _____ Олена МЕЛІХ

Одеса - 2022 рік

ОДЕСЬКА НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ
(ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ)

Факультет	Технології вина та туристичного бізнесу
Кафедра	Туристичного бізнесу та рекреації
Ступінь вищої освіти	Бакалавр
Спеціальність	242 Туризм
Освітня програма	Міжнародний туризм

ЗАТВЕРДЖУЮ

Зав. кафедри ТБтаР

Олена МЕЛІХ

11 лютого 2022 р.

ЗАВДАННЯ

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧКИ

Вероніка ІВАНОВА

1. Тема роботи «Сільський зелений туризм як спосіб збільшення потоку туристів до Вінницької області»

Затверджена наказом академії від 03.11.2022р. Наказ № 921-03.

2. Термін здачі здобувачем закінченої роботи 01.06.2022

3. Вихідні дані роботи

Наукові праці вітчизняних та зарубіжних вчених, підручники, навчальні посібники, Закони України, звіти туристичних підприємств, електронні джерела, статистична звітність.

4. Перелік питань, які потрібно розробити:

1. Теоретичні засади організації сільського туризму.
2. Дослідження сучасного стану та перспективи розвитку туризму у Вінницькій області.
3. Розробка туру «Традиції та забавки на Подільському селі»

5. Перелік графічного матеріалу:

Презентація до кваліфікаційної роботи (26 слайдів)

6. Консультанти по роботі, із зазначенням розділів роботи

Розділ	Консультант	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
Розділ 3	В'ячеслав ІВАНЧЕНКОВ	11.02.2022	06.06.2022

7. Дата видачі завдання 11.02.2022

Керівник/ки _____ Ірина КАЛМІКОВА

Завдання прийняв/ла до виконання _____ Вероніка ІВАНОВА

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Термін виконання етапів роботи
1.	Визначення теми дипломної роботи	15.02.2022
2.	Затвердження плану дипломної роботи	20.02.2022
3.	Підготовка бібліографії	01.03.2022
4.	Написання: Розділ 1	10.03.2022
5.	Написання: Розділ 2	01.04.2022
6.	Написання: Розділ 3	25.04.2022
7.	Оформлення роботи	20.05.2022
8.	Здача закінченої дипломної роботи	01.06.2022
9.	Розробка презентації	01.06.2022

Здобувач/ка _____ Вероніка ІВАНОВА

Керівник/ки _____ Ірина КАЛМІКОВ

АНОТАЦІЯ

до кваліфікаційної роботи бакалавра

Робота містить 85 сторінки, 9 таблиць, 20 рисунків, список джерел з 58 найменувань, 10 додатків.

Метою виконання роботи є розробка нового сільського зеленого туристичного продукту у Вінницькому регіоні на основі ідеї створення сільського туристичного кластеру.

Об'єктом аналізу, узагальнень і дослідження виступає сільський зелений туризм у Вінницькій області.

Завданням роботи передбачено пошук нових дестинацій сільського зеленого туризму Вінницької області для залучення вітчизняних та міжнародних туристів, популяризація ідеї сталого туризму та української аутентичності.

За результатами виконаної роботи сформульовані наступні висновки:

- Вінницька область може стати однією з провідних областей відносно сільського зеленого туризму, що сприятиме збільшенню туристичних потоків в регіон та надасть можливість для розвитку інфраструктури в цілому;
- формування нетипового, цікавого туристичного продукту, що слугуватиме для розвитку туристичного іміджу Вінниччини, як області багатой на культурно-історичні, етнографічні, природно-рекреаційні та екологічні атракції;
- підтримка локальних виробників в регіоні слугуватиме їх подальшому розвитку, що в свою чергу призведе до покращення туристичної діяльності області .

Одержані результати можуть бути використані для подальшого впровадження туристичного продукту такого типу в маси туристичних підприємств по всій території країни.

Рік захисту роботи 2022.

THE SUMMARY

to the qualifying work of the bachelor

The work contains 85 pages, 9 tables, 20 figures, a list of sources with 58 titles, 10 appendices.

The aim of the work is to develop a new rural green tourism product in the Vinnytsia region based on the idea of creating a rural tourism cluster.

The object of analysis, generalizations and research is rural green tourism in Vinnytsia region.

The task of the work is to find new destinations for rural green tourism in Vinnytsia region to attract domestic and international tourists, popularize the idea of sustainable tourism and Ukrainian authenticity.

Based on the results of the work performed, the following conclusions are formulated:

- Vinnytsia region can become one of the leading regions in terms of rural green tourism, which will increase tourist flows to the region and provide an opportunity for infrastructure development in general;
- formation of an atypical, interesting tourist product that will serve to develop the tourist image of Vinnytsia, as an area rich in cultural, historical, ethnographic, natural, recreational and environmental attractions;
- support of local producers in the region will serve their further development, which in turn will lead to improved tourism in the region.

The obtained results can be used for further introduction of a tourist product of this type in the masses of tourist enterprises throughout the country.

Year of protection of work 2022.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
Розділ 1. Теоретичні засади організації сільського туризму.....	8
1.1 Сутність та значення сільського зеленого туризму у світі.....	8
1.2 Фактори, що впливають на розвиток сучасного сільського зеленого туризму у світі.....	19
1.3 Способи збільшення потоку туристів у сільську місцевість.....	28
Висновки до розділу 1.....	36
Розділ 2. Дослідження сучасного стану та перспективи розвитку туризму у Вінницькій області.....	37
2.1 Загальна характеристика та географічна оцінка Вінницького регіону.....	37
2.2 Аналіз туристичного потенціалу та перспективи розвитку сільського зеленого туризму на Вінниччині.....	48
2.3 Визначення проблем в сфері туризму Вінницької області та шляхів їх розв'язання.....	55
Висновки до розділу 2.....	62
Розділ 3. Розробка туру «Традиції та забавки на Подільському селі».....	63
3.1 Розробка програми туру та структури туристичного маршруту	63
3.2 Шляхи просування туру.....	79
3.3 Розрахунок вартості туру.....	86
Висновки до розділу 3.....	91
ВИСНОВКИ.....	92
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	93
ДОДАТКИ.....	97

ВСТУП

Сьогодні туризм є однією з провідних та найбільш розвинутих галузей економіки. В останні роки сільський зелений туризм набирає швидких темпів розвитку як закордоном, так і в деяких областях України, розуміючи під собою специфічну форму відпочинку в приватних господарствах сільської місцевості з використанням природно-рекреаційних та етнографічної спадщини регіону.

Темою дипломної роботи було обрано «Сільський зелений туризм як спосіб збільшення потоку туристів до Вінницької області», оскільки становлення внутрішнього і в'їзного туризму має перспективи стати важливим чинником соціального-економічного розвитку області. Основна задача, що стоїть перед усіма органами залученими до сфери туризму є формування сучасної конкурентоспроможної туристичної індустрії Вінницької області, спроможної задовольнити потреби іноземних та вітчизняних громадян в туристично- рекреаційних послугах.

Актуальність теми пов'язана, в першу чергу, з сприянням зростання зайнятості сільського населення, забезпеченням раціонального використання природних ресурсів, створенням позитивного іміджу Вінницького регіону. По-друге, враховуючи воєнні події 2022 року на території України, бачимо, що ім'я нашої держави вийшло на світовий рівень, а отже інтерес іноземних туристів до української культури, світогляду та традицій лише зростатиме.

Метою роботи є створення нового туристичного продукту на території Вінницької області з акцентуванням на сільському зеленому туризмі.

Основними завданнями цієї роботи є визначити сутність та значення сільського зеленого туризму у світі; проаналізувати фактори, що впливають на розвиток сучасного сільського зеленого туризму в Україні; виявити туристичний потенціал та перспективи розвитку сільського зеленого туризму на Вінниччині.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ОРГАНІЗАЦІЇ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ

1.1 Сутність та значення сільського зеленого туризму у світі

Попри існування й розвиток самого такого явища як сільський туризм, на сьогодні не існує однозначного підходу щодо визначення сутності туризму в сільській місцевості не тільки в Україні, але і в інших країнах Європи. Це пов'язано, насамперед, з диференційованими підходами у різних країнах, і навіть в окремих регіонах в межах однієї країни, до туризму, як виду підприємницької діяльності у сільській місцевості [1].

Поняття сільський зелений туризм, агротуризм, фермерський туризм розкриті у наукових публікаціях та літературних джерелах і виділяються як підвиди екологічного туризму, пов'язаного з пошуком екологічно чистих зон та їх збереженням [2]. Деякі автори розрізняють всі перераховані вище поняття, як окремі види туризму, що відрізняються основними цілями використання вільного часу [3].

Згідно Закону України «Про туризм» визначено, що туризм - це тимчасовий виїзд особи з місця постійного проживання більше, ніж на 24 години, але менше, ніж один рік, в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці перебування. [4].

У вітчизняній та закордонній теорії і практиці досить часто зустрічається поняття "сільського туризму", який традиційно вважається започаткованим у Франції та Швейцарії у другій половині XX ст. При цьому зазначається, що ще на початку XVIII ст. у французьких і швейцарських Альпах з'явилися перші гостьові будинки-шале для обслуговування експедицій британських туристів-природолюбів.

Саме тоді у США і Великобританії поширюється концепція "Bed & Breakfast". З часом зі спектру нічліжних закладів типу "B & B" виокремлюється відпочинок власне у сільських будинках та міні-готелях, розташованих у сільській місцевості [5]

З того часу і до сьогодні сільський туризм набув великої популярності у США та Англії, Ісландії, Данії, Іспанії, Фінляндії, Австрії, Швейцарії, Польщі та Угорщині [6].

Сільський зелений туризм - це проведення вільного часу в сільському середовищі, якому притаманна відповідна забудова, сільський побут, мальовничий ландшафт. Зелений він тому, що туристичні заняття у вигляді пішохідних і кінних прогулянок, спортивних та оздоровчих подорожей, полювання і рибальство відбуваються у сільській місцевості серед живої зеленої природи [7].

Деякі аналітики ототожнюють поняття "сільського" і "зеленого" туризму, часто поєднуючи їх в одне поняття з метою особливого акцентування на тому, що відпочинок відбувається у безпосередньому контакті з природним середовищем та є за сутністю окремим видом туризму. Але в різних країнах науковці по-різному тлумачать ці поняття. Отже, зелений туризм відноситься до будь-якої форми туризму, який має відношення до природного середовища, а сільський туризм концентрується тільки на сільських територіях. Доповнення визначення "сільський туризм" означенням "зелений" підкреслює його екологічну орієнтацію. Сільський туризм, агротуризм і екотуризм відрізняються основними цілями використання вільного часу, їхня головна різниця полягає у базових мотивах подорожування. Сільський туризм - це форма проведення вільного часу у вигляді стаціонарного відпочинку, тоді як базовою метою екотуризму виступає активне відкриття дикої природи, традицій і культури, їх глибоке пізнання й сприйняття.

Виділяються такі форми екологічного туризму: активний екотуризм (піший, велосипедний, водний, кінний, рибальство), фауністичні та флористичні поїздки (орнітологічні поїздки, полювання, тематичні поїздки), культурологічні й етнографічні поїздки [8].

У британському словнику з подорожей, туризму та гостинності С. Медліка визначено таке: Сільський туризм (rural tourism) - відпочинковий вид туризму, сконцентрований на сільських територіях. Він передбачає розвиток туристичних шляхів, місць для відпочинку, сільськогосподарських і народних музеїв, а також центрів з обслуговування туристів з провідниками та екскурсоводами. Поняття "сільський туризм" часто ототожнюють з "агротуризмом", але поняття "сільський туризм" значно ширше [9].

Визначення сільського туризму залишається предметом жвавих дискусій серед багатьох фахівців. Спрощене розуміння сільського зеленого туризму має загальні риси, а саме: це відпочинок, який проводиться в сільській місцевості в обладнаній садибі. У широкому значенні сільський туризм також можна розглядати як домінуючу ключову галузь у територіальному аспекті, коли інші галузі, такі як: народні ремесла, шляхове господарство і транспорт, сфера торгівлі та харчування, інші підприємства сфери послуг підлаштовуються технологічно під відповідне природно-рекреаційне середовище.

Сільський туризм і його підвиди – агротуризм та екотуризм – найбільшою мірою відповідають пріоритетам сталого еколого-економічного розвитку регіонів, а саме: збереження природного та культурного середовища, економічна підтримка добробуту місцевої громади, постачання туристам місцевих екологічних продуктів харчування [6].

Сільський зелений туризм є дещо ширшим поняттям, ніж агротуризм, оскільки передбачає не лише проживання з родиною на території сільськогосподарського виробника з метою ведення домашнього господарства, а й відвідування місцевих пам'яток культури та історії, природних багатств.

Це спонукає до висновку, що функціонування сільського зеленого туризму пов'язане з використанням власних осель жителів, а агротуризм – із використанням майна фермерів, основна діяльність і зайнятість яких спрямована на сферу сільського господарства. Звертаючи увагу на табл. 1.1, виявлено, що вони мають достатню кількість схожих рис, оскільки характеризують вид відпочинку в сільській місцевості. Водночас існує низка відмінностей, які розмежовують ці поняття [10].

Таблиця 1.1

Спільні та відмінні характеристики сільського зеленого туризму, агротуризму та екотуризму [10]

Характерні особливості	Сільський зелений туризм	Агротуризм	Екотуризм
Місце дислокації	Сільська територія	Сільська територія	Територія природних парків, заповідників, лісових та гірських масивів
Місце отримання послуг	Будинок сільського господаря	Ферма	Будинки лісників, палатки посеред дикої природи
Мета подорожі	Відпочинок від галасу міста, ознайомлення з культурою та місцевими традиціями	Допомога у веденні сільського господарства	Знайомство з живою природою та збереження довкілля

Отож, вивчаючи визначення терміну «сільський зелений туризм», що обґрунтовані в працях А. Мазаракі [11], Т. Ткаченко [12], К. Хрипунова, В. Биркович [6], В. Косенко [13], пропонуємо визначення терміну сільський зелений туризм як форма проведення дозвілля у сільській місцевості на базі приватного домогосподарства, де створені спеціальні умови для відпочинку притаманні сільській місцевості: з добровільною участю або без участі у сільськогосподарських роботах, передбачає харчування натуральними продуктами, спостерігання або участь у побуті, традиціях, релігійних обрядах краю [14].

Вважаємо також, що сутність сільського зеленого туризму найточніше відображено і розкрито у визначенні В. Дарчука: «Вид туризму, що передбачає розміщення туристів у сільській садибі для відпочинку та отримання ними відповідних послуг :

- 1) Традиційні обов'язкові: проживання екологічне, історичне розташування, харчування екологічно чистими продуктами, дегустація місцевих (домашніх) страв, розваг (участь у фестивалях, ярмарках, організації традиційних свят);
- 2) Традиційні додаткові: робота на фермі, городі, в саду, на господарському дворі, сіновалі, рибалка, полювання.
- 3) Специфічні: догляд за домашніми тваринами, катання на конях, човнах, навчання народним ремеслам тощо)» [15].

Питання розвитку сільського туризму як джерела отримання додаткових доходів власників особистих селянських господарств висвітлено у наукових працях С. Мельніченка та Г. Михайліченка [16]. У публікаціях Т. Луганської, С. Махлинець, Л. Тебляшкіна проаналізовано різні аспекти становлення та формування сільського туризму, розкрито проблеми розвитку сільського туризму загалом і на рівні окремих регіонів [17]. Економічна сутність сільського зеленого туризму розкрита у наукових публікаціях І. Зінько [18].

Підводячи підсумки щодо використання в обігу понять, основна послуга сільського зеленого туризму - це не просто надання туристам тимчасового проживання, а формування комплексного обслуговування відпочивальників - проживання, харчування та дозвілля. Центральною фігурою в організації відпочинку виступає сільська родина, яка проживає в селі, здійснює основну діяльність, пов'язану з веденням особистого селянського господарства, та побічну - з використанням майна цього господарства для надання відповідних послуг у сфері сільського зеленого туризму [19]. Спільні та відмінні риси сільського зеленого турпродукту від загального туристичного продукту представлено в табл. 1.2.

Розглянемо на прикладі рис. 1.1 основні компоненти сільського зеленого туризму, які приваблюють туристів відвідати сільські місцевості.



Рис.1.1 Компоненти сільського туризму [20]

Досліджено, що споживачами послуг сільського зеленого туризму найчастіше є міські жителі, переважно середнього віку, які на відпочинок приїжджають сім'ями, дуже часто із малими дітьми, зазвичай, вони мають власний бізнес, приблизний їх вік – 25–45 років. Ці люди прагнуть мальовничих краєвидів, сільської тиші, можливості відчувати атмосферу сільської родини, налагодження контактів, знайомства з традиціями, культурою, історичною спадщиною певного регіону, споживання натуральної продукції, навчання певним народним промислам а також основам ведення сільського господарства.

Позитивні емоції від затишної атмосфери сільського відпочинку закріплюються мальовничими пейзажами річок, озер, моря, лісів, гір. Часто при виборі місця відпочинку для споживачів вирішальними є ландшафти та екологічна ситуація [21].

Таблиця 1.2

Відмінні риси продукту сільського зеленого туризму [22]

Продукт сільського зеленого туризму	Туристичний продукт загальний
Обслуговування здійснює господар чи члени його родини	Обслуговування здійснюють наймані працівники
Сторонні особи залучаються на безоплатній основі	Сторонні особи залучаються на платній основі
Відсутність обов'язкової освіти у господарстві	Наявність відповідної освіти персоналу
Споживання відбувається в межах особистого селянського господарства з використанням його житлового фонду	Споживання відбувається в публічних закладах
Прямий контакт господаря та гостей	Відсутність прямих контактів
Можливість відмови у наданні послуги, вибір форм, обсягу та способів оплати наданих послуг	Такої можливості не існує

В багатьох європейських країнах зайняття цим видом діяльності сприяє державна підтримка. Саме тому щорічно збільшуються темпи приросту сільського зеленого туризму, а питома вага таких подорожей у загальній структурі послуг туризму становить більше як 20%. На прикладі європейських країн можемо переконатися, що саме зелений туризм є одним із важливих напрямів вирішення проблем сільської громади, що проявляється у розвитку інфраструктури, забезпеченні надходжень до бюджету, зростанні прибутків селян, рівня зайнятості, рівня екологічної свідомості тощо [21].

До основних функцій сільського зеленого туризму можна віднести:

- 1) Відпочинкова - проявляється у можливості відпочити від ритму міста, набратися сил і натхнення в умовах, віддалених від звичного міській людині середовища;
- 2) Оздоровча - завдяки сільському зеленому туризму є нагода зміцнити імунітет шляхом перебування на свіжому повітрі, підвищенням фізичної активності, споживанням натуральних продуктів;
- 3) Соціальна - завдяки сільському зеленому туризму є можливість встановлення контактів, знайомств, між різними соціально-віковими групами, які часто переростають у дружні взаємовигідні відносини;
- 4) Пізнавальна - проявляється у пізнанні навколишнього середовища, знайомстві з новими людьми та їх побутом, історико-культурними пам'ятками, традиціями, фольклором, народними ремеслами, особливостями ведення сільського господарства, загальною атмосферою села тощо;
- 5) Економічна - ця функція проявляється у наявності фінансових відносин з приводу купівлі-продажу послуги;
- 6) Естетична - проявляється в отриманні задоволення від гарних краєвидів, цікавих історико-культурних закладів, витворів мистецтва, фольклорних заходів;
- 7) Екологічна - проявляється у виробленні певного типу мислення та поведінки людини, направленої на раціональне використання природних ресурсів, впровадження технологій, які позитивно впливають на середовище;

8) Навчальна - можливість набуття теоретичних і практичних навиків: ведення домашнього господарства, навчання народним ремеслам, причому процес навчання може стати продуктивним для двох сторін;

9) Когнітивна - проявляється в отриманні задоволення від спілкування, приємних подій, спогадів, вражень, які надовго залишаються у пам'яті [21].

Сільський зелений туризм має давні традиції. Ще в період Римської імперії існувала традиція виїзду із Риму на відпочинок у сільську місцевість. На сучасному етапі це явище особливо поширилось у другій половині XX ст., коли населення великих міст постіндустріальних держав вже не могло обійтися без чистого повітря, привабливих малозаселених, екологічно чистих сільських територій [7].

На початку XXI ст. індустрія сільського туризму визнається експертами ВТО як суттєвий, найбільш динамічно зростаючий сектор світового туристичного господарства. Щодо Європи, варто відзначити вагому державну підтримку програм залучення сільських громад до зеленого й агротуризму. Європейський Союз вбачає в сільському туризмі основний важіль економічного підйому своїх сільських територій. Австрія, яка за площею співмірна з Карпатським туррегіоном України, нині нараховує понад 15 000 зареєстрованих агротуристичних господарств сумарною місткістю 170 000 ліжко-місць. відпочинку в австрійських Альпах є безпосередня задіяність гостей у традиційному фермерському газдуванні: вигоні худоби на альпійські луки, зборі альпійських трав, виготовленні молокопродуктів, зборі лісових ягід тощо, а також різноманітні програми активного гірського й екологічного туризму.

Також вартим вивчення є досвід європейських сусідів України: Угорщини, Румунії, Польщі. Основним заняттям у сфері сільського туризму в Угорщині є його поєднання з національними традиціями конярства. Щорічно в Угорщині проводяться Національні фестивалі кінного спорту.

У Румунії інтереси власників агроосель представляє ANTREC - Національна асоціація сільського, екологічного і культурного туризму. На сьогодні ця організація нараховує 3250 членів, понад 2500 агроосель з сумарним рекреаційним потенціалом понад 11 000 ліжко-місць. Сільський туризм у цій країні розвивається, передусім, у Південних Карпатах і орієнтується на такі ж переваги, що й Україна, тобто на збереження природного середовища й етнокультурних традицій таких як обряди, звичаї, народні ремесла, відгонне вівчарство на карпатських полонинах, гастрономічні традиції, унікальна народна архітектура, гірські замки, гірськолижні курорти, мережа природно-заповідних територій [5].

Якщо аналізувати європейський досвід організації сільського зеленого туризму, то гарним прикладом є Франція. У країні розроблена спеціальна програма дитячого відпочинку в сільській місцевості впродовж шкільних канікул. Діти від 3 до 13 років запрошуються для проживання у сім'ї, піклування про свійських тварин, таких як ягнята, поросята, кролики.

Дітей залучають до активних ігор на природі зі своїми сільськими ровесниками, цікавих походів і пригод. Також у селі діти мають змогу вивчати народні танці, художні промисли, фольклор краю, іноземні мови. Якість такого відпочинку контролюється і сертифікується DDASS - Міністерством охорони здоров'я і соціального забезпечення Франції, а також Міністерством молоді та спорту.

Для тих категорій туристів, які полюбляють подорожувати країною на власному авто, у Франції значного розвитку набула мережа автотуристичних кемпінгів, прив'язаних до сільської місцевості, де туристи можуть отримувати свіжі продукти домашнього приготування. Усі кемпінги країни постійно перевіряються на відповідність національним стандартам сервісу й отримують категорійний сертифікат. Альтернативу відпочинку у сільських господарів становлять так звані курортні селища, які облаштовуються у місцевостях з мальовничою природою національних і регіональних ландшафтних парків [5].

Уже ні в кого не викликає сумніву теза про те, що сільський зелений туризм в Україні має неабиякі перспективи для розвитку, адже українське село здатне запропонувати туристові надзвичайно розмаїтий сільський туристичний продукт: самотній побут, величезну історико-архітектурну народну спадщину, екологічно чисті продукти харчування, мальовничі ландшафти тощо. Двадцятирічний досвід розбудови сектора сільського туризму в Україні від поодиноких аматорських спроб до програмно-цільової державної підтримки дає підстави констатувати: сільський зелений туризм виступає одним із чільних пріоритетів подолання депресивності й активізації соціально-економічного розвитку сільських територій України. Сільський зелений туризм із кожним роком набуває все більшої популярності як у світі, так і в нашій державі. Він дає змогу, з одного боку, активізувати малозабезпечені верстви населення, які можуть розраховувати на відносно дешевий відпочинок, а з іншого боку - сприяти розвитку селянських господарств.

Соціально-економічне значення розвитку сільського зеленого туризму для будь-якої держави полягає у тому, що воно:

- - стимулює розвиток селянських господарств, які займаються зеленим туризмом;
- - сприяє розвитку місцевої інфраструктури;
- - сприяє збуту надлишків сільськогосподарської продукції, збільшуючи додаткові прибутки селян і відрахування у місцеві бюджети;
- - активізує місцевий ринок праці, підвищує зайнятість, затримує молодь на селі, знижуючи потребу в закордонному заробітчанстві;
- - сприяє охороні туристичних ресурсів, насамперед збереженню етнокультурної самотності українців;
- - створює можливості для змістовного відпочинку незаможних людей;
- - сприяє підвищенню культурного рівня мешканців села та підвищенню екологічної свідомості [7]

1.2 Фактори, що впливають на розвиток сучасного сільського туризму в Україні

В Україні розвиток сільського туризму розпочався тільки в 1996 році з виникненням «Всеукраїнської спілки сільського зеленого туризму», однак він дуже швидко став популярним як для відпочиваючих, так і для господарів сільських садиб та будинків. Велике розповсюдження сільський туризм одержав у Карпатському регіоні, Закарпатті, Слобожанщині, Поліссі, Поділлі та Буковині. Відпочинок на селі є одним із найперспективніших напрямів відродження та розвитку українського села, а також підвищення економічного рівня регіонів України. Зелений туризм не виснажує наявні ресурси, а також підвищує рівень життя місцевого населення, економічно зацікавленого у їх збереженні та примноженні [6].

Однак, є дані, що на Україні організований відпочинок на селі був популярним серед членів молодіжних організацій, української інтелігенції ще наприкінці XIX – на початку XX ст. Саме тоді літній відпочинок на селі був відомий під назвою «літнисько». Починаючи з 60-х років XX ст. у традиційно популярній місцевості літниськового відпочинку почали з'являтися туристично-оздоровчі комплекси, такі як: Моршин, Трускавець, Свалява [23].

Відомо, що 2020 рік в Україні був проголошений Роком розвитку туризму в регіонах і на сільських територіях. Особливо в теперішніх умовах світової пандемії, пов'язаної з поширенням вірусу COVID-19, посилюються позиції внутрішнього туризму. Зокрема сільський зелений туризм та його різновиди набирають все більшої актуальності. Вітчизняні експерти розвитку галузі радять власникам садиб та фермерам оперативно вивчити попит, підготувати цікаві пропозиції, ефективно рекламувати, налагодити якісний сервіс за помірними цінами, співпрацювати з туроператорами.

Згідно з визначенням фахівців, найбільш пріоритетними регіонами для розвитку сільського туризму в Україні є:

1. Західний регіон: Закарпатська, Івано-Франківська, Львівська, Хмельницька області.
2. Південний регіон: Запорізька, Миколаївська, Херсонська області.
3. Центральний і Північний регіони: Київська, Вінницька, Полтавська, Чернігівська області [24].

За цей час було сформовано поняття та термінологію, набули чинності прийнятні для розвитку нормативно-законодавчі акти, впроваджені методичні і практичні напрацювання та програми для власників осель і підручники для студентів, десятки реалізованих проектів, власні продукти — програми екомаркування «Зелена садиба», передплатний журнал «Туризм сільський зелений», організація і проведення всеукраїнських виставок-ярмарків «Українське село запрошує», конференцій і регіональних тренінгів та семінарів, сформована всеукраїнська мережа садиб сільського туризму тощо [25].

Під правлінням громадської організації «Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні» затверджено програму добровільної катетеризації у сфері сільського зеленого туризму «Українська гостинна садиба». Зроблено це з метою розвитку форм поселень у сільських садибах, підвищення якості комплексного обслуговування туристів, надаваних послуг розміщення та сприяння розвитку сільських територій в Україні) [26].

Зелена садиба – колоритний будинок розташований у мальовничій сільській або приміській зоні, з сільським або фермерським господарством або без нього, частина якого відведена для проживання, харчування, проведення дозвілля та відпочинку невеликої групи туристів.

Зелена садиба здебільшого представляє собою комфортний будинок, одно-, дво-, або трьох поверховий, який розміщується в сільських населених пунктах, приміських зонах і територіях; зазвичай з достатньо великим двором, який виконує функції паркінгу.

Позаду двору часто розміщуються дерев'яні лавочки, альпійські гірки, альтанки для відпочинку, різноманітні штучні водойми у вигляді рибників, ставків з декоративним мостиками, басейну, дитячими площадками тощо. Господарі можуть проживати в окремому приміщенні або відокремлених кімнатах, займатися фермерством, сільським господарством, або тримати звичайне для сільських місцевостей господарство, мінімальну кількість худоби та невеликий город.

Добровільна катетеризація у сфері сільського зеленого туризму «Українська гостинна садиба» має чотири категорії. Які позначаються відповідним знаком (Додаток А).

Знак «Українська гостинна садиба» складається з словосполучень двома мовами, зокрема української – «Українська гостинна садиба» та англійською – «Ukrainian guest house», та зображення української хатинки. Під хатинкою розміщені квітки мальви - від однієї до трьох. Кількість квітів визначають категорію садиби:

- базова категорія - позначається без квітки;
- перша - однією квіткою;
- друга - двома квітками;
- третя - трьома квітками.

Такий знак дає можливість сільському господарю повідомляти про відповідну якість житлових умов та рівень послуг, встановити плату тощо. Цей знак надається Спілкою сприяння розвитку сільського зеленого туризму та може використовуватися як інструмент маркетингу. Надається такий знак на термін три роки, що підтверджується відповідним сертифікатом. Категоризація садиб є добровільною та здійснюється на підставі заяви власника агрооселі, до якої ще додаються відповідні документи [26].

Загалом сільський зелений туризм визначається своєю багатогранністю . Він передбачає:

- екскурсійні маршрути, які є унікальною можливістю долучитися до джерел та витоків української духовності через засоби культури, літератури, мистецтва;
- ознайомлення з природними художніми ремеслами (плетіння з лози, різьба по дереву, вишивка, малярство, гончарство тощо);
- відвідування історичних пам'яток (місць життя і творчості відомих людей тощо) [27].

Україна має надзвичайно великий туристично-рекреаційний потенціал. Майже 15% території – це зони для відпочинку, гірські та приморські ландшафти, придніпровські зелені зони, де чисті ріки, повітря, гори, де збережені національні традиції, фольклор, музеї, церкви й інші прекрасні архітектурні пам'ятники. В Україні налічується більше 500 населених пунктів, які мають унікальну історико-культурну спадщину, охороняється державою близько 30 національних і регіональних парків і садіб відомих діячів української культури [28].

Визначними є лікувальні ресурси – більш ніж 400 джерел мінеральних вод та понад 100 родовищ цілющих грязей, велика кількість яких є унікальними не тільки для України, але й для Європи. Значна частина цих ресурсів зосереджена в межах сільської місцевості, площа якої становить 69,3 % території країни, та в межах лісових угідь, площа яких складає 17,2 %. У селах України нараховується 6,3 млн житлових будинків, з яких 98 % перебувають у приватній власності.

Сільський туризм приваблює мешканців великих міст України, які мріють хоча б на кілька днів зануритися в атмосферу сільського життя, в екологічно чисте середовище, спробувати смачні та приготовані з натуральних продуктів страви української кухні, а також відпочити від шаленої метушні в мальовничих куточках нашої країни.

Останнім часом зелений туризм набув широкого розповсюдження серед іноземців, які живуть і працюють в Україні, а саме співробітників посольств, працівників іноземних фірм, банків тощо. Вони приїжджають до українського села як на уїкенд, так і на довший термін [29].

Також слід зазначити, що велику роль у формуванні й упровадженні в соціально-економічне життя населення такого виду діяльності, як зелений туризм, відіграє ставлення до нього пересічних українців. На даному етапі воно досить різне – від абсолютного несприйняття цього виду відпочинку до чималого захоплення його екологічністю та економічністю. Проте необхідно брати до уваги, що велика частина населення лишається зовсім непоінформованою щодо даної форми туризму.

У зв'язку із цим на перший план виходить популяризація ідеї сільського зеленого туризму та ознайомлення громадян України з основними його принципами. Тобто головною метою повинно стати пропагування даного виду відпочинку та створення його позитивного образу. У сільській місцевості, крім історико-культурних об'єктів, потенційно привабливими є хліборобство як етнографічне явище, яке поєднане з ритуалами: привітання з «хлібом, сіллю та рушником», «толока» – участь громади при збиранні хліба, на сінокосі – «обжинки» – свято після збирання врожаю; промисли – мисливство, рибальство, збиральництво, чумацтво; ремесла – лозоплетіння, столярство, гутництво (виготовлення скла), кушнірство (вичинка шкур для одягу); народна архітектура – хата, клуня, хлів, комора, церкви та каплиці, млини та вітряки; українське національне вбрання, національна кухня.

Головна мета сільського туризму - це новий агротуристичний продукт - сукупність послуг з організації перевезення, розміщення, харчування туристів, який би виходив за рамки традиційного уявлення про туристичну пропозицію України, і, неодмінно, враховував би природну, історико-культурну специфіку регіонів та гостинність сільського населення.

Сільський туризм є важливим соціально-економічним явищем сучасності. Головну роль у його розвитку відіграють природно-географічні, історико-політичні, соціально-економічні та демографічні фактори.

Умовно фактори розвитку сільського зеленого туризму можна поділити на зовнішні та внутрішні. До зовнішніх факторів розвитку туризму можна віднести географічне положення регіону, політичні відносини між країнами, міжнародний розподіл праці, рівень цін на міжнародному ринку та в різних країнах, співвідношення валют тощо. Такі демографічні фактори, як зростання населення, його нерівномірна щільність і концентрація у великих містах (урбанізація) призводять до збільшення туристичного потенціалу, намагання опинитись у менш людних місцях. Велику роль відіграють такі фактори, як, близькість до транзитних шляхів і країн, які поставляють туристів, віддаленість від “гарячих” точок планети, співвідношення рівнів соціально- економічного розвитку різних країн.

Визначальними є внутрішні фактори розвитку сільського зеленого туризму. Природно-географічні особливості й кліматичні умови країни, наявність та якість природних ресурсів і можливість їх зручного використання; економічна ситуація в країні; внутрішня політика країни, політична стабільність; суспільний лад, рівень розвитку продуктивних сил, структура і рівень добробуту населення є вирішальним серед факторів розвитку сільського туризму [2].

З точки зору впливу на туристичну діяльність усі фактори поділяються на фактори залучення, що спонукають до подорожі чи відпочинку та фактори розподілу попиту, що впливають на вибір місця подорожі чи відпочинку [2].

Сільський туризм – вид туризму, який відбувається у сільській місцевості і використовує його цінності: сільський спосіб життя, природне середовище, місцева культура, традиційна архітектура, участь у місцевих культурних подіях.

Тому до факторів розвитку сільського зеленого туризму можна віднести:

- безперечну чарівність сільської території та її цінностей для мешканців міст, для яких село – це втеча від натовпу та промисловості;
- появу моди на відпочинок у натуральному середовищі;
- розвиток транспорту, що дає можливість швидкого та легкого доступу туристів у віддалені території з чистим середовищем;
- більшу доступність цього виду відпочинку для осіб з невеликими доходами;
- традиції сільської гостинності,
- декоративні елементи, місцева кухня з типовими, сільськими стравами, запахами та смаками.

В сучасних умовах сільський туризм є одним з найбільш перспективних і ефективних напрямків сталого розвитку українського села. Адже розвиток визначеного виду туризму приваблює туристів із розвинутих країн, які підтримують соціальне та економічне зростання за збереження екологічної безпеки. Основні принципи сталого розвитку визначають раціональне природокористування, збереження та відновлення навколишнього середовища для майбутніх поколінь, що є актуальним як для України в цілому, так і для її регіонального розвитку.

Бар'єром у розвитку сільського зеленого туризму є недостатня сформованість комплексу агротуристичних послуг, не завжди якісний туристичний продукт, слаборозвинуті елементи туристичної інфраструктури.

До негативних факторів розвитку сільського зеленого туризму належать: відсутність поєднання нового житлового будівництва з традиційною архітектурою; недостатній рівень знань серед сільського населення та недовіра і відсутність бажання мешканців села приймати туристів – суспільний бар'єр; низький рівень розвитку побутових умов.

Суттєвими недоліками сільського туризму є: невизначеність ринкової ситуації; сезонна нестабільність попиту на турпослуги; висока конкурентність на регіональному ринку турпослуг із закладами інших організаційних форм масової рекреації; обмеженість фінансових ресурсів; мінливість попиту (запитів) споживачів турпослуг; соціально-економічна ситуація в країні тощо.

Для того щоб систематизувати надану інформацію, а також зробити певні висновки щодо перспективи розвитку сільського туризму, в Україні було проведено SWOT-аналіз стану цього виду діяльності, що виокремлено в табл. 1.3, яка дає можливість оцінити сучасний стан сільського туризму, окреслити перспективи його розвитку в Україні.

Таблиця 1.3

SWOT-аналіз зеленого туризму в Україні [30]

Фактори, що впливають на діяльність підприємства	Позитивні	Негативні
Внутрішні	(S) Сильні сторони: 1. Переважно чисте довкілля. 2. Багата флора та фауна. 3. Велика кількість історико-культурних пам'яток. 4. Збережені національні традиції. 5. Велика кількість приватних садиб. 6. Невелика ціна на проживання та харчування. Харчування з екологічно чистих продуктів.	(W) Слабкі сторони: 1. Низька якість умов проживання. 2. Проблеми з водопостачанням. 3. Недостатня обізнаність населення в даному виді відпочинку. 4. Незнання господарями іноземних мов. 5. Недостатньо розвинута інфраструктура. 6. Відсутність цікавих атракцій у селах.

Продовж. табл. 1.3

Зовнішні	(О) Можливості: 1. Збільшення доходів та зайнятості сільського населення. 2. Покращення умов життя в українських селах. 3. Формування позитивного іміджу України у світі. 4. Покращення інфраструктури сіл. 5. Збереження історико-культурних пам'яток.	(Т) Перешкоди: 1. Відсутність категоризації знижує якість нічліжних умов. 2. Політичний імідж країни не сприяє притоку іноземних інвестицій. 3. Відсутність нормативно-правової бази перешкоджає організації відпочинку на селі.
----------	--	---

Проведений SWOT-аналіз дає підстави зробити певні висновки. По-перше, для подальшого розвитку зеленого туризму в Україні необхідно сформувати єдину нормативно-правову базу, яка б здійснювала контроль над даною сферою послуг. По-друге, розробити заходи, які б заохочували відпочиваючих збільшити тривалість свого перебування в сільських садибах, а також створити інформаційні центри у містах, які б надавали точну інформацію населенню про господарів агроосель, кон'юнктуру цін та задовольняли всі інформаційні потреби туристів. Обов'язковим є проведення тренінгів та семінарів для власників садиб, які можуть бути задіяні в сільському туризмі, де вони б змогли обмінюватися досвідом та здобувати нові знання [30].

1.3 Способи збільшення потоку туристів у сільську місцевість

В останні роки з боку законодавців, науковців, працівників державних і місцевих органів влади підвищена увага приділяється проблемам розвитку сільського туризму. Необхідно підкреслити, що зазначений специфічний вид діяльності сільського населення в Європі має доволі багату історію, накопичено значний позитивний і різносторонній досвід, в основі якого лежить використання як традиційних природно-екологічних, курортно-рекреаційних, культово-етнографічних ресурсів та історико-культурної спадщини сільської місцевості загалом, так і привабливих для туризму особливостей конкретних сільських територій і сільських населених пунктів. У зв'язку з цим треба відзначити, що кожна європейська країна пройшла свій специфічний шлях розвитку сільського туризму — від індивідуального ініціативного задоволення потреб міських жителів у відпочинку, їх власної зацікавленості в пізнанні історії, культури, етносу та природи заміських територій до індустрії масового відпочинку, туризму і оздоровлення в сільській місцевості, як найбільш придатній для цього сфері функціонування і відтворення суспільства взагалі [31].

Сільський туризм є відносно новим і перспективним напрямом, що дозволяє жителям міст долучитися до традиційного укладу життя сільських жителів. Протягом останніх 100 років Україна переживала процес урбанізації, коли будучи країною з переважним сільським населенням, перейшла у фазу з переважним міським населенням, що становить майже 70%. Однак, характерною тенденцією останніх років є стабілізація частки сільського населення на рівні близько 32%. Щодо регіонального розрізу сільського населення України, то він представлений на рис. 1.2.

З одного боку, така висока частка сільського населення може свідчити про наявність на сільських територіях людських ресурсів. З іншого боку, така кількість сільського населення може слугувати підставою для диверсифікації економіки та розвиток у його структурі секторів, що потребують значної кількості робочих рук, зокрема сільського зеленого туризму.

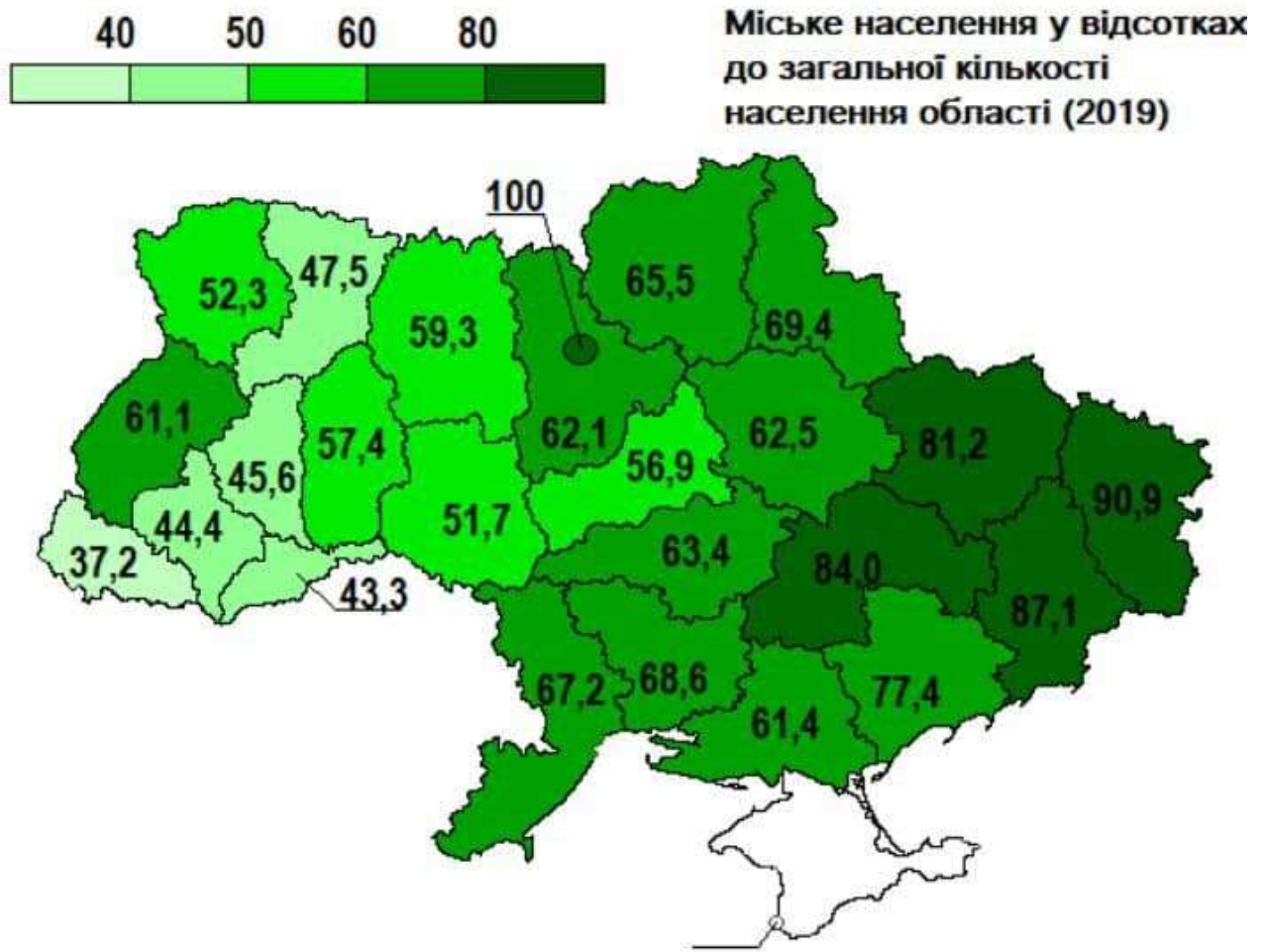


Рис 1.2 Регіональний розріз сільського населення України на 2019 рік [32]

Зацікавленість держави в розвитку цієї діяльності базується насамперед на тому, що для держави приблизно в десятки разів дешевше обходиться створення нормальних умов для сільського жителя на селі, ніж створити для нього ті ж умови в місті. У зв'язку з цим більшість держав Європи заохочують розвиток сільського зеленого туризму надаючи пільги.

В Україні розглядаються два можливих на прями розвитку сільського туризму:

Перший — можливість використання наявного потенціалу сільських регіонів, житлового фонду сільських жителів, інформаційну та організаційну інфраструктуру, історико-етнографічні маршрути та інше.

Другий — що направлений на залучення туристів до сільської місцевості, завдяки створенню нових сільських приміщень за рахунок переобладнання існуючого житлового фонду на селі та нового будівництва з урахуванням потреб сімейного, молодіжного, культурного, дитячого, мисливського туризму тощо.

Згідно даних опитування, 64% міських жителів хотіли б відпочивати у сільській місцевості і в основному це короткотривалий відпочинок на 1-3 дні, найбільше у відпочинку приваблює гостинність та екологія, для більшої половини міських жителів стандарт помешкання середньо важливий, найбільш цікавими для споживачів є участь у сільських атракціях, 55% міських жителів сільський туризм як явище є невідоме [21].

Питання розвитку не тільки сільського туризму, але взагалі в'їзного туризму— є актуальним і стоїть першочерговим серед завдань економічного піднесення країни. Реалізуючи стратегічні проекти, здійсниться відповідна переструктуризація туристичної галузі у взаєминах з напрямками соціального та економічного життя держави, допоможе зорієнтувати населення, управлінські та бізнесові структури та комплексний підхід до забезпечення ефективного використання переваг і можливостей туристичної сфери, обумовлених природними та кліматичними умовами, традиціями та історичними особливостями, із врахуванням вимог щодо захисту і збереження довкілля та збагачення історико – культурної спадщини.

Бізнес у галузі сільського зеленого туризму в Україні має великі можливості функціонування та розвитку. На цьому етапі в Україні створена «Українська мережа сільського розвитку» з метою поліпшення соціально-економічного розвитку, що поєднує у собі і мету покращення розвитку зеленого туризму. Мережа сільського розвитку прагне сформувати у суспільстві бачення і створення такого майбутнього сільської місцевості України, як сільські мальовничі території, що можуть запропонувати широкий спектр працевлаштування для постійної зайнятості населення та можливостей для отримання високих доходів, поліпшення якісного рівня

життя для своїх громадян і сталого використання та охорони українських родючих земель та інших природних благ. Мета мережі: створити платформу для навчання та взаємного обміну отриманими знаннями і досвідом між організаціями й установами, які беруть участь у створенні та реалізації політики сільського зеленого туризму, програм і проектів.

Українська мережа сільського розвитку прагне до постійного підвищення якості, ефективності та продуктивності наявних сільськогосподарських ресурсів у межах інтересів сільського населення та сталого розвитку сільських місцевостей України [33].

Науковець М. П. Мальська стверджує, що стратегія розвитку туризму повинна передбачати комплексний структурно – функціональний методичний підхід, що полягає у поєднанні різноманітних компонентів туристичної індустрії та її інфраструктури [34].

Інноваційним вирішенням цієї проблеми є створення туристичних кластерів, які охарактеризовують як сконцентровану на певній території групу взаємопов'язаних підприємств і структур туристичної індустрії та інших пов'язаних з нею галузей (транспорт, зв'язку, охорони здоров'я тощо), які взаємодіють і взаємодоповнюють одна одну при створенні комплексного туристичного продукту території загалом та продукту сільського зеленого туризму зокрема.

Інший науковець Ушаков Д.С. вважає, одним із важливих принципів впливу на розвиток туризму є необхідність управління національним туристичним продуктом, до якого відносять:

- формування стратегії розвитку в'їзних туристичних потоків;
- управління номенклатурою в'їзних турів;
- контроль якості національно туристичного продукту.

Цей вчений, також пропонує, застосовувати також різні стратегії розвитку в'їзного туризму.

Отож, не можна не розглядати нерівномірності розвитку туристичної інфраструктури по території країни, що сформувалась історично. Сформовані і конкурентоспроможні туристичні центри можуть використовувати стратегію радіального розвитку. Її основа полягає в послідовному проходженні приймаючою територією ряду етапів.

Початковий етап проводить поглиблення пропозицій туристичного продукту за рахунок розширення транспортних, екскурсійних та анімаційних послуг, готельної бази, що дасть змогу приймати туристів з різним рівнем доходу, які здійснюють подорожі з будь – якою ціллю та тривалістю.

Другий етап заключає поступове включення до туристичного продукту сусідніх (не більше ніж за 300 км від туристичного центру) туристичних ресурсів чи показових об'єктів додаткової чи обов'язкової екскурсії (без ночівлі) і подальша популяризація цих об'єктів.

На третьому етапі складаються комбіновані тури, в які входить не тільки екскурсійне обслуговування, але і туристичне (з ночівлею) безпосередньо в об'єкті для показу. Третій етап полягає в диверсифікації туристичного потоку і його перерозподілу на раніше невідомі туристичні центри, а також перетворення туристичного центру в ще більш значний транзитний пункт.

І на останньому, четвертому етапі, розпочинається автономізація, а саме, раніше не відомі об'єкти перетворюються у значні туристичні центри зі своєю туристичною інфраструктурою і певним рівнем популярності серед туристів. Потім такі туристичні центри починають розширюватися, формувати та популяризувати нові показові об'єкти, поступово займаючи все більші території.

Така стратегія є зовсім без ризиковою, хоча вона може призвести до зростання негативного впливу в'їзного і внутрішнього туризму внаслідок значного збільшення в'їзду без забезпечення рівномірності розподілу туристичного продукту по території.

Туристичний потенціал території – широке, багатоаспектне поняття, що охоплює спектри природних, етнокультурних та соціально – історичних ресурсів, а також присутність господарської та комунікаційної інфраструктури території, які служать як передумови розвитку певних видів туризму [35].

Слід звертати увагу також на гомогенні туристичні ресурси, етнографічні та культурні особливості регіонів, традиційні ремесла.

Гомогенні туристичні ресурси – це природні та соціальні об’єкти, події, явища, походження яких тісно пов’язане як з територією України (де вони розташовані чи відбулися), так і з територією тієї іноземної країни або дестинації, в межах якої даний об’єкт, явище, подія первісно виникли [35]. Інтерес у туристів до сільської місцевості можуть викликати, місця пов’язані з життєвим шляхом їх видатних земляків, а також поховання іноземців, архітектурні пам’ятки створені ними, або які носять їх імена, меморіальні дошки та пам’ятники, споруджені на честь подій пов’язаних з історією тієї чи іншої держави або дестинації, або видатних іноземців.

Етнографічні та культурні особливості регіонів проявляються в об’єктах та явищах матеріальної та духовної культури життєдіяльності етносу на території його історичного розвитку. Найцікавішими для туристів можуть бути об’єкти матеріальної: храми, могили, пам’ятні хрести, традиційне житло, господарські будівлі, декоративні вироби народних майстрів, національний одяг; та явища духовної етнокультури, які пов’язані з побутовими та культурними обрядами, традиціями, усною народною творчістю. Ці ресурси, в свою чергу, орієнтуються на вихідців з урбанізованого середовища, яке знаходиться під впливом масової культури, а їхнє розташування тісно пов’язане з селами як найбільш консервативними за своїми культурними особливостями формами розселення.

Варто також звертати увагу на таке поняття як «Бренд території» та розвивати його.

Бренд території – це відмінні риси, які вирізняють конкретну територію, серед конкурентів. Основна задача, яку слід сформувати команді з управління брендом є – виділити населений пункт на тлі конкурентів.

Українське село має багатий пізнавальний характер. Зелений туризм в Україні перебуває в активній стадії розвитку. Але навіть за низьким рівнем поінформованості багата рекреаційними ресурсами екологічно чиста сільська місцевість України приваблює іноземців та вітчизняних туристів.

Щоб вивести сільський зелений туризм на належний рівень, потрібно перш за все визначити пріоритетні території розвитку. Також необхідно розробити систему для надання належної освіти для працівників цієї галузі та створити інформаційний орган, який буде займатися маркетинговою діяльністю даної сфери туризму [36].

Для інформування населення щодо можливостей відпочинку в сільській місцевості необхідно створити національну організацію, що буде видавати рекламні інформаційні каталоги, а також використовувати інші форми реклами та залучення туристів. Це може бути позиціонування продажу через Інтернет-пропозиції по сільському туризму; створення бази даних про туристичні об'єкти та об'єднання; організація промоції, реклами і продажу каталогів туристичного продукту [36].

Для активізації туристичної діяльності в сільській місцевості та значного збільшення притоку туристів необхідно реалізувати низку різнопланових заходів на різних рівнях управління. Основні і найбільш вагомі серед них такі:

1. Доопрацювати і затвердити законопроект "Про сільський туризм", в якому в законодавчому порядку закріпити усталені визначення базових положень і термінів, чітко розмежувати поняття підприємницької і підсобної діяльності в сфері сільського туризму.

Посилити відповідальність регіональних органів управління за розроблення Програм розвитку сільського туризму на оглядову перспективу (3-5 років), організаційне та фінансове забезпечення виконання передбачених ними заходів по розбудові інформаційно-туристичної інфраструктури;

— створити мережу інформаційно-довідкових центрів сільського туризму в регіонах, а також відкрити вебсайти в мережі Інтернет, де буде надаватися детальна інформація про засоби розміщення й об'єкти сільського туризму, асортимент і якість туристичних послуг, умови поселення і вартість проживання, а також інші види обслуговування;

— продовжити і розширити практику проведення вітчизняних виставок та ярмарок сільського туризму, на яких презентуються кращі туристичні продукти різних сільських регіонів України, відбуваються прес-конференції, проводяться рекламно-інформаційні акції з метою його популяризації;

— забезпечити постійну участь українських представників у Європейських заходах з проблем розвитку сільського туризму, у вивченні позитивного досвіду європейських країн у цій сфері, його акумуляції та адаптації до вітчизняних умов.

2.Приймаючи до уваги, що до цього часу практично відсутні нормативні документи з питань страхування сільських туристів, захисту їх прав як споживачів туристичного продукту, медичного обслуговування тощо, необхідно залучити відповідні органи державного управління та підприємницькі приватні структури, які працюють у сфері туризму, до розроблення проектів відповідних нормативних документів, організації їх обговорення та прийняття у встановленому порядку.

3. Оскільки санітарно-курортні установи значно підвищують ціни на путівки, зростає вартість готельних послуг, то в умовах економічної кризи, саме сільський туризм може стати альтернативним і доступним для всіх видом як відпочинку, так і оздоровлення. Отже, необхідно надати додаткові стимули для розвитку туризму у сільській місцевості [36].

Висновок до 1 розділу:

У викладеному вище розділі, розглянуто теоретичні засади організації сільського туризму. Виявлено, що однозначного визначення сутності сільського туризму не існує, тому на основі наукових публікацій, літературних джерел та іноземних словників наведено варіанти тлумачення даного поняття такими науковцями як С.Медлік, А.Мазаракі, Т.Ткаченко, В.Косенко та іншими.

Було проаналізовано місце та час започаткування поняття "сільського туризму" і основні відмінності між агротуризмом, екотуризмом та сільським туризмом. Звернено увагу, що поняття "зеленого туризму" може відноситись до будь-якого з перелічених вище видів відпочинку, а його головна сутність полягає саме в акцентуванні на тому, що він має відношення до природного середовища. На основі даної інформації було побудовано порівняльну таблицю спільних та відмінних характеристик кожного з трьох форм проведення вільного часу.

В розділі було представлено схематичні рисунки основних компонентів сільського зеленого туризму, порівняно загальний туристичний продукт та продукт сільського зеленого туризму. Виокремлено основні функції туризму у сільській місцевості та виявлено його соціально-економічне значення.

В другому підпункті даного розділу було розглянуто фактори, що впливають на розвиток сучасного сільського туризму в Україні, визначено його головну мету на основі проведеного swot-аналізу.

На основі існуючих проблем розвитку сільського туризму, було запропоновано способи збільшення потоку туристів у сільську місцевість. В третьому підпункті було представлено регіональний розріз сільського населення України на 2019 рік і виділено результати опитування міських жителів щодо даного виду відпочинку. Дано визначення таким поняття як «туристичний потенціал території», «туристичний бренд», «гомогенні туристичні ресурси» та їх вплив на розвиток сільського туризму.

РОЗДІЛ 2

ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНОГО СТАНУ ТА ПЕРСПЕКИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ У ВІННИЦЬКІЙ ОБЛАСТІ

2.1 Загальна характеристика та географічна оцінка регіону

Вінницька область — була утворена 27 лютого 1932 року. Розташована на правобережжі Дніпра в межах Придніпровської та Подільської височин. На рис. 2.1 можна побачити, що на заході Вінницька область межує з Чернівецькою та Хмельницькою, на півночі з Житомирською, на сході з Київською, Кіровоградською та Черкаською, на півдні з Одеською областями України та з Республікою Молдова. Площа області складає 26513 км.кв. Область займає майже 4,5% території України [37].



Рис 2.1 Вінницька область на мапі України [37]

Вінницька область розміщена в лісостеповій зоні центральної частини Правобережної частини України. Річкою Південний Буг територія області ділиться на дві частини.

Лівобережна частина відноситься до Придніпровської височини, а правобережна до Подільського плато. Сучасний рельєф області – в основному хвиляста, подекуди горбиста, рівнина, розгалужена чисельними долинами річок, ярами та балками [38].

Клімат Вінницької області помірно континентальний : помірного та достатнього теплого забезпечення і достатнього зволоження. Найхолодніший місяць по всій області – січень, найтепліший – липень. Середні амплітуди коливань температури протягом року не перевищують 25 градусів Цельсія. Перехід від однієї пори року до іншої відбувається поступово. Стійкий перехід добової температури через 0 градусів - є початком весни та відбувається найчастіше у другій декаді березня. Весна триває близько двох місяців. Характерними особливостями весни є інтенсивне підвищення денної температури, сходить стійкий сніговий покрив. Літо триває з другої половини травня до першої половини вересня, денні температури становлять у травні від +18 до +20 градусів Цельсія, у липні в межах від +21 до +25 градусів Цельсія. В цей же час випадає найбільше опадів, переважно у вигляді злив. Кількість днів з опадами поступово зменшується з наближенням осені. Взагалі клімат Вінниччини сприятливий для сільськогосподарського виробництва: тривале тепле та досить вологе літо, рання весна, суха осінь зима з помірними морозами та значним сніговим покривом – все це позитивно впливає на ріст зернових, технічних та садових культур [38].

До адміністративно-територіального складу області входять 27 районів, 1504 населених пункти, з них 29 селищ міського типу, 18 міст, у тому числі 6 міст обласного значення – Вінниця, Козятин, Хмільник, Жмеринка, Могилів-Подільський, Ладижин. Кількість наявного населення області станом на 2021 рік становила 1,5 млн. осіб.

Аналіз зміни демографічних показників Вінницького регіону представлено в табл. 2.1. Область належить до таких, що мають найнижчі показники природного приросту населення і найвищі показники смертності.

Таблиця 2.1

Розподіл наявного населення Вінницької області за типом місцевості [32]

Регіон	Вінницька область			
Рік	2018	2019	2020	2021
Населення – всього, осіб				
Міська та сільська місцевість	1575808	1560394	1545416	1529123
М\місцев.	806331	801696	799385	795837
С\місцев.	769477	758698	746031	733286
Частка в населенні регіону, %				
Міська та сільська місцевість	100.0	100.0	100.0	100.0
М\місцев.	51.2	51.4	51.7	52.0
С\місцев.	48.8	48.6	48.3	48.0

Отже, демографічний розвиток Вінницької області впродовж останніх років характеризується тенденцією до поступового спаду чисельності населення. Зменшення чисельності мешканців відбувається переважно внаслідок природного скорочення населення. Скорочення чисельності населення регіону відбувається також під впливом міграційних процесів.

На Вінниччині відкрито 1159 родовищ та проявів 30 видів різноманітних корисних копалин, десятки родовищ торфу, а також унікальні поклади граніту, каоліну, гранату і флюориту. Розроблено і діють в області ряд цілющих джерел мінеральної, а також радонової води в м. Хмільнику. Вінницька область має багатогалузевий промисловий комплекс. За обсягами виробництва продовольчих товарів народного споживання область посідає одне з провідних місць в Україні. Основу промислового сектору регіону складають понад 300 потужних підприємств різних форм власності, що відображено на рис. 2.2. [39].



Рис. 2.2 Структура промислового виробництва [39]

Регіон спеціалізується на виробництві сільськогосподарської продукції та її промисловій переробці, тому харчова й переробна промисловість належать до пріоритетних галузей суспільного виробництва й стабільно посідає одне з перших місць в економіці області. На Вінниччині виробляють всі життєво необхідні продукти харчування: цукор і олію, борошно й вершкове масло, тваринні жири й консерви, ковбаси й солодоці. За обсягами виробництва продовольчих товарів народного споживання Вінниччина посідає друге місце серед усіх областей України.

В області працюють 39 цукрових заводів; 14 спиртових заводів, які використовують відходи цукроваріння; 16 консервних заводів, з яких найпотужніші комбінати у Вінниці, Гайсині, Барі, Тульчині.

Широкого розвитку набули борошномельне та круп'яне виробництво (Вінниця, Вапнярка), кондитерське (Вінниця, Тростянець), олійно-жирове (Вінниця), пивоварне (Вінниця, Тиврів). Молочна промисловість присутня практично у кожному адміністративному районі. М'ясна представлена Вінницьким, Тростянецьким, м'ясокомбінатами, а також птахокомбінатами у Барі, Козятині [39].

Машинобудівними центрами є міста: Вінниця (інструментальний, електротехнічний, підшипниковий, тракторних агрегатів та інші заводи), Калинівка (устаткування для цукрових заводів), Могилів-Подільський (машинобудівний завод), Бар (приладобудівний завод та інші), Жмеринка (вагоноремонтний завод тощо).

Хімічний комплекс на території області представлений п'ятьма підприємствами, які знаходяться на самостійному балансі: Вінницькі фабрика фарб й виробниче об'єднання «Хімпром», Могилів-Подільський завод «Побутхім», Тиврівський цех пластмасових виробів та Гніванський шиноремонтний комбінат. Підприємства орієнтовані, в основному, на місцевого споживача й випускають мінеральні добрива, сірчану кислоту, лаки, вироби з пластмас, товари побутової хімії та інше.

Легка промисловість у структурі промислового виробництва має такі галузі: текстильну, швейну, взуттєву, трикотажну. Швейні фабрики працюють у Вінниці, Гайсині, Козятині. Взуттєва галузь розвинена у Вінниці, Тульчині. Шкіряно-галантерейне виробництво є у Вінниці, хутрове – у Жмеринці [39].

Основними галузями невиробничої сфери є рекреація, туризм, освіта, охорона здоров'я, транспорт, будівництво. Серед санаторно-лікувальних закладів відносяться добре відомий в Україні і далеко за її межами курорт “Хмільник”, де з застосуванням мінерально-лікувальної води “Радон” високої

мінералізації успішно лікуються люди з різноманітною патологією, і в першу чергу – остеохондрозом. Тут проходять реабілітаційне лікування після інфаркту міокарду і інсультів. Хмільницьке родовище мінеральних радонових вод містить 5 ділянок, на яких розташована 51 свердловина. Мінеральна радонова вода є унікальною і немає аналогу серед інших відомих мінеральних вод. Другим за значенням фактором, що складає лікувальну цінність курорту, є торф'яна грязь Війтівецького родовища. Немирівський санаторій "Авангард" проводить лікування в спеціалізованих відділеннях: після-опіковому і патології вагітності жінок. Санаторії оснащені сучасною лікувальною діагностичною апаратурою, мають високі клімато-бальнологічні показники.

В області визначено місцевості та об'єкти, які відповідають ознакам регіональних центрів пріоритетного розвитку туристичної та курортно-рекреаційної сфер. Зокрема, передбачено облаштування, використання територій та об'єктів природно-заповідного фонду паркових асамблей міст Немирів, Хмільник, с.Чернятин (Жмеринського району); каньйону р. Дністер у Могилів-Подільському районі; регіонального ландшафтного парку "Буго-Деснянський" Вінницького району, національного природного парку "Південне Поділля" Тростянецького та Чечельницького районів [40].

Розвитку туризму і рекреації сприяють природні ландшафти, мальовничі краєвиди, численні культурно-історичні пам'ятки. Загалом в області під охорону держави взято біля 3,5 тис. пам'яток. Серед архітектурної спадщини регіону особливий інтерес для туристів становлять замкові комплекси XVI-XVII ст. у Буші, Барі, Озаринцях, Мурованих Курилівцях, Селищі, Хмільнику та Іванові; безліч палаців, костьолів, церков XVII-XIX ст., які збереглися у 22 районах, містах Вінниці та Могилеві-Подільському. Є і давні синагоги, як наприклад у Шаргороді [41].

Надзвичайно привабливими для туристів є Державний історико-культурний заповідник «Буша» Ямпільського району, скельний монастир у с. Лядова Могилів-Подільського району, пам'ятка архітектури XVIII ст. палац Потоцьких у Тульчині та багато інших цікавих місць, які ви можете побачити, відвідавши міста і села області.

На теренах Вінниччини відкрито понад 1,5 тис. археологічних пам'яток під доби пізнього палеоліту до середньовіччя. Значна їх частина належить до трипільської культури (IV-III тис. до н.е.). Розкопки цих пам'яток дали багатий матеріал для висвітлення різноманітних сторін побуту, господарської діяльності та ідеологічних уявлень носіїв трипільської культури.

На території області виявлено чимало городищ і курганів. Немирівське скіфське городище є одним з найбільших в Україні. Далекі пращури залишили у спадок чимало унікальних поховань і скарбів, що дійшли до нашого часу. Чого тільки варті розкопки біля с. Гордіївка Тростянецького району, де знайдено найдревніше золото України, (епоха бронзи, вік курганів – 3-3,5 тис. років). Колекція намиста із бурштину з цього комплексу – одна з найбільших у Європі. Поховання сарматської жриці зі всіма атрибутами, виявлені біля с. Северинівка Ямпільського району. Пам'яток такого типу в Україні за всю історію археології знайдено всього декілька. Або ж унікальний східнослов'янський Бернашівський ювелірний комплекс середини I тис. нової ери [41].

Вінниччина буде цікавою для шанувальників історичних пам'яток. На цих територіях діяли загони, якими керували найближчі сподвижники Богдана Хмельницького, – Максим Кривоніс, Іван Богун, Данило Нечай. Великі кургани на території багатьох районів області залишилися німими свідками героїчної боротьби українського народу за свободу і незалежність. Вінниччина – батьківщина Устима Кармалюка – легендарного героя і керівника селянських повстань на Поділлі проти поміщиків у першій третині XIX ст. Під час Другої світової війни у Коло-Михайлівському лісі, неподалік Вінниці, фашисти збудували ставку Гітлера «Вервольф» [41].

Актуальним питанням для Вінницької області є розвиток сільського зеленого туризму. В області забезпечено діяльність більше 30 садиб, що пропонують комфортне проживання, сімейний відпочинок, народну традиційну кухню, екологічно чисті продукти харчування, цікаве дозвілля. Однак, за даними «Спілки сільського зеленого туризму в Україні», офіційну категоризацію мають лише 2 садиби – це садиба основної категорії «Калиновий цвіт» у селі Комарівці, Барського району та садиба вищої категорії «Березіно» у селі Зарванці, Вінницького району.

Найбільш активними в розвитку сільського зеленого туризму є Барський, Вінницький, Гайсинський, Немирівський, Могилів-Подільський, Ямпільський райони.

Славу Вінниччині додають своїм неповторним і різноманітним мистецтвом талановиті народні митці. З XIX ст. далеко за межами України були відомі рушники та сорочки вишивальниць з с. Клембівка Ямпільського району. Здавна у краї розвивалося гончарство, що славиться своїми глибокими традиціями, красою та своєрідним характером керамічних виробів. Особливого розквіту це древнє ремесло набуло у 20-ті роки XX ст. в с. Новоселівка Гайсинського району, де жили й творили видатні майстри – Андрій Гончар та брати Яким і Яків Герасименки [41].

Ще одним відомим центром традиційного гончарства на Вінниччині вважається с. Крищинці Тульчинського району. Крищинецька земля дала світові талант Івана Тарасовича Гончара – основоположника вітчизняної народної керамічної скульптури малих форм. З покоління у покоління передається і традиція писанкарства. В області інтенсивно розвивається мистецтво народної витинанки.

Однак, найбільш популярними видами туризму, виходячи з діаграми на рис. 2.3 у Вінниччині є: культурно-пізнавальний, рекреаційний та подієвий. Одним із факторів найбільш вагомої частки культурно-пізнавального туризму на Вінниччині є наявність значної кількості об'єктів культурної спадщини .

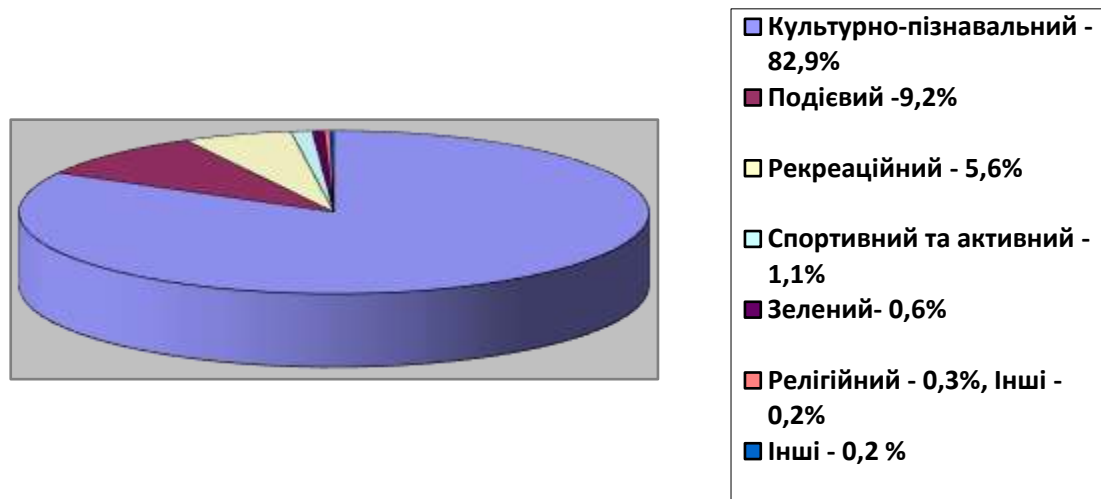


Рис. 2.3 Розподіл видів туризму у Вінницькій області [39]

Для розвитку туристичної галузі, з метою всебічного висвітлення інформації про об'єкти області, які мають туристичну та курортно-рекреаційну привабливість, управлінням культури і туризму продовжується робота щодо наповнення туристичного сайту «Вінниччина запрошує».

Звернувши увагу на рис. 2.4, бачимо, що сума надходжень до місцевих бюджетів від туристичного збору за 2019 рік становила 2,6 млн. грн, що в 7,4 рази більше ніж в 2016 році. Однією з причин зростання є зміни в законодавстві в частині адміністрування даного податку.

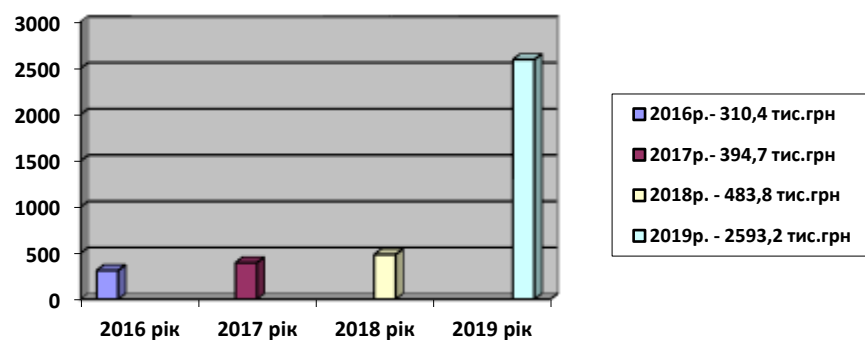


Рис. 2.4 Туристичний збір за 2016-2019 роки [39]

У серпні 2021 року було реалізовано проект дослідницькою агенцією «Fama» на замовлення та у партнерстві з Департаментом маркетингу міста та туризму Вінницької міської ради, під час якого було опитано 400 респондентів віком від 18 років. Цільова аудиторія дослідження: в'їзні відвідувачі міста та регіону, які перебували на Вінниччині щонайменше 4 години. Результати дослідження було представлено на рис. 2.5.

Упродовж 2020 року у Вінниці та області було успішно реалізовано проект «Вінницький стандарт гостинності», спрямований на системне посилення конкурентоспроможності туристичної індустрії регіону та виведення на новий рівень якості надання туристичних послуг. Виходячи з даних на діаграмах, зроблено висновок, що 95% туристів у Вінниччині – це українці, значна кількість яких приїжджають зі столиці, Житомирської, Хмельницької та Миколаївських областей, з міст-мільйонників таких як Одеса та Дніпро, де люди прагнуть відпочити від міської метушні. Трохи більше половини опитаних туристів є жінками. За результатами дослідження, середньостатистичний турист залишає у місті приблизно 1200 гривень на добу, а в області вдвічі менше через малу кількість розважальних заходів та закладів. Найменш частка туристів прибуває із Західної України, адже, наприклад, по розвитку сільського зеленого туризму саме вони займають лідируючі позиції.

До Вінниччини найчастіше приїзять відвідувачі із Вінницької області. Їхня частка помітно зросла у 2021 році у порівнянні з 2019 роком. Натомість, частка іноземців в умовах пандемії знизилася: лише один гість із двадцяти прибув з-за кордону. Зауважимо, що значна частина “іноземних туристів” у Вінницькому регіоні – це українські емігранти. В основному ж прибувають з країн Європи та Північної Америки, Білорусії, Польщі, Грузії. Що цікаво, для мешканців Києва та області Вінниця виступає переважно відпочинковою дестинацією, а ось іноземці переважно приїзять із метою відвідати друзів та родичів.

ВІННИЦЬКІ ТУРИСТИ ХТО ВОНИ?

2021

■ зростання показника, у порівнянні з 2019

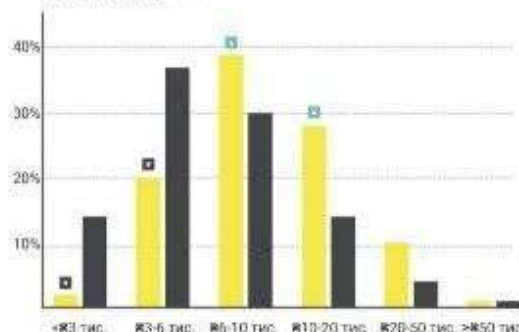
■ спадання показника, у порівнянні з 2019

■ 2021 ■ 2019

Вік відвідувачів



Дохід відвідувачів



Стать

54%

Жінки

46%

Чоловіки

ТОП-10 регіонів походження



Рис. 2.5 Статистичні дані по туристам у Вінницькому регіоні за 2021 рік [39]

Враховуючи обставини на території України 2022 року Вінницька область прийняла найбільшу кількість внутрішніх переселенців. На території Вінницької області станом на 11.03.2022 зареєстровано 55000 переселенців із районів бойових дій. У Вінницькій міській раді створили пам'ятку «Дорожня карта особам, евакуйованим з територій України, де відбуваються бойові дії». У ній зібрана вся необхідна інформація для біженців, які прибули до Вінницького регіону. Перш за все, у пам'ятці роз'яснюють, куди звертатись для тимчасового поселення. Є розділ, де зазначається, як діяти переселенцям, якщо вони бажають залишитись в області. Наразі відомо, що деякі господарі сільських зелених садиб у регіоні, приймають родини у себе в оселях.

2.2 Аналіз туристичного потенціалу та перспективи розвитку сільського зеленого туризму на Вінниччині

Вінниччина туристична с кожним днем набирає оберти щодо подальшого розвитку свого потенціалу у даному напрямку діяльності, що дає можливість в подальшому генерувати значний інтерес як вітчизняних, так і іноземних туристів до туристичних DESTINATION регіону. Відповідно до Державної стратегії регіонального розвитку була розроблена програма популяризації туризму у Вінницькій області на 2021-2027 роки на виконання законів України «Про місцеве самоврядування в Україні», «Про місцеві державні адміністрації», «Про туризм», «Про курорти», «Про зовнішньоекономічну діяльність», «Про інноваційну діяльність», «Про стимулювання інвестиційної діяльності у пріоритетних галузях економіки з метою створення нових робочих місць».

В області успішно діє обласна громадська організація «Вінницький обласний осередок Співпраця розвитку сільського зеленого туризму в Україні». Основними напрямками діяльності організації є: проведення семінарів та тренінгів з розвитку сільського зеленого туризму та розвитку сільських територій для сільських голів, селян та спеціалістів по туризму, постійні консультації для членів організації щодо впровадження послуги сільського зеленого туризму, організація спільної реклами господарів гостинних садиб, організація та проведення сільських фестивалів, написання соціальних проектів з розвитку сільських територій до українських та міжнародних фондів [39].

Важливою для дослідження розвитку сільського зеленого туризму є діяльність Громадських організацій «Наше Поділля» та Центру розвитку «Пангея Ультіма», які досить успішно функціонують у місті Вінниці.

Необхідно зазначити, що «Image Mapping» - це проєкт з оновлення та зображення краси сільських громад. Він сприяє міжнародному міжособистому обміну на селі, розвиває неформальне навчання, активує населення під час акцій в громадах, досліджує місцевий культурний спадок та популяризує його для збільшення ймовірності в'їзного сільського туризму.

Туристи, з якою б метою вони не приїжджали налаштовані на цікаве проведення часу, нові зустрічі та яскраві враження, і Вінниччина може запропонувати на вибір туристу і такий вид відпочинку. Перспективним для Вінницької області є розвиток сільського зеленого туризму, як форми відпочинку в приватних господарствах сільської місцевості з використанням майна та трудових ресурсів особистого селянського, підсобного або фермерського господарства, природно-рекреаційних особливостей місцевості та культурної, історичної та етнографічної спадщини регіону. Динамічне зростання «зелених подорожей» у сільську місцевість свідчить про те, що сільський туризм здатний забезпечити економічну та демографічну стабільність у сільській місцевості, сприяти розвитку малого та середнього бізнесу, вирішенню соціально економічних проблем села, стати вагомим чинником перспективного розвитку сільських територій, залучити внутрішніх та зовнішніх потенційних туристів до пізнання багатой природної та історико-культурної спадщини краю й зростанню популярності ідей охорони навколишнього середовища [43].

Оскільки сільський зелений туризм, як було зазначено у визначенні терміну, розуміє під собою спостерігання або участь у побуті, традиціях, релігійних обрядах краю, то необхідно зазначити, що у Вінницькій області проводиться міжнародний етно-фестиваль звичаєвої культури «Живий вогонь». Він вже 16 років поспіль відбувається у різних місцях області і є справжнім святом купальських звичаїв й традицій, української прадавньої та сучасної культури (Додаток Б).

Гастрономічний фестиваль традиційних подільських страв «Диво з горнятка» або «Свято тиманівської каші», що проводиться в селі Тиманівка збирає навколо себе шанувальників подільських страв, виготовлених за унікальними старовинними рецептами (Додаток В).

Успішним прикладом розвитку сільського зеленого туризму в області є Северинівська об'єднана територіальна громада. У громаді реалізовується масштабний проект «Яблуневий шлях». У процесі реалізації проекту у 2020 році на території Барського та Жмеринського районів створений туристичний кластер та запущений тематичний екскурсійний маршрут.

Маршрут складається з об'єктів, створених та відремонтованих у межах проекту. У селі Северинівка – це котедж садівника Дениса Макклера, де створена музейна кімната, а поблизу відремонтована теплиця; санаторій у якому запущено цикл процедур на основі яблучного соку та місцеве комунальне підприємство, де встановлена лінія з виготовлення соку та виробництва яблучних чипсів. У селі Олександрівка – музей історії садівництва. У селі Антонівка – розсадник із старовинними подільськими сортами яблук. У місті Бар – офіс із дегустаційним обладнанням [44].

Зелений туризм на Вінниччині порівняно із західними областями лише розвивається, проте вже є гарні приклади його функціонування. Розвитком цього виду туризму займаються садиби «Родинне гніздо» у с. Гармаки Барського району. Це мережа садиб, розташованих у 3 районах області – с. Гармаки (Барський район), с. Губник (Гайсинський район), с. Канава (Тиврівський район). Туристам пропонується проживання в комфортабельних номерах зі всіма зручностями. Та родзинкою є можливість повністю поринути в атмосферу оригінального українського побуту й відпочити в оригінальних будинках із глини – «хатах-мазанках» з українським етнічним інтер'єром. Ще одним прикладом функціонування сільського зеленого туризму є садиба «Подільська родина», що в с. Гайове Барського району.

Тут гостям пропонують не лише проживання і харчування, а й майстер-класи з ремісниками, продаж місцевих виробів, сувенірів, культурну програму, традиційні святкування. Господарі садиби розробили пізнавальну, відпочинкову програму «Цікаве село Гайове для дітей». Ідея в тому, щоб школярі з Вінниці приїжджали сюди на екскурсії, майстер-класи і забавки. Родина Клецко займається не тільки сільським туризмом, а й досить екзотичною для нашого регіону справою – вирощуванням їстівного виноградного равлика [44].

Одним із осередків розвитку сільського зеленого туризму у Ямпільському районі є Державний історико-культурний заповідник «Буша» (Додаток Г). Майже третину помешкань села Буші придбано жителями великих міст для літнього відпочинку. Незалежно від пори року близько 10 садиб села постійно приймають туристів.

У селі Оксанівка розроблено туристичний маршрут — туристичну стежку, вона веде до скельного храму, там же будують придорожню капличку та іконну лавку. Щорічно в районі проводиться мистецький пленер каменотесів "Подільський оберіг" в селі Пороги, який відвідує значна кількість туристів. Осередком української вишивки є село Клембівка, де проводиться щорічний мистецький фестиваль "Мамину сорочку пригорну до серця", який збирає велику кількість туристів з усієї України. У фестивалі беруть участь кращі вишивальниці області з усіх районів, представляючи на виставку-ярмарок сорочки, рушники, скатерки, серветки, картини та майстри з різних видів народного мистецтва [45].

Екстремальний та спортивний туризм у поєднанні із сільським розвиває громада с. Рибаче Літинського району на прикладі спортклубу «X-TREMLine». Клуб надає широкий спектр послуг, а саме: віндсерфінг, сапбординг, кайтбординг, каяк, дайвінг, польоти на повітряній кулі тощо.

Сільський туризм у Вінницькій області має великі перспективи для розвитку. Цьому сприяє наявність садиб, які спеціалізуються на такому виді відпочинку, та фермерських господарств, які готові приймати туристів.

Садиба «Затишок» знаходиться в с. Бернашівка Могилів-Подільського району. Село екологічно чисте, тихе, розташоване далеко від промислових зон, в оточенні гір і лісів. Будинок розташований біля річки Дністер, на кордоні трьох областей – Хмельницької, Чернівецької та Вінницької, тому зручно поїхати на екскурсію до Хотинської та Кам'янець-Подільської фортеці, в Галайковский, Непоротівський і Лядівський скельні монастирі. Поруч із будинком для відпочивальників є будинок із старовинним українським побутом і речами домашнього вжитку, вишитими подушками і рушниками, ткацьким верстатом, скринею тощо. Спеціалізація садиби: рибальство, мисливство, кінні прогулянки, купання, догляд за домашніми тваринами, можна збирати гриби та ягоди, лікарські рослини.

Садиба «Чарівний куточок» знаходиться в с. Буша Ямпільського району. Спеціалізація садиби: лижі, рибальство, мисливство, дитячий відпочинок, можна брати участь у збиранні овочів, фруктів та їх консервації.

Великий внесок у розвиток сільського зеленого туризму робить Асоціація захисників довкілля «Явір». Асоціація створила інформаційно-навчальний центр із розвитку сільського зеленого туризму. У межах центру відкрито «Школу Зеленого Туризму». Регулярно проводяться семінари, диспути, майстер-класи для студентів, сільських голів, всіх зацікавлених громадян, які бажають займатися зеленим туризмом на території їх особистих селянських господарств [44].

Аналіз попиту на сільський зелений туризм у Вінницькій області протягом останніх п'яти років засвідчує, що його утворюють такі основні сегменти потенційних споживачів послуг, як:

- мешканці промислових центрів (віддаючи перевагу такому способу відпочинку через його екологічність);
- молодь до 35 років, яка мешкає у великих містах;

- корінні містяни (сприймають такий вид відпочинку як надзвичайний, екзотичний);
- цінителі українських народних традицій (через принади сільського екологічного способу життя та чистоту довкілля);
- люди з низьким та середнім рівнем доходу (через доступну вартість відпочинку).

Для того щоб систематизувати надану інформацію, а також зробити певні висновки щодо перспективи розвитку сільського зеленого туризму у Вінницькій області, було проведено SWOT-аналіз стану цього виду діяльності у табл. 2.2 [46].

Таблиця 2.2

SWOT-аналіз розвитку сільського зеленого туризму у Вінницькій області [46]

	Позитивні	Негативні
Внутрішні	(S) Сильні сторони: 1. Переважно чисте довкілля, багата флора та фауна, мальовничі краєвиди. 2. Велика кількість історико-культурних пам'яток. 3. Збережені національні традиції. 4. Велика кількість приватних садиб. 5. Розвиток сільського туризму не потребує великих витрат. 6. Підтримка Обласної державної адміністрації малого підприємництва на селі.	(W) Слабкі сторони: 1. Низька якість умов проживання. 2. Проблеми з водопостачанням. 3. Недостатня обізнаність населення в цьому виді відпочинку, незнання іноземних мов. 5. Недостатньо розвинута інфраструктура. 6. Рекреаційна необлаштованість об'єктів природно-заповідного фонду. 7. Поганий стан історико-культурних об'єктів.

Продовж.табл. 2.2

Зовнішні	(О) Можливості: 1. Збільшення доходів та зайнятості сільського населення. 2. Підвищення соціально-економічного розвитку сільських територій. 3. Формування позитивного іміджу України (області). 4. Покращення інфраструктури сіл, відновлення культурних та етнічних особливостей громад. 5. Формування громадської думки про сталий туризм. 6. Розвиток сфери обслуговування в сільській місцевості. 7. Поєднання сільського зеленого туризму з іншими видами туризму.	(Т) Перешкоди: 1. Відсутність категоризації знижує якість нічліжних умов. 2. Недостатня маркетингова політика області, що не сприяє притоку туристів. 3. Відсутність нормативно-правової бази перешкоджає організації відпочинку на селі. 4. Брак інформації, реклами та професійного досвіду.
----------	---	--

Українське село має надзвичайно багату історико-культурну спадщину, самотній побут, мальовничі ландшафти, а також лікувально-рекреаційні ресурси. Наші села багаті індивідуальним житловим фондом і працьовитими людьми. Основним завданням сільського зеленого туризму у Вінницькій області є створення власного туристичного продукту та розвиток внутрішнього туризму. Отже, сільський зелений туризм як одна з найперспективніших сфер у туристичному бізнесі дасть можливість одержувати додаткові доходи за незначних вкладень коштів самих селян, а завдяки підтримці органів місцевого самоврядування і держави можлива поступова ліквідація негативних явищ як у сільському господарстві, так і в інших сферах господарської діяльності на селі, а також поліпшення соціально-економічного стану місцевого населення.

2.3 Визначення проблем в сфері туризму Вінницької області та шляхів їх розв'язання

Враховуючи негативні фактори як перешкоди з боку нормативно-правової бази та фінансування, відсутність інфраструктури, занедбання історико-культурних пам'яток тощо, які уповільнюють розвиток такого виду відпочинку, за умови ефективного використання туристично-рекреаційних ресурсів Вінниччина могла б увійти до провідних туристичних регіонів України. Однак туристичний потенціал Вінницької області сьогодні повністю не розкрито. Основними перепонами на цьому шляху виступають переважно чинники управлінського, екологічного, інформаційного, соціального характеру. Тому для подальшого розвитку туристичної галузі області важливим є аналіз сучасного стану справ у даній сфері, виявлення перспектив та розробка обґрунтованих пропозицій щодо зміцнення позицій Вінницької області на ринку туристичних послуг.

Головною проблемою є те, що чимало пам'яток знаходяться у занедбаному стані, вимагають реконструкції і відновлення. Фінансування на культуру є обмеженим через важку економічну ситуацію в країні. Більшість пам'яток не включені до туристичних маршрутів, а тому не задіяні в туристичному процесі [47].

Незважаючи на певні здобутки та можливості області в процесі розвитку туристичної сфери, існують суттєві проблеми та виклики, які стримують розвиток галузі, зокрема:

1. Недостатній розвиток туристично-рекреаційної інфраструктури та індустрії гостинності області, незадовільний стан багатьох об'єктів історико-культурної спадщини, доріг та під'їзних шляхів до об'єктів туристичної відвідуваності. Відсутність закладів розміщення для туристів саме різних стандартів, починаючи від мотелів та кемпінгів до готелів; недостатня кількість туристично-інформаційних центрів, низька зацікавленість громад в розвитку туристичної інфраструктури на території області.

2. Недостатній рівень обслуговування та якість надання туристичних послуг. Маємо на увазі, недостатній рівень застосування креативних атракцій та індустрій на туристичних об'єктах, низька зацікавленість туристичних підприємств, до початку пандемії, у розвитку локального туризму, орієнтація їх на зовнішній ринок. Нерозвинений менеджмент надання послуг, недостатній рівень підготовки фахівців індустрії гостинності та туристичного супроводу, відсутня централізована робота з підвищення науково-методичного рівня екскурсійних заходів та професійної майстерності екскурсоводів.

3. Недостатнє маркетингове просування туристичного продукту на українському та міжнародному туристичних ринках, а саме: недостатня промоція щодо можливостей, потенціалу області серед іноземних партнерів. Нерозуміння громад та потенційних надавачів туристичних послуг (майстрів народних ремесл, крафтових виробників традиційних продуктів) у туристичному розширенні асортименту власної справи, недостатній рівень просвітницької діяльності та науково-освітнього забезпечення сталого розвитку галузі туризму та діяльності курортів. Не проводяться експертний аналіз зовнішнього середовища, ресурсів, сегментів ринку туристичних послуг Вінниччини.

4. Відсутність сталого розвитку внутрішнього та міжнародного туризму. Недостатній рівень підтримки проектів, ініціатив та стартапів громадських організацій та інших туристичних об'єднань для подальшого розвитку галузі туризму та курортів, недостатній рівень фінансування заходів, спрямованих на розвиток галузі туризму та курортів, з місцевих бюджетів та низький рівень інвестиційних внесків у туристичну сферу [39].

Конкурентні переваги та обмеження перспективного розвитку туристичного потенціалу області виявлені на основі SWOT-аналізу.

У табл. 2.3. представлена характеристика сильних та слабких сторін регіону, зовнішніх можливостей та загроз для його розвитку.

Таблиця 2.3

SWOT-аналіз туристичного потенціалу Вінницької області [39]

Сильні сторони	Слабкі сторони
- сприятливе транспортно-географічне положення та висока транзитивність території; - багата історико-культурна спадщина регіону; - високий потенціал розвитку рекреаційних послуг. Наявність родовищ радонової мінеральної води, міста-курорту державного значення – Хмільника та м. Немирів; - наявність природно-заповідного фонду; - в області помірно напружений екологічний стан.	- недосконалість транспортного забезпечення населення та дорожньої інфраструктури; - незадовільний стан багатьох об'єктів історико-культурної спадщини; - низький рівень інформаційного супроводження туристичної діяльності; - недостатня облаштованість рекреаційних територій та інфраструктури туристичної галузі; - низький рівень запровадження інновацій на підприємствах та розвиток інноваційної інфраструктури і взаємодії місцевих бізнес-асоціацій з органами влади, закладами освіти та науки; - погіршення демографічних показників.
Можливості	Загрози
- реалізація на території області державних ініціатив та інфраструктурних проектів; - активізація міжрегіонального співробітництва; - підвищення фінансової спроможності громад; - зростання інвестиційної привабливості країни, підвищення можливостей для залучення інвестиційних ресурсів; - розвиток локального та місцевого туризму, у зв'язку з COVID-19.	-воєнний стан та наростання світової економічної кризи; - міграція населення; - зменшення інвестиційної привабливості в країні; - загроза втрати базової мережі закладів культури, освіти та медицини; - недосконалість нормативно-правової бази та системи правового регулювання у сфері розвитку туризму.

Отже, проблемні питання в сфері туризму необхідно вирішувати комплексно із застосуванням системних рішень на довгострокову перспективу. На сьогодні відбувається переорієнтація туристичного ринку, зростає попит на внутрішній туризм через наслідки пандемії спричиненої COVID-19. Також зростає інтерес всього світу до національного духу, традицій, культури та світогляду України, що сприятиме подальшому розвитку сільського зеленого туризму зі збільшенням зовнішнього туристичного потоку в післявоєнний період. В цей час необхідно комплексно розвивати території, при цьому створюючи якісний локальний туристичний продукт. Але без спільних зусиль громад, бізнесу та влади досягти цього неможливо. За допомогою розвитку сільського туризму можливо частково вирішити проблеми зайнятості сільського населення. Сільський зелений туризм - корисний як для відпочиваючих, так і для господарів - селян, сільських громад, регіонів і держави в цілому, сприяє розвитку багатьох пов'язаних з ним галузей економіки. Його розвиток також сприятиме збереженню селянства як носія української ідентичності, культури і духовності, це додаткові можливості для популяризації української культури, поширення знань та інформації про історичні, природні, етнографічні особливості України.

Індустрія гостинності потребує фахівців з новітніми підходами, які розуміють запити споживачів та здатні працювати на високому рівні. Підвищення рівня професіоналізму кадрів це важливий чинник створення конкурентоспроможного ринку якісних туристичних послуг у регіоні. Створення системи підготовки та підвищення кваліфікації туристичних кадрів області підвищить рівень сервісу та якості надання туристичних послуг, що сприятиме збільшенню кількості туристів.

Консолідація та координація діяльності місцевих органів виконавчої влади, органів місцевого самоврядування, суб'єктів туристичної діяльності, наукових закладів, залучення громадськості дасть змогу забезпечити сталий розвиток сфери туризму у Вінницькій області [39].

Говорячи про шляхи розвитку туристичної сфери необхідно забезпечити модернізацію та створення на території області сучасної туристичної інформаційно-навігаційної системи: знакування і маркування туристичних маршрутів, встановлення інформаційних дорожніх знаків за європейськими стандартами, створення туристично-інформаційних центрів, облаштування відпочинкових, фото і сервісних зон на туристично привабливих об'єктах. Це дозволить підвищити рівень поінформованості громадян України та іноземних гостей про привабливі туристичні атракції Вінниччини та збільшить туристичні потоки. Формування нових туристичних продуктів на основі нових туристичних DESTINACIЙ та креативних індустрій підвищить конкурентоспроможність регіонального туристичного продукту.

Одним із таких варіантів може бути створення кластерів у сфері сільського зеленого туризму. Кластер сільського зеленого туризму можна визначити, як сконцентровану на певній території групу взаємопов'язаних підприємств, установ та організацій сфери туризму та гостинності та інших пов'язаних із нею галузей: транспорту і зв'язку, торгівлі; а також місцевих органів влади та громадських об'єднань, що взаємодіють. Кластер в сільському зеленому туризмі передбачає охоплення таких взаємопов'язаних напрямів, як економіка, виробництво і переробка аграрної продукції, сільський туризм у поєднанні з музейно-єнтографічною і екологічною складовою [48].

З погляду чинного законодавства України, в інноваційній сфері «кластер» підпадає під класифікацію «інноваційна структура». Порядок створення та функціонування інноваційних структур регламентується Постановою Кабінету міністрів України від 22.05.1996 р. № 549 «Про затвердження Положення про порядок створення і функціонування технопарків та інноваційних структур інших типів.

Ідея кластеру полягає в добровільному об'єднанні усіх зацікавлених учасників сільського туризму для створення нового туристичного продукту.

Мета кластеру сільського зеленого туризму націлена на розвиток краєзнавчо-етнографічного, екологічного та відпочинкового туризму на базі співпраці сільських садиб та міні-готелів, закладів харчування, виробників традиційної та екологічної продукції, самодіяльних фольклорних груп, природоохоронних та історико-охоронних установ [48].

Прикладом вдалого розвитку кластера у сільському зеленому туризмі на Україні є "ГорбоГори" на Львівщині. На даний момент до агрокластера "ГорбоГори" входять 33 приватні господарства та фізичні особи, що ведуть діяльність на території Пустомитівського району, Львівської області. Усі члени "Горбогорів" усвідомлюють цінність такого об'єднання. Навіть конкуруючи в рамках одного проєкту, вони діляться знаннями, виробляють спільні рішення і протистоять одній загрозі - впливу кадрів за кордон. До складу кластера, зокрема, входить фермерське господарство "Карпатський водограй", де у 32-х ставках вирощують шість видів риби: амурського сазана, судака, сома, щуку, коропа та осетра. Для туристів створили готельний комплекс для відпочинку і риболовлі. Діє співпраця з науковцями: студенти приїждять на практику, аспіранти захищають кандидатські дисертації з аквакультури. Господарство має замкнутий цикл вирощування риби. Господарство «Західний равлик» продукує ікру з равликів. Ферма "Агротемп" вирощує овець німецької породи. Також на фермі утримують корів і коней. З овечого молока виробляють сир і морозиво. Продукцію реалізують через мережу "Сільпо". Плани - побудувати торговий центр, розробити два велосипедні маршрути, організувати дегустаційні тури, катання на плотах, конях, відкрити молочне кафе, школу бджільництва та кемпінг. Влітку кластер проводить фестиваль "Горбогори".

Маркетинг передбачає брендування територій та активне просування регіонального туристичного продукту для формування сталого позитивного іміджу серед потенційних туристів.

Проведення рекламно-інформаційних турів для представників ЗМІ, туристичних компаній України та з-за кордону, просування Вінниччини як туристично привабливого регіону через канали поширення інформації та продажів і створення якісного мультимедійного контенту мають на меті формування позитивного туристичного іміджу області, розширення географії туристичних потоків, збільшення кількості внутрішніх та іноземних туристів. Основною метою брендингу території є забезпечення інформаційної присутності бренду в різноманітних джерелах та формування образу через відображення локальних особливостей території в масовій свідомості.

Прикладом брендування у сільській місцевості є Северинівська об'єднана територіальна громада у Вінницькій області та Барський район, що реалізують масштабний проект «Яблуневий шлях», метою якого є використання регіонального бренду «Подільське яблуко». Наявність виробництва і переробки яблук у регіоні визнають для себе можливість для розвитку своєї території. Тому 21 жовтня, у Всесвітній день яблука, тут проводиться Міжнародний яблучний фестиваль-ярмарок Apple Bar. Під час фестивалю представляють розважальну програму з виступами мистецьких колективів, виставкою-продажем яблук та виготовленої з них продукції і дегустацією різноманітних яблучних смаколиків від об'єднання «Гастрогід Вінниччина» [49].

Підводячи підсумки, робимо висновки, що головними шляхами для вирішення проблем в сфері тризму на Вінниччині є:

- розширення нових маршрутів та туристичних атракцій;
- формування конкурентоспроможних туристичних кластерів у туристичній сфері області;
- налагодження співпраці з територіальними громадами області щодо розвитку інфраструктури та створення нових дестинацій;
- створення високоякісного бренду про область та її туристичні можливості з подальшим просування через сучасні канали комунікацій на національному та міжнародному туристичних ринках [39].

Висновок до 2 розділу:

У другому розділі було досліджено сучасний стан та перспективи розвитку туризму у Вінницькій області. Під час написання роботи було розглянуто загальну та географічну характеристику регіону. За допомогою статистичних та демографічних даних було побудовано таблицю з розподілом наявного населення Вінницької області за типом місцевості, досліджено структуру багатогалузевого промислового комплексу Вінниці. Виявлено основні галузі невиробничої сфери, описано центри культурно-рекреаційної, санаторно-лікувальної сфери, у вигляді діаграми було відображено найбільш популярні види туризму в даній місцевості. Завдяки дослідницькій роботі Департаменту маркетингу міста було наведено рисунок з даними по туристам у місті Вінниця за 2021, а також представлено графічні дані, в яких відображено як змінювалась сума надходжень туристичного збору до місцевих бюджетів. Зроблено висновки, що Вінниччина має всі передумови для інтенсивного розвитку внутрішнього туризму.

У другому підрозділі проведено аналіз туристичного потенціалу зеленого туризму на Вінниччині. Розглянуто Державну стратегію регіонального розвитку на 2021-2027 роки. Виявлено основні громадські організації, що діють по області та напрямки їх діяльності. В роботі також зацентовано увагу на основних районах регіону, де активно намагаються розвивати даний вид туризму, представлені дані по конкретним садибам та їх спеціалізації. На прикладі бренду "Подільське яблуко" показано, який внесок у розвиток туризму мають об'єднані територіальні громади.

Під час написання даного розділу, зауважено, що основними перепонами виступають переважно чинники управлінського, фінансово-економічного, інформаційного та соціально-культурного характеру. Запропоновано формування нових туристичних продуктів за допомогою створення кластерів у сфері сільського зеленого туризму на Вінниччина на основі прикладу проєктної моделі «Горбогори» в Закарпатській області.

РОЗДІЛ 3

РОЗРОБКА ТУРУ «ТРАДИЦІЇ ТА ЗАБАВКИ НА ПОДІЛЬСЬКОМУ СЕЛІ»

3.1 Розробка програми та структури туристичного маршруту

Формування туру охоплює розробку маршруту і пакетування товарів і послуг, необхідних для задоволення потреб туристів під час подорожі.

Тур - це програма, в рамках якої реалізується мета перебування людини поза свого постійного місця проживання, створене з урахуванням індивідуальних побажань туриста і комплексу заходів щодо її реалізації на відповідному якісному рівні. У широкому розумінні поняття "тур" охоплює не тільки туристичний маршрут, а й пакет товарів і послуг, необхідних туристам під час подорожування за цим маршрутом. До основних туристичних послуг відносяться перевезення, харчування, розміщення, реклама, організація відвідувань туристичних об'єктів, забезпечення відпочинку й рекреації [50].

Важливим етапом створення туру є вибір початкового та кінцевого пунктів маршруту та розробки схеми маршруту. За схемою маршрути можуть бути лінійні, кільцеві, радіальні та комбіновані і представлені на рис.

3.1. Вибір пунктів по маршруту узгоджується з програмою відповідно до виду туризму, терміну та класу обслуговування [51].

Маршрут кільцевий — це шлях подорожі, який починається і закінчується в тому самому географічному пункті перебування.

Маршрут лінійний — шлях слідування, початок і закінчення якого припадають на різні географічні пункти перебування.

Маршрут радіальний — шлях слідування, під час якого турист знаходиться на туристичній базі (садибі), реалізуючи програму походів та екскурсій з одного туристичного центру. Також — шлях слідування, початок і кінець якого припадають на той самий географічний пункт перебування.

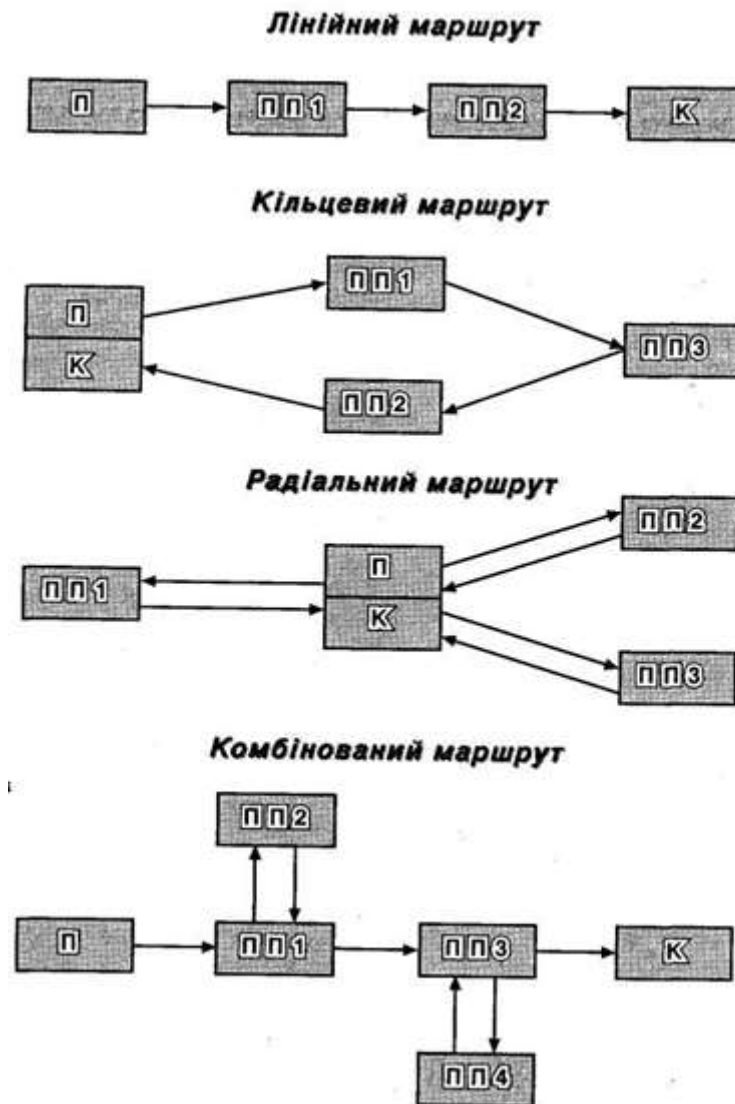


Рис. 3.1 Схеми туристичних маршрутів [52],

Де П — початок маршруту;

К — кінець маршруту;

ПП1, ПП2..., ПП4 — пункти перебування.

Також існує маршрут комбінований — тур, який включає в себе елементи лінійного, кільцевого і радіального маршрутів в тій чи іншій комбінації, або поєднання різних транспортних засобів, відмінної за окремими ділянками категорії надання транспортних послуг [52].

Останній етап розробки туру полягає в програмному забезпеченні. Програма є щоденним розпорядком, призначеним для реалізації мети подорожі.

Зібравши теоретичні відомості про Вінницьку область, та проаналізувавши усі проведені дослідження; в проектній частині дипломної роботи, мною було розроблено туристичний маршрут до Вінниччини з акцентуванням саме на сільському зеленому туризмі. Розглянувши вже існуючий та раніше описаний в роботі, туристичний кластер «Яблуневий шлях», мною було вирішено включити його як екскурсійну програму під час проживання в сільській зеленій садибі, оскільки територіально вони знаходяться у двох сусідніх районах, таким чином представивши ідею нового саме сільського туристичного кластеру. Даний кластер буде охоплювати заклади розміщення у сільській місцевості – зелену садибу «Подільська родина»; напрямок виробництва і переробки аграрної продукції здійснюється місцевими комунальними підприємствами на підставі регіонального бренду «Подільське яблуко», де виготовляються локальні продукти; оздоровчо-відпочинкова функція здійснюється завдяки циклу процедур на основі яблучного соку; музейно-етнографічна складова представлена в сусідньому селі Олександрівка з музеєм садівництва та ягідництва. Допоміжний сектор представлений Барської та Северинівської об'єднаними територіальними громадами та громадською організацією «Подільська агенція регіонального розвитку».

Даний тур розрахований на 5 днів і може бути організований як для корпоративних туристів, так і для збірних груп до 8 осіб при умові, що усі туристи проживають в садибі. Група може складатися і до 16 осіб при умові, що частина туристів проживають у власних наметах на території садиби. Найдовший час переїзду м. Одеса – с. Гайове, Вінницької області, і у зворотньому напрямку: с. Гайове, Вінницької області – м.Одеса, і займає по 6,5 годин. Враховуючи транспортну доступність до основних об'єктів відвідування, засобом перевезення було обрано автобус Mercedes-Benz Sprinter. Нижче, в табл. 3.1, схематично представлено структуру туру по дням та годинам.

Таблиця 3.1

Схематична структуру туру

1 День	
Час	План за програмою
07:15	Зустріч з супроводжуючим біля головного входу на залізничному вокзалі м.Одеса.
07:30	Виїзд з м. Одеса. По дорозі буде санітарна зупинка з можливістю поснідати за бажанням.
14:30	Прибуття до с. Гайове, Барського району, Вінницької області. Заселення до садиби «Подільська родина».
15:00	Обід та знайомство з господарями садиби. Дізнаємося як виникла ідея займатися сільським зеленим туризмом та історію села, в якому будемо проживати.
16:00	Огляд території: сад та город, контактний зоопарк з домашніми тваринами, місця для відпочинку. Годування поні та катання на возі.
18:00	Прогулянка до ставка (10 хвилин пішки)
19:30	Вечеря від господині садиби.
2 День	
(Зранку є можливість піти на риболовлю на ставок. Для бажаних, самостійно)	
09:00	Сніданок від господині садиби.
10:30	Майстер-клас «Жайворонок». Знайомство з традиціями обрядового хліба. Своїми руками випікаємо «жайворонків» з хліба та загадуємо бажання.
11:30	Цікаві історії сільського життя. Будемо приймати участь у доїнні корови Ласуні (муляж). Дізнаємося як робити домашній сир, сметану.

Продовж. табл. 3.1

12:30	Частування в альтанці або біля печі від господині: домашні пиріжки з ягодами та горіхами, чай з малиною та м'ятою, сезонні фрукти. (Усе вирощено самостійно!).
13:00	Вільний час. На території є гойдалки, фотозони, дерев'яні лавки, альтанка.
15:00	Обід від господині садиби.
16:00	Відвідання майстерні коваля. Усі разом спільно куємо підкову.
17:00	Майстер-клас «Фітосекрети».
18:00	Вільний час на відпочинок.
19:30	Вечеря від господині садиби під спів українських народних пісень.
3 День	
08:00	Сніданок від господині садиби.
09:00	Вийзд до с.Антонівка, Томашпільського району, де знаходиться розсадник зі старовинними подільськими сортами яблук. Екскурсія.
12:00	Переїзд до с. Сиверинівка, Жмеринського району, де знаходиться котедж садівника Д.Макклера,теплиця, санаторій. Є можливість придбати сувеніри: яблучні чіпси, натуральні соки, косметичні засоби.
13:30	Переїзд до м.Бар. Дегустація продукції з яблук.
15:00	Повернення до садиби «Подільське гніздо». Обід від господині. Вільний час.
17:00	Запрошуємо долучитися до приготування страв за забутими рецептами наших предків з Поділля.
19:30	Вечеря від господині садиби.

Закінчення табл. 3.1

4 День	
09:00	Сніданок від господині садиби.
10:00	Відвідування пасіки та майстер-клас «Бджолярство».
12:00	Запрошуємо долучитися до приготування гастробренду Поділля – домашня ковбаса «КовбасаПальцем Тикана». Ознайомимось з українським народним посудом.
14:00	Вільний час на відпочинок.
15:00	Обід від господині садиби.
16:00	Майстер-клас з виготовлення оберігу «Янгол з трави» та народні забавки: гадання, обради «сватання» і тд.
18:00	Відпочинково-пізнавальна програма «Вироби з глини».
19:30	Вечеря від господині садиби з дегустацією домашнього самогону та консервації.
5 День	
08:00	Сніданок від господині садиби. Можливість придбати сувенір та локальну продукцію: ягоди, овочі та фрукти, домашній сир, мед і тд.
09:30	Прощання із господарями та виселення із садиби.
16:30-17:00	Прибуття до м. Одеси, залізничний вокзал. По дорозі буде санітарна зупинка з можливістю пообідати.

Засобом розміщення було обрано зелену садибу «Подільська родина» в селі Гайове, Барського району (Додаток Д), що представлена на рис. 3.2. Хата має дві кімнати, які господарі облаштували для проживання, бажаючих відпочити та пізнати село. Санвузол є в будинку і на вулиці. Проживання передбачає триразове харчування з власноруч вирощених продуктів.

Одночасно в садибі можуть прийняти до 8 осіб, за згоди можуть бути додаткові лішко-місця. Також можна розміститися зі своєю палаткою, спальниками у садку.

Господарі допомагають організувати відпочинок для подорожуючих велосипедистів і надають перевагу сімейному відпочинку з дітьми.



Рис. 3.2 Інтер'єр зеленої садиби «Подільська родина» в с.Гайове, Барського району [53]

На території садиби можна реалізовувати виїзні тренінги, семінари. Господарі мали замовлення від центрів зайнятості, органів самоврядування, громадських організацій, власників агросадиб, фермерів. Організують святкування урочистих сімейних подій з елементами українських традицій та фольклору, міні-корпоративи.

Отже, перший день туру передбачає збір та зустріч туристів на привокзальній площі в міста Одеса, перевірка документів, розсадка згідно викуплених квитків. Переїзд до села Гайове, Барського району, Вінницької області займає 6,5 годин і становить 508 км. На рис. 3.3 представлено маршрут туру.

Передбачені санітарні зупинки, де в туристів буде можливість придбати сніданок. Тривалість переїздів може збільшуватися в залежності від погоди та стану дорожнього покриття.

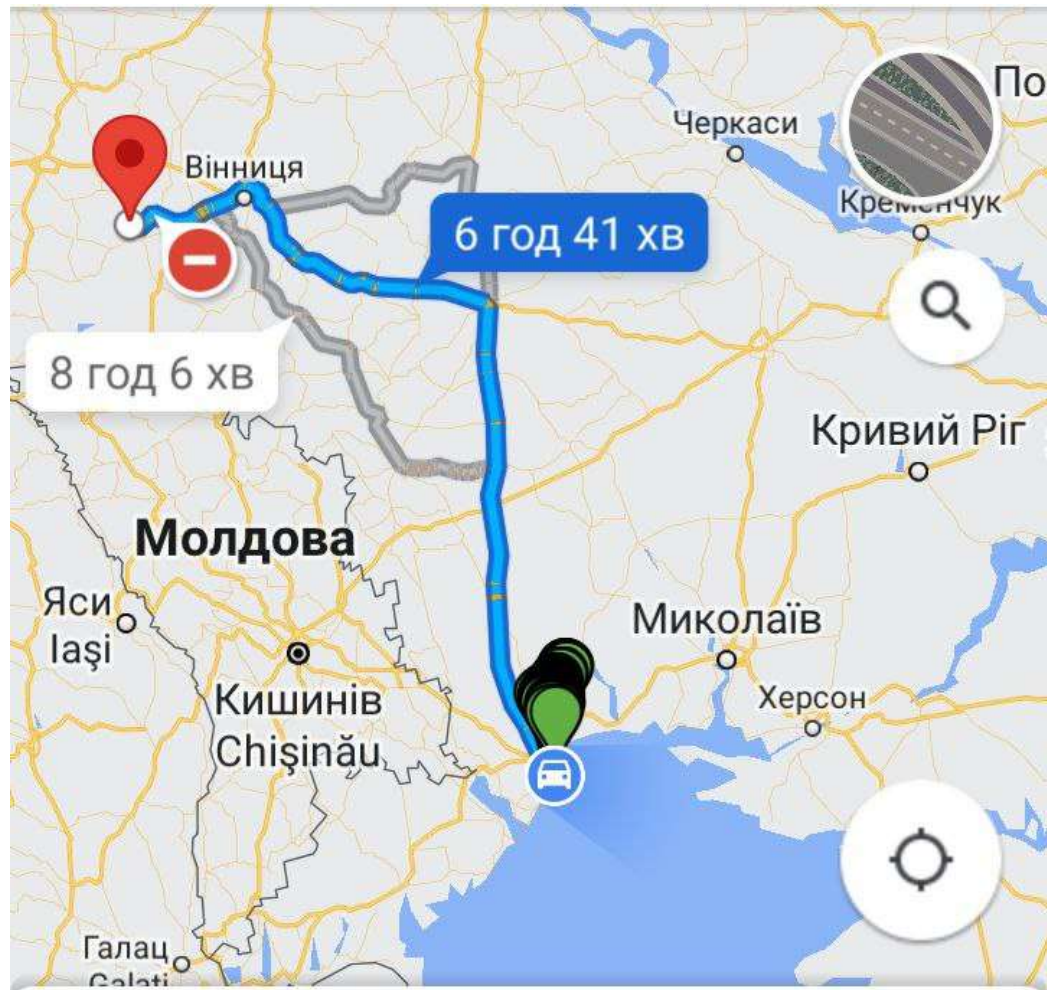


Рис. 3.3 Мапа маршруту першого дня туру

Після прибуття до садиби і розселення, господарі запрошуватимуть гостей до традиційного українського обіду, під час якого зможуть познайомитися та розповісти про ідею створення садиби та село, в якому проживають. Цікаві екскурсії у Гайовому не рідкість, адже гостина садиба «Подільська родина» існує вже п'ятнадцять років. Та й для Оксани Бас приймати гостей не в новинку, адже у «зеленому туризмі» вони з чоловіком флагмани на Поділлі. Після обіду туристи зможуть оглянути територію садиби, а саме: город та сад, контактний зоопарк та місця для відпочинку. Територія садиби займає 0,62 га.

Біля будинку знаходиться садок, в якому ростуть яблуні різних сортів - від ранніх до пізніх, груші, сливи, абрикоси, вишні, черешні, горіхи, айва, кизил, куші: малини, смородини, порічки, ожини, йошки, агрусту. Також господарі тримають город, де вирощують: картоплю, буряк, моркву, капусту, помідори, огірки, цибулю, часник, різноманітну зелень.

Садок та город господарі Оксана та Василь дуже люблять, тому не знушають над ними різною хімією. Для них важлива якість продуктів, а також здоров'я їхніх гостей, яким вони з задоволенням пропонують продукти до споживання, а також споглядання за тим, як все росте та розвивається. Господарство родина Бас тримає не дуже об'ємне. Туристи можуть побачити, подоглядати та погодувати: курей, свиней, кроликів, коня з поні і навіть фазанів. Туристи матимуть змогу прокатитися на возі або верхи, що відображено на рис. 3.4, а також погодувати домашніх свинок та поні.



Рис. 3.4 Катання вверхи у садибі «Подільська родина в с.Гайове, Барського району [53]

Після екскурсії по території садиби туристам пропонується піша прогулянка до ставка, маршрут до якого відображено на рис. 3.5, і відстань до якого становить 10 хвилин.

В селі Гайове надзвичайно різноманітна природа: зелені пагорби, ставки, річка, ліси, посадки, поля. Завдяки наявності водних ресурсів та помірного клімату в данній місцевості є різноманітні рослини, тварини, птахи, комахи, за якими цікаво спостерігати, приємно фотографувати та малювати.

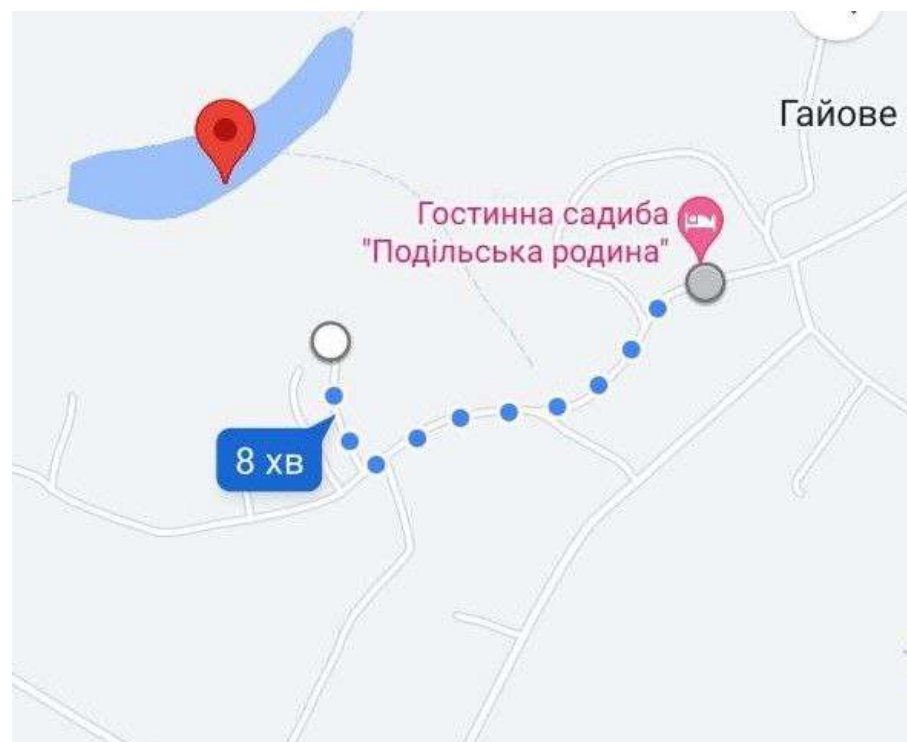


Рис. 3.5 Мапа маршруту від садиби «Подільська родина» до найближчого ставка

Після прогулянки на свіжому повітрі туристів чекає вечеря від господині садиби та вільний час на відпочинок. За бажанням, туристи можуть самотійно, на наступний день, піти зранку на риболовлю.

Другий день туру починається із загального сніданку. В цей день на туристів чекає насичена програма від господарів садиби.

Спочатку господиня запрошує усіх на майстер-клас «Жайворонок» (Додаток Е), де відбуватиметься знайомство з традиціями обрядового хліба і кожен власноруч зможе зліпити з тіста та випікти свого «жайворонка», а також загадати бажання.

Після чого гаденя розповість про історії старовинного побуту сільського життя. На гостей чекає майстер-клас «Корова Ласуння». Будемо говорити про те, звідки береться молоко, сир, сметана, а також що корова їсть і як її доїти.

Після чого пропонуємо почастиватися пиріжками з печі, випеченими раніше солодощами, чаєм з малиною та м'ятою, сезонними фруктами прямо з саду. Вільний час, під час якого можна піти на фотозони, гойдалки, відпочити в альтанці або на дерев'яних лавцях під горіхом.

Після обіду до себе в майстерню коваля запрошує господар садиби. На туристів чекає майстер-клас «Ковальство». Кожен декілька хвилин побуде в ролі підмайстра коваля, як на рис. 3.6.



Рис. 3.6 Майстер-клас з ковальства [53]

Всі разом кують спільну підкову, яку можна буде забрати з собою, або підписати та залишити господарям садиби на згадку.

Під вечір господиня Оксана запрошує усіх бажаючих на майстер-клас «Фітосекрети», де поділиться рецептами краси та навчить як можна робити різноманітні косметичні процедури в домашніх умовах.

А під час вечері будемо співати українські народні пісні разом з музикантами, що представлені на рис. 3.7, під народні інструменти.



Рис. 3.7 Музики з українськими народними інструментами [53]

Третій день передбачає виїзні екскурсії по туристичному маршруту «Яблуневий шлях», який є вдалим прикладом туристичного кластеру. Вінницький регіон, зокрема його південно-західна частина, здавна славиться чудовими урожаєм яблук та ягід. Нині на Вінниччині зосереджено більше половини загальноукраїнського виробництва яблук.

Після сніданку туристи їдуть до села Антонівка, Томашпільського району, де знаходиться розсадник із старовинними подільськими сортами яблук.

Прогулявшись пішки та послухавши екскурсію, гості вирушають до села Северинівка, Жмеринського району. В 1802 році, об'єднавши два села Молохів і Війтівці, на пагорбах над річкою Рів, що є притокою Південного Бугу, підприємець-поляк Северин Орловський заснував нове село, яке взяло назву від його імені.

А в 1814 році навколо маєтку Орловського, ірландець Діонісій Мікклер, заклад природний парк на площі 42 га, де росли дерева, зібрані зі всієї Європи. До сьогодні тут збереглося декілька дубів, яким вже понад 200 років. В парку є природні камені-скелі, які сьогодні сельчани називають Каменями Зустрічі, Кохання, Розлуки. В колишньому панському палаці, збудованому у стилі бароко, сьогодні розташований лікувальний заклад [54].

В санаторії можна скористатись рядом унікальних процедур із використанням голубої глини і гідромасажних ванн з яблучним соком. Крім яблучних ванн, туристам пропонують кисневі коктейлі на основі яблучного соку, масажі з застосуванням яблук, фіточаї тощо. Також туристи відвідують будинок Мікклера, де розмістився його музей, а поруч знаходиться оранжерея, що представлена на рис. 3.8.



Рис. 3.7 Оранжерея Д.Мікклера в с.Сиверінка [54]

Наступною точкою нашого маршруту є підприємство, на якому працює лінія виготовлення соків та виробництва яблучних чіпсів, де можна придбати продукцію, після його туристи переїзжають в місто Бар, де розташований кластерний офіс з дегустаційним обладнанням. Оскільки усі точки маршруту знаходяться у двох сусідніх районах, то переїзди між ними займають не більше 30 хвилин і не втомлюють туристів. Мапа переміщень між екскурсійними об'єктами представлена на рис. 3.8.

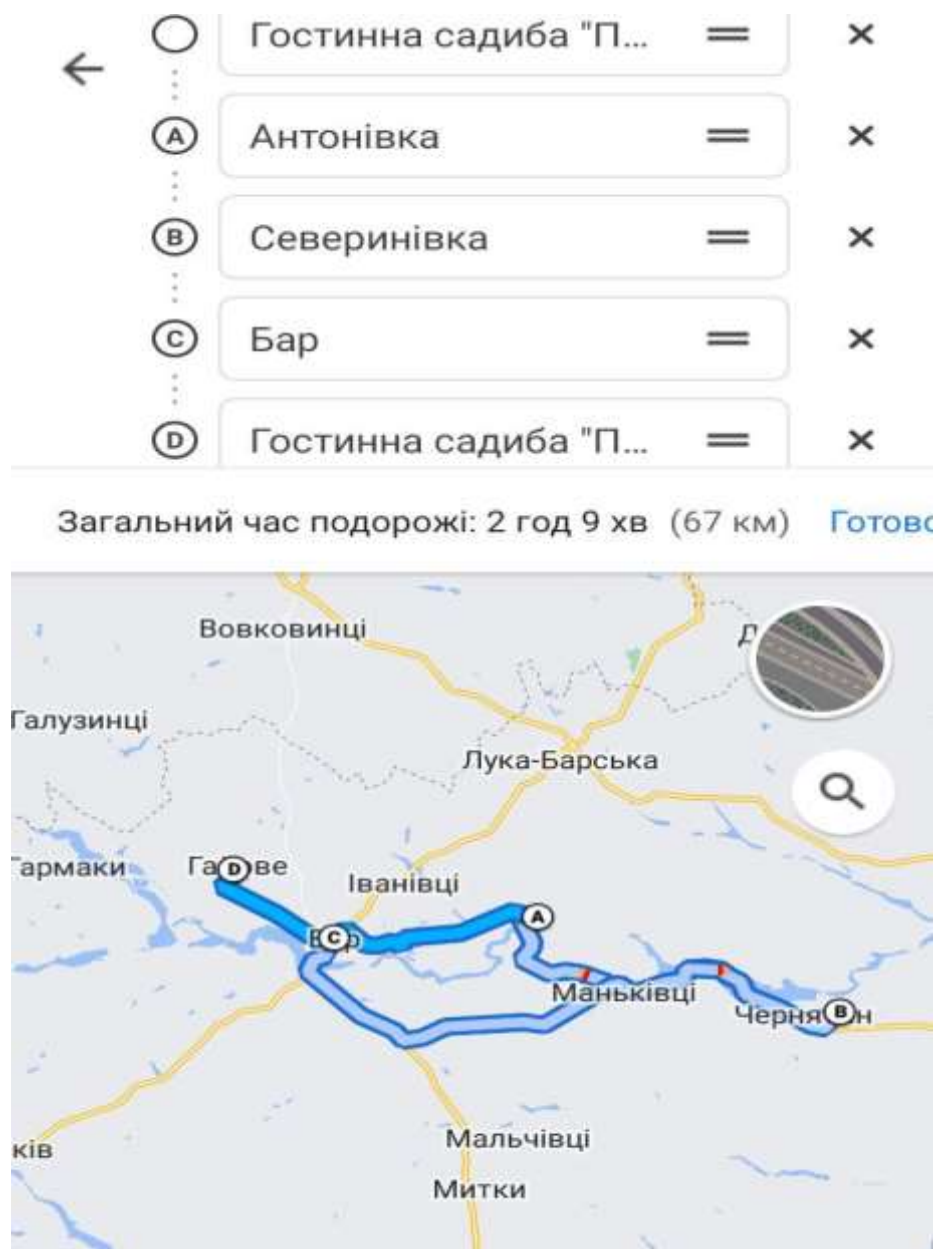


Рис. 3.8 Мапа переміщення між точками маршруту «Яблуневий шлях»

Після повернення до садиби, господиня накриває обідній стіл. Вільний час з можливістю відпочити. Ввечері запрошуємо долучитися до приготування страв за забутими рецептами наших предків з Поділля: солодка намазка з сала, що пасує до чаю; смузі із зелені та сезонних фруктів, яким освіжалися під час робіт на полі більше 200 років тому, а також голубці за старовинним рецептом польської королеви Бони Сфортці.

Четвертий день нашого туру також буде насичений на різноманітні традиційні роботи на території садиби. З самого ранку запрошуємо туристів до пасіки, де пройде майстер-клас «Бджолярство», під час якого, матимо нагоду дізнатися як добувають мед. Ополудні господарі влаштують для туристів змагання з приготування гастробренду Поділля – «Ковбаса Пальцем Пихана», під час якого усі матимуть змогу натерти часник, для начинки, в справжній макітрі. Перед обідом вільний час на відпочинок, після якого запланований майстер-клас з виготовлення оберегу «Янгол з трави», що відображено на рис. 3.9, а також участь у народних забавках: гадання, обряди «сватання» тощо.



Рис. 3.9 Майстер-клас з виготовлення оберегу [53]

Оскільки, це буде останній вечір туристів в садибі «Подільська родина», то господарня влашує вечерю-фуршет з частуванням домашнього самогону, узвару, компоту та консервації.

На п'ятий день туру туристів чекає ранній підйом, сніданок та можливість придбати сувеніри та локальні продукти: ягоди, фрукти та овочі, домашній сир, мед, глиняні вироби тощо. Прощаємося з господарями садиби, повертаємося до Одеси. Нижче, в табл. 3.2 представлено технологічну карту маршруту.

Таблиця 3.2

Технологічна карта туристичної подорожі за маршрутом

Назва маршруту	«Традиції та забавки на Подільському селі».
Вид туру	Пакетний тур. Для корпоративних та збірних груп.
Вид транспорту	Автобусний.
Вид маршруту	Комбінований.
Протяжність туру	1080 км.
Тривалість туру	5 днів.
Засіб розміщення	Зелена садиба «Подільська родина» в с.Гайове, Барського району, Вінницької області.
Кількість туристів в групі	Від 8 до 16 осіб.
Загальна вартість туру	6450 грн.
Послуги, що входять у вартість:	Проживання з триразовим харчуванням; Трансфер; Виїзна екскурсія «Яблуневий шлях»; Майстер-класи: випікання обрядового хлібу: «Жайворонок», «Доїння корови Ласуні», «Майстерня коваля», «Фітосекрети», «Старовинні рецепти Поділля», «Бджолярство», «КовбасаПальцемПихана», обіріг «Янгол з трави».
В тому числі (оплачується додатково та за бажанням):	Харчування: сніданок в 1 день туру, обід на 5 день туру. Вхідні квитки під час виїзної екскурсії. Додаткові послуги, сувеніри.

3.2 Шляхи просування туру

Просування туристичного продукту на ринку є найважливішим завданням маркетингу. Для досягнення мети необхідно налагодити зв'язки із реальними та потенційними споживачами туристичних послуг. Маркетингові заходи із просування туристичних послуг об'єктивно повинні корегуватися у відповідності до змін у навколишньому середовищі, новизни та змісту пропозицій туристичних компаній, зростання запитів, вимог до послуг, зростання чисельності досвідчених туристів. Відповідно до Закону про туризм, просування туристичного продукту - комплекс заходів, спрямованих на реалізацію туристичного продукту: реклама, участь в спеціалізованих виставках, ярмарках, організація туристичних інформаційних центрів з продажу туристичного продукту, видання каталогів, буклетів тощо. Іншими словами, просування турпродукту припускає проведення різних видів діяльності по доведенню інформації про кращі сторони продукту до потенційних споживачів і стимулювання в них бажання його купити [55].

На етапі впровадження туристичного продукту, організація повинна вивчити фактори, які будуть впливати на рішення покупки продукту. Такими факторами може бути структура і якість туристичного продукту, його атрактивність, етапи життєвого циклу. На початковій стадії життєвого циклу туристичного продукту потрібно прикладати особливих зусиль для ознайомлення потенційних туристів з новим продуктом. Просування продукту може здійснюватися в таких напрямках:

- реклама;
- стимулювання збуту;
- персональні продажі;
- зв'язки з громадськістю.

Реклама в сфері туризму більш актуальна, ніж у інших галузях. Ця обставина пов'язана з індивідуальними властивостями туристичних послуг: невідчутність, нездатність до збереження, нерозривність виробництва і споживання. Реклама туристичного продукту повинна виконувати такі завдання на користь покупців: надавати інформацію про асортимент наявних у продажі туристичних продуктів, їхні властивості і особливості використання; повідомляти про нові туристичні продукти та підготувати покупця до їхньої появи на ринку; формувати смаки споживачів; нагадувати про необхідність зробити сезонну покупку у зв'язку з якою-небудь подією, або про можливість купівлі випадково (наприклад знижка); інформувати про місце зручнішого придбання туристичного продукту [56].

Під стимулюванням збуту в туризмі розуміють короткострокові заохочувальні заходи, що сприяють продажу і збуту. Туристичні підприємства і туроператори визнають, що їх продажі і прибуток в значній мірі залежать від того, яким способом вони мотивують турагентів і споживачів. На рисунку 3.10 представлено методи просування, серед яких широко використовуються різні знижки, пільги, конкурси, лотереї, ігри, участь в туристичних виставках, ярмарках, безкоштовна роздача сувенірів і т.д.

Стимулювання продажу передбачає застосування додаткових стимулів заохочення до купівлі чи продажу турпослуг. Стимулювання продажу включає:

- 1) Стимулювання споживачів за допомогою: оголошення знижок на туристичні поїздки; надання додаткового безкоштовного обслуговування за умови купівлі туристом туру максимальної тривалості; включення в пакет деяких безкоштовних послуг тощо.

- 2) Стимулювання торгових посередників (турагентств) шляхом: виплати прогресивної комісії за продаж турів понад встановлену квоту; організації безкоштовних рекламних поїздок для працівників турагентств тощо [56].



Рис. 3.10 Стимулювання продаж турпродукту [55].

Персональний продаж — це усне представлення товару в ході бесіди з одним або декількома потенційними покупцями з метою здійснення продажу. Він є відносно дорогим методом просування, оскільки порівняно з рекламою охоплює незначне коло потенційних покупців. На відміну від інших методів просування персональний продаж - це багатоетапний процес, розтягнутий у часі та просторі [55].

Незважаючи на популярність даного терміну "public relations", досі немає єдності в розумінні цього явища. Зв'язки з громадськістю можна розглядати як елемент маркетингових комунікацій з управління громадською думкою для досягнення взаєморозуміння і встановлення позитивних продуктивних відносин між підприємством і цільовими аудиторіями допомогою інструменту ЗМІ. До таких інструментів можна віднести:

1) Співпраця зі ЗМІ — надання інтерв'ю та коментарів по певних питаннях, розповсюдження новин у вигляді прес-релізів або креативних розсилок, написання й розміщення статей на платній основі.

2) Інтернет просування — використання агентів впливу на комунікаційних майданчиках Інтернету, вірусне розповсюдження інформації.

3) Спеціальні події — заходи, єдиною метою яких є короткострокове привернення уваги здебільшого ЗМІ, іноді кінцевих споживачів та інших цільових аудиторій. До них можна віднести як прес-конференції, прес-тури, круглі столи, благодійні заходи, фотосесії [55].

Проаналізувавши шляхи просування туристичного продукту на ринку, було визначено, що кожен із них є достатньо ефективним і дає свої результати протягом певного періоду часу. Оскільки, в нас ще не налагоджені зв'язки та співпраця з туристичними агентами і розроблено лише один вид туру, то стимулювання збуту через торговельних посередників не є на даному етапі актуальним. Однак, маючи досвід роботи в готельному бізнесі, я часто зустрічалась з тим, що компанії або фізичні особи підприємці пропонують розмістити їх рекламу у вигляді флаєрів та листівок, наприклад рис. 3.11, в номерах, в холах або на стійці реєстрації в обмін на якусь знижку для персоналу під час замовлення їх товару або послуг.

Тому розпочинаючи просування туру, можна скористатися даним видом реклами, оскільки воно не потребує додаткових фінансових вкладень, і допоможе зацікавити більш широку географію туристів.

Персональний продаж має місце бути в нашому випадку, наприклад, через презентацію туру для початку для своїх знайомих та родичів, а далі інформація про тур буде поширюватися методом "сарафаного радіо". Однак, такий метод просування, як зазначалося раніше, не є дуже ефективним.

Проте сучасне суспільство розвивається дуже швидкими темпами, особливо інформаційний простір, що в свою чергу стимулює виробників туристичних продуктів шукати все нових шляхів для просування своєї продукції на ринку. Було вирішено використовувати сучасні інформаційні технології для реклами продукту.

Інтернет - один із найперспективніших напрямків просування туристичного продукту. Щорічно кількість користувачів, а отже, і потенційна аудиторія – збільшується [56].



Рис. 3.11 Флаєр туру «Традиції та забавки на Подільському селі»

Для просування розробленого туру, будемо використовувати такий вид інновації у просуванні туристичного продукту на ринку, як таргетинг. Таргетинг - це рекламний механізм, що дозволяє виділити зі всієї наявної аудиторії тільки ту частину, яка відповідає заданим критеріям, тобто цільову аудиторію, і показати рекламу саме їй. Треба зазначити, що використання таргетингової реклами, буде найефективнішим у тому випадку, якщо використовувати різні її види.

Найбільш популярний вид таргетингу - підбір рекламних майданчиків. Здійснюється шляхом підбору рекламних майданчиків так, щоб їх відвідувачі відповідали цільовій аудиторії.

Таргетинг за інтересами або контекстна реклама. Показ реклами у відповідності з інтересами відвідувачів рекламного майданчика.

Географічний таргетинг. Показ реклами цільовій аудиторії, обмежено деяким географічним регіоном, обраним рекламодавцем.

Соціально-демографічний таргетинг - за віком, статтю, доходом, посадою [56].

Якщо розглядати соціально-демографічний таргетинг, то цільова аудиторія буде направлена в основному на молодь, сімейні пари з дітьми, та людей віком від 30 до 55 років. Було обрано звернути увагу саме на дану категорію туристів, оскільки відпочинок в селі не потребує постійних витрат коштів, а у музеях, культурних центрах і т.д. діє система студентських знижок. По-друге, даний тур розрахований на невелику кількість днів, що не буде тяжко переноситися для малих дітей, і може бути організований у вихідні від навчання та роботи дні. Також відпочинок на природі та програма туру була побудована так, що дозволяє одночасно взаємодіяти усім членам сім'ї, сприяє встановленню емоційного контакту між батьками та дітьми, реалізує сімейні цінності, сприяє активній соціалізації дітей. Звертаючи увагу на те, що люди віком від 30 до 55 років, які багато часу проводять на робочому місці, а також які вже виховали дорослих дітей – під час такого туру, зможуть відпочити від галасливого міста, домашніх обов'язків і побути у єднанні з природою.

Підбір рекламних майданчиків в основному був би направлений на те, де найбільше часу проводять потенційні клієнти, тобто це були б найбільш поширені та популярні соціальні мережі, такі як Instagram та Facebook, оскільки багато людей та компаній активно працюють з даними видами соціальних мереж, спілкуються один з одним, ведуть свої активні сторінки, що дозволяє розробити портрет нашого клієнта.

Окрім соціальних мереж, необхідно здійснювати щоденну розсилку оголошень на тематичних сайтах та групах про туризм, наприклад рис.3.12.

Аналізуючи геотаргетинг, то в основному даний тур розповсюджувався би саме на вітчизняних туристів. Оскільки, за місцем розташування можна охопити всю країну, налаштувати розширене географічне націлення або вибірку по містах, то будемо використовувати саме вибірку по містах та регіонах, оскільки виїзд в тур по програмі туру, здійснюється з міста Одеси.



Рис. 3.12 Розміщення публікацій на тематичних сайтах

Також актуальним для просування туру через зв'язки з громадськістю буде участь у спеціальних подіях: день туризму, наукові студентські конференції.

3.3 Розрахунок вартості туру

Організаційно-технічні заходи по забезпеченню туру є наступним етапом в розробці туру після визначення схеми маршруту та програми перебування. Розрахунок вартості туру є складною багатофакторною процедурою. На ціноутворення впливає характер попиту, розвиненість ринку туристичних послуг, місце туристичної фірми на ньому та оцінка конкурентного середовища, обрана маркетингова стратегія тощо. Ціна туру відтворює економічний бік діяльності суб'єкта господарювання і відбиває його комерційну політику на ринку туристичних послуг. Ціна туру коливається в межах від собівартості до продажної ринкової ціни. Ці коливання відбивають попит на даний турпродукт. Коливання попиту мають часовий (літній, зимовий періоди, міжсезоння), видовий (на окремі види туризму) та територіальний (на певні регіони) зрізи. Диференціація цін на турпродукт є результатом диференціації тарифів на окремі види послуг, що входять до складу тура, відбиваючи зміни витрат праці на певні види послуг в різний період часу.

Нижньою межею вартості тура є його собівартість, яка включає зафіксовану в угодах ціну основних послуг за обумовленими параметрами туру та поточні витрати на їх реалізацію та організацію споживання. Останній параметр залежить від обраної фірмою маркетингової стратегії: характеру реклами і рекламної кампанії, розгалуженості мережі та її географії, різноманітності каналів збуту турпродукта. Собівартість туру є сумарною ціною складових: проживання, харчування, транспортування, екскурсійне обслуговування та ряд додаткових послуг, які, на думку туроператора, якісно підвищують конкурентоздатність пакета [57].

Собівартість туру залежить від:

- 1) сезону та регіону (сезонні націнки практично на всі види послуг, націнки на послуги в популярних туристично-рекреаційних центрах);
- 2) терміну (чим довший тур, тим він дорожчий);

3) обраного виду подорожування (авіа-, автобусний тощо);

4) його форми (індивідуальні тури дорожчі за групові в розрахунку на одного туриста і чим численніша група, тим менша ця вартість);

5) складу учасників групи (багато послуг надається певним категоріям споживачів на пільгових умовах, наприклад, дітям дошкільного віку та школярам, пенсіонерам, військовим).

До складу групи входять також особи, що організують споживання послуг (супроводжувач, гід-перекладач), отримуючи за це заробітну плату.

Вартість туру розраховується за формулою 3.1 [57].

$$W = \frac{C + D + P + H + Z + I - K}{\Psi + P}, \quad (3.1)$$

де С – собівартість туру;

Д – додаткові послуги;

П - податки та інші види обов'язкових сплат;

Н – прибуток туроператора;

З – знижки, що надаються туристу;

К – комісійна винагорода;

Ψ - чисельність туристів в групі

Р – кількість осіб, що супроводжують групу.

Отже, собівартість туру складають:

1) Проїзд за усім маршрутом: 1080 км.*16 грн./км. = 17280 грн. ≈ 17300 грн.

Простій автобусу: 2 дні * 1000 грн. = 2000 грн.

Усього: 17300 грн + 2000 грн. = 19300 грн.

2) Проживання: $250 \text{ грн/чол.} * 10 \text{ осіб} * 4 \text{ дні} = 2500 \text{ грн.} * 4 \text{ дні} = 10000 \text{ грн.}$

Триразове харчування під час проживання в садибі включено до вартості проживання (4 сніданки, 4 обіди, 4 вечері).

3) Реклама: 5 дол./день. Беремо курс згідно банку 31,50 грн.

Маємо: $5 \text{ дол.} * 31.50 \text{ грн.} = 157,5 \text{ грн.} \approx 158 \text{ грн./день.}$

Оскільки ми плануємо возити по 1 туру на тиждень, то:

$158 \text{ грн.} * 7 \text{ днів} = 1106 \text{ грн.} \approx 1110 \text{ грн.}$

4) Послуги, що включені до туру:

А) Майстер класи: $1 \text{ день} = 250 \text{ грн/особи.}$

Враховуючи, що в нас три дні майстер-класів, маємо:

$250 \text{ грн.} * 8 \text{ осіб} * 3 \text{ дні} = 6000 \text{ грн.}$

Б) Катання на возі = $10 \text{ грн./особи, маємо:}$

$8 \text{ осіб} * 10 \text{ грн.} = 80 \text{ грн.}$

В) Частування в альтанці на 2 день (полуденник): 50 грн./особа.

Маємо: $10 \text{ осіб} * 50 \text{ грн.} = 500 \text{ грн.}$

Г) Дегустація домашнього самогону та консервації: 100 грн./особа.

Маємо: $8 \text{ осіб} * 100 \text{ грн.} = 800 \text{ грн.}$

5) Послуги гіда-супроводжуючого: 400 грн/доба.

Маємо: $5 \text{ днів} * 400 \text{ грн.} = 2000 \text{ грн.}$

Отже, собівартість туру становить: $(19300 \text{ грн.} + 10000 \text{ грн.} + 1110 \text{ грн.} + 6000 \text{ грн.} + 80 \text{ грн.} + 500 \text{ грн.} + 800 \text{ грн.} + 2000 \text{ грн.}) : 8 \text{ осіб} = 4973,75 \text{ грн.} \approx 4975 \text{ грн./ особа.}$

Таким чином, основні витрати по туру складаються з собівартості (сумарної вартості основних та додаткових послуг турпакету) та розрахунків з державою (податок на додану вартість, туристичний збір). Додатковими витратами по туру є вартість додаткових послуг, які пропонуються туристам на вибір і за їх бажанням можуть бути включені до остаточної ціни турпакету чи сплачуватись на місці споживання [57].

Розрахунки з державою складають:

- 1) Туристичний збір туристи не оплачують, оскільки Згідно Закону України від 2003 року про «Особисте селянське господарство», зелені садиби можуть вести свою діяльність не реєструючись як фізична особа підприємець, а отже не сплачує податки в місцевий бюджет.
- 2) ПДВ: $4975 \text{ грн.} \cdot 20 \% = 995 \text{ грн./особа.}$

Ціна туру повинна покривати витрати на його організацію і реалізацію та приносити суб'єкту ринкової діяльності певний прибуток, який би давав можливість для розвитку. В той же час ціна повинна бути гнучкою, щоб забезпечувати діяльність в умовах ринкової конкуренції і відповідати попиту. В ціну турпакета обов'язково закладається прибуток туроператора, який встановлюється в процентах до собівартості і залежить від рентабельності туру, що планується. Тобто, відповідно до маркетингу даного турпродукту, туроператор встановлює норму рентабельності (%) і чим вона вища, тим більша сума прибутку [57].

Оскільки, ми лише починаємо просувати наш тур і вперше виходимо на туристичний ринок, було вирішено встановити прибуток у розмірі 10% від собівартості туру.

Отже, прибуток з 1 туриста складає: $4975 \text{ грн.} \cdot 10\% = 497,50 \text{ грн.} \approx 500 \text{ грн.}$

Розраховуємо кінцеву вартість туру, що складається з собівартості, розрахунків з державою та прибутком туроператора.

Маємо: $4975 \text{ грн.} + 995 \text{ грн.} + 500 \text{ грн.} = 6470 \text{ грн.} \approx 6450 \text{ грн./особа.}$

Існують психологічні прийоми тактики ціноутворення «неокруглення ціни» - це ціни, встановлені нижче круглих сум. Покупець схильний оцінювати зниження ціни більш істотно, ніж реально [58].

В нашому випадку округлюємо ціну не до зручних 6500 гривень, а трохи знижуємо до 6450 гривень. В такому випадку здається, що тур коштує дешевше, хоча різниця між вартостями невелика в порівнянні із загальним прибутком.

Нижче представлено табл. 3.3, в котрій відображено вартість туру при групі в 12 осіб та 16 осіб. Тур може бути прорахований індивідуально під будь-яку корпоративну групу.

Таблиця 3.3.

Зміна вартості туру в залежності від кількості туристів в групі

Вартість туру при групі 12 осіб (+ супроводжуючий та водій)	Вартість туру при групі 16 осіб (+ супроводжуючий та водій)
Собівартість: 19300 грн. + (250 грн. * 14 осіб * 4 дні) + 1110 грн. + (250 грн. * 12 осіб * 3 дні) + 120 грн. + (50 грн. * 14 осіб) + (80 грн. * 12 осіб) + 2000грн. / 12 осіб = 47190 грн / 12 осіб = 3932 грн. $\approx$ 3933 грн.	Собівартість: 19300 грн. + (250 грн. * 18 осіб * 4 дні) + 1110 грн. + (250 грн. * 16 осіб * 3 дні) + 160 грн. + (50 грн. * 18 осіб) + (80 грн. * 16 осіб) + 2000грн. / 16 осіб = 54750 грн / 16 осіб = 3421,8 грн. $\approx$ 3422 грн.
ПДВ: 3933 грн. * 20% = 786,6 $\approx$ 787 грн.	ПДВ: 3422 грн. * 20% = 684,4 $\approx$ 685 грн.
Прибуток з 1 туриста: 3933 грн. * 10% = 393,3 $\approx$ 395 грн.	Прибуток з 1 туриста: 3422 грн. * 10% = 342,2 грн $\approx$ 342 грн.
Вартість туру: 3933 грн. + 787 грн. + 395 грн. = 5115 грн. = 5200 грн.	Вартість туру: 3422 грн. + 685 грн. + 342 грн. = 4449 грн. $\approx$ 4450 грн.

Отже, як бачимо, при збільшенні кількості туристів в групі, вартість туру значно зменшується. Це обумовлено тим, що собівартість туру змінюється в зв'язку з тим, що при більшій групі туристи вартість оренди автобусу, що є найдорожчою складовою туру, ділиться на більшу кількість людей.

Серед додаткових послуг, що не були включені до вартості туру і оплачуються додатково та за бажанням туристів:

- 1)Харчування: сніданок в 1 день туру, обід на 5 день туру. Пропонуємо туристам взяти їжу з собою у дорогу, або придбати під час санітарної зупинки на АЗС.
- 2) Вхідні квитки під час виїзної екскурсії «Яблуневий шлях».
- 3) Додаткові послуги, сувеніри.

Висновок до 3 розділу:

В третьому розділі було розроблено проектні заходи на основі теоретичних даних, що були зібрані у попередніх розділах та створена програма туру до сільської місцевості у Вінницькій області. Описаний в роботі, туристичний кластер «Яблуневий шлях», було включено як екскурсійну програму під час проживання в сільській зеленій садибі, таким чином представивши ідею нового сільського туристичного кластеру.

В першому підпункті детально описано усю екскурсійну програму та представлено технологічну карту туристичної подорожі за маршрутом, що відображає такі відомості як вид туру, вид маршруту та його протяжність. В додаткові ілюстрації виділено мапи переміщення між точками маршруту, які відображають основні туристичні локації туру.

В другому підпункті розглянуто роль та значення просування туристичного продукту на ринку, описано та проаналізовано основні напрямки просування турпродукту. Було обрано використовувати сучасні інформаційні технології для реклами нашого продукту саме завдяки таргетингу. Виокремлено основний портрет цільової аудиторії. Самостійно спроектовано флаєр туру, що відображено на рисунку 3.11, а також розглянуто та наведено приклади як можна просувати тур через стимулювання збуту, персональні продажі та зв'язки з громадськістю.

На останньому етапі розділу було опрацьовано матеріал щодо інформації про складові вартості туру. Здійснено розрахунок вартості туру, що становить 6450 гривень; його собівартості складає 4975 гривень; розрахунки з державою. Обґрунтовано вибір прибутку туроператора у 10%. Зазначено, що для корпоративних клієнтів діє система знижок, додатково у табл. 3.3. відображено зміну вартості туру в залежності від кількості туристів. Зазначено, що у вартість тур пакету, не входить: сніданок у перший день туру та обід в останній день туру; входні квитки під час виїзної екскурсії «Яблуневий шлях».

ВИСНОВКИ

Виявлено, що сільський зелений туризм сприяє розвитку багатьох пов'язаних з ним галузей економіки, що покращує рівень життя сільського населення; сприяє збереженню селянства як носія української ідентичності, культури і духовності; створює додаткові можливості для популяризації української культури.

Практичним значенням дипломної роботи є розробка нового сільського зеленого туристичного продукту у Вінницькому регіоні на основі ідеї створення сільського туристичного кластеру. Ідея кластеру полягає в об'єднанні сільської зеленої садиби «Подільська родина», а також вже існуючий екскурсійний маршрут в Барському районі «Яблуневий шлях».

Таким чином було розроблено 5-денний пакетний тур «Традиції та забавки на Подільському селі» з проживанням в сільській зеленій садибі з такими традиційними видами послуг як харчування екологічно чистими продуктами, дегустацією домашніх страв та участю у традиційних розвагах. До специфічних видів послуг відносимо: доглядання за тваринами, катання на конях та навчання народним ремеслам тощо. Було проведено розрахунок окремих складових туру як собівартість, розрахунки з державою, комісійна винагорода і утверджено загальну вартість туру 6450 гривень. Визначено та розраховано знижки, що розповсюджуються на корпоративні види груп і залежать від кількості туристів. Шляхом просування туру було обрано таргетингову рекламу в соціальних мережах Instagram та Facebook як вид сучасних інформаційних технологій.

Наукове значенням дипломної роботи підтверджено участю у XVIII Всеукраїнській науковій ZOOM-конференції с студентів з розділу «Харчові технології» та Науковій конференції здобувачів вищої освіти з доповіддю на тему «Сучасний стан та перспективи розвитку сільського зеленого туризму в Україні» в період з 11 по 13 травня 2022 року (Додатки Ж, И).

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Сутність сільського зеленого туризму [Електронний ресурс] : https://tourlib.net/statti_ukr/serdyukova.htm
2. Сокол Т.Г. Основи туристичної діяльності: Підр. / Т.Г. Сокол. – К.: Грамота, 2006. – 264с.
3. Рутинський М.Й. Сільський туризм: Навч. посіб. / М.Й. Рутинський, Ю.В. Зінько. – К., Знання, 2006. – 271с.
4. Про внесення змін до Закону України "Про туризм": Закон України № 282-IV від 18.11.03 р. // Відомості Верховної Ради України. 2004. №13. С.180.
5. Європейський досвід організації сільського зеленого туризму [Електронний ресурс] : https://tourlib.net/statti_ukr/siltur2.htm
6. Биркович В.І. Сільський зелений туризм - пріоритет розвитку туристичної галузі України. Стратегічні пріоритети / В.І. Биркович // Наук.-аналіт. щокварт. зб. 2011. №1(6). С 137-143.
7. Сільський зелений туризм [Електронний ресурс] : https://pidru4niki.com/1506091343766/turizm/silskiy_zeleniy_turizm
8. Горішевський П. Сільський зелений туризм: організація надання послуг гостинності / П. Горішевський, В. Васильєв, Ю. Зінько. Івано-Франківськ: Місто НВ, 2003. 148 с.
9. Dictionary of Travel. Tourism and Hospitality / Ed. S. Medlik. London: Butterworth-Heinemann Etd., 1993. P.43.
10. Перспективи розвитку сільського зеленого туризму [Електронний ресурс]:<https://pdatu.edu.ua/images/news/2019/october/21/4/roboty/zeleniyituryzm.pdf>
- 11.Ткаченко Т.І., Мельниченко С.В., Бойко М.Г. та ін. Стратегічний розвиток туристичного бізнесу: монографія / За заг. ред. А.А. Мазаракі. К.: Київ. Нац. торг.-екон. ун-т, 2010. 596 с.
- 12.Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія. К.: Київський нац. торговельно-економічний університет, 2006. 537 с.
- 13.Косенко В. Сільський зелений туризм - специфічна галузь // Туризм сільський зелений. 1998. №3. С.10-11.
- 14.Ключові терміни сільського зеленого туризму [Електронний ресурс] : https://tourlib.net/statti_ukr/shpenyk.htm

15. Дарчук В. Г. Формування стратегічних основ розвитку сільського (зеленого) туризму в Україні : автореф. дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.00.03 / В. Г. Дарчук. – Донецьк, 2014. – 21 с.
16. Мельниченко С.В. Розвиток сільського туризму як джерела отримання додаткових доходів особистих селянських господарств в Україні / С. Мельниченко, Г. Михайліченко.: Матер. І всеукр. міждисц. конф. "Бар'єри та можливості розвитку малого та середнього бізнесу в Україні" (Київ, 14—15 лют. 2005 р.) [Електронний ресурс] : <http://www.management.org.ua/conference>
17. Сільський туризм: історія, сьогодення та перспективи: навч. посіб. / Т.Ю. Луганська, С.С. Махлинець, Л.І. Тебляшкіна; за ред. І.М. Волшина. — К.: Кондор, 2008. — 385 с.
18. Зінько І. Сільський зелений туризм як складова стратегії туристичної політики регіону / Зінько І. // Вісник Львівського університету. Серія: Міжнародні відносини. — 2008. — № 24. — С. 77—83.
19. Петлін І. В. Перспективи розвитку сільського зеленого туризму в Західному регіоні України. Вісник Львівського інституту економіки та туризму. 2008. № 3. С. 210—213. 27.
20. Зінченко А.І. Маркетинг підприємств зеленого туризму: дис. канд. екон. наук.: 08.00.04 / А.І. Зінченко. Київ: Київський національний торговельно-економічний університет, 2012. 215 с. Петлін І. В. Перспективи розвитку сільського зеленого туризму в Західному регіоні України. Вісник Львівського інституту економіки та туризму. 2008. № 3. С. 210—213. 27.
21. Формування стратегії розвитку сільського зеленого туризму [Електронний ресурс] : atu.edu.ua/images/naukova-miznarodna-diyalnist/svr/dissertaciya-pechenyuk2.pdf
22. Печенюк А.П., Печенюк А.В. Особливості організації взаємовідносин у сфері сільського зеленого туризму. Збірник наукових праць ПДАТУ. Вип. 19. Кам'янець-Подільський: ПП Зволейко, 2011. С. 290—293.
23. Теорія, політика та практика сільського розвитку / за ред. д-ра екон. наук, чл.-кор НАНУ О. М. Бородіної та д-ра екон. наук, чл.-кор. УААН І. В. Прокопи; НАН України; Ін-т екон. та прогноз. — К. : 2010. — 384с.
24. Бондаренко В. М. Сільський зелений туризм Вінниччини: проблеми та перспективи розвитку/ В. М. Бондаренко // Серія: Економічні науки. — 2015. — № 40. — С. 12-19.
25. Як розвивається сільський зелений туризм у Польщі та Україні [Електронний ресурс] : <https://decentralization.gov.ua/news/9362?page=6>
26. Програма добровільної категоризації у сфері сільського зеленого туризму «Українська гостинна садиба»: правління ГО «Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні», протокол №46 від 6 травня 2008р.

27. Гловацька В.В. Сільський зелений туризм: сутність, функції, основи організації / В.В. Гловацька // Економіка АПК. – 2006. – № 10. – С. 148–155.
28. Офіційний сайт Міністерства аграрної політики та продовольства України [Електронний ресурс] : <http://www.minagro.gov.ua/>
29. Ткачук В.І. Європейська парадигма сільського туризму в умовах диверсифікації сільської економіки / В.І. Ткачук // Вісник Житомирського НАЕУ. – 2010. – № 1. – С. 25.
30. Передрій Н.О. Напрями розвитку сільського зеленого туризму в Україні / Н.О. Передрій // Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. Серія «Економічні науки». – 2014. – Вип. 1(8). – Т. 1. – С. 265–270.
31. Губені Ю. Розвиток сільських територій: деякі аспекти європейської теорії і практики / Ю. Губені // Економіка України. — 2007. — №4. — С. 62—70.
32. Державна служба статистики України [Електронний ресурс] : <http://www.ukrstat.gov.ua>
33. Українська мережа сільського розвитку [Електронний ресурс]: <http://urdn.org>
34. Мальська М.П., Худо В.В., Цибух В.І. Основи туристичного бізнесу: Навчальний посібник. – Київ: Центр навчальної літератури, 2004.–272 с.
35. В'їзний туризм : навчальний посібник / П.Ф. Коваль та ін. Ніжин : Лук'яненко В.В., 2010. 304 с.
36. Лужанська Т. Ю. Сільський туризм: Історія, сьогодення та перспективи: [навч. посіб.] / Т. Ю. Лужанська; За ред. д.т.н., проф. І. М. Волошина. – К.: Кондор, 2008. – 385 с.
37. Еколого-географічна характеристика Вінницької області [Електронний ресурс] : <http://www.geograf.com.ua/geoinfocentre/20-human-geography-ukraine-world/267-ref22041101>
38. Томашук, І. В. "Інвестиційний потенціал Вінницького регіону: можливості та перспективи." III Всеукраїн. наук.-практ. конф." Облік, аналіз, контроль та оподаткування: стан і перспективи розвитку", 28-29 берез. 2019 р.-Вінниця: ВНАУ, 2019.
39. Офіційний веб-сайт Вінницької області [Електронний ресурс] : www.vin.gov.ua
40. Мархонос, С. М., and Н. П. Турло. "Рекреаційні комплекси України: передумови створення та напрями їх розвитку." Приазовський економічний вісник.—2017.—Вип 2.02 (2017): 118-122.
41. Вінниччина туристична: краєзн. довід. / упоряд. О. Кізян; ред. М. Спиця; дизайн Н. Спиця; відп. за вип. Н. Морозова; управління культури і туризму Вінниц. облдержадм.; Вінниц. ОУНБ ім. К. А. Тімірязєва. — Вінниця: ДП «Держ. картограф, ф-ка», 2009.

42. Дишкатнюк Оксана; Потьомкін Леонід; Олійник Валентина.
Визначення екологічного потенціалу території для розвитку екотуризму у Вінницькій області. Економіка та суспільство, 2020, 22.
43. Власенко І.В. Передумови розвитку сільського зеленого туризму у Вінницькій області / І.В. Власенко // Збалансоване природокористування. — 2017. — № 2.
44. Івашина Л. Роль об'єднаних територіальних громад у розвитку сільського зеленого туризму. Державне управління та місцеве самоврядування: зб. наук. пр. 2017. Вип. 3(34). С. 143–148.
45. Полеся В.М. Стан розвитку туристичної галузі Вінниччини / В.М. Полеся // Ефективна економіка. — 2018. — № 5.
46. DEVELOPMENT OF RURAL GREEN TOURISM IN VINNITSA REGION [Електронний ресурс] : <https://doi.org/10.32843/infrastruct45-31>
47. Мельниченко О. А. Особливості розвитку індустрії туризму в Україні: монографія. /О.А. Мельниченко, В.О. Шведун. Харків: Вид-во НУЦЗУ, 2017.
48. Дармостук Д.Г. Розвиток сільського туризму через створення туристичних кластерів. Теорія та практика державного управління. 2016. № 4(55). С. 1–6.
49. УКРІНФОРМ – мультимедійна платформа іномовлення України [Електронний ресурс] : <https://cutt.ly/YJvCNRf>
50. Розробка туристичних маршрутів [Електронний ресурс] : https://knowledge.allbest.ru/sport/3c0b65625b2ac79a5c53a89521316c36_1.html
51. Любіцева О.О. Методика розробки турів [Електронний ресурс] : https://tourlib.net/books_ukr/lubiceva_mrt3.htm
52. Бабарицька В. К., Малиновська О. Ю. Менеджмент туризму. Туроперейтинг. Понятійно-термінологічні основи, сервісне забезпечення турпродукту: Навчальний посібник. — К.: Альтерпрес, 2004. — 288 с.
53. Офіційний сайт гостина садиба «Подільська родина» [Електронний ресурс] : <https://yanabarak.github.io/green/>
54. Подорож Яблуневим шляхом. Туристичний путівник [Електронний ресурс] : <https://cutt.ly/uJvXx7J>
55. Технологія просування і стимулювання продаж туристичних продуктів [Електронний ресурс] : https://tourlib.net/books_ukr/pucentejlo64.htm
56. Шляхи просування туристичного продукту на ринку [Електронний ресурс] : <https://cutt.ly/iJvXpoc>
57. Розрахунок вартості туру [Електронний ресурс] : https://studopedia.com.ua/1_32958_rozrahunok-vartosti-turu.html
58. Психологія ціноутворення [Електронний ресурс] : <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/31891/1/312.PDF>

ДОДАТКИ

Додаток А

Знак категоризації «Українська гостинна садиба»



Додаток Б

Міжнародний етно-фестиваль звичаєвої культури «Живий вогонь»
на Вінниччині



Додаток В

Гастрономічний фестиваль «Свято Тиманівської каші» на Поділлі



**14 жовтня
2021 р.**

**13.00 год
с. Тиманівка**

Департамент міжнародного
співробітництва та регіонального розвитку
Вінницької обласної державної адміністрації
Тульчинська міська рада

з а п р о ш у ю т ь
на фестиваль
традиційної подільської страви
«Диво з горнятка -
тиманівська каша»

Програма фестивалю:

13.00 год. - виставка та презентація святкових світлиць;
- виступи художніх колективів закладів культури;
- презентація українських традиційних страв;
- майстер-клас з приготування автентичної подільської
страви – тиманівської каші та інших традиційних
страв;
- туристична локація, майстер-класи і туристична
вікторина за участі Департаменту міжнародного
співробітництва та регіонального розвитку
Вінницької обласної державної адміністрації;

14.30 год. - театралізований концерт «Каша смачна – пісня
голосна!».

16.30 год. - вручення подяк, дипломів та
сувенірів учасникам свята.

Додаток Г

Осередок розвитку сільського зеленого туризму – державний історико-культурний заповідник «Буша», Ямпільського р-ну



Додаток Д

Сільська зелена садиба «Подільська родина» у с.Гайове, Барського р-ну



Додаток Е

Майстер-клас по роботі з обрядовим хлібом «Жайворонок» на Подільському селі



Додаток Ж

XVIII Всеукраїнська наукова ZOOM-конференції студентів з розділу
«Харчові технології» та Наукова конференції здобувачів вищої освіти

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Одеський національний
технологічний університет



ПРОГРАМА

XVIII Всеукраїнської наукової ZOOM-конференції
студентів з розділу «Харчові технології» та
Наукової конференції здобувачів вищої освіти

11-13 травня 2022 року

Одеса 2022

Додаток И

Наукова апробація роботи

12 травня 2022 року

10.00 – 12.00 Пленарне засідання ZOOM-конференції

Ідентифікатор конференції: 9243878165Код доступу: 8165*Модератор – директор ННТІХП ім. М.В Ломоносова,
к.т.н., доцент Солоницька І.В.***1. ЛАКТОФЕРИН ЯК ФІЗІОЛОГІЧНО-ФУНКЦІОНАЛЬНИЙ ХАРЧОВ
ІНГРЕДІЄНТ ТА ШЛЯХИ ЙОГО СТАБІЛІЗАЦІЇ**Студент СВО "Магістр" ф-туТтаТХПіПБ Найдюнов О. Ю.
Наукові керівники – проф. Черно Н. К., доц. Гураль Л. С.**2. ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ ПСИЛІУМУ У ВИРОБНИЦТВІ
ВЕРШКОВОГО МАСЛА З РОЗШИРЕНИМ СПЕКТРОМ ФІЗІОЛОГІЧНИ
ЕФЕКТІВ**Студент СВО "Магістр" ф-туТтаТХПіПБ Прілепова І. С.
Наукові керівники – проф. Черно Н. К., доц. Гураль Л. С.**3. INNOVATIVE TECHNOLOGY OF YOGHURT DESSERT FOR GIRLS-
ATHLETES**Master's degree student, faculty of Technology and commodity science of food
products and food business Zlata Podolian
OdessaNationalTechnologicalUniversity, Odessa**4. УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ СКРАБУ ДЛЯ НІГ НА ОСНОВІ
ВТОРИННИХ ПРОДУКТІВ ОЛІЙНО-ЖИРОВОЇ ГАЛУЗІ УСНА**Студентка СВО «Магістр» ф-туТтаТХПіПБ Спіріна Юлія
Студент СВО «Бакалавр» ф-туТтаТХПіПБ Гладких Роман
Науковий керівник – к.т.н., доц. Котляр Є.О.**5. ДОЦІЛЬНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ПСИЛІУМУ ПРИ ВИГОТОВЛЕННІ
ПЕЧИВА ЗІ ЗНИЖЕНИМ ВМІСТОМ ЖИРУ.**Студент СВО «Магістр» ф-ту ТЗ і ЗБ Божко М.М.
Наукові керівники – проф. Іоргачова К.Г., доц. Хвостенко К.В.**6. ШЛЯХИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЗАКЛАДІВ КУРОРТНО-
РЕКРЕАЦІЙНОГО КОМПЛЕКСУ**Студентка СВО «Бакалавр» ф-ту ТВтаТБ Чабан Я.В.
Наукові керівники – д.е.н., проф. Меліх О.О., д.е.н., доц. Саркісян Г.О.**7. СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО
«ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ» В УКРАЇНІ**Студентка СВО «Бакалавр» ф-ту ТВтаТБ Іванової В.Т.
Науковий керівник-к.т.н., доц. Калмикова І.С.**8. ТЕХНОЛОГІЯ ВИРОБНИЦТВА ЗБРОЖЕНИХ ОВОЧЕВИХ СОКІВ**Студент СВО «Магістр» ф-ту ТВтаТБ Кольчак Дмитро
Науковий керівник – д.т.н., проф. Безусов А.Т.*Доповідь на засіданні – 7...9 хв.*

Додаток К

Презентація до кваліфікаційної роботи

Слайд 1

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кваліфікаційна робота бакалавра на тему: “Сільський зелений туризм як спосіб збільшення потоку туристів до Вінницької області”



Здобувачка: Вероніка ІВАНОВА
Науковий керівник: к.т.н., доц. Ірина КАЛМИКОВА

ОДЕСА 2022

Слайд 2

**Сільський зелений туризм як спосіб збільшення потоку туристів до
Вінницької області**

- ✳ **Мета роботи:** створення нового туристичного продукту на території Вінницької області з акцентуванням на сільському зеленому туризмі.
- ✳ **Основні завдання дипломної роботи:** визначення сутності та значення сільського зеленого туризму у світі; проаналізувати фактори, що впливають на розвиток сучасного сільського зеленого туризму в Україні; виявити туристичний потенціал та перспективи розвитку сільського зеленого туризму на Вінниччині.
- ✳ **Актуальність теми:** розвиток даного виду туризму здатен поліпшити соціально-економічну ситуацію країни, а саме: зростання зайнятості сільського населення, забезпечення раціонального використання природних ресурсів, створення позитивного іміджу Вінницького регіону.



Слайд 3

СУТНІСТЬ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ

- ✳ **Сільський зелений туризм** – це вид туризму, що передбачає розміщення туристів у сільській садибі для відпочинку та отримання ними відповідних послуг:
- ✳ **1) Традиційні обов'язкові:** проживання екологічне, історичне розташування, харчування екологічно чистими продуктами, дегустація місцевих (домашніх) страв, розваг (участь у фестивалях, ярмарках, організації традиційних свят);
- ✳ **2) Традиційні додаткові:** робота на фермі, городі, в саду, на господарському дворі, сіновалі, рибалка, полювання.
- ✳ **3) Специфічні:** догляд за домашніми тваринами, катання на конях, човнах, навчання народним ремеслам тощо.
- ✳ Доповнення визначення "сільський туризм" означенням "зелений" підкреслює його екологічну орієнтацію і спрямованість на охорону природного й культурного середовища регіонів, які відвідують туристи.



Слайд 4

СІЛЬСЬКИЙ ЗЕЛЕНИЙ ТУРИЗМ ЯК СПОСІБ ЗБІЛЬШЕННЯ ПОТОКУ ТУРИСТІВ ДО ВІННИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ

Табл. 1
Спільні та відмінні характеристики сільського зеленого туризму, агротуризму та екотуризму

Характерні особливості	Сільський зелений туризм	Агротуризм	Екотуризм
Місце дислокації	Сільська територія	Сільська територія	Територія природних парків, заповідників, лісових та гірських масивів
Місце отримання послуг	Будинок сільського господаря	Ферма	Будинки лісників, палатки посеред дикої природи
Мета подорожі	Відпочинок від галасу міста, ознайомлення з культурою та місцевими традиціями	Допомога у веденні сільського господарства	Знайомство з живою природою та збереження довкілля

Слайд 5

СІЛЬСЬКИЙ ЗЕЛЕНИЙ ТУРИЗМ ЯК СПОСІБ ЗБІЛЬШЕННЯ ПОТОКУ ТУРИСТІВ ДО ВІННИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ



Рис. 1 Компоненти сільського туризму

Слайд 6

СІЛЬСЬКИЙ ЗЕЛЕНИЙ ТУРИЗМ ЯК СПОСІБ ЗБІЛЬШЕННЯ ПОТОКУ ТУРИСТІВ ДО ВІННИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ

До основних функцій сільського зеленого туризму можна віднести:

- Відпочинкова** - проявляється у можливості відпочити від ритму міста, набратися сил і натхнення в умовах, віддалених від звичного міської людини середовища
- Оздоровча** - завдяки сільському зеленому туризму є нагода зміцнити імунітет шляхом перебування на свіжому повітрі, підвищенням фізичної активності, споживанням натуральних продуктів
- Пізнавальна** - проявляється у пізнанні навколишнього середовища, знайомстві з новими людьми та їх побутом, історикокультурними пам'ятками, традиціями, фольклором, народними ремеслами, особливостями ведення сільського господарства, загальною атмосферою села тощо
- Екологічна** - проявляється у виробленні певного типу мислення та поведінки людини, направленої на раціональне використання природних ресурсів, впровадження технологій, які позитивно впливають на середовище
- Навчальна** - можливість набуття теоретичних і практичних навиків: ведення домашнього господарства, навчання народним ремеслам
- Когнітивна** - проявляється в отриманні задоволення від спілкування, приємних подій, спогадів, вражень, які надовго залишаються у пам'яті

Слайд 7

РОЗВИТОК СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

- ✳ Перший етап (з кінця XIX ст. до середини XX ст.) – **формування сільського зеленого туризму.**
- ✳ Другий етап (50-ті роки XX ст. – 90-ті роки XX ст.) – це **становлення приватних форм сільського зеленого туризму.**
- ✳ Третій етап (відбувається з часів отримання Україною незалежності, але найбільше після 2000 року) – це **становлення правових форм сільського туризму.**



Слайд 8

СУЧАСНИЙ СТАН СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ

- ✳ З 1996 року в Україні діє громадська організація «Співка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні» з метою розвитку форм поселень у сільських садибах, підвищення якості комплексного обслуговування туристів, надаваних послуг розміщення та сприяння розвитку сільських територій в Україні.
- ✳ 2020 рік в Україні був проголошений роком розвитку туризму в регіонах і на сільських територіях.
- ✳ Через пандемію COVID-19 посилилися позиції внутрішнього туризму.
- ✳ Сьогоднішній інтерес всього світу до національного духу, традицій, культури та світогляду України сприятиме подальшому розвитку сільського зеленого туризму зі збільшенням зовнішнього туристичного потоку в післявоєнний період.



Слайд 9

СІЛЬСЬКИЙ ТУРИЗМ У СУЧАСНОМУ ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ



Слайд 10

СУЧАСНИЙ СТАН СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ

Табл. 2

SWOT-аналіз зеленого туризму в Україні

Фактори, що впливають на діяльність підприємства	Позитивні	Негативні
Внутрішні	(S) Сильні сторони: 1. Переважно чисте довкілля. 2. Багата флора та фауна. 3. Велика кількість історико-культурних пам'яток. 4. Збережені національні традиції. 5. Велика кількість приватних садиб. 6. Невелика ціна на проживання та харчування. Харчування з екологічно чистих продуктів.	(W) Слабкі сторони: 1. Низька якість умов проживання. 2. Проблеми з водопостачанням. 3. Недостатня обізнаність населення в даному виді відпочинку. 4. Незнання господарями іншеземних законів. 5. Недостатньо розвинута інфраструктура. 6. Відсутність цікавих атракцій у селах.
Зовнішні	(O) Можливості: 1. Збільшення доходів та зайнятості сільського населення. 2. Покращення умов життя в українських селах. 3. Формування позитивного іміджу України у світі. 4. Покращення інфраструктури сіл. 5. Збереження історико-культурних пам'яток.	(T) Перешкоди: 1. Відсутність категоризації зникає якість місцевих умов. 2. Політичний підхід країни не сприяє притоку іншеземних інвестицій. 3. Відсутність нормативно-правової бази перешкоджає організації відпочинку на селі.

Слайд 11

ЛОКАЦІЇ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ

- ✳ Кількість садиб сільського туризму в Івано-Франківській області становить **644 об'єкти**, тоді як, наприклад, у Вінницькій області діють **близько 30 садиб**.
- ✳ Сільський зелений туризм на Вінниччині, в порівнянні із західними областями, лише розвивається, проте це один з **перспективних** регіонів України
- ✳ За даними «Спілки сільського зеленого туризму в Україні», офіційну категоризацію у Вінницькій області мають 2 садиби – це садиба основної категорії «Калиновий цвіт» у селі Комарівці Барського району та садиба вищої категорії «Березіно» у селі Зарванці Вінницького району.



Слайд 12

СІЛЬСЬКИЙ ЗЕЛЕНИЙ ТУРИЗМ ЯК СПОСІБ ЗБІЛЬШЕННЯ ПОТОКУ ТУРИСТІВ ДО ВІННИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ

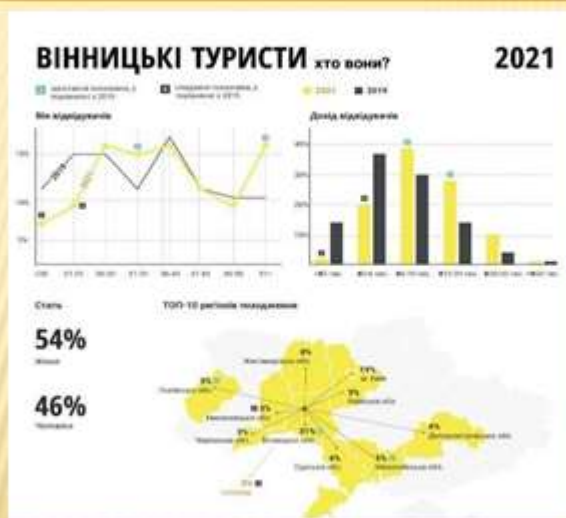


Рис. 2 Статистичні дані по туристам у Вінницькому регіоні за 2021 рік

Слайд 13

САМОБУТНІСТЬ ВІННИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ

- ✳ Найбільш активними в розвитку сільського зеленого туризму на Вінниччині є Барський, Вінницький, Гайсинський, Немирівський, Могилів-Подільський, Ямпільський райони.
- ✳ Широко представлені народні промисли: різьба по дереву, гончарство, вишивка, писанкарство, теслярство, лозоплетіння, кам'янотесний промисел, живопис, кераміка, флористика, виготовлення ляльок-мотанок, плетіння гобеленів.



Слайд 14

САМОБУТНІСТЬ ВІННИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ

- ✳ Славу Вінниччині додають своїм неповторним і розмаїтим мистецтвом талановиті народні митці.
- ✳ З XIX ст. далеко за межами України були відомі рушники та сорочки вишивальниць з с. Клембівка Ямпільського району. Здавна у краї розвивалося гончарство, що славиться своїми глибокими традиціями, красою та своєрідним характером керамічних виробів.



Слайд 15

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ НА ВІННИЧЧИНІ

- ✦ Вирішенням проблем розвитку сільського зеленого туризму може бути створення **туристичних кластерів**.
- ✦ З погляду чинного законодавства України, в інноваційній сфері «**кластер**» підпадає під класифікацію «**інноваційна структура**».
- ✦ Порядок створення та функціонування інноваційних структур регламентується Постановою Кабінету міністрів України від 22.05.1996 р. № 549 «Про затвердження Положення про порядок створення і функціонування технопарків та інноваційних структур інших типів»
- ✦ **Кластер в сільському зеленому туризмі** передбачає охоплення таких взаємопов'язаних напрямів, як економіка, виробництво і переробка аграрної продукції, сільський туризм у поєднанні з музейно-етнографічною і екологічною складовою.

Слайд 16

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ НА ВІННИЧЧИНІ

- ✦ **Ідея кластеру** полягає в добровільному об'єднанні усіх зацікавлених учасників сільського туризму для створення нового туристичного продукту.
- ✦ **Мета кластеру**. Кластер сільського зеленого туризму націлений на розвиток краєзнавчо-етнографічного, екологічного та відпочинкового туризму на базі співпраці сільських садиб та міні-готелів, закладів харчування, виробників традиційної та екологічної продукції, самодіяльних фольклорних груп, природоохоронних та історико-охоронних установ.



Слайд 17

РОЗРОБКА ТУРУ «ТРАДИЦІЇ ТА ЗАБАВКИ НА ПОДІЛЬСЬКОМУ СЕЛІ»	
Технологічна карта туристичної подорожі за маршрутом Табл.3	
Назва маршруту	«Традиції та забавки на Подільському селі».
Вид туру	Пакетний тур. Для корпоративних та збірних груп.
Вид транспорту	Автобусний.
Вид маршруту	Комбінований
Протяжність туру	1080 км.
Тривалість туру	5 днів.
Засіб розміщення	Зелена садиба «Подільська родина» в с.Гайове, Барського району, Вінницької області
Кількість туристів в групі	Від 8 до 16 осіб.
Загальна вартість туру	6450 грн.
Послуги, що входять вартість	Проживання з триразовим харчуванням Трансфер; Візна екскурсія «Яблуневий шлях»; Майстер-класи: випікання обрядового хлібу: «Жайвороною», «Доїння корови Ласуні», «Майстерня коваля», «Фітосекрети», «Старовинні рецепти Поділля», «Бджолярство», «Ковбаса Пальцем Пихана», обєріг «Янгол з трави».
В тому числі (оплачується додатково та за бажанням):	Харчування сніданок в 1 день туру, обід на 5 день туру. Вхідні квитки в час виїзної екскурсії. Додаткові послуги, сувеніри

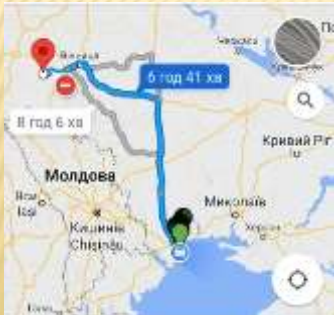
Слайд 18

РОЗРОБКА ТУРУ «ТРАДИЦІЇ ТА ЗАБАВКИ НА ПОДІЛЬСЬКОМУ СЕЛІ»
1 ДЕНЬ

Зустріч з супроводжуючим біля головного входу на залізничному вокзалі м.Одеса. Виїзд. По дорозі буде санітарна зупинка з можливістю поїсти за бажанням.

Прибуття до с. Гайове, Барського району, Вінницької області. Заселення до садиби «Подільська родина». Обїда знайомство з господарями садиби. Дізнаємося як виникла ідея займатися сільським зеленим туризмом та історію села, в якому будемо проживати.

Огляд території: сад та город, контактний зоопарк з домашніми тваринами, місця для відпочинку. Годування поні та катання на возі. Прогулянка до ставка. Вечеря від господині садиби





Слайд 19

РОЗРОБКА ТУРУ «ТРАДИЦІЇ ТА ЗАБАВКИ НА ПОДІЛЬСЬКОМУ СЕЛІ» 2 ДЕНЬ



Сніданок від господині садиби. Майстер- клас «Жайворонок». Знайомство з традиціями обрядового хліба. Своїми руками випікаємо «жайворонків» з хліба та загадуємо бажання.



Приймаємо участь у доїнні корови Ласуні (муляж). Дізнаємося як робити домашній сир, сметану. Частування в альтанці або біля печі від господині домашніми пирогами, ягодами та горіхами, чай з малиною та сезонні фрукти.



Обід від господині садиби. Відвідання майстерні коваля. Усі разом спільно куємо підкову. Майстер- клас «Фітосекрети».



Вечеря під спів українських народних пісень.

Слайд 20

РОЗРОБКА ТУРУ «ТРАДИЦІЇ ТА ЗАБАВКИ НА ПОДІЛЬСЬКОМУ СЕЛІ» 3 ДЕНЬ



Виїзд до с. Антонівка, Томашпільського району, де знаходиться розсадник зі старовинними подільськими сортами яблук. Екскурсія.



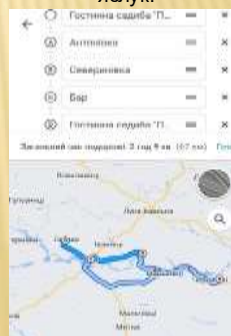
Запрошуємо долучитися до приготування страв за старовинними Подільськими рецептами.



Переїзд до с. Сиверинівка, Жмеринського району, де знаходиться котедж садівника Д. Макклера, теплиця, санаторій. Є можливість придбати сувеніри: яблучні чіпси, натуральні соки, косметичні засоби.



Переїзд до м. Бар. Дегустація продукції з яблук.



Слайд 21

РОЗРОБКА ТУРУ «ТРАДИЦІЇ ТА ЗАБАВКИ НА ПОДІЛЬСЬКОМУ СЕЛІ» 4 ДЕНЬ








Відвідування пасіки та майстер-клас «Бджолярство».

Приготування гастроблюду Поділля – домашня ковбаса «КовбасаПальцем Тихана». Ознайомимося з українським народним посудом.

Майстер-клас з виготовлення оберегу «Янгол з трави» та народні забавки: гадання, обради «сватання» і т.д.

Слайд 22

ШЛЯХИ ПРОСУВАННЯ ТУРУ

★ **Таргетинг** - це рекламний механізм, що дозволяє виділити зі всієї наявної аудиторії тільки ту частину, яка відповідає заданим критеріям, тобто цільову аудиторію, і показати рекламу саме їй.

• Підбір рекламних майданчиків



• Геотаргетинг



• Контекстна реклама



• Соціально-демографічний таргетинг



[illegible]

Рис. 3 Флаєр туру «Традиції та забавки на Подільському селі»

Слайд 24

- Вартість туру розраховується за формулою:

$$W = \frac{C + D + P + H + 3 + (-K)}{U + P}$$

- ✶ де С – собівартість туру;
- ✶ Д – додаткові послуги;
- ✶ П – податки та інші види обов'язкових сплат;
- ✶ Н – прибуток туроператора;
- ✶ З – знижки, що надаються туристу;
- ✶ К – комісійна винагорода;
- ✶ Ч – чисельність туристів в групі
- ✶ Р – кількість осіб, що супроводжують групу;

Отже, собівартість туру становить: (19300 грн. + 10000 грн. + 1110 грн. + 6000 грн. + 80 грн. + 500 грн. + 800 грн. + 2000 грн.) : 8 осіб = 4973.75 грн. $\approx$ 4975 грн./ особа.

[illegible]

1) Приклад по умови екскурсанта: $10000 \text{ мм} \cdot 1,6 \text{ грам./мм} = 172000 \text{ грам.} = 172000 \text{ грам.}$

Hydroxyl-alkoxy: $2 \text{ g} \times 1000 \text{ rpm} = 2000 \text{ rpm}$

Visualized: 1.72085 types, = 222245 types, = 1.98403 types

2) Перемножим: $2500 \text{ грам/мол} \cdot 10 \text{ моль} \cdot 4 \text{ г/м} = 25000 \text{ грам} \cdot 4 \text{ г/м} = 100000 \text{ грам}$.

Тринадцатое упражнение читай вслух, проговаривая и читая вслух следующие предложения:

31. *Phenolacetone*: 5 g (0.025 mole). *Phenolacetone* is a colorless, odorless, crystalline solid, mp 31.50°C.

Maximum: 5 grains * (4) 200 grains = 1,000 grains = 1 lb (system).

Удобно, что в $\mathbb{R}^n$ для $n \geq 2$ можно выбрать базис $\{e_1, \dots, e_n\}$ такой, что $e_1, \dots, e_{n-1}$ лежат в $\mathbb{R}^{n-1}$, а e_n — перпендикулярен к $\mathbb{R}^{n-1}$. Тогда $\mathbb{R}^n = \mathbb{R}^{n-1} \oplus \mathbb{R}e_n$. Если $\mathbb{R}^n$ — евклидово пространство, то $\mathbb{R}^{n-1}$ — евклидово пространство, а $\mathbb{R}e_n$ — евклидово пространство размерности 1. Если $\mathbb{R}^n$ — метрическое пространство, то $\mathbb{R}^{n-1}$ — метрическое пространство, а $\mathbb{R}e_n$ — метрическое пространство размерности 1.

41. Theorem 14. *Let $\mathcal{A}$ be a $\mathcal{C}^*$ -algebra and $\mathcal{B}$ be a $\mathcal{C}^*$ -subalgebra of $\mathcal{A}$. Then $\mathcal{B}$ is a $\mathcal{C}^*$ -algebra.*

© 2000 Blackwell Science Ltd *Journal of Internal Medicine* 247: 399–405

A) Mating-type isolate. 1 genome = 23.0 megabases.

Примечание: все в нас, том для Азот

2000 years, ± 8 months ± 3 days = 6000 years.

Eq. 10: $\text{Biomass}_{\text{net}} = \text{Biomass}_{\text{gross}} - \text{Biomass}_{\text{respiration}}$

8 mod 110 rpm = 80 rpm

EE) *Microgaster* is distributed on 3 spp.

Abstract: 11 (100%) = 902 eyes; n = 902 eyes

Максим. Внутр. 7-1183 гсм. - 2000 гсм.

84. Describe this communication system.

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted, in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording, or by any information storage or retrieval system, without permission in writing from the copyright owner.

Слайд 25

РОЗРАХУНОК ВАРТОСТІ ТУРУ	
✗ Розрахунок з державою: ✗ ПДВ: 4975 грн. * 20 % = 995 грн./особа. ✗ Прибуток з 1 туриста складає: 4975 грн. * 10% = 497,50 грн. ≈ 500 грн. ✗ Кінцева вартість туру, що складається з собівартості, розрахунків з державою та прибутком туроператора. ✗ Маємо: 4975 грн. + 995 грн. + 500 грн. = 6470 грн. ≈ 6450 грн./особа.	
Зміна вартості туру в залежності від кількості туристів в групі	
Вартість туру при групі 12 осіб (+ супроводжуючий та водій)	Вартість туру при групі 16 осіб (+ супроводжуючий та водій)
Собівартість: 19300 грн. + (250 грн. * 14 осіб * 4 дні) + 1110 грн. + (250 грн. * 12 осіб * 3 дні) + 120 грн. + (50 грн. * 14 осіб) + (80 грн. * 12 осіб) + 2000 грн. / 12 осіб = 47190 грн. / 12 осіб = 3932 грн. ≈ 3933 грн.	Собівартість: 19300 грн. + (250 грн. * 18 осіб * 4 дні) + 1110 грн. + (250 грн. * 16 осіб * 3 дні) + 160 грн. + (50 грн. * 18 осіб) + (80 грн. * 16 осіб) + 2000 грн. / 16 осіб = 54750 грн. / 16 осіб = 3421,8 грн. ≈ 3422 грн.
ПДВ: 3933 грн. * 20% = 786,6 ≈ 787 грн.	ПДВ: 3422 грн. * 20% = 684,4 ≈ 685 грн.
Прибуток з 1 туриста: 3933 грн. * 10% = 393,3 ≈ 395 грн.	Прибуток з 1 туриста: 3422 грн. * 10% = 342,2 грн. ≈ 342 грн.
Вартість туру: 3933 грн. + 787 грн. + 395 грн. = 5115 грн.	Вартість туру: 3422 грн. + 685 грн. + 342 грн. = 4449 грн.
= 5200 грн.	≈ 4450 грн.

Слайд 26

ВИСНОВКИ
✗ 1) Виявлено, що сільський зелений туризм: ✗ - сприяє розвитку багатьох пов'язаних з ним галузей економіки та покращує рівень життя сільського населення; ✗ -сприяє збереженню селянства як носія української ідентичності, культури і духовності; ✗ -створює додаткові можливості для популяризації української культури. ✗ 2) Практичним значенням дипломної роботи є розробка нового сільського зеленого туристичного продукту «Традиції та забавки на Подільському селі» у Вінницькому регіоні на основі ідеї створення сільського туристичного кластеру. ✗ 3) Наукове значенням дипломної роботи підтверджено участю у XVIII Всеукраїнській науковій ZOOM-конференції з студентів з розділу «Харчові технології» та Науковій конференції здобувачів вищої освіти з доповіддю на тему «Сучасний стан та перспективи розвитку сільського зеленого туризму в Україні» в період з 11 по 13 травня 2022 року

Додаток Л

Перевірка роботи на плагіат

Кваліфікаційна робота бакалавра

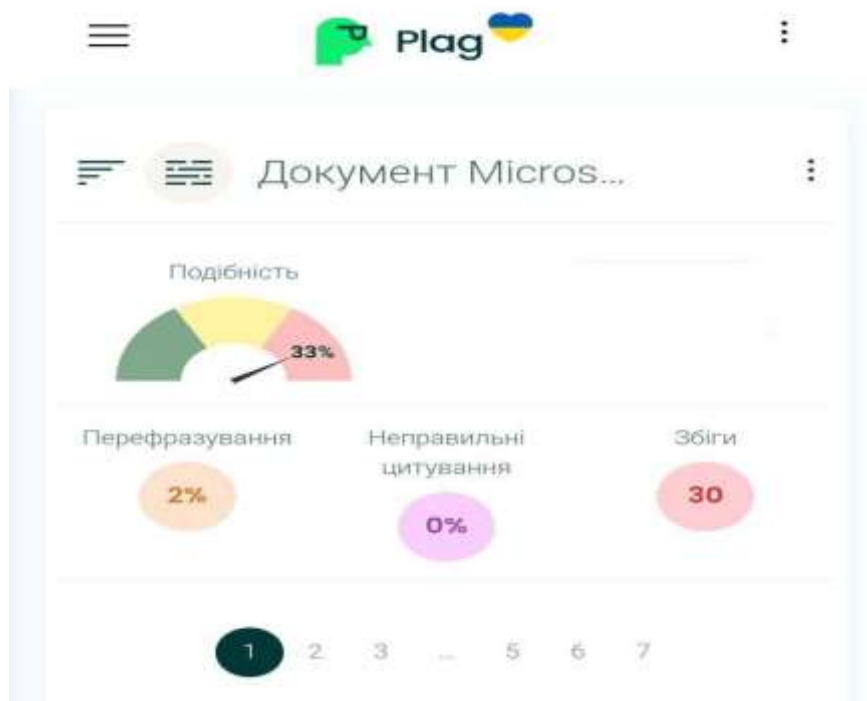
Тема: «Сільський зелений туризм як спосіб збільшення потоку туристів до Вінницької області»

Засіб перевірки програма «Plag.com.ua»

Перефразування - 2%

Неправильність цитування - 0%

Збіги - 30%



Керівник _____

(підпис)

Ірина КАЛМИКОВА

Здобувачка _____

(підпис)

Вероніка ІВАНОВА

