ІННОВАЦІЙНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ



2025

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

УКРАЇНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ НАУКИ І ТЕХНОЛОГІЙ

ІННОВАЦІЙНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Монографія

За редакцією д-ра екон. наук, проф. Т. Ю. Чаркіної

ДНІПРО
2025

УДК 338.48-027.1(477)
І 66

Автори: Чаркіна Т. Ю. (розд. 2), Марценюк Л. В. (розд. 3),
Задоя В. О. (розд. 1), Пікуліна О. В. (розд. 4)

Рецензенти:
д-р екон. наук, проф. *В. Коваль*
(Ізмаїльський державний гуманітарний університет)
д-р екон. наук, проф. *О. Каховська*
(Державний торговельно-економічний університет)
д-р екон. наук, проф. *Т. Шелеметьєва*
(НУ «Запорізька політехніка»)

Рекомендовано вченою радою УДУНТ
Протокол № 11 від 23.04.2025 р.

І 66 **Інноваційні** напрямки розвитку внутрішнього туризму в Україні : монографія / В. О. Задоя, Т. Ю. Чаркіна, Л. В. Марценюк, О. В. Пікуліна ; за ред. д-ра екон. наук, проф. Т. Ю. Чаркіної. – Електрон. вид. – Дніпро : Укр. держ. ун-т науки і технологій, 2025. – 150 с.

ISBN 978-617-8314-55-2 (PDF)

Монографія присвячена проблемі інноваційного розвитку внутрішнього туризму в Україні в умовах кризи. Авторами запропоновано інноваційні напрямки розвитку внутрішнього туризму в Україні, а саме: організаційно-економічні аспекти розвитку туристичних кластерів, де обґрунтовані фактори, що впливають на формування та ефективність кластерних моделей у сфері внутрішнього туризму; Зелений туризм та сільська гостинна садиба, увага приділена розвитку нових форматів організації сільських зелених садиб, що дають можливість нового підходу до надання туристичних послуг та додаткової реабілітації за допомогою апітерапії, канітерапії, іпотерапії та інші послуги. Представлено сучасні формати внутрішніх подорожей, обґрунтовано феномен staycation-туризму як одного з важливих напрямів під час та після кризових періодів, представлено залізничний туризм як перспективний напрям розвитку внутрішнього туризму і караванінг як доступний вид внутрішнього туризму в Україні.

Особливу увагу приділено безбар’єрному середовищу у туризмі та гостинності. Сформовано пріоритетні напрямки створення безбар’єрного простору та напрямки розвитку безбар'єрного середовища у туризмі, гостинності та супутніх сферах. Запропоновано шляхи впровадження рішень, важливих для якісної організації подорожей маломобільних груп населення.

Призначена для студентів, аспірантів, викладачів, а також практиків, які цікавляться проблемами інноваційного розвитку туризму в Україні. Монографія стане незамінним джерелом знань для формування компетенцій у галузі туристичної індустрії та гостинності.

Іл. 22. Табл. 2. Бібліогр.: 93 назви.

УДК 338.48–027.1(477)

Цей твір ліцензовано на умовах Ліцензії Creative Commons «Attribution-NonCommercial-ShareAlike» 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0) («Із зазначенням авторства – Некомерційна – Поширення на тих самих умовах» 4.0 Міжнародна)

ISBN 978-617-8314-55-2 (PDF)
DOI 10.15802/978-617-8314-55-2

© Чаркіна Т. Ю., Марценюк Л. В., Задоя В. О., Пікуліна О. В., 2025
© Укр. держ. ун-т науки і технологій, 2025

ЗМІСТ

Вступ..... 4
Розділ 1. Організаційно-економічні аспекти інноваційного розвитку туристичних кластерів в Україні..... 5
1.1. Сучасний стан туристичної галузі України та вплив кризових чинників..... 5
1.2. Роль інноваційного розвитку у відновленні туризму 11
1.3. Організаційно-економічні аспекти формування туристичних кластерів..... 13
Розділ 2. Гостинна садиба як напрямок розвитку екотуризму в Україні..... 42
2.1. Особливість сільського зеленого туризму..... 42
2.2. Сільські гостинні садиби як напрям розвитку внутрішнього туризму в Україні..... 47
2.3. Нові напрямки та цифрові інструменти маркетингу для розвитку внутрішнього туризму в Україні..... 65
Розділ 3. Staycation туризм: проблеми та перспективи..... 72
3.1. Особливості туризму Staycation: світові тенденції та перспективи в Україні..... 72
3.2. Залізничний туризм – перспективний напрям розвитку внутрішнього туризму в Україні..... 93
3.3. Передумови розвитку караванінгу в Україні..... 100
Розділ 4. Безбар'єрний простір у туризмі та гостинності: світовий досвід, українські реалії та можливості 105
4.1. Пріоритетні напрямки створення безбар'єрного простору..... 105
4.2. Напрямки розвитку безбар'єрного середовища в туризмі, гостинності та супутніх сферах 120
Висновки..... 141
Список використаних джерел..... 143

ВСТУП

Туризм є невід'ємною частиною сучасної людини. Саме туризм дозволяє особі відновлювати свій ментальний стан. Враховуючи воєнний стан та певні обмеження осіб чоловічої статі на виїзд за кордон, в тому числі і з туристичною метою, вважаємо, що для підтримки психологічного стану населення та отримання місцевих бюджетів додаткових доходів, є сенс розвивати внутрішній туризм в Україні, адже наша країна володіє достатньо розвиненою туристичною (в каталозі місць, що достойні відвідування, так звані «туристичні магніти» – майже 200 туристичних об'єктів чи локацій) та що дуже важливо – транспортною – інфраструктурою.

В представленій монографії автори узагальнили результати свої наукових досліджень в сфері розвитку внутрішнього туризму в Україні.

Сформовано організаційно-економічні аспекти інноваційного розвитку туристичних кластерів в Україні. Наведено приклади інновацій в туризмі, надано рекомендації щодо їх впровадження на українських підприємствах, які обслуговують сферу туризму. Окрім того, запропоновані конкретні напрями розвитку внутрішнього туризму, а саме: зелений туризм, хорті-туризм, залізничний туризм, автомобільний туризм, водний туризм, скіп-ген, сонний туризм, військовий туризм, оздоровчий, пізнавальний, екстремальний, релігійний та інклюзивний туризм, який зараз в умовах військових подій стає дуже актуальним.

Окрему увагу приділено тематиці побудові безбар'єрного середовища в туристичній сфері, аби усім бажаючим, незалежно від стану їх здоров'я, були доступні туристичні послуги.

Автори сподіваються, що їх розробки та рекомендації стануть в нагоді бажаючим розвивати внутрішній туризм в Україні (фізичним, юридичним особам, територіальним громадам та іншим зацікавленим особам), а також потенційним туристам.

Розділ 1

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ КЛАСТЕРІВ В УКРАЇНІ

1.1. Сучасний стан туристичної галузі України та вплив кризових чинників

Україна завжди мала великий потенціал у сфері туризму завдяки своїй унікальній культурі, багатій історії та прекрасній природі. Великі міста, затишні селища, Карпати, Чорне море та об'єкти ЮНЕСКО – все це частина нашого національного багатства.

Пандемія Covid-19 і повномасштабна війна з Росією серйозно вдарили по туристичній галузі в Україні, але жодна з цих криз не стала вироком для українського туризму. Попри все, туристичні компанії демонструють стійкість, утримуючи свої позиції на міжнародному ринку, інвестори продовжують вірити у цей сектор, а держава підтримує його розвиток.

Для визначення проблеми дослідження й ефективного її вирішення важливо проаналізувати поточний стан туристичного ринку України, його значення для економіки та внесок у формування доданої вартості.

У період з 2017 по 2020 роки туристична індустрія в Україні швидко розвивалася. Країна ставала все привабливішою для іноземних туристів, і галузь демонструвала значний ріст, збільшуючи свій внесок у ВВП до 1,4% [1].

За даними Національної туристичної організації України, у 2018 році частка валової доданої вартості, створеної в туризмі, становила 11,6% від ВВП, що дорівнює 412,5 млрд грн. У 2019 році цей показник зріс до 12,6% ВВП, або 502,2 млрд грн, і зберігся на цьому рівні у 2020 році, досягнувши 535 млрд грн [2], що вказує на потенціал для подальшого зростання за умови правильної стратегії відновлення.

Проте детальніший розгляд показує, що частка валової доданої вартості, створеної безпосередньо в туризмі, зменшилася: з 4,9% ВВП

у 2018 році (173,7 млрд грн) до 4,92% у 2019 році (195,7 млрд грн), а у 2020 році впала до 3,91% ВВП (165,1 млрд грн). Таке зниження свідчить про проблеми у туристичній галузі, що посилюються пандемією COVID-19 та військовими діями, незважаючи на загальне зростання цін і підкреслює важливість впровадження інновацій та адаптації стратегій управління для підтримки конкурентоспроможності.

Кількість суб'єктів туристичної діяльності зросла з 4293 у 2018 році до 4664 у 2019 році. У 2018 році обсяг реалізації товарів і послуг у туристичному секторі досяг 265 млрд грн, з яких 145 млрд грн припадало на колективні засоби розміщення, а 48 млрд грн — на послуги туроператорів та турагентів. Найвищі показники реалізації спостерігалися у Києві (154,6 млрд грн), Одеській області (20,8 млрд грн), Дніпропетровській області (19,1 млрд грн) та Львівській області (17,3 млрд грн) [2], що свідчить про високий попит на туристичні послуги у великих містах та регіонах з розвиненою інфраструктурою.

Щодо колективних засобів розміщення, Київ лідирує з обсягом реалізації 5,9 млрд грн, за ним ідуть Львівська область (2,1 млрд грн), Одеська область (1,9 млрд грн), Запорізька область (0,6 млрд грн), Івано-Франківська область (0,6 млрд грн), Закарпатська область (0,5 млрд грн), Харківська область (0,5 млрд грн), та Дніпропетровська область (0,5 млрд грн). У 2019 році інвестиції у цей сектор зменшилися на 9,7% порівняно з 2018 роком, досягнувши 982,9 млн грн [2].

У 2019 році в сферах, що обслуговують туристів (окрім торгівлі), працювало 568,5 тис. осіб, що становило близько 4% зайнятого населення. Було обслуговано 5,3 млн туристів: 4,7 млн осіб подорожували за кордон, 450 тис. осіб здійснили внутрішні подорожі, а 83 тис. осіб приїхали до України. Дані після 2019 року не можуть бути об'єктивними через пандемію та військові конфлікти [2]. Це свідчить про важливість адаптації туризму до нових умов і викликів, пов'язаних із кризовими ситуаціями.

Пандемія Covid-19 серйозно вплинула на цей сектор: аеропорти спорожніли, готелі зазнали значних збитків, а агентства шукали способи виживання. Коли ж туристичний сектор почав відновлюватися, почалася війна, що поставила галузь перед новими викликами. Ці кризи вимагають від туристичних операторів гнучкості та готовності до впровадження інноваційних рішень, що можуть підвищити їхню стійкість.

Війна, що розпочалася в 2022 році, створила безпрецедентні труднощі для українських туроператорів. Військовий конфлікт призвів до значного зростання цін на паливо та логістичні послуги, що вплинуло на вартість авіаперевезень і туристичних послуг. Подорожі в регіоні стали менш безпечними, а настрої європейських мандрівників змінилися.

За даними Всесвітньої туристичної організації [3], кількість авіарейсів у сусідніх країнах значно скоротилася: Молдова втратила 69% рейсів, Словенія – 42%, Латвія – 38%, Фінляндія – 36%, Чехія – 35%. Втрата світової економіки у сфері туризму через війну в Україні оцінюється у 14 мільярдів доларів, а надходження до держбюджету України в 2022 році зменшилися більше ніж на третину.

Туристичні бази, дитячі табори, кемпінги втратили 57% доходів, туроператори – 35%, туристичні агентства – 27%. Водночас пансіонати та гуртожитки збільшили доходи на 46%, оскільки вони стали тимчасовим притулком для внутрішньо переміщених осіб [4].

За останніми даними, сектор туризму в Україні скоротився на третину порівняно з довоєнними роками [5]. Податкові надходження впали на 29% у перші місяці 2023 року, а кількість туристичних компаній зменшилася на 34%. Це свідчить про важливість підтримки держави та міжнародних організацій у відновленні туристичної галузі.

Кількість іноземних гостей зменшилася наполовину, і тепер більшість візитів мають діловий характер: приїжджають офіційні особи, представники міжнародних організацій, волонтери та журналісти. Від

обстрілів постраждали понад 99 туристичних об'єктів, особливо у Донецькій, Херсонській, Харківській та Київській областях.

Аналізуючи фінансові результати туристичної галузі за перший квартал 2024 року, спостерігаємо значне зростання надходжень до державного бюджету порівняно з аналогічними періодами попередніх років. Внесок тургалузі до бюджету становив 616 млн 391 тис. грн, що на 61% більше, ніж у 2023 році, і майже досяг рівня 2021 року. Збільшення кількості платників податків, особливо фізичних осіб, на 24%, свідчить про відновлення туристичної активності та розширення ринку. Така динаміка може бути результатом відновлення внутрішнього туризму та позитивних змін у туристичній інфраструктурі.

Важливим джерелом доходів залишаються готелі, які сплатили 64% загальної суми податків, що на 69% більше, ніж у 2023 році. Таке зростання може свідчити про збільшення попиту на послуги готельного сектору та поліпшення економічних умов у країні. Туристичні оператори та агентства також демонструють позитивну динаміку, збільшивши податкові надходження вдвічі та на 49% відповідно. Ці показники свідчать про відновлення міжнародного та внутрішнього туризму і можуть бути пов'язані зі зростанням довіри туристів до безпеки та якості послуг, що надаються.

Однак, деякі сегменти туристичної галузі, такі як турбази, дитячі табори відпочинку, кемпінги та стоянки для житлових автофургонів, все ще не відновилися до рівня 2021 року. Хоча податкові надходження від цих засобів розміщення збільшилися на 41% порівняно з 2023 роком, вони залишаються значно нижчими, ніж у 2021 році, що свідчить про тривалі труднощі у цих секторах. Зниження податкових надходжень від кемпінгів та стоянок для житлових автофургонів у порівнянні з 2021 роком підкреслює необхідність подальших інвестицій у відновлення та модернізацію цих об'єктів, що може сприяти підвищенню їх конкурентоспроможності та привабливості для туристів [6].

Українські туроператори та внутрішні мандрівники змушені адаптуватися до нових реалій. Державне агентство розвитку туризму оновило правила внутрішнього туризму, враховуючи розташування укриттів, комендантську годину та інші особливості перебування в різних регіонах. Туристичні агентства переосмислюють свої бізнес-моделі, розробляючи нові пропозиції, що відповідають умовам часу. Це складний шлях, але він веде до перетворення та надії на краще майбутнє. Зміни у бізнес-моделях, що враховують поточні виклики, можуть стати основою для нових можливостей у туристичному секторі.



Рис 1.1. Динаміка податкових надходжень за 1 квартал 2024 року від туристичної діяльності Україні. *Джерело: [6]*

Туристичні агентства демонструють приклад адаптації, перетворюючи свою діяльність під нові реалії воєнного стану. Якщо раніше основними клієнтами були туристи, то тепер готелі заповнені дипломатами, громадськими активістами, журналістами та волонтерами. Сектор внутрішнього туризму залишається на плаву завдяки популярності поїздок до Західної України, зокрема до Чернівецької, Закарпатської та Львівської областей.

Важливість туристичної галузі для економіки очевидна, і з урахуванням її сучасного стану, необхідно терміново вжити заходів для стимулювання її розвитку.

Туристичний сектор в Україні переживає складний період, але зберігає потенціал для відновлення та зростання. Віра в майбутнє та власні сили дозволяє галузі з оптимізмом дивитися вперед.

Україна має унікальний шанс заявити про себе як про країну з величезним туристичним потенціалом, зокрема завдяки своїм атракціям, історичній спадщині та мальовничій природі.

Відновлення вимагатиме комплексного підходу, включаючи відновлення інфраструктури та реалізацію маркетингових кампаній. Досвід країн, які пережили війни, таких як Хорватія, може стати цінним здобутком і може допомогти Україні швидше адаптуватися до нових умов. Важливим фактором буде відновлення довіри іноземних туристів, особливо тих, хто цікавиться сучасною історією України. Розмінування територій, особливо прибережних зон, буде ключовим для безпеки майбутніх відвідувачів.

У Стратегії розвитку туризму та курортів до 2026 року підкреслюється, що Україна значно поступається провідним світовим країнам за рівнем розвитку туризму. Внаслідок цього, розвиток туристичної галузі визначено стратегічним пріоритетом, спрямованим на підвищення якості туристичних послуг. У рамках напрямку «Розвиток туристичної інфраструктури» передбачається всебічний розвиток територій. Зокрема, це включає створення сприятливих умов для залучення інвестицій у міжнародний туризм; забезпечення доступності туристичних об'єктів для осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення; раціональне використання природних лікувальних та рекреаційних ресурсів, з акцентом на їх збереження та самовідтворення; а також сприяння формуванню стратегічного партнерства між державними, приватними та громадськими інтересами через впровадження проєктного підходу до

створення комплексного туристичного продукту, з відповідними заходами [7]. Загалом, ці заходи можуть стати основою для сталого розвитку туризму в Україні.

До основних тенденції відновлення в галузі можливо віднести:

- Зростання інтересу до оздоровчого туризму в санаторіях та рекреаційних комплексах.
- Підвищений попит на індивідуальні та сімейні подорожі, зниження популярності групових турів.
- Важливість надійної інфраструктури: електропостачання, водопроводу, стабільного зв'язку та укриттів.
- Короткострокове планування поїздок за день-два.

Ці тенденції підкреслюють необхідність гнучкості та швидкої адаптації до змін у потребах споживачів.

1.2. Роль інноваційного розвитку у відновленні туризму

Розробка нових маршрутів, впровадження інновацій, співпраця з міжнародними партнерами – все це стане основою для післявоєнного відродження українського туризму.

Для успішного переходу на інноваційний шлях розвитку туризму в Україні необхідно створити теоретичну та методологічну основу для формування туристичних кластерів, орієнтованих на впровадження інновацій. Це включає розробку національної стратегії розвитку кластерів, яка враховуватиме специфіку кожного регіону.

Сучасні дослідження щодо проблематики розвитку туристичних кластерів висвітлені недостатньо повно, тому цей напрямок вимагає подальшого дослідження та детального аналізу. Необхідно розробити детальні рекомендації щодо впровадження кластерних підходів у туризмі на основі найкращих світових практик.

Вивчення питань розвитку інноваційної діяльності туристичних кластерів базується на дослідженнях вітчизняних та зарубіжних учених у різних сферах економічних наук.

Питання інноваційного розвитку соціально-економічних систем відображені в працях таких авторів, як Твісс Б., Санто Б., Ніксон Ф., Печчеї А., Медоуз Л., Месарович М., Пестель Е., Шумперт Й., Форрестер Дж., Аткіссон А., Вебер А., Казагранді Р., Рінальді С., Батлер Р. та інші.

Вагомий вклад у дослідження проблем і особливостей загальних тенденцій розвитку туристичних кластерів в Україні внесли: Безуглий І., Стеченко Д., Федулова Л., Данильчук В., Александрова А., Долішній М., Кифяк В., Балабанов І., Гаман П., Ахмедова О., Милашко О., Олеськів М., Тимошенко Т., Сокол Т., Мальська М., Дядечко Л. та ін.

Значну увагу тенденціям розвитку, як внутрішнього, так і міжнародного туризму присвятили свої дослідження і публікації такі автори, як Чаркіна Т., Марценюк Л., Денисенко М., Білоцерківський О., Гринько Т. та інші.

Для подальшого розвитку сфери туризму в Україні необхідно систематизувати наявні теоретичні напрацювання, а також розробити нові методологічні підходи, враховуючи специфіку національної економіки, культурні та природні особливості країни.

Інноваційні туристичні кластери можуть стати ключовими елементами для стимулювання економічного зростання та підвищення конкурентоспроможності України на міжнародній арені. Що вимагає створення ефективної системи управління та координації дій між різними учасниками кластерів.

Важливо також враховувати вплив зовнішніх факторів, таких як війна, що триває, і її наслідки для туристичної галузі. Це потребує розробки стратегій адаптації й стійкості, які дозволять галузі не лише вижити в умовах кризи, але й закласти основи для подальшого її відновлення та розвитку після завершення військових дій.

Впровадження інновацій в туризм не тільки приносить економічну вигоду, але й має значну соціальну значущість. З одного боку, інновації в окремих туристичних організаціях покращують умови праці (*організаційні інновації),* підвищують використання інтелектуальних та матеріальних ресурсів (*технологічні інновації*) та допомагають реалізувати комерційний потенціал (*продуктові інновації*). З іншого боку, вони сприяють вирішенню сезонних проблем, сталому розвитку туризму та покращенню зайнятості населення. Що може включати розробку нових послуг, які враховують змінювані потреби клієнтів, такі як екотуризм та тури з урахуванням соціальних аспектів. В середньому, кожне робоче місце в туризмі створює близько 10 робочих місць у суміжних галузях (харчовій, розважальній та інших), що підкреслює значний мультиплікативний ефект туризму [8].

1.3. Організаційно-економічні аспекти формування туристичних кластерів

Необхідність переходу на інноваційний шлях розвитку туризму в Україні, зумовлений низькими темпами його зростання та невеликими показниками у міжнародному порівнянні. Серед основних причин такої ситуації виділяються:

- нестабільність бюджетної та податкової політики;
- недостатність нормативної бази в сфері туризму;
- дисбаланс між високою ціною та низькою якістю послуг;
- слабкий розвиток туристичної інфраструктури;
- недостатня увага держави до покращення іміджу національного туристичного продукту та його конкурентоспроможності.

Крім того, існують складнощі з визначенням економічної ролі туризму, що потребує створення ефективної системи збору статистичних даних.

У проєкті Стратегії розвитку інноваційної діяльності України на період до 2030 року, що зараз напрацьовується урядом передбачено модернізацію галузевих складових туристичної діяльності, але сам туризм, зі зрозумілих причин, поки не є пріоритетною областю інновацій. Концепції розвитку таких сфер, як туризм, спорт, культура та охорона здоров'я, тільки знаходяться на стадії розробки [9]. Це вказує на потребу в активній участі держави у стимулюванні інновацій у цих секторах.

Комплексна основа для успішного розвитку туристичної індустрії включає: технологічний прогрес, економічні умови, політичну стабільність, правову базу, інфраструктуру, конкуренцію, ресурси, культурні та соціальні аспекти, екологічну стійкість та діджиталізацію (рис. 1.2).



Рис. 1.2 . Основні детермінанти інноваційного розвитку туризму

1. *Рівень науково-технічного прогресу*. Інноваційні технології, такі як штучний інтелект, блокчейн та інтернет речей, відіграють ключову роль у створенні нових туристичних продуктів і послуг. Науково-технічний прогрес дозволяє туристичній галузі ефективно впроваджувати інновації, покращувати якість обслуговування та забезпечувати безпеку туристів. Наприклад, використання віртуальної реальності може зробити

туристичні атракції більш привабливими, дозволяючи людям віртуально відвідувати місця ще до фізичного візиту.

2. *Сприятливі економічні умови і передбачувана політична ситуація*. Стабільність в економіці та політиці є важливим фактором для залучення інвестицій у туристичну галузь. Передбачувана політична ситуація сприяє довірі інвесторів, що дозволяє залучати фінансування для розвитку інфраструктури і нових проєктів. Сприятливі економічні умови також стимулюють споживчий попит, забезпечуючи сталий потік туристів і доходів.

3. *Сучасна правова основа для розвитку інноваційних проєктів*. Адекватна правова база забезпечує захист інтелектуальної власності, спрощує процедури започаткування бізнесу та стимулює інновації. Вона дозволяє підприємцям розвивати нові ідеї, сприяє виникненню стартапів у туристичній галузі, що призводить до зростання конкуренції і покращення якості послуг.

4. *Розвинена туристична інфраструктура*. Наявність якісної інфраструктури, включаючи дороги, готелі, транспортні вузли, ресторани та розважальні заклади, є основою для успішного функціонування туристичного сектора. Розвинена інфраструктура забезпечує комфортний досвід для туристів і створює можливості для організації масштабних подій, що привертають велику кількість відвідувачів.

5. *Рівень конкуренції на туристичному ринку*. Високий рівень конкуренції стимулює компанії впроваджувати інноваційні рішення, покращувати якість послуг і знижувати ціни, що в кінцевому підсумку приносить користь споживачам. Конкуренція також заохочує підприємців шукати нові ніші на ринку, що сприяє диверсифікації пропозицій та розширенню спектра туристичних послуг.

6. *Рівень підготовки та професіоналізм персоналу туристичної сфери*. Професійний і добре підготовлений персонал забезпечує високий рівень обслуговування клієнтів, що підвищує задоволеність туристів та

їхню лояльність. Інвестиції у навчання і розвиток персоналу сприяють підвищенню стандартів якості послуг і допомагають компаніям залишатися конкурентоспроможними.

7. *Наявність природних, фінансових, людських та інших ресурсів.* Природні ресурси, такі як мальовничі пейзажі, унікальні екосистеми та культурні пам'ятки, є основою для розвитку туристичних продуктів. Фінансові ресурси забезпечують можливість інвестування у розвиток інфраструктури та маркетингові кампанії, а людські ресурси – унікальні знання і навички, необхідні для обслуговування туристів.

8. *Культурні та соціальні аспекти.* Різноманіття культурних і соціальних елементів дозволяє зробити туристичні пропозиції більш привабливими для різних аудиторій. Туристи все частіше цікавляться автентичними культурними враженнями, що стимулює розвиток локальних ініціатив, зокрема фестивалів, майстер-класів та інших культурних заходів.

9. *Екологічна стійкість.* Зростаюче усвідомлення екологічних питань змушує туристичну індустрію інтегрувати стійкі практики, такі як зменшення викидів, використання відновлюваних джерел енергії та збереження біорізноманіття. Це не тільки сприяє збереженню навколишнього середовища, але й підвищує привабливість туристичних продуктів для екосвідомих споживачів.

10. *Діджиталізація.* Діджиталізація трансформує туристичну галузь, а процеси бронювання, маркетингу та обслуговування клієнтів дозволяє зробити більш ефективними та зручними. Цифрові платформи надають можливість компаніям масштабувати сегмент аудиторії, а технології, такі як штучний інтелект і аналіз Big data, забезпечують персоналізований досвід кожному мандрівнику.

Ці фактори утворюють взаємопов'язану екосистему і створюють основу для стійкого та інноваційного розвитку туризму.

Додатково необхідно враховувати міжнародний досвід у сфері кластерного розвитку, що може бути корисним для України. Використання успішних практик та адаптація їх до українських умов може допомогти в розробці ефективних стратегій й ініціатив, що сприятимуть сталому розвитку туризму.

Загалом інновації служать інструментом для реалізації наукових досягнень. Туризм, як складна міжгалузева соціально-економічна система, є обширним полем для інновацій. Він не тільки створює нові продукти та послуги, але й активно використовує інновації з інших галузей. Наприклад, готельні підприємства, туристичні агенції та транспортні компанії впроваджують розробки у сфері інформаційних технологій, що виводить процес створення туристичного продукту та обслуговування клієнтів на новий рівень. Важливо враховувати, що цифрові технології можуть стати ключовим фактором успіху у подоланні сучасних викликів у туризмі.

Для підвищення інноваційного потенціалу важливі не тільки обсяг ресурсів, але й їх якість, структура, збалансованість та раціональне використання. Покращення цих показників може збільшити ресурсний потенціал без збільшення обсягу використовуваних ресурсів.

Основні напрямки інноваційної діяльності в туризмі включають:

- розробку нових туристичних маршрутів, продуктів харчування та готельних послуг;
- впровадження нових технологій, таких як системи онлайн-бронювання, електронна комерція та інноваційні засоби зв'язку;
- використання нових туристичних ресурсів, наприклад, промисловий, аграрний, полярний, космічний, атомний та військовий туризм;

- застосування нових методів організації бізнес-процесів, включаючи створення нових організаційних структур та механізмів державно-приватного партнерства;
- освоєння нових напрямків і ринків збуту, що дозволяє розширити асортимент послуг та збільшити їх доступність для різних категорій туристів.

Система управління інноваційною діяльністю в державному та регіональному масштабі має будуватися з урахуванням ключових принципів інновацій у сфері туризму, з особливим акцентом на безпекові аспекти в умовах воєнного стану в Україні:

1. **Системність.** Інноваційний розвиток має бути послідовним та охоплювати всі складові туристичної галузі, враховуючи як внутрішні, так і зовнішні фактори. Умови війни вимагають адаптації системи до нових викликів, забезпечуючи стійкість туристичної інфраструктури.
2. **Безпека.** Інновації повинні забезпечувати високий рівень безпеки наданих послуг та сприяти збереженню довкілля. В умовах війни особливу увагу слід приділяти заходам, які мінімізують ризики для туристів і забезпечують захист туристичних об'єктів.
3. **Актуальність.** Інноваційні рішення мають відповідати потребам мандрівників і відображати загальний рівень розвитку суспільства, враховуючи зміни, що викликані воєнними діями. Це включає створення безпечних туристичних маршрутів і об'єктів, які можуть бути привабливими навіть у складних умовах.
4. **Науковість.** Розробка інновацій базується на наукових знаннях та сучасних методах, включаючи новітні дослідження у сфері безпеки і стійкості в умовах воєнних конфліктів.

Високий рівень організації туризму в регіоні і країні загалом може перетворити туризм на одне з головних джерел доходу навіть під час війни, якщо забезпечити належний рівень безпеки.

Сучасні умови розвитку туристичних організацій характеризуються:

- ускладненням проблем через їх міждисциплінарність та інтеграцію наукових знань;
- глобалізацією виробництва, конкуренції та співпраці;
- високою динамічністю змін у зовнішньому середовищі;
- необхідністю комплексного вирішення проблем;
- високим рівнем невизначеності та іншими факторами, включаючи воєнні ризики.

З огляду на ці умови, найбільш ефективним є системний підхід до управління інноваційною діяльністю туристичних організацій, що враховує безпекові аспекти.

На рівні окремих підприємств головним інструментом управління інноваціями має бути *інноваційний менеджмент*, який впливає на загальну ефективність організації, допомагає зменшити частку неефективних проєктів і мінімізувати ризики, зокрема і безпекові.

Інноваційний менеджмент у туризмі – це вид культурно-економічної та підприємницької діяльності, спрямований на досягнення цілей туристичних компаній через ефективну організацію інноваційних процесів, включаючи безпекові заходи. Він включає функції планування, маркетингу, організації, контролю та інші.

Системний підхід до управління інноваційною діяльністю туристичних організацій передбачає інтеграцію всіх елементів управління для досягнення максимальної ефективності та стійкості. Це означає, що всі процеси, від планування до реалізації та контролю, повинні бути взаємопов'язані та підтримувати один одного. Такий підхід дозволяє не тільки покращити якість послуг, але й забезпечити їхню

безпеку, що є критично важливим в умовах сучасних викликів. Здатність швидко реагувати на зміни у зовнішньому середовищі та адаптуватися до нових викликів є суттєвою перевагою системного підходу.

Основні складові системного підходу в туристичному інноваційному менеджменті можна розділити на кілька ключових компонентів, які забезпечують цілісний і комплексний підхід до управління інноваціями в туристичній галузі (рис. 1.3). Він включає стратегічне планування, управління ресурсами, маркетингові та комунікаційні стратегії, а також забезпечення безпеки та оцінку результатів. Такий підхід дозволяє забезпечити комплексність і цілісність усіх процесів, що сприяє стабільному розвитку та підвищенню конкурентоспроможності на ринку.



Рис. 1.3. Основні складові системного підходу в туристичному інноваційному менеджменті. *Джерело: розробка автора*

Продовженням цієї стратегії є розвиток інноваційної культури в організаціях, що стимулює творчість і заохочує до постійного вдосконалення. В тому числі, створення середовища, де співробітники мають можливість генерувати нові ідеї, вільно обмінюватися ними та

реалізовувати їх у практиці. Інвестиції в навчання та розвиток персоналу, а також створення умов для гнучкої та адаптивної організаційної структури, є важливими елементами цього процесу. Таким чином, системний підхід не лише покращує управління інноваціями, але й сприяє загальному підвищенню якості послуг і конкурентоспроможності туристичних організацій.

Загальна характеристика ключових елементів системного підходу до інноваційного менеджменту в туристичній галузі представлено в табл. 1.1.

У свою чергу інноваційний менеджмент у туризмі передбачає застосування новітніх технологій та методів для підвищення конкурентоспроможності туристичних компаній. Однією з ключових складових цього процесу є *планування*. Ефективне планування інноваційної діяльності передбачає не лише визначення стратегічних цілей, але й розробку конкретних заходів для їх досягнення в т.ч. аналіз ринку, визначення потреб споживачів, прогнозування тенденцій та визначення ключових напрямків розвитку.

Маркетинг також є важливою складовою інноваційного туристичного менеджменту. Сучасні маркетингові стратегії повинні враховувати змінювані потреби споживачів, використовуючи при цьому нові канали комунікації та інструменти для залучення клієнтів. Використання цифрових технологій, таких як соціальні мережі, онлайн-реклама та контент-маркетинг, дозволяє більш ефективно взаємодіяти з аудиторією та збільшувати її лояльність.

Таблиця 1.1

Загальна характеристика складових компонентів управління інноваційними процесами в туризмі. *Джерело: розробка автора*

КОМПОНЕНТИ	ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА
Стратегічне планування	Визначення цілей та напрямків розвитку, розробка довгострокових і короткострокових цілей, які орієнтовані на інноваційний розвиток. Аналіз ринку та дослідження ринкових тенденцій, потреб споживачів і конкурентного середовища для виявлення нових можливостей й загроз. Прогнозування тенденцій, оцінка майбутніх змін у галузі та адаптація до них через інноваційні рішення.
Інноваційні процеси	Генерація ідей – створення умов для народження нових ідей, залучення персоналу до креативного процесу. Планування та реалізація інноваційних проєктів, використання новітніх технологій та методик. Використання сучасних технологій для покращення послуг та оптимізації операцій.
Ресурсне забезпечення	Фінансові ресурси. Забезпечення достатнього фінансування для реалізації інноваційних проєктів. Людські ресурси. Розвиток кваліфікації та компетенцій працівників, створення сприятливих умов для їхнього професійного росту. Матеріально-технічні ресурси. Забезпечення необхідного обладнання та інфраструктури для впровадження інновацій.
Маркетинг та комунікації	Інноваційний маркетинг. Використання нових маркетингових стратегій і каналів для просування інноваційних продуктів і послуг. Комунікація з клієнтами. Побудова ефективної системи комунікації для взаємодії з туристами, врахування їхніх потреб і зворотного зв'язку. Брендування. Розробка та зміцнення бренду компанії через інноваційні підходи.
Організаційна структура та культура	Формування структури, що сприяє швидкій адаптації до змін і підтримує інноваційні процеси. Створення корпоративної культури, яка заохочує до інновацій, творчості та постійного вдосконалення.
Управління ризиками та безпекою	Виявлення потенційних ризиків, пов'язаних з впровадженням інновацій, та розробка стратегій їх мінімізації. Забезпечення фізичної та інформаційної безпеки для туристів. Захист інформаційних систем і даних від кіберзагроз.
Моніторинг та оцінка результатів	Регулярний моніторинг прогресу реалізації інноваційних проєктів. Вимірювання результатів впроваджених інновацій, аналіз їх впливу на бізнес-показники та задоволеність клієнтів. Збір та аналіз зворотного зв'язку від клієнтів та персоналу для постійного вдосконалення.

Організація інноваційних процесів вимагає чіткої координації дій всіх учасників. Сюди можливо віднести забезпечення необхідними ресурсами, встановлення відповідальності за виконання конкретних завдань та створення умов для ефективної співпраці. Важливим аспектом є також формування інноваційної культури всередині організації, що сприяє генерації нових ідей та їхньому впровадженню.

Контроль за виконанням інноваційних проєктів є необхідною умовою для досягнення поставлених цілей і передбачає регулярний моніторинг прогресу, оцінку результатів та внесення коректив у разі необхідності. Ефективна система контролю дозволяє вчасно виявляти та вирішувати проблеми, що виникають, забезпечуючи таким чином стабільність та стійкість інноваційного процесу.

Безпека в туристичній діяльності є одним із найважливіших аспектів, які повинні враховуватися при впровадженні інновацій. Це включає не тільки фізичну безпеку туристів, але й кібербезпеку, захист персональних даних та інформаційних систем. В сучасних умовах, коли загрози можуть бути дуже різноманітними, забезпечення комплексної безпеки стає одним з пріоритетних завдань інноваційного менеджменту.

Загалом системний підхід до управління інноваційною діяльністю туристичних організацій дозволяє забезпечити комплексність та цілісність усіх процесів, що сприяє стабільному розвитку та підвищенню конкурентоспроможності на ринку. На думку автора, вирішення цих проблем полягає в переході на інноваційно-орієнтований шлях розвитку регіональних туристичних систем – *туристичних кластерів*.

Інноваційно-орієнтований розвиток передбачає активне впровадження нових технологій, методів управління та маркетингових стратегій, дозволяє підвищити ефективність і конкурентоспроможність регіональних туристських систем.

Однак, для досягнення цього важливо не тільки впроваджувати інновації всередині окремих туристичних компаній, але й

удосконалювати *організаційно-економічний механізм функціонування* регіональних туристських кластерів. Один з таких шляхів – розробка і впровадження нових моделей співпраці між учасниками кластерів, використання сучасних технологій управління та створення сприятливого інвестиційного клімату.

Концепція кластерів вперше була детально описана Майклом Портером у його книзі «Конкурентні переваги націй» у 1990 році Портер визначив кластери, як географічні концентрації взаємопов'язаних компаній, постачальників, пов'язаних галузей та інституцій у певній сфері, які співпрацюють і конкурують між собою [10]. За теорією Портера, кластери сприяють підвищенню продуктивності та інноваційності, що є ключовими факторами конкурентоспроможності на глобальному ринку.

Регіональні туристичні кластери відіграють ключову роль у розвитку туризму, оскільки вони об'єднують різні елементи інфраструктури, підприємства та організації, що надають туристичні послуги. Для ефективного розвитку цих кластерів необхідно забезпечити координацію зусиль між учасниками, оптимальне використання ресурсів і створення сприятливих умов для інновацій.

В даній роботі *туристичний кластер* визначається, як штучно створена структура, оскільки його формування відбувається за запланованою стратегією розвитку регіону, а не природним шляхом.

Формально *туристичний кластер* виступає, як інституція через обов'язковість дотримання правил усіма його учасниками, що закріплено на законодавчому рівні. *Туристичний кластер* є допоміжною структурою, оскільки його правила узгоджуються з нормами більш високого рівня. З цієї ж точки зору, кластер є внутрішнім елементом, інтегрованим у більш масштабні системи.

Туристичний кластер орієнтований на певних учасників економічної діяльності, оскільки створюється на базі певної території, що обмежує коло можливих учасників.

Створення туристичних кластерів у період війни може здатися суперечливим кроком, але для України цей процес виступає, як стратегічний інструмент для відновлення та розвитку економіки. Туристичний кластер являє собою об'єднання різних зацікавлених сторін у сфері туризму, включаючи бізнес, освітні установи та органи державного управління, які працюють разом для покращення туристичної пропозиції й підвищення конкурентоспроможності регіону. В умовах війни туристичні кластери можуть забезпечити не лише економічну стабільність, а й соціальну згуртованість за рахунок:

- **Економічний вплив**

Туристичні кластери можуть стати важливим елементом економічного відновлення України, оскільки вони сприяють створенню робочих місць і розвитку місцевого бізнесу. Інвестиції в інфраструктуру, яка підтримує туризм, такі як готелі, транспортні вузли та культурні об'єкти, можуть стимулювати економічну активність. Крім того, туристичні кластери здатні притягувати міжнародні інвестиції, що особливо важливо для відновлення економіки під час та після військових дій.

- **Соціальний аспект**

Соціальна згуртованість є ще однією вагомою причиною для розвитку туристичних кластерів. У період конфлікту та нестабільності туристичні ініціативи можуть сприяти зміцненню соціальних зв'язків й культурного обміну. Туристичні проєкти, орієнтовані на збереження культурної спадщини та розвиток спільнот, можуть покращити моральний дух і сприяти єдності серед населення.

- **Інноваційні рішення**

Інновації в туристичних кластерах можуть відігравати ключову роль у створенні нових туристичних продуктів та послуг, що враховують сучасні виклики. Наприклад, розвиток цифрових технологій, таких як віртуальні тури та онлайн-платформи для бронювання, може допомогти залучити нову аудиторію туристів. Інноваційні підходи також можуть сприяти підвищенню безпеки туристичних послуг, що є критично важливим в умовах війни.

- **Стратегічне планування**

Розробка туристичних кластерів вимагає ретельного стратегічного планування, що враховує поточні виклики та можливості. Це включає аналіз ринку, оцінку ризиків і розробку адаптивних стратегій, які можуть швидко реагувати на зміни в геополітичній ситуації. Залучення місцевих громад і зацікавлених сторін до процесу планування забезпечує стійкість і довгостроковий успіх кластерів.

Незважаючи на складні умови, створення туристичних кластерів в Україні під час війни може стати одним із механізмів адаптації до нових умов та підготовки до майбутнього відновлення після завершення конфлікту.

Залежно від активності у сфері інновацій автор пропонує виділити наступні типи кластерів:

- інноваційно-орієнтовані;
- інноваційні каталізатори;
- інноваційні інтегратори.

Інноваційно-орієнтований кластер зазвичай базується на науково-дослідницьких та навчальних центрах. Переважна частина продукції такого кластера є інноваційною. Кластери типу *інноваційні каталізатори*, реалізують інноваційну діяльність окремими підприємствами, а не на постійній основі. Кластери – *інноваційні інтегратори*, не мають центрів генерації інновацій.

Автори в подальшому зосередили свої наукові дослідження на вивченні основних аспектів розвитку інноваційно-орієнтованих туристичних кластерів з наступних причин.

Інноваційно-орієнтовані туристичні кластери мають значний потенціал для стимулювання економічної активності через підвищення продуктивності та ефективності туристичних підприємств. Завдяки інтеграції наукових і технологічних розробок, такі кластери можуть швидко адаптуватися до змін у ринкових умовах, забезпечуючи стійкість і довгострокове зростання. Крім того, інноваційні кластери сприяють комунікаціям між різними учасниками, що стимулює розвиток нових ідей і рішень для підвищення якості туристичних послуг.

Також інноваційно-орієнтовані туристичні кластери відіграють ключову роль у розвитку регіонів, оскільки сприяють підвищенню зайнятості та добробуту місцевих громад. Вони також можуть виступати каталізатором для розвитку суміжних галузей, таких як транспорт, гостинність та роздрібна торгівля. Вивчення таких кластерів дозволяє ідентифікувати ефективні стратегії управління, які можна застосувати для оптимізації розвитку туризму, підвищення якості життя в регіонах та створення умов для сталого розвитку. Тому дослідження інноваційно-орієнтованих туристичних кластерів має важливе значення для розробки регіональної політики і стратегії розвитку, що в решті решт, сприятиме економічному зростанню і соціальному прогресу країни в цілому.

Туристично-інноваційний кластер — це об'єднання на одній території приватних й державних організацій, органів місцевого самоврядування, яке функціонує на основі спільних соціально-економічних, фінансових та інформаційних потоків з метою створення конкурентоспроможного туристичного продукту (послуги) на основі новітніх розробок.

Туристично-інноваційний кластер відрізняється від інших об'єднань та агломерацій у сфері туризму за такими критеріями:

- особлива структура учасників кластеру, яка включає не лише постачальників туристичних послуг, турагентів і туроператорів, але й наукові, дослідницькі, консалтингові, страхові та освітні організації;
- розвинена інноваційна інфраструктура, яка сприяє притоку висококваліфікованих спеціалістів та інвестицій;
- висока частка інноваційної продукції в загальному обсязі виробництва.

Додатковими факторами успіху таких кластерів є тісна співпраця між учасниками, можливості для розвитку спільних проєктів, а також гнучкість до змін ринкових умов та потреб споживачів. Інновації в таких комплексах поширюються завдяки ефективним комунікаціям, що підвищує їхню загальну продуктивність.

Розглянемо процес створення туристично-інноваційного кластеру на регіональному рівні. Ініціаторами цього процесу можуть виступати як бізнес-спільноти, так і державні органи.

У першому сценарії підприємства, які мають міцні неформальні зв'язки та спільне бачення розвитку галузі, проявляють ініціативу. Це можливо в регіонах з високою концентрацією підприємств певної галузі, де існує розвинена інфраструктура та високий рівень конкурентоспроможності продукції. Завдяки цим факторам підприємства можуть сформувати організаційне та економічне ядро кластеру.

Другий сценарій передбачає ініціативу з боку державних органів, яка реалізується через створення державної програми розвитку галузі на основі кластерного підходу. Це доцільно, коли продукція галузі не є конкурентоспроможною на національному чи міжнародному рівнях, інфраструктура відстає, а підприємства не мають єдиного бачення щодо розвитку. Такий підхід також актуальний, якщо галузь піддається

значному впливу зовнішніх факторів (наприклад, пандемія, війна, кліматичні умови і таке інше).

Для туристичних кластерів доцільніше використовувати ініціативу з боку державних органів. Формування таких кластерів є одним з пріоритетних завдань регіональної влади, адже держава може фінансувати необхідну туристичну інфраструктуру, відсутність якої перешкоджає залученню приватного капіталу в розбудову регіону. Таким чином, можливо зробити висновок, що провідна роль у створенні туристичних кластерів належить регіональним органам влади.

Формування конкурентних переваг туристичних компаній на міжнародному та національному рівнях значною мірою залежить від розвитку на регіональному рівні. Основу цього процесу становлять природно-рекреаційні ресурси регіону, а також підприємницькі, культурні та ментальні особливості, які є унікальними для кожної області. Крім того, важливу роль відіграє рівень розвитку освітніх та науково-дослідних установ, що сприяють інноваційності та конкурентоспроможності регіональних туристичних кластерів. Таким чином, підтримка з боку державних органів має бути сфокусована на розвитку саме цих кластерів.

З огляду на це, важливо, щоб влада різних рівнів приділила особливу увагу територіям з вузькою спеціалізацією та великою кількістю монопрофільних міст. Для ефективного розвитку таких регіонів, як Кіровоградська, Запорізька, Дніпропетровська, Полтавська та Черкаська області, доцільно застосовувати кластерний підхід. Проте, важливо враховувати, що під час цього процесу можуть виникати спротиви через збереження старого, так званого «промислового менталітету» серед місцевого населення. Водночас, слід підкреслити значний потенціал індустріального туризму і можливість створення промислово-туристичних кластерів в певних регіонах України, що може стати

додатковим джерелом економічного зростання та фактором залучення туристів.

Також варто зазначити, що стійке економічне зростання в регіонах в тому числі можливе завдяки диверсифікації туристичних продуктів і впровадженню інноваційних технологій у сфері обслуговування. Залучення місцевих громад до активного розвитку туризму буде сприяти формуванню унікальних туристичних пропозицій, які підкреслюють культурну та історичну самобутність регіонів, і таким чином підвищують їхню конкурентоспроможність на туристичному ринку.

Процес формування туристично-інноваційного кластеру складається з кількох етапів.

Перший етап включає створення передумов для кластеру в регіоні. На цьому етапі розвивається інноваційна інфраструктура та інституційне середовище кластеру. Інноваційна інфраструктура забезпечує доступ до ресурсів та послуг для учасників кластеру, тоді як інституційне середовище включає нормативно-правову базу, яка регулює діяльність у сфері інновацій і туризму.

На *другому етапі*, спираючись на створені передумови, формується необхідність створення кластерної структури. Для успішного переходу до ефективного функціонування кластеру потрібно забезпечити стабільне фінансування інноваційної діяльності, розвивати інноваційну інфраструктуру, підтримувати попит на інноваційну продукцію, створювати та розвивати систему підготовки кадрів, інформаційне середовище і науковий потенціал, а також модернізувати нормативно-правову базу.

Третій етап включає створення організаційної структури кластеру і механізму взаємодії між його учасниками. На цьому етапі також формуються стратегія розвитку, визначаються ключові партнери та зацікавлені сторони, впроваджуються інноваційні рішення, що сприяють

зростанню конкурентоспроможності та стійкості кластеру в умовах ринкових змін.

Спираючись на аналіз наукових досліджень і власні дослідження процесу формування кластерів у туристичній галузі, пропонується концептуальна модель туристичного кластеру, як система ключових характеристик, що відображає його основну сутність і функціональні можливості:

1. Регіональна агрегація

Зосередження організацій та установ у певному географічному регіоні, що мають унікальні конкурентні переваги в туристичній сфері. Це підсилює взаємодію між учасниками кластера, сприяючи обміну знаннями та ресурсами.

2. Диверсифікований склад учасників

До складу кластера входять різноманітні організації, безпосередньо або опосередковано задіяні в створенні туристичних продуктів. Сюди входять державні установи, науково-дослідні інститути, освітні заклади та приватні підприємства, що агрегують зусилля для створення комплексного туристичного продукту.

3. Інтегроване управління та інноваційність

Туристичний кластер функціонує на засадах інтегрованого управління, що дозволяє створювати цілісні та комплексні туристичні продукти. Інновації є невід'ємною частиною процесу, забезпечуючи конкурентоспроможність і адаптивність кластера до ринкових змін.

4. Синергія і координація

Локальна концентрація учасників кластера призводить до позитивного синергетичного ефекту, що проявляється у підвищеній ефективності через координацію дій та об'єднання зусиль у розробці і просуванні туристичних продуктів.

5. Створення доданої вартості

Співпраця учасників у межах кластера сприяє формуванню комплексних туристичних пропозицій, які створюють додану вартість і підвищують загальну конкурентоспроможність на ринку.

6. Колективний розвиток ресурсів

Спільне використання ресурсного потенціалу регіону, а також розвиток конкурентних переваг й туристичної інфраструктури сприяють вирішенню спільних завдань учасників кластера та підвищенню їх загальної ефективності.

7. Соціально-культурна інтеграція

Створення єдиного соціально-культурного середовища дозволяє формувати унікальні відносини між учасниками кластера, які базуються на принципах партнерства, співпраці та здорової конкуренції. Локальна конкуренція не перешкоджає узгодженню єдиної маркетингової стратегії, спрямованої на просування туристичних продуктів як на внутрішньому, так і на міжнародному ринках.

Отже, інноваційна діяльність є критично важливою для ефективного функціонування туристичних кластерів. Об'єднання та координація інноваційних, сервісних і виробничих ресурсів учасників дозволяє розширити асортимент туристичних продуктів, зменшуючи їх собівартість, що підвищує конкурентоспроможність на різних рівнях ринку. Проте, існуючі геополітичні та правові виклики можуть знижувати ефективність реалізації цих стратегій.

Політика кластерного розвитку в Україні повинна спрямовуватися на інтеграцію та координацію промислової, інноваційної і регіональної політики для створення ефективної стратегії розвитку туристичних кластерів. Однак у сучасних умовах інноваційний розвиток туристичної галузі за кластерним підходом в Україні стикається з перешкодами через відсутність підтримки, що призводить до негативних економічних наслідків та втрати доходів для регіонів і держави в цілому.

На рис. 1.4 представлено інноваційну модель туристично-рекреаційного кластера, що поєднує традиційні аспекти з сучасними технологіями та підходами.

Інноваційна модель туристично-рекреаційного кластера має кілька ключових особливостей, які відрізняють її від традиційних моделей. Ця модель включає інтеграцію новітніх технологій, фокус на сталий розвиток та тісну взаємодію з місцевими громадами. Вона також враховує змінювані потреби сучасних туристів, які шукають унікальні та персоналізовані враження.

Ядро кластера включає основні об'єкти, які є центральними для туристично-рекреаційної діяльності:

1. Інтерактивний культурний центр. Використовує технології віртуальної реальності для відтворення історичних подій та культурних традицій, надаючи відвідувачам унікальний досвід взаємодії з культурною спадщиною.
2. Еко-готельний комплекс. Зосереджений на використанні відновлюваних джерел енергії та екологічних технологій, таких як сонячні панелі і системи збирання дощової води. Такий підхід дозволяє зменшити вплив на навколишнє середовище і приваблює екосвідомих туристів.
3. Мультифункціональний оздоровчий центр. Поєднує традиційні методи лікування з альтернативними практиками, такими як йога, медитація та аюрведа. Це дозволяє залучити туристів, зацікавлених у покращенні фізичного і психічного здоров'я.

Інфраструктура кластера включає розумні котеджні селища, цифрові санаторно-курортні комплекси та креативні простори:

1. Розумні котеджні селища. Використання Інтернет речей (IoT) для автоматизації управління ресурсами, такими як освітлення та опалення, забезпечуючи комфортні умови для мешканців та гостей.

2. Цифрові санаторно-курортні комплекси. Пропонують телемедичні послуги та дистанційні консультації, що розширює доступ до медичних послуг і підвищує їх якість.
3. Креативні простори. Призначені для проведення мистецьких і технічних воркшопів, підтримки стартапів й розвитку креативних індустрій.

Структури, що сприяють *науковим дослідженням та освіті в галузі туризму*:

1. Інноваційні лабораторії. Фокусуються на розробці нових технологій для покращення туристичних послуг та забезпечення конкурентних переваг.
2. Освітні платформи. Надають онлайн-курси та програми підвищення кваліфікації для працівників туристичної галузі, допомагаючи їм адаптуватися до нових умов.
3. Центри креативних індустрій. Підтримують розвиток стартапів і бізнес-ініціатив у сфері туризму, забезпечуючи консультації та доступ до ресурсів.

Додаткові об'єкти кластера включають коворкінг-простори, розумні кафе та цифрові туристичні агентства:

1. Коворкінг-простори. Забезпечують гнучкі робочі місця для цифрових мандрівників, сприяючи розвитку підприємництва та креативності.
2. Розумні кафе та ресторани. Використовують технології для персоналізації меню і процесу обслуговування, надаючи клієнтам унікальний досвід.
3. Цифрові туристичні агентства. Використовують штучний інтелект для створення персоналізованих маршрутів і пропозицій, що підвищує задоволеність клієнтів.

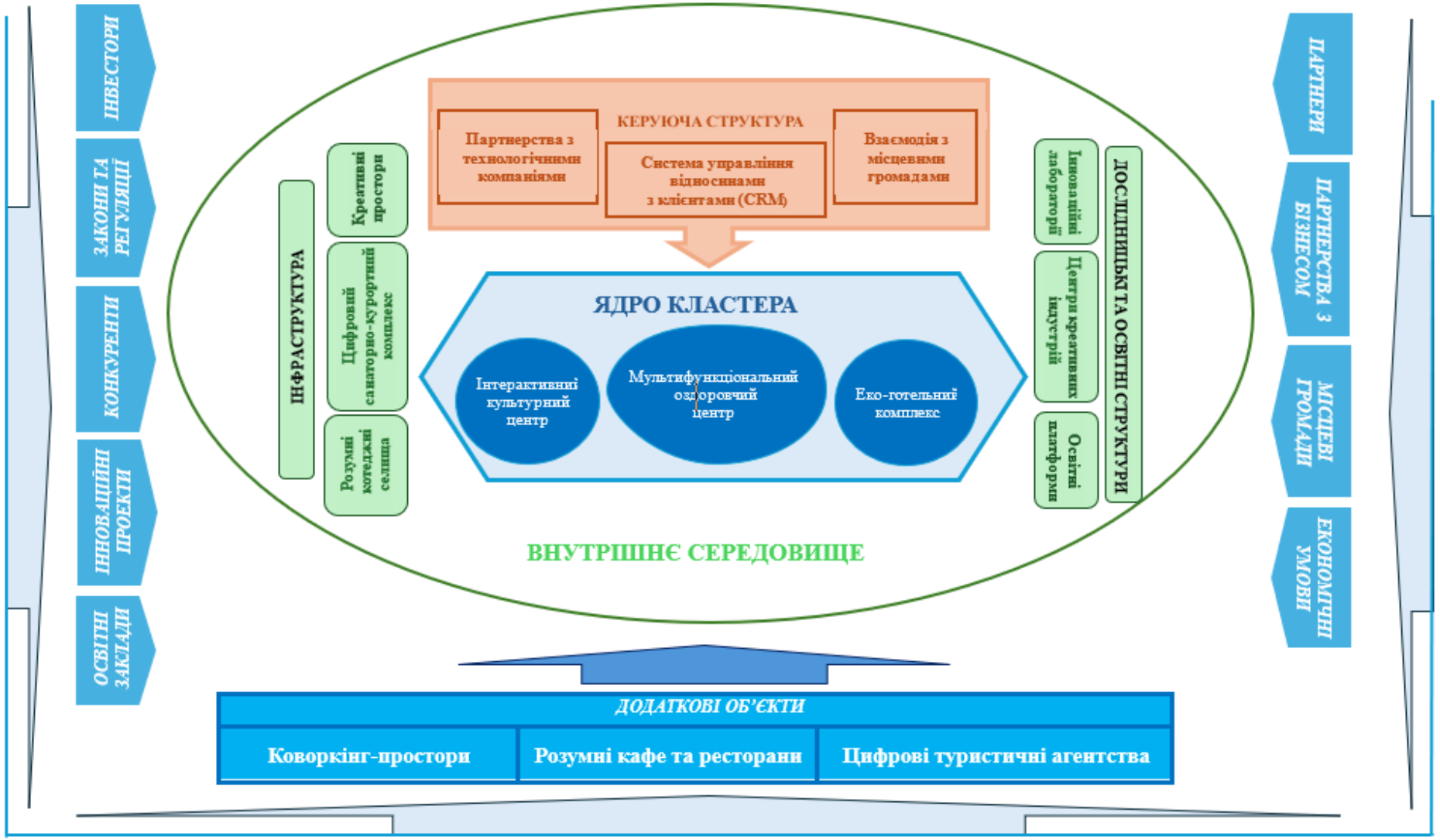


Рис. 1.4. Концептуальна модель інноваційного туристично-рекреаційного кластера. *Джерело: розробка автора*

Керуюча структура кластера забезпечує координацію діяльності та взаємодію між учасниками:

1. Управління кластером. Включає прийняття стратегічних рішень, планування розвитку та контроль за виконанням завдань.
2. Партнерства з бізнесом. Співпраця з приватним сектором для залучення інвестицій та впровадження інноваційних проєктів.
3. Інноваційні проєкти. Розробка та впровадження нових рішень, які сприяють сталому розвитку кластера і підвищенню його конкурентоспроможності.

Зовнішнє середовище впливає на кластер через різні фактори, такі як *конкуренція, закони та економічні умови:*

1. Конкуренти. Інші туристично-рекреаційні кластери, які пропонують схожі послуги та продукти.
2. Закони та регуляції. Визначають рамки діяльності кластера, включаючи екологічні норми та вимоги до безпеки.
3. Економічні умови. Включають стан економіки, рівень інфляції, доступність фінансування та інші фактори, які впливають на розвиток кластера.

Інноваційна модель кластера загалом спрямована на забезпечення сталого розвитку, що передбачає збереження природних ресурсів, зменшення викидів та впливу на навколишнє середовище. Це досягається шляхом використання відновлюваних джерел енергії, впровадження енергоефективних технологій та заохочення екологічно свідомої поведінки серед учасників кластера.

В свою чергу, інноваційний підхід передбачає постійний пошук нових ідей, розробку та впровадження сучасних технологій, які сприяють підвищенню ефективності діяльності кластера. Це може включати використання штучного інтелекту для аналізу даних, автоматизацію процесів, розвиток нових туристичних продуктів і послуг.

Співпраця між учасниками кластера, включаючи підприємства, освітні заклади, наукові установи та державні органи, є ключовим фактором успіху. Це забезпечує обмін знаннями, ресурсами і досвідом, сприяючи спільному розвитку та досягненню стратегічних цілей.

Сучасні туристи очікують індивідуалізованих вражень, тому кластер орієнтується на задоволення потреб кожного клієнта. Це досягається шляхом аналізу поведінки споживачів, створення персоналізованих пропозицій та забезпечення високого рівня обслуговування.

Інноваційний кластер підтримує розвиток місцевих громад, сприяючи створенню робочих місць, покращенню інфраструктури та підвищенню якості життя населення. Сюди можливо включити розвиток освітніх програм, підтримку місцевих підприємств та заохочення участі громадян у процесах прийняття рішень.

Потужним інструментом для оцінки та визначення потенціалу розвитку туристично-інноваційного кластеру є метод *кластерного аналізу*. У контексті туристично-інноваційних кластерів кластерний аналіз допомагає визначити регіони або підприємства, які можуть ефективно співпрацювати, що сприяє розвитку інноваційних ініціатив у сфері туризму.

Кластерний аналіз — це статистичний метод, який дозволяє групувати об'єкти у класи (кластери) так, щоб об'єкти в межах одного кластеру були максимально схожими, а об'єкти з різних кластерів — максимально різними. У контексті туристично-інноваційних кластерів, цей метод дозволяє визначити регіони, підприємства або інші об'єкти, які можуть об'єднатися для спільного розвитку на основі:

- Рівня науково-технічного прогресу
- Економічних умов і стабільності
- Туристичної інфраструктури
- Рівня конкуренції на ринку
- Професійної підготовки персоналу

- Наявності природних та фінансових ресурсів
- Екологічної стійкості

Кластерний аналіз може здійснюватися за допомогою різних методів, серед яких найбільш поширеним є метод «k-середніх». Цей метод дозволяє ефективно розподілити об'єкти по кластерах, мінімізуючи внутрішньокластерну варіацію.

Алгоритм визначення *k-середніх* включає:

1. Вибір кількості кластерів (*k*).

Вибір оптимального числа кластерів може бути здійснений з використанням методів, таких як Індекс Калінські-Харабаса (Calinski-Harabasz Index), також відомий як критерій Калінські-Харабаса, коли внутрішньокластерна варіація різко зменшується.

2. Ініціалізація центрів кластерів.

Вибір *k-випадкових* об'єктів з множини даних, як початкові центри кластерів.

3. Призначення кластерів.

Кожен об'єкт призначається до найближчого центру кластеру за допомогою евклідової відстані або іншої метрики відстані.

4. Оновлення центрів кластерів.

Для кожного кластеру розраховується новий центр, як середнє значення всіх об'єктів, що належать до цього кластеру.

5. Перевірка результату.

Повтор кроків 3 і 4, доки центри кластерів не перестануть змінюватися або буде досягнуто максимум ітерацій.

6. Оцінка результатів.

Проводиться аналіз отриманих кластерів для визначення їхньої життєздатності і відповідності початковим умовам задачі.

Для вимірювання подібності між об'єктами використовується формула загальної *евклідової відстані*, яка має вигляд:

$$d(x, y) = \sqrt{\sum_{i=1}^{n} (x_i - y_i)^2}$$

де x та y – об'єкти (вектори характеристик);

n – кількість характеристик.

Визначення нового центру кластеру проводиться за формулою:

$$C_{j=} \frac{1}{|S_J|} \sum_{x_i \in S_j} x_i$$

де C_j – новий центр кластеру j;

S_j – множина об'єктів, що належать до кластеру j;

x_i – об'єкти.

Кластерний аналіз може значно полегшити визначення регіонів або підприємств з подібними характеристиками, які можуть бути об'єднані у кластер для спільного розвитку. Алгоритм наступний:

1. Ідентифікація регіонів з потенціалом, виявлення регіонів, які мають схожі показники розвитку туризму та інновацій, що можуть бути інтегровані у кластер.

2. Аналіз ресурсного потенціалу (інфраструктура) і оцінка наявності та розподілу ресурсів (людські ресурси) у визначених регіонах.

3. Стратегічне планування розвитку, використання результатів аналізу для формування стратегій, спрямованих на зміцнення та оптимізацію виявлених кластерів.

4. Залучення інвестицій та визначення регіонів з високим потенціалом для залучення інвестицій і державної підтримки.

5. Оптимізація використання ресурсів та концентрація зусиль у найбільш перспективних регіонах для підвищення їх конкурентоспроможності.

Кластерний аналіз може бути інтегрований у процес стратегічного планування для підвищення ефективності використання ресурсів та

розвитку туристично-інноваційних кластерів, що сприятиме стійкому економічному зростанню і зміцненню позицій на глобальному ринку.

Розвиток туристично-інноваційних кластерів в Україні потребує нового підходу, який враховує сучасні глобальні тренди та виклики. По-перше, одним із важливих напрямків є інтеграція технологій сталого розвитку, що передбачає мінімізацію негативного впливу на навколишнє середовище. Це включає впровадження енергоефективних систем, використання екологічно чистих матеріалів у будівництві туристичної інфраструктури та розвиток екотуризму, що стає все більш популярним серед сучасних мандрівників.

По-друге, важливим аспектом є розвиток інклюзивного туризму, що забезпечує доступність туристичних об'єктів для всіх категорій населення, включаючи людей з обмеженими можливостями. Це може бути досягнуто шляхом адаптації інфраструктури, навчання персоналу та створення спеціальних програм і маршрутів, що враховують потреби різних груп туристів. Такий підхід не тільки підвищить якість послуг, але й розширить цільову аудиторію, залучаючи нових туристів.

Третім ключовим елементом розвитку туристично-інноваційних кластерів є акцент на культурній спадщині та місцевій ідентичності. Створення туристичних продуктів, що підкреслюють унікальність і автентичність регіонів, сприятиме залученню туристів, які цікавляться культурними і етнічними особливостями. Важливо розробляти програми, що дозволяють туристам глибше зануритися в місцеву культуру через участь у фестивалях, майстер-класах та екскурсіях з місцевими гідами.

Четвертий напрямок полягає в розвитку цифрових технологій та інноваційних сервісів, які можуть значно покращити взаємодію з туристами. Це включає використання штучного інтелекту для персоналізації послуг, впровадження чат-ботів для цілодобової підтримки клієнтів, а також створення мобільних додатків, що полегшують планування поїздок та бронювання послуг. Такі рішення

підвищують задоволеність туристів та сприяють їх поверненню в майбутньому.

Нарешті, слід звернути увагу на розвиток партнерств та співпраці між різними секторами економіки. Створення багатосторонніх альянсів, що об'єднують туризм, технології, культуру та освіту, дозволить створювати інноваційні продукти та послуги, що відповідають вимогам сучасного ринку. Це сприятиме формуванню екосистеми, де різні учасники взаємодіють для досягнення спільних цілей, що, загалом, забезпечить сталий розвиток туристично-інноваційних кластерів.

Розділ 2

ГОСТИННА САДИБА ЯК НАПРЯМОК РОЗВИТКУ ЕКОТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

2.1. Особливість сільського зеленого туризму

Останні п’ять років туристичний бізнес України постійно перебуває у кризовому стані. Одні кризові ситуації змінились іншими, туристичні підприємства, які тільки оговтались від пандемії та почали відновлювати свою діяльність, знов практично зупинили свою роботу в умовах повномасштабної війни. Зараз не можливо говорити про повноцінну роботу туристичних компаній, тому що всі вони практично виживають, але все ж таки внутрішній туризм потрохи розвиває свою діяльність.

В Україні існує значний потенціал для розвитку туристичної галузі, завдяки різноманіттю рекреаційних ресурсів та наявності відповідних туристичних послуг. Хоча деякі області вимагають відновлення туристичної інфраструктури, існуючі регіони можуть швидше розвивати внутрішній туризм. Наприклад, Західний, Дніпропетровський, Запорізький, Одеський та інші адміністративні одиниці мають велику кількість природних зон, які можуть бути використані для розвитку гостинних садиб та інших форм відпочинку.

Внаслідок довгих воєнних дій країни агресора та впливу пандемії в Україні туристичний сектор значно скоротив свою діяльність, більше 25 % підприємств закрились повністю, а велика кількість компаній у цій галузі зазнали серйозних фінансових втрат, деякі навіть повністю стали банкротами. Навіть після невеликого поліпшення ситуації, туристична індустрія знову зіткнулася вже з іншими труднощами, що призвели до руйнування бізнесу.

Міжнародний туризм практично зупинив свою діяльність в Україні, ті компанії, що відправляють біля 10% туристів, від цього сегменту, стикаються з різними труднощами, які стосуються безпеки подорожей.

Тому практично в таких реаліях дуже важливо розвивати внутрішній туризм, відкриваючі нові напрямки та нові форми існування. Зараз у внутрішньому туризмі теж відбуваються значні зміни, в умовах війни відбувається перерозподіл туристичних потоків, тому що є можливість відвідувати тільки безпечні регіони. До того ж, хоча обсяги кількості туристів зараз трохи зменшилися, але все ж таки деякі області навіть збільшили кількість гостей.

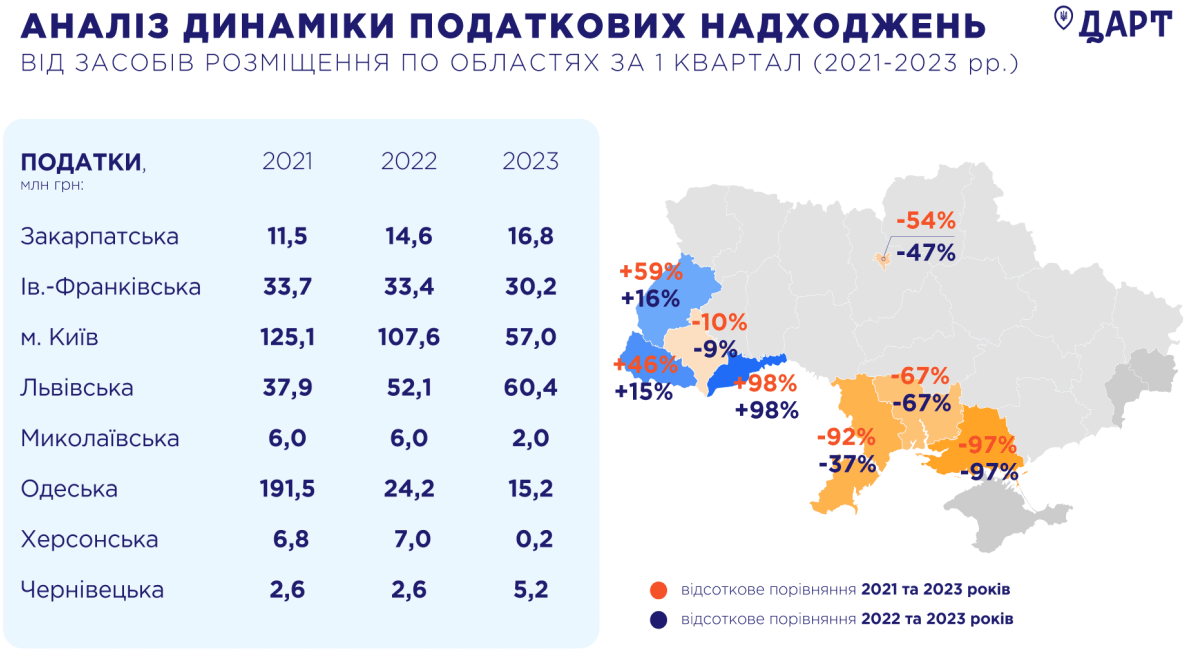


Рис. 2.1. Динаміка податкових надходжень по областях України.

Джерело: [14]

На рис. 2.1 показана динаміка податкових надходжень по областях за період 2021–2023 року, якщо у 2021 році самим відвідуваним містом був Київ та Одеська область, то вже у 2023 році, більше туристів все ж таки західні області. Самі затребувані серед українців стали більш безпечні західні регіони України. У 2023 році більша кількість туристів відвідала Івано-Франківську, Львівську та Закарпатську області. Водночас відчутне падіння доходів є на півдні країни — на Одещині, Миколаївщині, Херсонщині, через постійні бойові дії у цих напрямках [14].

У сучасних умовах настав час розробити стратегії відновлення та стимулювання туризму, які дозволять галузі подолати кризу та отримати додатковий прибуток від своєї діяльності.

В Україні простори для розвитку туризму великі: різноманіття рекреаційних ресурсів і наявність відповідних туристичних послуг роблять країну привабливою для подорожуючих. Хоча відновлення туристичної інфраструктури вимагає зусиль, ті регіони, які не постраждали від конфліктів, мають можливість активно розвивати внутрішній зелений туризм.

Сільський зелений туризм має важливе значення для розвитку аграрної економіки держави. В часи економічної кризи та війни, сільський зелений туризм набуває особової важливості, тому що він дає додаткові робочі місця та є джерелом додаткового доходу населення.

Зелений туризм – проживання у сільській місцевості, основна задача якого – збереження природи та навколишнього середовища, екологічну сталість та соціокультурну відповідальність, це як альтернатива комерційному масовому туризму. В наш час цифрових технологій є можливість зробити наше середовище більш екологічним та розвивати свій бізнес у сторону «зеленої енергетики», «зеленої економіки» та розумних видів транспорту, що зробить наш відпочинок більш безпечним, екологічним та приємним.

Зелений туризм – це вид туризму та сфера підприємницької діяльності, що передбачає тимчасове перебування особи в іншому середовищі з метою рекреації та відпочинку від зазвичай міського способу життя. Зелений туризм, на нашу думку, не слід ототожнювати з екологічним, як це здійснено в Законі України «Про туризм», де серед видів туризму виокремлено «екологічний (зелений)» [15].

Західні області, Дніпропетровський, Запорізький, Одеський та інші регіони володіють безліччю зелених зон, ідеальних для розбудови гостинних садиб. Цей напрям буде дуже корисним як для сімейного

відпочинку так і для людей, яким потрібно відновити свої сили, душевний та психологічний стан після поранень, травм та довгого стресового стану.

Сільська гостинна садиба може стати центром відпочинку, відновлення фізичних та емоційних сил і сприяти розвитку сільського зеленого туризму. Зокрема, у сучасному світі все більшою популярністю користується зелений туризм, особливо серед мешканців великих міст. Зелений туризм, також відомий як сільський, аграрний або екологічний туризм, що передбачає відпочинок у сільській місцевості.

Зараз люди у великих містах, де екологічна ситуація залишає бажати кращого, постійна психологічна криза та стресовий стан, часто вони хочуть побуті на самоті з природою. Тому важливо для місцевих мешканців час від часу відриватися від міського середовища, хоча б на кілька тижнів, і насолоджуватися гармонією з природою: дихати свіжим повітрям, споживати натуральні продукти, пити джерельну воду та відчувати повний комфорт душі [16].

Маючі в нашій країні безліч мальовничих міст, розглянемо варіанти створення унікальних садиб, де природа та комфорт об'єднаються в одному місці, в єдине ціле. Садиба має забезпечити максимальний комфорт та ефективність відпочинку. Але зараз потрібно запропонувати не тільки чисте повітря, екологічний відпочинок та чудові зони, необхідно надавати широкий спектр послуг для відпочинку туристів, відновлення людей та військових, яких вкрай необхідно приводити до нормального фізичного та психологічного стану.

До того ж ми маємо великий досвід таких країн як Польща, Франція, Румунія, Грузія, Латвія, Литва, Швейцарія та багато інших, для яких розвиток зеленого туризму один з пріоритетних напрямків розвитку туризму, особливо розвиток гостинних садиб, який необхідно адаптувати під український ринок туризму.

Наприклад у Польщі нараховується зараз понад 8 тисяч господарств зеленого туризму, які пропонують туристам свої послуги. Озера і річки запрошують не тільки до купання, а й на рибалку.

Велика кількість сільських господарств Польщі мають добрі умови для риболовлі, запропонують де краще організувати полювання на рибу в околицях. Багато хто розглядає риболовлю як привабливе дозвілля за принципом «зловив — і випусти». Окрім того, власноруч зловлена свіжа риба смакує найкраще. Багато господарств передбачають таку можливість.



Рис. 2.2. «Зелена садиба» у Польщі

Зазвичай у садибах зеленого туризму є обладнана кухня або спеціальне відділення для приготування їжі, це добре знана польська гостинність [17].

Сьогодні Національна федерація «Гостьові будиночки Франції» об'єднує майже п'ятдесят тисяч власників сільських садиб по всій Франції. Всі вони дотримуються певних стандартів, що стосується обслуговування туристів: створюють для клієнтів найкращі та комфортні умови відпочинку, зберігаючи автентичність і спокій природного простору; сприяють збереженню спадщини й навколишнього середовища в сільській місцевості [18].

2.2. Сільські гостинні садиби як напрям розвитку внутрішнього туризму в Україні

Кожний регіон України має свої унікальні ресурси, особливості та конкурентні переваги, важливо тільки правильно використати цей потенціал. Щоб задовільнити своїх клієнтів, можливо запропонувати декілька видів унікальних гостинних садиб, які можливо організувати на Україні. Це буде сприятиме ефективному впровадженню проектів, що покликані збільшувати економічний та соціальний добробут громади, підняття туристичної та інвестиційної привабливості. Також це спрямовано на розвиток громадянської культури, заснованої на взаємоповазі та діалозі, у населених пунктах об'єднаної територіальної громади та представників бізнесу.

Цікавий прикладом цього, що Україна виробник одного з дуже цінних продуктів – це мед. Наша країна за якістю меду входить у трійку лідерів серед країн світу. Тому дуже корисно буде організувати сільську гостинну садибу (хутір) з лікуванням бджілками та унікальними продуктами з меду.

Неймовірний аромат меду та лікувального сну об’єднуються на цьому українському хуторі, що стає справжнім райським куточком для прихильників природного та органічного життя. Пасіка не лише виробляє натуральний мед, вона навколо себе створює унікальний атмосферний комплекс для відновлення здоров’я та психологічного стану людини.

У своїй діяльності пасіка об’єднує десятки сімей бджіл, що трудяться, щоб виробити мед високої якості. Смак та аромат цього меду стають справжнім нектаром для душі, сповнюючи повітря неповторними нотками природної солодкості.

Український мед користується попитом у багатьох країн світу та має потенціал для зростання на ринках Польщі, США та Німеччини, особливий акцент слід зробити на продажах органічного меду. Здоров’я

та екологічність стають ключовими факторами для свідомих споживачів, і виробники можуть зосередитися на підвищенні популярності продукту через його природність та відсутність хімічних добавок. Тому іноземні туристи теж будуть дуже зацікавлені відвідати таку гостинну садибу з лікуванням бджілками та провести незабутні дні в неймовірних зелених містах.

Крім того, на такому хуторі, окрім пасіки, є безліч лікувальних трав, а лавандові поля не лише гарна фото – зона, а ще чудове місто релакс-терапії для гармонізації нервової системи та відновлення сил.

Однак найбільш цілющим елементом такої гостинної садиби є бджолиний будиночок та вуликотерапія. Лежати на вуликах, слухати звуки та відчувати вібрації, створювані бджолами, стає власним ритуалом для тих, хто шукає природний та органічний спосіб для поліпшення свого здоров'я та якості сну. Крім того, це також і лікування медом та іншими продуктами бджолиного виробництва, що з успіхом застосовується у медичній практиці.

Мед (бджолиний) — солодка сироподібна речовина, що виробляється медоносною бджолою з нектару рослин. Це не тільки корм для бджіл, але й цінний продукт харчування людини. У квітковому меді, яких більше десяти видів, є 13–20% води, 75–80% вуглеводів (глюкоза, фруктоза та ін.), органічні кислоти, ферменти, мінеральні та ароматичні речовини.

Широкий асортимент виробів та продукції, крім меду та воску, містить квітковий пилок, пергу, забрус, прополіс, маточне молочко, бджолину отруту, гемогенат із личинок трутнів, підмор бджіл (що поснули). А на основі бджолиних продуктів виробляються та застосовуються з медичними цілями сотні лікувальних препаратів [19].

Здавна відомо, що продукти із бджолиного вулика мають цілющу силу та здійснюють лікувальну дію на організм людини, що дуже важливо в сучасних умовах, особливо після Чорнобильської катастрофи, при появі нових захворювань і порушенні імунітету.

Апітерапія – це вид альтернативної медицини, яка використовує для лікування та профілактики різних захворювань продукти із пасіки: мед, пилок, бджолину отруту, прополіс, а також сон-релаксацію прямісінько на вуликах!

Сон на вуликах стає не тільки ефективним засобом для відновлення фізичного стану та глибокого сну, але й унікальним засобом стимулювання саморегуляції клітин та підвищення імунітету, бджоли під час роботи у вулику створюють особливу вібрацію, яка іонізує повітря і забезпечує нашому організму енергетичний вібромасаж. Людина під час лікувального сну водночас приймає лікувальну інгаляцію, вдихаючи аромати воску, прополісу, меду та рослин, а звук бджіл розслабляє нервову систему, врівноважує психіку та відновлює здорове біополе [20].

Окрім цього можливо буде придбати також вироби з меду, що з успіхом застосовується у медичній практиці.

Дуже важливим продуктом бджолиного виробництва є перга, це порівняно новий продукт, це маленькі коричневі грудочки із трохи гіркуватим смаком. Це єдиний неалергенний продукт бджільництва. Перга — це пилок, який бджоли зібрали, уклали та утрамбували в чашечки стільників. Під дією рослинних (пилкові зерна) та тваринних (самі бджоли) ферментів, бактерій та дріжджових грибів у пилку зростає зміст молочної кислоти, що консервує цю дуже поживну білково-ліпідну суміш, яка є важливим кормом для бджіл, свого роду «хлібом» для цих працелюбних комах. Є цікавий факт, що сім’я бджіл зможе існувати і без меду, але без перги вона загине [19].

Перга дуже корисна при недокрів’ї, після її прийому два-три тижні, вона повертає знижений гемоглобін до норми. Також корисна вона при захворюваннях шлунково-кишкового тракту, нервової та ендокринної систем. Дуже гарний ефект справляє при втраті втраті пам’яті, порушеннях мозкового кровообігу, гіпертонічній хворобі тощо.

Перга рекомендується всім чоловікам старшим 40 років як відмінний засіб при запаленні передміхурової залози. Достатньо 5–10 грамів перги на день для профілактики запалення аденоми простати. Але .потрібно пам'ятайти, що через високу біоактивність «бджолиний хліб», тобто пергу, не потрібно вживати безпосередньо перед сном.

Окремо потрібно виділити – бджолину отруту (апітоксин), яка дуже зарекомендувала себе при лікуванні ревматичних захворювань, поліартритів, подагри, радикулітів, ішіасу, невралгії, тромбофлебіту, атеросклерозу (атеросклеротичних уражень судин кінцівок), розладу кровообігу, бронхіальної астми, гіпертонії, спондиліту, псоріазу, нейродерміту, тахікардії, хвороби Паркінсона, розсіяного склерозу, енцефаліту тощо.

Апітоксин покращує ферментаційні процеси, зміцнює організм, підвищує його імунітет, розширює судини, зменшує рівень холестерину, а головне мобілізує захисні сили організму. Бджолині укуси також сприяють вилікуванню епілепсії та безсоння[19].

Такі маленькі бджілки, а скільки користі від них, та на додачу свіже повітря, чиста вода, унікальні сільськи пейзажі, що можуть дати задоволення та згармонізувати наш фізичний та психологічний стан здоров'я.

Ця унікальна садиба може стати не просто місцем лікування та відпочинку, але й особливим світоглядом, де природа та здоров'я переплітаються в унікальний спосіб. Такі садиби зараз були б доречно організувати в Західних регіонах України, до того ж можливі додаткові заходи для отримання доходу від власної діяльності.

Окрім цього для туристів та відвідувачів можливо запропонувати:

- продаж продукції з меду;
- організація майстер класів з виготовлення продукції косметології з добавленням продуктів бджіловодства;

– майстер-клас по збору цілющих трав, а потім чаювання з різними смаколиками з меду;
– екскурсії на лавандові, обліпихові, чорничні поля.

Дуже великими квітучими полями лаванди славиться Львівська область, Лавандова гора на Закарпатті, лавандове поле біля Тернополя, Чернівецька область, Буковинська область, Волинська область [21]. Тому тут доречно організація таких садиб, з додатковими послугами, що принесуть ще дохід власникам садиби.

Організувати екскурсію та фотосесію в такому місті та отримати незабутні враження від краєвиду та чарівних цілющих пахощів, згармонізувати свій фізичний стан та зарядитися енергією

Інший варіант гостинної садиби, яка теж дуже вписується в інтер'єр нашого українського колориту – це організація садиби (хутору) з іпотерапією. В останні три роки війни, велика кількість людей, що страждає від бойових дій, потребує фізичної та психологічної реабілітації. Не можливо швидко відновити здоровий стан організму в умовах нескінченного стресу та фізичного перенавантаження. На допомогу нам можуть прийти наші улюблені тварини, а саме коні.

Іпотерапія – це "лікування кіньми", метод реабілітації, заснований на психосенсомотрному впливі на вершника. Іпотерапія входить методів реабілітації дітей з органічними ураженнями нервової системи в рамках одного з компонентів комплексного реабілітаційного процесу. Але для дорослих це буде дуже корисним видом фізіотерапії для відновлення порушення нервової системи. Іпотерапія має набагато більше можливостей, та три сфери впливу на вершника:

- Біомеханічну
- Психоемоційну
- Біоенергетичну

При такому поєднанні факторів впливу ефективність методу дуже висока.

Якщо іпотерапію брати за основу, всі інші методи реабілітації, в комплексному підході, дають дуже виражений позитивний результат. Сама ідея взаємодії людини з кіньми в наш час технічного перевантаження є дуже привабливою, а лікувальні властивості коней відомі з давніх часів.

Цей метод був визнаний німецькою фізіотерапевтичною асоціацією Deutsche Verband fur Physiotherapie – Zentriverband der Krankengymnasten [22].

Після довгих військових дій, в нас з'явилась, окрім дорослого населення, ще велика кількість дітей з психічними розладами та інвалідністю. На допомогу в реабілітації таких дітей давно використовують іпотерапію. Реабілітація – це активний процес, метою якого є досягнення повного відновлення функції, порушених внаслідок захворювання або травми, або оптимальна реалізація фізичного, психічного і соціального потенціалу дитини з інвалідністю з активною інтеграцією ЇЇ в суспільство. Реабілітація як наука розглядає не тільки стан органів та систем організму, але і його функціональні можливості в повсякденному житті після завершення лікування. При оцінці відновлення хворих та людей з інвалідністю інтегральною характеристикою, на яку орієнтована реабілітація, є якість життя.

Організація таких зелених садиб з іпотерапією, це ще один приклад якісного відпочинку з відновленням фізичного та емоційного стану, реабілітації дітей, для дорослих це буде дуже корисним видом фізіотерапії.

Іншим дуже цікавим прикладом буде колоритної «зеленої садиби» з *глинолікуванням*.

Постійний стрес, високий рівень відповідальності та емоційні навантаження, що супроводжують бійців ДСНС, можуть призводити до вигорання та тривожних розладів.

Одним із інноваційних методів, що набирає популярності, є глинотерапія – використання лікувальних властивостей глини для підтримки психічного і фізичного здоров'я. Так наприклад на Вінниччині, майстриня провела сеанс глинотерапії для надзвичайників Вінниччини, за допомогою процесу ліплення рятувальники зняли емоційну напругу, покращили психологічний стан, підвищили самоусвідомлення та емоційну стабільність [23].

Глинолікування, є одним із найдавніших природних методів лікування, що базується на використанні природної глини в лікувальних цілях. Люди використовували глину як зовнішній (для лікування ран) так і внутрішній (для очищення від паразитів) з часів давнини. Практика вживання землі з лікувальною метою залишається у деяких країнах Південно-Східної Азії, Мексиці, Індії та Єгипті.

Глина має поглинаючі властивості, які притягують та утримують на своїй поверхні шкідливі речовини, допомагаючи їм виводитися з організму. Це призводить до успішного застосування глини при різних захворюваннях, таких як ентерит, коліт, захворювання органів дихання та гнійні рани.

Глину також використовують для косметичних масок проти вугрового висипу та зморшок, а також при ревматизмі. Збагачення організму корисними мінеральними речовинами дозволяє використовувати глину при різних проблемах, таких як біль у спині та суглобах, запальні процеси, головний біль та інтоксикації [24].

Це ще один чудова можливість розвивати зелений сільський туризм, допомагаючи одночасно людям з різними психологічними захворюваннями та нервовими розладами, кількість яких постійно збільшується, через те, що бойові дії не припиняються. Це буде гарний відпочинок як для сімей так і для відновлення та реабілітації військових. Можливо теж запропонувати різні майстер – класи виготовлення з глини

різного посуду, косметологічний майстер клас з використання продуктів з глини для лиця та тіла.

Хто не захоче придбати для дому прекрасні глиняні речі, які не тільки прикрасять дім, а ще будуть дуже корисними для використання в приготуванні їжі, наприклад, чудові горщики, миски, чашки, тарілки. Дуже корисними будуть процедури з компресів з глини, при запаленні суглобів та спини, при захворюванні органів дихання.

Глінотерапія це ефективний інструмент допомоги людям в опрацюванні багатьох питань, що їх хвилюють. На відміну від традиційної розмовної терапії, глинотерапія більш ефективна для людей, яким важко висловити свої почуття за допомогою слів, або для роботи з дітьми.



Рис. 2.3. Лікування глинотерапією

Зараз час, коли після перенесених важких втрат: домівки, близьких, друзів, роботи, домашніх улюбленців, велика кількість людей замкнулася в собі та не може нормально жити далі, вони наче випали з нормального життя.

Глинотерапія – це чудовий засіб допомоги, щоб вивести людей з стресового стану, відновити психологічний, емоційний та фізичний стан здоров'я, почати жити повноцінним життям. Можливо в такої садибі отримати як індивідуальні так і групові заняття з арт-терапевтом,

психологом та одночасно відпочити у чудовому, колоритному місті, де квітучі поля та дивна природа дають можливість туристам та населенню отримати величезне задоволення від відпочинку та лікування самою природою.

Що ще можливо запропонувати туристам, які віддають перевагу зеленому сільському туризму та цінують можливість побути на одинці з природою, подалі від місцевої метушні.

Чудовим варіантом буде організація каністерапії в сільському гостинному будинку, це зцілення за допомогою собак, в Україні це стала одним з затребуваних методів позитивного фізіореабілітаційного і психосоціального впливу на людей, які цього вкрай потребують.

Доготерапія (каністерапія) – це вид психотерапії за участю собак (собака терапевт), які допомагають людям справлятися з різними емоційними та психічними проблемами. Дуже давно відоме, що використання собак у терапії дає неймовірно позитивний ефект лікування, за рахунок вміння дарувати радість і умиротворення. Сьогодні доготерапія широко застосовується в різних галузях і має безліч позитивних відгуків від пацієнтів і фахівців [25].

Собаки не лише є чудовими домашніми улюбленцями, а й ліками для душі. Взаємодія з собаками здатна підвищити настрій, поліпшити емоційне благополуччя і загальний фізичний стан. Вони допомагають впоратися зі стресом, тривогою і депресією, а також поліпшити соціальні навички та підвищити самооцінку, останнє зараз набуває дуже важливого значення.

Сільський гостинний будинок пропонує унікальний та автентичний досвід відпочинку в сільській місцевості з лікуванням каністерапією, різноманітні послуги для відпочинку та оздоровлення, такі як проживання, харчування, екскурсії, реабілітація хворих людей, культурні заходи. Через війну нашим воїнам дуже потрібне психологічне та фізичне відновлення, яке вони можуть отримати в таких сільських гостинних

будиночках де будуть працювати команда кінологів-каністерапевтів Це також може привабити туристів, які шукають нових вражень і хочуть не тільки відпочити.

Реабілітація за допомогою собак є дуже ефективним і корисним процесом для людей, які потребують фізичного, психологічного та соціального відновлення. Собаки можуть бути дуже корисними компаньйонами та інструкторами на цьому шляху.

До того ж, це незабутній відпочинок, особливо якщо ви подорожуєте наодинці, собаки чудові компаньйони та лікарі одночасно. А якщо в вас є діти, які постійно сидять у гаджетах та мають нервові розлади, це чудова альтернатива та дуже корисний досвід спілкування з тваринами, а заодно лікування різних хвороб, пов’язаних зі стресом, тривогою, депресивними станами. Такий відпочинок буде незабутнім, хто може так відволікти від тяжких буднів, краще чим ці милі, добрі створіння.

Фізична реабілітація з собаками може включати вправи для відновлення рухових навичок і координації. Прогулянки та ігри з собаками підвищують фізичну активність, покращують здоров'я серця та допомагають зміцнити м'язи.

Як собаки лікують людей? Завдяки прямому контакту з проблемними частинами тіла людини. Натисканням на ці частини тіла собака «витягує» біль і покращує загальне самопочуття пацієнта. Контакт і дотик тварини до людини особливо ефективний при лікуванні радикуліту, остеохондрозу та інших захворювань периферичної нервової системи. Всі пам'ятають, що собача шерсть або засоби з неї дуже допомагають при цих захворюваннях [26].

Собаки також мають потужний психологічний вплив. Вони забезпечують підтримку і розслаблення, зменшують стрес і тривогу. Собаки можуть стати надійними соціальними партнерами для людей з проблемами психічного здоров’я або посттравматичним стресовим

розладом, сприяючи соціалізації та відновленню психічного здоров'я. Особливо це стосується породи лабрадор.

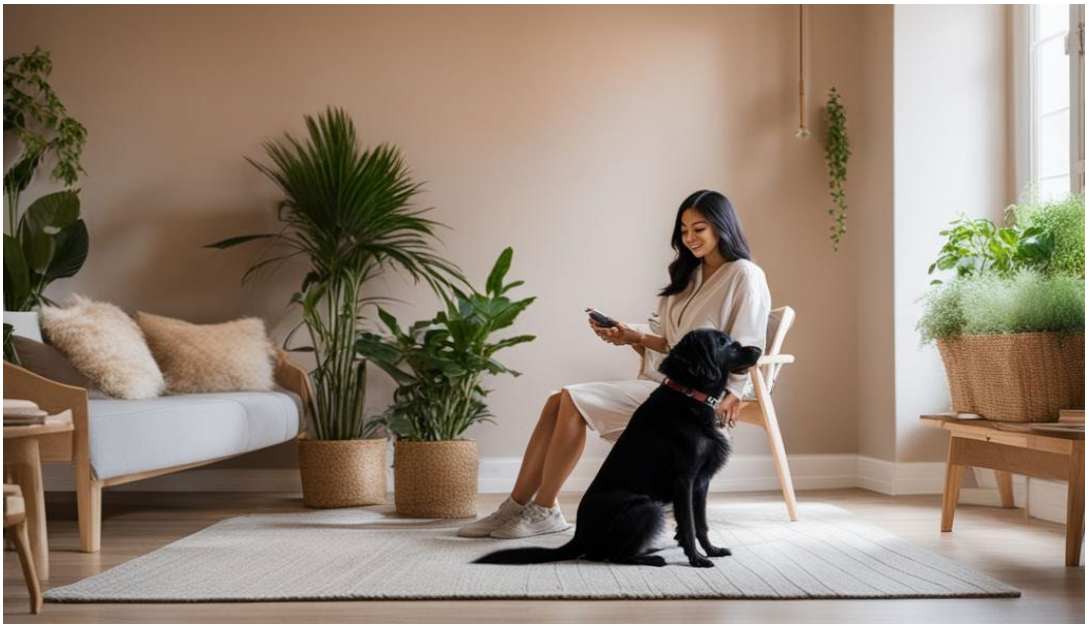


Рис. 2.4. Лікування за допомогою собак (каністерапія)

Лабрадори – чудові собаки, які славляться своєю добротою і вірністю. Ця порода є однією з найпопулярніших у світі завдяки своїй дружелюбності та спритності. Лабрадори знають свою тягу до людей. Вони дуже соціальні та готові бути частиною сім'ї в будь-якому аспекті життя. Їх ніжний характер робить їх прекрасними компаньйонами для дітей і дорослих.

Медично доведено, що спілкування з собаками нормалізує тиск. Це особливо важливо для профілактики серцево-судинних захворювань. Присутність тварин значно полегшує самопочуття людини, яка перенесла інсульт або інфаркт міокарда. Поліпшення психологічного настрою і підвищення тонусу найблаготворніше впливають на самопочуття пацієнтів. Цікавий факт: спілкування з відданим, безкорисливим, беззастережно люблячим вихованцем, особливо допомагає людям з травмованою, нестійкою психікою.

Дратівливим і запальним людям, наприклад, найкраще підходять собаки породи шарпей. Вважається, що завдяки особливо сильному

біополю цих собак їх присутність має виражену заспокійливу дію на людину.

Перелік захворювань внутрішніх органів, при яких дійсно допомагає «волохатий цілитель», достатньо великий:

- серцева аритмія та ішемія;
- різні захворювання судин;
- легень і бронхів;
- гастрити та виразкова хвороба шлунку;
- захворювання сечової системи та багато інших людських недуг [27].

Однак є спеціалісти, які вважають, що деякі породи собак бувають більш корисними при тих або інших захворюваннях людини. Наприклад німецька вівчарка та алабай – дуже допомагають при різних хворобах опорно-рухового апарату, вони особливо ефективно допомагають при лікування після травм і поранень тих людей, які намагаються відновити порушену координацію рухів. Коли пацієнти заново навчаються ходити, вони пересуваються разом з вівчарками, спираючись на них.

Унікальна надчутливість собачого нюху теж допомагає хворим людям: так, американський дослідник Мак-Каллок розробив методику, що дозволяє практично безпомилково діагностувати наявність ранніх форм ракових пухлин саме за допомогою собаки.

Вони можуть також і полегшити стан хворих, що страждають епілепсією. Виявляється, що чотирилапі друзі визначають напад, який починається приблизно за 30 хвилин до появи його перших симптомів [27].

Приклади діючих методів психотерапії з використанням собак:

1. Терапія собаками для зниження тривожності – пацієнти зустрічаються з собаками і грають з ними, що допомагає знизити рівень тривожності та підвищити впевненість у собі.
2. Терапія собаками для дітей з аутизмом – діти з аутизмом часто мають труднощі у спілкуванні з людьми. Зустрічі з собаками можуть допомогти їм покращити комунікацію та соціальні навички.
3. Терапія собаками для пацієнтів із депресією – собак використовують як компаньйонів і помічників у терапії депресії, оскільки допомагають пацієнтам боротися зі зниженням настрою і поліпшити соціальну активність.

Психотерапія за участю собак може бути особливо ефективною в тих випадках, коли традиційні методи лікування не дають потрібного результату або коли пацієнт не може чи не хоче приймати ліки [26].

Створивши таку унікальну садибу з лікуванням собаками, для відпочинку та реабілітації, ми дамо ще одну додаткову можливість для проведення незабутнього, корисного проводження часу. Собаки використовуються як лікувальні засоби в процесі реабілітації, це як місце «добра і любові». Вони допомагають людям відновити впевненість у собі та покращити якість життя. Завдяки навчанню та взаємодії з розумними та відданими собаками можна досягти помітних покращень у реабілітації людей будь-якого віку та статі, це дуже ефективний інструмент для зцілення та покращення фізичного та емоційного стану.

Ще один варіант це еко-садиба з вирощуванням ягід та фруктів, де туристи можуть відпочити та самостійно зібрати врожай, зварити варення, компот, джем та отримати насолоду від збирання своїх трофеїв.

Садиба вражає не лише різноманіттям овочів, але й фруктами, які тут ростуть. Солодкі ягоди – полуниця, малина, лохина, смородина, обліпиха, а також апетитні яблука, вишні – привертають увагу не лише своїм

смаком та якістю, але й можливістю використовувати їх для створення найсмачніших джемів та варення.

Особливістю цієї садиби є можливість придбати свіжі продукти безпосередньо від господарства, що додає їм особливий смак. Тут ви зможете насолодитися найкращими продуктами, вирощеними з любов'ю, та інноваційним підходом до зеленого туризму. Окрім цього бачити цю велич яскравих барв плантацій, можливість куштувати їх найсвіжішими, насолоджуватися ароматом ягід та фруктів – це велике задоволення.

Уявіть собі, наприклад безкрайні плантації обліпихи – золото Карпат, або поля полуниці. Це вкрай чудове видовище! Окрім цього власноруч зробити джеми, компоти, варенички, печиво або інші ласощі. Попити ароматні чай та компоти з чудових свіжих ягід. Насолодитися тишею, природою та гірським повітрям, все це гармонічно наповнює нас, дає сили та чудові емоції. А фото сесія на такими чудовими краєвидами залишиться назавжди у ваших фото.

Екологічне вирощування на цій садибі – це справжнє мистецтво, яке об'єднує науку та гармонію з природою. Відмова від хімічних пестицидів та гербіцидів, натомість використання природних методів захисту, створює екосистему, яка сприяє збереженню біорізноманіття та природних ресурсів.

Але це не лише про вирощування продуктів – це про створення здорового, екологічного оточення, де кожен кущ, кожен фруктовий дерево – частка цілісної екосистеми. Тут рослини та тварини співіснують в гармонії, що сприяє збереженню природних ресурсів і підтримці біорізноманіття.

У цьому куточку природи турбота про якість продукції – не просто завдання, це мета. Екологічні овочі та фрукти вирощуються без штучних добрив і генетично модифікованих організмів, надаючи їм унікальний смак і аромат. Це не просто споживання їжі, це вибір для збереження власного здоров'я, збереженні землі, нашої планети.

Серед туристів зараз багато айтішників, які не проти з комфортом не лише відпочивати, а й працювати. Якщо облаштувати садибу затишними робочими місцями й швидкісним інтернетом, її можливо позиціювати як базу відпочинку, і як екоковоркінг. В умовах постійних, велика кількість людей працюють дистанційно, тому можуть місяцями жити в таких садибах. Селяни мають намір знайти ресурс для створення такої зеленої садиби, в певній сільській громаді, наприклад Дніпропетровського регіону, і в партнерстві з господарем, що має підходящу для цього земельну ділянку та будинок для розміщення туристів, а також забезпечити садибу необхідними зручностями та послугами [28].



Рис. 2.5. Види екосадиб. *Джерело: розробка автора*

Така садиба це ще одна унікальна можливість для туристів отримати чудовий відпочинок в екологічних умовах, приєднатися до природи та побути її частиною, насолодитися перевагами еко-туризму.

Взагалі, створення гостинних зелених садиб в сільських громадах необхідно для розвитку несільськогосподарських видів діяльності, забезпеченню продуктивної зайнятості та розширенню джерел доходів сільського населення, розвитку інфраструктури та покращенню якості життя мешканців села.

Це може бути частиною стратегії розвитку села, включати розвиток соціальної інфраструктури, медицини, освіти, побутового обслуговування населення та системи комунікацій.

Створення гостинних садиб в сільських громадах може сприяти розвитку туризму та збільшенню доходів місцевого населення. Розвиток гостинних садиб можуть привертати туристів до сільських громад, що сприяє розвитку туризму. Це може збільшити доходи місцевого населення через збільшення попиту на місцеві товари та послуги.

Також це може сприяти розвитку місцевого бізнесу та збільшенню доходів місцевого населення. Крім того, розвиток інфраструктури, пов'язаний такими еко садибами, може покращити доступність транспорту, комунальних послуг та інших зручностей для мешканців села.

Сільська садиба може бути центром рекреації та сприяти розвитку сільського зеленого туризму, може пропонувати різноманітні послуги для відпочинку та рекреації, такі як проживання, харчування, екскурсії, спортивні та культурні заходи.

Це може привертати туристів до сільських громад, що сприяє розвитку сільського зеленого туризму. Крім того, гостинні садиби можуть сприяти збереженню та популяризації місцевої культури та традицій. Гостинна садиба може пропонувати унікальний та автентичний досвід відпочинку в сільській місцевості. Це може привертати туристів, які шукають нових вражень та бажають відпочити від міської метушні.

Соціально-економічне значення сільського зеленого туризму. Сільське господарство – один з головних роботодавців (на початок повномасштабної війни аграрно-продуктовий комплекс забезпечував зайнятість понад 16% населення України), але й один з найпотужніших гарантів світової продовольчої безпеки, а сільська місцевість є місцем проживання близько третини населення держави.

Стратегія, що розроблена Урядом, передбачає направлення на забезпечення стійкості сільськогосподарського сектору, ефективне використання земель, розбудова кліматично орієнтованого сільського господарства, модернізацію аграрного сектору та створення умов для розвитку сільських територій.

І головне, що після реалізації даної Стратегії до 2030 планується що, буде підвищення продуктивності праці на 20%, буде повернуто 17% недоступних сільськогосподарських земель, які зараз під час війни небезпечні, через вибухонебезпечність, в 1,5 рази збільшитись відсоток використаних або перероблених відходів сільського господарства, а також значно збільшиться частка прибуткових сільськогосподарських виробників [29].

Сільський зелений туризм – це специфічна форма 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.

Крім того, що стосується взагалі соціально-економічне значення сільського зеленого туризму, воно має такі напрямки [30]:

- 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, зменшуючи потребу в закордонному заробітчанстві;
- сприяє охороні туристичних ресурсів, насамперед збереженню етнокультурної самобутності українців;

– створює можливості для змістовного відпочинку незаможних людей;
– сприяє підвищенню культурного рівня мешканців села та підвищенню екологічної свідомості.



Рис. 2.6. Соціально-економічне значення сільського зеленого туризму

2.3. Нові напрямки та цифрові інструменти маркетингу для розвитку внутрішнього туризму в Україні

Існують цікаві сучасні цифрові інструменти маркетингу для більшого приваблення туристів.

В сучасних умовах війни, туристичний ринок в Україні більше і надалі орієнтуватиметься на внутрішнього туриста. Компанії пропонують рекреаційний відпочинок для українців у горах або в сільській місцевості.

Але, найбільшою проблемою туристичного бізнесу залишається пошук платоспроможних клієнтів. Ось для цього можна запропонувати ефективні маркетингові інструменти на основі аналітики великих даних.

Перший інструмент – це «Портрет клієнта» він допомагає» детальне «знайомство» зі споживачами послуг, та зрозуміти реальні потреби клієнтів для подальшого розвитку бізнесу. Наприклад, спеціалісти компанії проаналізують клієнтську базу турагентства та сегментують її за обраними критеріями, серед яких – вік, стать, переважна локація, вподобання тощо. Компанія отримає унікальний візуалізований звіт, де чітко у відсотках буде визначено, які клієнти і що купують, які тури. Так буде краще розробити пропозиції, що будуть розраховані на конкретні цільові аудиторії, і таким чином привабити більшу кількість споживачів туристичних послуг.

Другим цікавим інструментом маркетингу є геоаналітика. Готелі туристичних компаній за допомогою геоаналітики можуть побачити, з яких областей України до них у регіон найчастіше приїжджають туристи. Тоді можливо розробити акційні пропозиції для потенційних споживачів, вже з урахуванням географічних особливостей. Також можна посилити свою рекламу у ті міста, де найменше гостей, та дуже корисно буде відкрити свою точку обслуговування у регіонах із найвищим попитом [14].

Третій маркетинговий інструмент, який допоможе краще комунікувати з наявними та можливими клієнтами, це таргетовані

розсилки. Ця розсилка дозволяє надіслати персоналізовану пропозицію окремим групам клієнтів. Споживачів можна сегментувати за понад 100 критеріями, такими як вік, стать, переважна геолокація, вподобання, тип девайса, наявність дітей, подорож з домашніми тваринами, сімейні або індивідуальні подорожі, стиль життя тощо.

Використання таких сучасних інструментів маркетингу дозволить сформувати індивідуальні, унікальні та привабливі пропозиції для різних сегментів цільової аудиторії, а також запустити рекламу для споживачів, що з найбільшою ймовірністю на неї відреагують. Це дозволять туристичному бізнесу, за допомогою використання маркетингових підходів, розробити нові індивідуальні пропозиції та залучити нових клієнтів та отримати додатковий дохід туристичному бізнесу [14].

Крім того, такі садиби можуть організовувати екскурсії, майстер-класи та інші заходи, що дозволяють туристам познайомитися з місцевою культурою та традиціями. Це може сприяти збереженню та популяризації місцевої культури.

Останнім часом з'являється велика кількість пропозицій туристичних послуг, яких ми не знали ще вчора, але через постійні зміни у навколишньому середовищі за останні п'ять років, виникли цікаві напрямки розвитку внутрішнього туризму. Окрім необхідного розвитку сільського зеленого туризму активно розвивається *караванінг*, це дуже зручний, та не дуже дорогий відпочинок на власник авто, а також можливість взяти в оренду від невеличкого будиночку на колесах до цілого «готелю на колесах».

Новий феномен для галузі — відпочинок у форматі «citybreak», який дуже популярний останнім часом. *Citybreak* – це коротка відпустка, яка проводиться в іншому місті. В кризові часи іноді дуже важко буває планувати свій відпочинок, іноді можливо запланувати декілька днів та перенестись в інші умови, щоб фізично та морально розгрузити себе. Якщо раніше для такого відпочинку в Україні найчастіше обирали Київ,

Одесу та Львів, зараз велика кількість клієнтів обирає Західні регіони. Наприклад, місцеві жителі пропонують туристам провести вихідні в незвичайному житлі: у будиночку на дереві, юрті, фермі, зробленому з колод будинку або навіть у курені в селі, як у бабусі [31].

Ще один різновид туризму, який з'явився останні роки – *безконтактний туризм із сім'єю*.

Зимові різдвяні свята, це особливі дні, коли багато людей прагне провести зі своїми друзями або сім'єю, вони обирають відповідні напрямки та пропозиції зробити незабутньою цю подорож. Але дуже важливий момент цієї подорожі – це безпека. Тому перед поїздкою клієнти досить детально вивчають всі готелі, особливості розміщення та відгуки інших гостей. Туристичний бізнес повинен забезпечити безпеку проживання, знаходження, подорожей та поїздку до місця призначення

Безпеку не можна ігнорувати: туристичний бізнес повинен забезпечити безпечність здоров'я своїх клієнтів: дотримуватися протиепідемічних заходів, надавати інформацію щодо ситуації в готелях, запропонувати вигідне медичне страхування на час поїздки.

Зокрема, за даними Google, 50% туристичних маркетологів очікують, що мандрівники нададуть перевагу соціально дистанційованим пропозиціям. Тобто попит на «безконтактний туризм» залишається актуальним – ваші гості радше уникнуть великих скупчень людей і віддадуть перевагу більш приватному відпочинку [31].

В умовах постійних криз та війни необхідно правильно обирати ефективні канали комунікації. Щоб інформувати клієнтів про святкові пропозиції, акції, слід використовувати соціальні мережі, які ідеально підходять для створення святкового контенту, подарунків, відео та реклами, залучення аудиторії через такі платформи, як Instagram, TikTok та Facebook.

Наприклад, туристична компанія пропонує, під час новорічних свят, цікаву пропозицію турів по Західним регіонам. Вона може створити

унікальний контент, де запропонує конкретні готелі для розміщення, які святково прикрашені, територію та переваги готелю, зимові пейзажі за вікном, показати новорічні страви, які зможуть замовити гості, а також представити чудове відео майстер-класу з приготування новорічного торта та різдвяних пряників.

Тим самим занурити майбутніх клієнтів у різдвяну атмосферу, та запропонувати гостям відео з прикрашеними номерами, які очікують саме них. Це буду дуже корисна інформація для тих, хто збирається відпочити всією сім'єю або для закоханих можливо запропонувати окремий сюжет, номера з романтичними обладнанням для двох, накритий вже новорічний стіл з келихами шампанського та різдвяною індичкою. Показати святковий готельний номер з каміном та шкурами біля каміну, в старинному стилі, що давно очікує вас!

Причому всі різдвяні пропозиції будуть мати знижки для кожної окремої категорії клієнтів. Соціальні мережі дадуть можливості отримати швидку, персональну пропозицію для кожного. Знижки та акції - головний інструмент залучення нових та старих клієнтів.

Знижки продовжують залишатися головним стимулом для покупок. Проведені дослідження, 65% опитаних респондентів зазначають, що наявність вигідної ціни на товари є основним чинником для покупки.

Тому туристичні компанії, щоб зацікавити клієнтів, повинні запропонувати вигідні, але збалансовані акційні пропозиції, які підкреслюватимуть якість послуг [32].

Окрім цього запропоновані святкові унікальні контенти, зроблять їх пропозиції більш привабливими та дадуть можливість не виходячи з дому, побачити те, що їх очікує та отримати задоволення від вибору міста майбутнього відпочинку. А якщо побачити новорічне меню та як готуються для них новорічні страви і десерти, це ще більше зможе привабити гостей та надати їм корисну, вичерпану інформацію.

Сучасні туристичні компанії можуть запропонувати клієнтам унікальну пропозицію – «подарункові сертифікати», які можливо розробити для конкретних свят та звичайних подорожей. Та окрім цього запропонувати їх на різні суми.

Наприклад молода сім'я, яка хоче відпочити декілька днів за містом з маленькою дитиною, або на місяць зняти гостинний будиночок де буде мати можливість там одночасно працювати віддалено та відпочивати. Молодята отримали в подарунок від батьків подарунковий сертифікат від туристичної компанії на 10 тисяч гривен, вони можуть обрати собі відпочинок у затишній гостинній садибі, яку вибрали самі з отриманих пропозицій.



Рис. 2.7. Романтичний заміський будинок. Швейцарія

Цей сертифікат може покривати весь відпочинок або частину його, якщо відпочинок буде дорожчим, вони доплатять цю різницю туристичній компанії.

Такі подарункові сертифікати дуже корисна та зручна річ, замість не дуже доречного подарунка, отримати відпочинок, який принесе безліч гарних емоцій, задоволення та гарний настрій. Такі сертифікати можна подарувати і на день народження, річницю дитини, на будь-яке свято, на весілля. Сертифікати можуть бути на різні суми, оплатити ними можливо весь відпочинок або його частку.

Туристичні компанії, які гарно володіють цифровими інструментами менеджменту та маркетингу, на своєму сайті запропонують гарні акції та нову послугу «подарунковий сертифікат» та ознайомлять своїх клієнтів з цією пропозицією. Чим більше інформаціє має клієнт, тим краще він уявляє, що пропонує туристична компанія, якими готелями та послугами вони можуть скористуватися, що компанія має унікального.

Якщо компанія створює унікальні контенти для своїх гостей та має для них додаткові індивідуальні пропозиції, значить вона створює свої конкурентні переваги. Тим самим займає кращі позиції на туристичному ринку, щоб привабити нових клієнтів.

Розвиток туризму в умовах війни вимагає комплексних заходів, щоб не втрачати та розширити потенціал країни, креативний та цифровий маркетинг стає важливим інструментом у цьому процесі, що приваблює молоде покоління, яке оцінює враження та емоції від подорожей [33].

Зараз час, коли українські туристичні компанії долають численні труднощі, які пов'язані з економічними та політичними викликами, але криза це завжди оновлення, тому після неї починаються зміни.

Туристичний бізнес має головне завдання – відновлення туристичної інфраструктури, відкриття нових форм туризму, розкриттям потенціалу внутрішнього туризму.

На сьогодні, коли економіка країни зазнає певних труднощів і вкладення великих коштів у інноваційні проєкти стає проблематичним, виникає необхідність швидко знаходити нові шляхи та цифрові інструменти для розвитку туристичного бізнесу. Запропоновані цифрові

інструменти маркетингу дадуть додаткову можливість краще надавати інформацію клієнтам про туристичні компанії та послуги, які вони пропонують. Дасть нову можливість привабити більшу кількість клієнтів через контент маркетинг та «портрети клієнтів», урахувати особливість кожного, використовуючи індивідуальний підхід та за рахунок введення послуги «подарунковий сертифікат» заохочувати додаткову кількість клієнтів для здійснення подорожей.

Один з потенційно вдалих напрямків – розвиток внутрішнього туризму за допомогою сільських садиб. Сільські території можуть стати привабливими для відпочинку, особливо для тих, хто шукає спокій, природу та аутентичний досвід. Створення та підтримка сільських садиб принесе певні переваги. Для успішного розвитку сільських садиб важливо враховувати культурні та природні особливості кожного регіону. Також важливо впроваджувати екологічно чисті технології та підтримувати збереження природного середовища. Крім того, держава може сприяти цьому напрямку, надаючи фінансову підтримку, розвиваючи інфраструктуру та просуваючи сільські садиби на внутрішньому та міжнародному ринках.

Отже, в Україні існує потенціал для розвитку різноманітних напрямків туризму, включаючи сільський зелений туризм, а використання цифрових інструментів маркетингу допоможе сприяти зростанню туристичної індустрії та збільшенню доходів до державного бюджету.

Розділ 3

STAYCATION ТУРИЗМ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

3.1. Особливості туризму Staycation: світові тенденції та перспективи в Україні

Туризм є невід'ємною складовою в житті людини. Кожна людина хоч раз в житті подорожувала, якщо мати на увазі поїздки чи подорожі екскурсійні тривалістю від 30 хвилин та довготривалі подорожі, які можуть вимірюватися добами, місяцями і навіть роками. Важливо пам'ятати, що туризм, не дивлячись на сотні існуючих визначень цього терміну, більше лежить в площині відпочинку людини і не пов'язаний з оплачуваною діяльністю і передбачає тимчасовий виїзд з місця власного помешкання. В світі існує багато видів туризму, для різних людей в різні вікові періоди та різного достатку підходять різні види туризму. Туризм є інструментом розширення життєвого досвіду людини в будь-якому віці, адже подорожуючи, індивід бачить щось нове і формує нові уяви та знання в своєму світогляді. Людина, яка подорожує, більш впевнена у собі, вона краще орієнтується в просторі та часі, більш організована, адже кожна подорож передбачає організацію певної логістики і в першу чергу, сам турист несе відповідальність сам за себе, а потім вже інші, причетні до організації його відпочинку фізичні та юридичні особи і країни в цілому. Потрібно сказати, що саме безпека подорожі є ключовим фактором при виборі того чи іншого виду подорожі, а інші фактори вже є другорядними, адже ніхто не бажатиме втратити життя або здоров'я в небезпечних умовах відпочинку.

Туристична галузь розвивається в геометричній прогресії. Молодь обирає екстремальний, спортивний, джипінг, автомобільний, дайвінг, івент, сафарі [35], люди з дітьми обирають сімейний відпочинок, зазвичай на березі водойми, тобто оздоровчий [36], люди похилого віку обирають як оздоровчий, так і релігійний, віртуальний, залізничний [37]. Деякі туристичні напрями не просто відновилися, а навіть перевищили

обсяги прибуттів туристів, що фіксували у допандемійному періоді [38], деякі напрямки ще не відновилися повністю, але стейкхолдери роблять усе можливе, аби повернути колишніх туристів в місця відпочинку, які їм колись сподобалися. Статистика переміщень туристів свідчить про те, що люди всіх країн всіх вікових категорій стали активно подорожувати і у внутрішньому сполученні власної країни, і у міжнародному сполученні. І це цілком зрозуміло, адже після довготривалого вимушеного перебування в стінах власного будинку у людей з'явилося гостре прагнення подорожувати, індивідуально або з родиною, уникаючи скупчення осіб та можливих інфікувань. Люди стали більше цінувати можливість пересуватися, адже обмеження пересування під час пандемії коронавірусу більшість сприйняла доволі важко. Тож сьогодні, при відкритих кордонах та безлічі пропозицій від організаторів туристичної діяльності, пересічний громадянин має змогу та велике бажання отримати туристичні послуги в межах свого гаманця [76].

Серед різноманіття видів туризму, які на сьогодні можуть обрати споживачі туристичних послуг, хочемо в даному дослідженні обговорити деякі сучасні тренди в туристичній галузі, і зокрема, такий вид туризму, який можна організувати недалеко від місця проживання особи (в межах 50 кілометрів) і який має назву Staycation [39].

Staycation – це вид відпочинку, коли людина нікуди не їде (мається на увазі далеко, за сотні кілометрів), а залишається у відпустці вдома [40]. Цей вид відпочинку був запропонований урядом у 1944 році в США (в той час була гостра необхідність в економії фінансових коштів, платоспроможність населення була на мінімальному рівні), але він не став популярним в той час і в наступні десятиліття. В період фінансової кризи 2008 року запити користувачів Інтернету на відпочинок недалеко від місця проживання різко збільшилися, туристи почали обирати відпочинок у готелях, які розташовані недалеко від дому. Потенційні

споживачі туристичних послуг в США побачили, що і недалеко від їхнього будинку є достойні туристичні локації, які стали набирати популярність у місцевого населення. В період епідемії коронавірусу (2019–2021 рр.) внаслідок обмежень на пересування статистичні данні Google зафіксували в багатьох країнах знову зростання на такий вид відпочинку як Staycation [41]. Внаслідок закриття кордонів та обмеження пересування за кордон, в більшості випадків на улюблені туристичні локації, туристи стали шукати потенційно схожі на улюблені іноземні туристичні локації у себе в країні [76].

Задля підтримки туристично галузі, уряди європейських країн (і не тільки) почали фінансово підтримувати туристичні організації, аби ті не почали масово скорочувати персонал, а також стали популяризувати віртуальні тури країною та після послаблення обмежень на пересування закликали місцеве населення обернутися навколо, побачити красу своєї країни та підтримати власну туристичну галузь [42]. І треба сказати, що місцеве населення почало активно шукати напрями відпочинку саме в контексті внутрішнього туризму, аби заощадити кошти та винайти для себе щось цікаве та корисне у власній країні. Підприємці стали винаходити додаткові послуги, аби підприємства, що працюють в туристичній чи дотичній до неї сфері, не збанкрутілі. Так, наприклад, ресторани стали доставляти їжу додому або пропонували майданчики на свіжому повітрі, музеї пропонували віртуальні тури, шеф-кухарі та тренери-спортсмени, і навіть співаки проводили майстер-класи та тренування в онлайн режимі. Неочікувана криза обмеження пересування спонукала людей знаходити вихід із ситуації, що склалася, і треба констатувати, що креативні підприємці знайшли вихід, придумали та втілили в життя нові способи залучення клієнтів [76].

Подорожувати недалеко від дому, тобто більше уваги звертати на пропозиції в сфері внутрішнього туризму, туристів спонукають і заклики щодо необхідності зменшення пересування транспортними засобами, які

є забруднювачами навколишнього середовища [43]. В останні роки, коли в усьому світі багато кажуть та роблять для сталого розвитку планети (представники країн під егідою ООН періодично збираються на заходах міжнародного рівня аби окреслити ефективний план дій в контексті недопущення зміни клімату, втому числі внаслідок туристичної діяльності), кожен житель планети Земля має розуміти, що будь-яка господарська діяльність повинна відбуватися таким чином, аби економічні інтереси не загрожували екологічними наслідками для суспільства, споживати ресурси потрібно таким чином, аби вони мали змогу відновлюватися задля того, щоб наступним поколінням були доступні усі види ресурсів, що є в доступі на даний час. Сталий розвиток передбачає гармонійний розвиток усіх країн, усіх галузей, усіх великих та маленьких підприємств з урахуванням трьох важливих та взаємопов'язаних складових: економічної, екологічної та соціальної. Все спрямовано не тільки на досягнення високого ВВП країни, а й на те, щоб міжнародний показник Індекс розвитку людського потенціалу, який враховує і рівень освіти, і рівень здоров'я нації, і тривалість життя та інші важливі фактори, якими можна оцінити якість життя кожної людини, був високим. Активно запроваджуються «зелені» технології, циркулярна економіка, вживаються заходи для підвищення інформаційної обізнаності пересічних громадян що саме є сталим розвитком та які його основні принципи формування здорового суспільства теперішнього та майбутнього поколінь. Вже обізнані в сфері екології туристи обирають так звані «сталі напрями», тобто такі, що завдають мінімальної шкоди довкіллю, обирають готелі, де електрика винаходиться за допомогою «зелених» технологій, для пересування обирають електромобілі або велосипеди (для пересування на невеликі відстані в межах материка), приймають участь в очищенні пляжів та лісів від сміття, допомагають сортувати сміття, пропагують в соціальних мережах принципи сталого розвитку.

Транспорт відіграє провідну роль в розвитку будь-якої країни, саме транспорт допомагає ефективно поєднувати виробників та споживачів товарів та послуг, дозволяє зайняти усі території конкретної країни населенням, та не допускати перенасиченої урбанізації. Без транспорту майже неможливо існування сучасних країн. В різних країнах, з урахуванням рельєфності та клімату, а також коштів, які уряд зміг виділити та виділяє регулярно на будівництво інфраструктури та закупівлю рухомого складу, якийсь вид транспорту є домінуючим, а інші супутні. В деяких країнах весь транспорт є в державній власності, в деяких спостерігаємо поєднання і державної, і приватної власності. В будь-якому випадку в багатьох країнах використовуються різні транспортні засоби, але різною мірою. Разом з тим, для пасажира не має суттєвого значення хто саме є власником, наприклад, автодороги чи залізниці, він більше опікується сервісом та іншими факторами. Транспорт виконує важливу сервісну функцію переміщення вантажів та пасажирів між регіонами та всередині них. Але разом з тим, треба визнати, що саме транспорт завдає навколишньому середовищу великої шкоди, адже в більшості своїй транспорт робить великі обсяги викидів небезпечних речовин у навколишнє середовище. Щоб запобігти екологічній катастрофі, уряди різних країн в останні роки активно запроваджують різні заходи – від великих штрафів за використання забруднюючих двигунів до повної заборони таких транспортних засобів. В Європейському Союзі розробили та затвердили Концепцію розумної мобільності, яка передбачає поступовий перехід від забруднюючого транспорту до такого, що буде «дружнім» до природи. Населення закликають пересідати на більш лояльні по відношенню до природи транспортні засоби – велосипеди, самокати тощо. Але поки що не скрізь є достатня інфраструктура для забезпечення масовості перевезень, наприклад, велосипедами. Зрозуміло, аби використовувати вказані вище засоби пересування повинні бути спеціально обладнані доріжки, повинна

бути в наявності відповідна дорожня інфраструктура, клімат при цьому теж потрібно враховувати, адже велосипед навряд чи може використовуватися взимку на льодових ділянках дороги. Водночас потрібно зауважити, що велосипеди та самокати мають обмеження у використанні з боку споживачів – на їх користування повинна бути відповідна сприятлива погода та здоров'я у користувача [76]. Не кожен може проїхати двісті кілометрів велосипедом та ще й з багажем задля відвідування якоїсь туристичної локації, тобто велосипеди та самокати більше підходять для пересування містом, а для дальніх поїздок майже не придатні. В такому разі для пересування на середні та дальні відстані треба використовувати автомобілі з нульовим викидом шкідливих речовин в атмосферу або залізницю, яка є об'єктом менших викидів шкідливих речовин в атмосферу у порівнянні з автомобільним транспортом. Взагалі, залізничний транспорт безпечніший за автомобільний, він не залежить від погодних умов, він надає можливість пасажиру отримати більшій комфорт, особливо в контексті організації ночівлі, адже спати на полках поїзда набагато зручніше аніж сидячи в автокріслі. Щодо водного транспорту, то він, безперечно, є більш привабливим для використання з точки зору захисників природи, у порівнянні з автомобільним та залізничним транспортом, але водний транспорт не настільки розвинений як інші види транспорту, адже для його розвитку потрібні певні умови, і в першу чергу, водні ресурси та сучасні плавзасоби (катери, теплоходи, яхти тощо). Крім того, не в усіх кліматичних та погодних умов водний транспорт може використовуватися [44].

В останні роки спостерігаємо активну пропаганду здорового способу життя, здорового відношення кожної людини по відношенню до всього живого. Разом з тим, незважаючи на заклики деяких урядів стосовно необхідності переходу на «зелені» технології в туризмі при організації розміщення або пересування туристів, не всі організації, що працюють

в туристичні сфері, мають доступ або мають в своїй власності інноваційні технології. Можливо, деякі готелі і бажали б перейти на альтернативні види опалювання та освітлення, але не мають достатньо коштів на закупівлю відповідного обладнання. Така ж ситуація і з організацією перевезення туристів [76].

Разом з тим, фіксуємо достатньо інформації в інформаційному середовищі стосовно необхідності туристам уникати надмірних напрямків, тобто, тих, де є великі скупчення туристів і які завдають шкоди та неприємних почуттів як місцевим жителям, так і роблять велике навантаження на культурні або природні або інші види ресурсів. Тож в останні роки деякі туристи слушно обирають інші напрями, не сильно завантажені, але такі, що можуть надати туристові саме ті послуги, які вони очікували б отримати в туристичній локації, яка є точкою масової скупченості людей. Деякі уряди вводять плату за відвідування певних туристичних локацій для іноземців, аби знизити надмірний обсяг відвідування, в деяких країнах місцеві мешканці виходять з протестами аби уряд захистив їх від надмірного обсягу туристів, які спонукають місцеве населення підвищувати ціну на різноманітні послуги, які в підсумку стають недоступними для місцевих мешканців, адже розраховані на великі статки іноземних відвідувачів [76].

В деяких країнах організатори туристичних послуг намагаються створити місця-копії популярних туристичних локацій, аби привабити туристів саме до себе [45].

Все спрямовано на те, аби розвивати внутрішній туризм в країні, який ще по-іншому називається Staycation. Цей вид туризму активно пропагувався в Америці в 2008 році, коли під час фінансової кризи населення було обмежено в фінансах, але разом з тим, була потреба в подорожах. Тож уряд закликав населення знаходити привабливі туристичні локації в США, аби підтримати місцеві туристичні фірми. Пізніше, під час пандемії коронавірусу в 2019–2021 роках громадяни всіх

країн стали активно шукати розваги та подорожі в межах своєї країни, в більшості випадків, за можливістю, – недалеко від власного будинку [46].

Якщо вести мову про Україну, то в умовах обмеження виїзду чоловіків у віці з 18 до 60 років за кордон та відповідно, неможливості відпочити за кордоном одному чи з родиною, виникла необхідність шукати альтернативні варіанти короткочасного відпочинку саме в Україні [47]. Також потрібно врахувати наступні фактори: з одного боку, психологічна потреба у зміні обстановки, в отриманні задоволень від подорожі та відпочинку, з другого боку, боязнь людини надовго покинути своїх родичів, власну домівку в умовах війни. В таких умовах найбільш оптимальним варіантом є пошук короткотривалих та середньотривалих варіантів відпочинку. В Україні є достатньо туристичних локацій, які можуть бути цікаві різним віковим категоріям туристів, від екстремального туризму до туризму, який передбачає спостереження за якимось процесом чи об'єктом тощо.

В умовах війни більшість підприємств, що мали змогу це зробити, перейшли на дистанційний формат роботи. В такому випадку людина може поїхати від дому у якусь туристичну локацію та поєднувати відпочинок та роботу онлайн. Такі туристи, що в місці відпочинку працюють онлайн та отримують кошти від іншої країни, а не від тієї, в якій відпочиває, називаються цифровими кочівниками. Уряди туристичних кран намагаються створити привабливі умови для цифрових кочівників (наприклад, шляхом надання віз тривалого терміну), аби ті витрачали гроші саме в їх країні і при цьому не претендували на робочі місця місцевого населення. Зрозуміло, що поки що в Україну не приїдуть цифрові кочівники внаслідок безпекової ситуації, але в майбутньому цей варіант можна розглянути в контексті збільшення обсягів туристів.

Наступним видом туризму, що вже активно розвивається усьому світі та має передумови для розвитку в Україні є Скіп-ген [48]. Тобто, коли дідусі та бабусі подорожують зі своїми онуками. Це вигідний варіант для

батьків, адже їх діти будуть доглянуті, це їм буде не так дорого, аби винайняти спеціальних осіб для догляду за дитиною, а також дідусі та бабусі відчуватимуть себе потрібними дітям та онукам і теж зможуть відпочити від звичної обстановки. Такий варіант відпочинку якраз підходить для організації внутрішнього туризму, адже не передбачає використання авіатранспорту, не вимагає знання іноземних мов, а також знижує ризики отруєння іноземною незвичною їжею.

Одним із напрямів внутрішнього туризму в Україні може стати сонний туризм [49]. На цей вид туризму туроператори спостерігають підвищений попит, адже більшість сучасних людей працюють в швидкісному темпі, мають хронічний недосип, намагаються виконати певні завдання, при цьому нехтуючи власним здоров'ям, а точніше часом на відпочинок. Ці енергійні люди прагнуть іноді відключитися від усіх справ та від усіх інших людей і побути просто в тиші, елементарно виспатися. Тож для ділових людей вельми актуальним є замовлення номерів в таких готелях, де спеціально організовано кімнати саме для спокійного відпочинку, де немає зайвих шумів та міцна звукоізоляція і людина може спати. Саме сон є одним із потужних інструментів відновлення сил людини, тож вважаємо, що сонний туризм потрібно розвивати так само інтенсивно, як і інші види туризму.

Як і будь-який вид туризму, туризм Staycation має свої переваги та недоліки.

Серед переваг можна виокремити найголовніші наступні:

1) Відсутність мовних бар'єрів, адже коли турист подорожує в межах своєї країни, йому немає потреби володіти іноземною мовою;
2) Звична їжа, релігія, в цілому менталітет країни;
3) Безпека подорожі (турист може заздалегідь вивчити місцевість, куди він планує поїхати відпочити у вільний час, і причому

вивчити її власними очима, а не за допомогою Інтернет-матеріалів, які не завжди відповідають дійсності;

4) Максимальне точне планування бюджету (в своїй країні турист може майже точно запланувати свої витрати на подорож, а в чужій країні її можуть чекати несподівані «сюрпризи» у вигляді додаткових незапланованих витрат);
5) Можливість отримати найвигіднішу пропозицію бронювання, адже місцевий житель може домовитися з працівниками туристичної локації про якомога раннє повідомлення цікавої пропозиції;
6) Психологічне відновлення, що особливо актуально для людей в Україні, які живуть в умовах воєнного стану;
7) Можливість отримувати задоволення від туризму *до* (планування подорожі є психологічною підтримкою ментального здоров'я людини, адже вона відволікається та мріє про приємні враження), *під час* відпочинку (безпосередньо сама подорож) та *після* проведення відпочинку (можливість розмістити фото та відео відпочинку у соціальних мережах, отримання приємних спогадів у вигляді фото та відеоматеріалів відпочинку, в цілому людина може пишатися тим, що проживає в країні, яка туристично багата);
8) Можливість заздалегідь визначитися з умовами подорожі в разі перебування в туристичній локації родин з дітьми або осіб з інвалідністю [50].

Безумовно, це не весь перелік позитивних сторін організації внутрішнього туризму, його можна суттєво розширити й іншими напрямами, наприклад, створення робочих місць, зниження безробіття; поява нових суб'єктів малого та середнього бізнесу, які можуть пропонувати свої послуги в межах організації внутрішнього туризму;

додаткові надходження коштів в бюджети різних рівнів на розвиток громад.

Україні вкрай важливо підвищувати імідж надійного партнера та такої локації, в яку варто вкладати кошти інвесторам, в тому числі й в туристичні сферу. На жаль, поки що рівень інвестиційної привабливості в Україні доволі низький, він складає приблизно 2,5 бали з 5 можливих [76]. При цьому привабливий інвестиційний ринок має показник від 4 до 5 балів. Безумовно, інвестори ретельно аналізують і країну, і галузь, і конкретний проєкт перед прийняттям рішення щодо інвестування, і це зрозуміло, адже для кожного інвестора важливе привабливе середовище ведення бізнесу, відсутність чи мінімальна кількість ризиків втрати бізнесу, швидкий термін окупності вкладених коштів, висока прибутковість. В умовах воєнного стану в Україні ніхто не може забезпечити інвесторам безпечні умови господарювання, тож потрібно цей об'єктивний фактор чому досі обсяги інвестування в різних галузях в Україні, в тому числі і в туризмі, поки що доволі незначні [76].

Щодо недоліків туризму Staycation, то тут в першу чергу треба сказати про недовіру з боку вітчизняних туристів до вітчизняного туристичного продукту, адже є усталена думка, що за кордоном краще сервіс і таке інше. Розвінчати цей міф доволі складно, але за умовами потужної рекламно-інформаційної компанії, можливо та необхідно, якщо є бажання у всіх стейкхолдерів розвивати внутрішній туризм та популяризувати туристичні локації.

Також до недоліків можна віднести те, що родичи та колеги, маючи інформацію про те, що ви відпочиваєте недалеко від власного будинку, можуть залучати вас до тих чи інших робіт чи завдань і таким чином переривати ваш відпочинок, що буде негативно відображатися на вашому настрої [51]. Серед недоліків можна виділити нестачу інформації про потенційно привабливі туристичні локації, а також думка суспільства про

непрестижність відпочивати недалеко від дому, мовляв, бажано їхати якомога далі, і тоді буде більше емоцій та вражень.

Потрібно об'єктивно зауважити, що об'єкти туристичної інфраструктури в Україні поки що не всі відповідають світовому рівню та не можуть успішно конкурувати з відомими світовими курортами, але враховуючи величезний потенціал країни для розвитку (географічне розташування, транспортні розв'язки, міцні традиції), потрібно знаходити канали залучення інвестицій у розвиток внутрішнього туризму [76].

Вважаємо, що туризм Staycation, як різновид внутрішнього туризму, має всі шанси на стрімкий розвиток в Україні. Для цього є всі передумови – а саме: туристичні об'єкти, які можуть бути цікаві для відвідування, достатня кількість засобів розміщень, розвинена транспортна інфраструктура. У повоєнні роки прогнозуємо зростання обсягів прибуттів не тільки внутрішніх туристів у туристичні локації, а й іноземних туристів [52].

Щодо обсягів туристичної діяльності в Україні, то тут треба констатувати, що й до шокових обставин (повномасштабне вторгнення росії в Україну та до цього обмеження, що були пов'язані з пандемією коронавірусу) туристична галузь не займала провідного місця серед інших галузей економіки України. Так, у 2022 році різко знизилася туристична активність українців, і це цілком зрозуміло, адже більшості було та й зараз не до подорожей. У 2023 році туристична галузь зафіксувала незначне відновлення, це стало зрозуміло з обсягів податків, що заплатили організації, що працюють в туристичній сфері до бюджету. Найбільше податків перерахували готельні підприємства (рис. 3.1). І це цілком зрозуміло, адже основна частина туристичної путівки зазвичай займають витрати саме на проживання [76].

Серед найбільш популярних локацій для відвідування туристів є Львів, Київ та в цілому Західна Україна. Узбережжя Чорного та

Азовського морів в більшості пляжної зони поки що окуповані та не доступні пересічним українцям [54].

Також одним із видів внутрішнього туризму пропонуємо розвивати напрям, що доволі розвинений в багатьох країнах світу, а в Україні поки що зовсім не розвинений, а саме: караванінг. Караванінг є доволі популярним видом організації туризму та відпочинку у громадян різного віку – від самотніх молодих людей до родин із дітьми та домашніми улюбленцями. Саме на каравані можна не прив'язуватися на всі два тижні умовної відпустки до одного місця перебування, а бути мобільними, та відвідати максимальну кількість цікавих для туриста місць при цьому не турбуючись про наявність місць у готелях в місці відвідування, адже наявність караванінгу передбачає можливість ночівлі прямо в автівці, тобто організація спального місця є основною умовою облаштування караванінгу [76]. Як видно з рис. 3.1, на долю автокемпінгів та пов'язаних з цим послуг припадає лише 0,1 % податків, тобто обсяг послуг мінімальний, а все ж таки автоподорожі – це доволі перспективний напрям для розвитку.



Рис. 3.1. Обсяг податків від туристичної діяльності у 2023 році.

Джерело: [53]

Туристичні автобудинки на колесах поки що хоч нові, хоч вживані, не є по кишені пересічному українцю, тож і відповідно кемпінги для туристичних автомобілів масово поки що не облаштовані для прийняття туристів, бо в цьому немає потреби, тобто немає попиту на ці послуги. Якби в Україні запустили програму інформаційної підтримку караванінг-туризму та допомагали б бажаючим переобладнати свої автівки або причепи для ночівлі в туристичних кемпінгах, зацікавленість з боку населення значно б зросла. Неодмінно, туристи, що матимуть туристичні автівки, цікавилися б і туристичними локаціями, і наявністю кемпінгів і попит сприяв би розширенню спектру послуг з боку організаторів кемпінгів (це можуть бути і приватні особи, і місцеві адміністрації задля приваблення туристів саме в свої регіони).

Аби привабити туристів та отримати додаткові надходження до бюджету, всі області намагаються запропонувати туристам щось цікаве та корисне для потенційних відвідувачів. Для цього вони організовують як власну рекламну компанію цих об'єктів, так і передають відомості про потенційні туристичні локації до Державного агентства з розвитку туризму для формування інтерактивної туристичної карти з позначенням туристичних магнітів, тобто потенційно привабливих для туристів місць.

Вже в активі цього агентства майже 200 туристичних магнітів країни з повним описом та 3-D відео об'єктів. Враховуючи розвиток цифрових технологій, сучасний споживач будь-яких послуг, в тому числі і туристичних, краще сприймає інформацію у вигляді ілюстрацій або коротких відео, аніж звичайний текст. Тож фото та відео огляди туристичних локацій є в сучасних умовах необхідними задля залучення туристів [76].

Треба сказати, що зусиллями агентства реалізуються потужні амбітні проєкти, які направлені на розвиток туризму в Україні, зокрема, проєкт «Мандруй Україною», «Україна зараз» – проєкт, призначений для

іноземних туристів, «Туристичні магніти», «Маршрути пам'яті» та інші. Безумовно, тільки масштабна інформаційно-рекламна компанія може привабити якомога туристів та надати потужного поштовху для розвитку внутрішнього туризму [55].

Поки що в Дніпровському регіоні визначені шість туристичних магнітів, але на наш погляд, цей список можна суттєво розширити, якщо до цього процесу приєднаються краєзнавці та місцеві мешканці, які володіють історією свого краю та можуть запропонувати в Національну карту туристичних магнітів України свою туристичну локацію, яка може бути приваблива для туристів.



Рис. 3.2. Туристичні магніти Дніпропетровщини. *Джерело: [56]*

Розглянемо їх ретельніше. Впевнені, що цей перелік може і повинен розширятися, бажано, аби активісти громад, історики, краєзнавці та інші зацікавлені особи направляли заявки на включення їх туристичних локацій до туристичних магнітів України до Державного агентства розвитку туризму. Поки що коротко опишемо ті шість, що представлені на карті.

1. Петриківський музей етнографії, побуту та народно-прикладного мистецтва, розташований у селі Петриківка. Відомий своїм ремеслом –

петриківським розписом, опанувати який приїжджають тисячі туристів щороку. Бажаючі можуть відвідати майстер-класи та забрати з собою на згадку сувенір, виготовлений власноруч. Петриківський розпис відомий в усьому світі, його впізнають на вишиванках, на посуді, на картинах тощо. Малювання є ефективним інструментом психологічного відновлення, тож вважаємо, що саме цей вид відпочинку є затребуваним на даний час в Україні в умовах воєнного стану [76]. Малювання не вимагає багато коштів на обладнання, у порівнянні, наприклад, з екстремальними або водними видами туризму тощо. Малювання дозволяє людині відволіктися від поганих думок, таким чином підкріпляючи свій психічний стан [57].

2. Токівський (Шолоховський) водоспад на річці Кам'янка щорічно приваблює сотні любителів зробити мальовничі фото. Довжина водоспаду складає 140 метрів, його огинають різної величини каміння, навколо радує око багато зелені, що здійснює позитивне враження відвідувачів, які захоплено спостерігають за природним дивом.



Рис. 3.3. Токівський водоспад. *Джерело: [58]*

Водоспади в усьому світі завжди приваблюють туристів, тож потрібно робити потужну рекламу, аби про Токівський водоспад дізналися як в Україні та за кордоном та виявили бажання його відвідати та додатково, під час туристичної подорожі до Дніпропетровського регіону – культурні та історичні місця Дніпропетровщини [76].

3. Вільногірський кар'єр або «Дніпровські Мальдіви». Бажаючим покупатися в кристально чистій воді та зробити фотографії на білих дюнах, що утворилися внаслідок роботи Вільногірського кар'єру, є така можливість в даній туристичній локації. Неймовірні пейзажі та чиста вода здатні підвищити настрій найвибагливішому туристові, гарантуючи гарний відпочинок, прекрасні фото та відео матеріали та незабутні враження. І хоча вода в цій туристичній локації зазвичай холодніша аніж в іншим водоймах вт ой же самий сезон, скупатися в прозорій воді є багато охочих [76].



Рис. 3.4. Дніпровські Мальдіви. *Джерело: [59]*

4. Палац культури у місті Жовті Води. Завдяки цікавій архітектурі цей палац приваблює відвідувачів з 1957 року, а з 1985 року є туристичним магнітом області [60]. Він виконує як функції розважально-культурного характеру, адже в ньому працюють більше 20 секціях, в яких займаються понад 400 осіб (в умовах воєнного стану людині дуже важливо не замкнутися в собі, а спілкуватися з іншими якомога більше, тим паче, якщо є друзі по якомусь ремеслу чи заняттю, будь то вишивання або танці чи спів), так і засобом укриття під час повітряних тривог [76]. Громадяни із задоволенням приходять до цього Палацу аби покращити свій психологічний стан, поспілкуватися із однодумцями, подивитися виступи відомих виконавців. Палац вдалося відремонтувати та обладнати сучасним обладнанням завдяки міжнародній фінансовій підтримці [61].

5. Кар'єр Південного гірничо-збагачувального комбінату – найглибший кар’єр в формі серця в світі (близько 400 метрів складає його глибина, в довжину він досягає декількох кілометрів). Відвідувачі можуть побачити експонати музею, доторкнутися таким чином до історії цього краю [79].



Рис. 3.5. Кар'єр Південного гірничо-збагачувального комбінату.

Джерело: [62]

6. Свято-Троїцький кафедральний собор. Розташований в самому центрі міста Дніпро, цей собор користується великою популярністю у мешканців міста та у туристів, завдяки вишуканій архітектурі [76]. Регулярно богослужіння відвідують сотні прихожан, на церковні свята собор перетворюється на місце паломництва, адже сюди приїжджають прихожани з усієї країни [63].

Треба ще раз підкреслити важливість та необхідність туристичної діяльності в житті людини, адже туристична діяльність особи, навіть не залежно від тривалості, хоч доба, хоч місяць, йде на користь фізичного, а відповідно і психічного здоров'я відпочиваючого чи подорожуючого [64].

Мотиви подорожувати у людини можуть бути різні, серед *основних* можна виділити: економічні (якщо у людини є надлишок коштів, яка вона може собі дозволити на ту чи іншу подорож чи відпочинок або вона може цілеспрямовано відкладати впродовж якогось періоду кошти саме на відпочинок), культурні (пізнання культури власного народу або інших країн, розширення власного кругозору, занурення у культурні традиції інших народів, особливо це відбувається тоді, коли турист шукає можливість проживання не у готелях, а шукають житло в оренду у місцевих жителів: бажання пізнати самому та показати своїм дітям іншу культуру, аби вони поважали усіх, незалежно від раси, національності та віросповідання), природні (можливо, людина мріє здійснити подорож саме в гори або обирає пляжний відпочинок або навіть поспостерігати за птахами чи морськими тваринами тощо), психологічні (бажання та необхідність відновити свої ментальні сили, змінити обстановку перебування, переключити увагу із повсякденних проблем на відвідування іншої місцевості); серед *додаткових* мотивів можна виділити наступні: можливість відпочинку із дітьми, можливість відпочинку літніх людей, можливість відпочинку людей з інвалідністю, можливість відпочинку із домашніми тваринами, можливість отримати

додаткові бонуси, наприклад, поглибити знання іноземної мови або опанування дайвінгу або джипінгу тощо [76].

Незважаючи на позитивний вплив туризму на конкретну людину – туриста, саме цей конкретний турист, тобто кожен, хто відвідує ту чи іншу місцевість, створює додаткове навантаження на навколишнє середовище, надмірне споживання ресурсів, в тому числі прісної води. Вчені спостерігають збільшення навантаження на землекористування окремих ділянок, (що є туристичними локаціями), збільшення викидів в атмосферу шкідливих речовин внаслідок активного використання транспорту, а це в свою чергу, може призвести до непоправної шкоди, а саме: ерозії та деградації земель, зникнення деяких видів рослин та тварин, виснаження природних ресурсів, забруднення водойм, атмосфери, збільшення кількості відходів на конкретній території.

Все це відбувається внаслідок того, що туристи зазвичай обирають популярні маршрути та туристичні локації, які є перенасиченими туристами. Світова статистика фіксує 45 прибуттів щосекунди, а щороку майже півтори мільярди туристів досягають місця призначення, тобто місця відпочинку чи відвідування, і всі ці прибуття відбуваються за допомогою різних видів транспорту. Цифри туристичної активності, з точки зору навантаження на навколишнє середовище, вражають: якщо у 1950 році було зареєстровано 25 мільйонів міжнародних туристичних прибуттів, у 1970 році – 166 мільйонів, у 1990-му – 435 мільйонів, у 2018-му – 1,442 мільярда. До 2030 року експерти прогнозують 1,8 мільярда туристів щорічно [76]. Потрібно докласти зусиль, аби спрямувати значні обсяги туристів саме на українські туристичні локації, адже сучасні вибагливі туристи вимагають високій рівень сервісу, який поки що українські організатори туризму не в змозі забезпечити внаслідок цілого ряду причин.

Туризм як глобальна галузь робить глобальний вплив на навколишнє середовище (понад 5 % глобальних викидів парникових газів). Не завжди

цей вплив позитивний, адже в процесі переміщення від власного будинку до місця перебування під час відпочинку турист використовує декілька видів транспорту, які в свою чергу, негативно впливають на навколишнє середовище. Викиди небезпечних речовин внаслідок роботи транспорту від туристичної діяльності з року в рік зростають [76]. Тому вкрай важливим є два напрями: 1) популяризувати подорожі, що потребують якомога менше використання транспорту, 2) активізувати діяльність усіх країн щодо переходу транспортних засобів на сучасні технології в контексті зниження шкідливих викидів та в ідеалі зменшення цих викидів до нуля.

Ситуація може стати катастрофічною, якщо уряди країн не проведуть потужну інформаційну кампанію на підтримку та розвиток внутрішнього туризму, а також на підтримку туризму Staycation, які спонукатимуть туриста використовувати менше транспорту і відповідно, знизити навантаження на навколишнє середовище. Крім того, потрібно стимулювати організації, які пропонують зелений туризм або використовують «зелені» технології при наданні туристичних послуг (можливо, готелі будуть обладнані сонячними панелями а перевізники використовуватимуть транспорт з нульовим викидом шкідливих речовин у навколишнє середовище) і навпаки, штрафувати чи обмежувати або навіть забороняти діяльність тих суб'єктів господарювання, хто запроваджує надмірний туризм задля власної економічної вигоди (при цьому особливу увагу потрібно звернути на корупційні ризики, тому рекомендуємо запроваджувати подвійну перевірку суб'єктів господарювання різними відомствами аби уникнути неправдивої інформації в звітах щодо обсягів викидів суб'єктів господарювання, що працюють в туристичній сфері [76].

3.2. Залізничний туризм – перспективний напрям розвитку внутрішнього туризму в Україні

Більшість туристичних подорожей передбачають використання туристом одного або декількох видів транспорту, в залежності від пункту вибуття до призначення. Зазвичай відбувається поєднання різних видів транспорту, адже немає масової доставки пасажирів, так би мовити «до дверей», наприклад, готелю поїздом чи літаком, для цього буде використано автомобільний транспорт. Знову ж таки, аби дістатися іншого материка, треба скористатися послугами водного або авіаційного транспорту, а вже в межах материка доцільніше використовувати залізничний та/або автомобільний транспорт. В цьому дослідженні акцентуємо нашу вагу на залізничному транспорті і його можливостей використання у туристичних перевезеннях, адже окрім того, що залізничний транспорт є більш екологічно чистим у порівнянні з автомобільним, фіксуємо розвинену транспортну залізничну мережу в Україні та стійкий попит з боку пасажирів на послуги залізничного транспорту, адже цей вид транспорту в меншій мірі залежить від погодний умов та в більшості випадків дотримується запланованих графіків руху [65].

В Україні є всі передумови розвитку залізничного туризму, адже багата на туристичні дестинації країна є цікавою як для внутрішніх, так і для іноземних туристів [66]. Вважаємо, що після ретельного аналізу наявної туристичної інфраструктури є сенс проаналізувати наявність та стан залізничної інфраструктури та оцінити можливість організації туристичних залізничних подорожей за тим чи іншим маршрутом. Сфера залізничного туризму доволі багатогранна, вона охоплює як послуги з перевезень туристів, так і надання їм сукупних послуг [67].

Організатори залізничного туризму, які успішно працюють у провідних країнах світу, вже усвідомили, що залізничний туризм – це не тільки пересування пасажира з пункту А в пункт Б, це і можливість

організації впродовж цього пересування різноманітних активностей для туриста, наприклад, відвідування історичних або інших, цікавих для туриста локацій, до яких цього туриста доставлятимуть за допомогою інших видів транспорту, а після відвідування якоїсь запланованої локації, повертатимуть знову до туристичного поїзда, де йому буде організовано ночівлю та за потреби харчування. В самому туристичному поїзді, окрім ночівлі та харчування, можуть бути організовані додаткові послуги для пасажира, починаючи від послуг перукаря до можливості відвідати спортзал або концерт прямо в поїзді, під що виділяють додаткові спеціально обладнані вагони. Все це забезпечує зростання економічного потенціалу країни, адже за умов організації залізничного туризму у виграші будуть усі причетні до організації цього виду туризму суб'єкти господарювання та галузі в цілому [68].

Таким чином, залізничні перевезення туристів в узагальненому вигляді складатимуться з двох складових: 1) туристичний поїзд слугуватиме туристам так би мовити «готелем на колесах», внаслідок чого вони зможуть суттєво зекономити на подорожі, проводячи ночівлю в поїзда, а не в готелі, а як свідчить статистика, саме на ночівлю припадає левову частина витрат під час туристичної подорожі; 2) можуть бути організовані трансферні перевезення туристів залізницею, адже залізниця має в своєму розпорядженні і поїзди, що можуть курсувати широкою колією, і поїзди, що можуть курсувати вузькою колією, і рейкомобілі, які можуть курсуватимуть як залізничними коліями, так і автодорогами. Окрім того, в контексті активної євроінтеграції України гостро стоїть питання переходу усієї залізничної інфраструктури на євроколію, що спочатку буде доволі складно з точки зору фінансових та технологічних ресурсів, але коли це відбудеться, то українці зможуть більш вільно та мобільно пересуватися як всередині країни, так і подорожувати за кордон, значно економлячи час на проходженні поїздом кордону.

Щодо туристичних послуг поза залізничним туристичним поїздом, то туристи зможуть впродовж подорожі отримати послуги з розміщення, харчування, переміщення, відвідування цікавих місць, придбання сувенірів тощо і ці послуги організовуватимуть сторонні підприємства, які отримуватимуть додаткові вигоди від надання послуг туристам, що подорожують залізницею [69]. Послуги сфери залізничного туризму можуть бути як індивідуальні, так і суспільні, вони можуть надаватися як у русі прямування, так і в пунктах туристичного призначення (рис. 3.6). Їх можуть надавати як структурні підрозділи Укрзалізниці, так і приватні підприємства, на умовах відповідних договорів із залізницею.

Залізничний туризм може бути організований як широкими, так і вузькими залізничними коліями. Головне, що рухомий склад повинен бути підвищеного комфорту, це повинен бути саме туристичний потяг, а не звичайний. Він повинен бути облаштований зручними ліжками, достатньою кількістю санвузлів, Інтернет-зв'язком та іншими засобами, яких потребує турист в русі. Залізничний туризм може бути круїзний (тривалістю від тижня) або оглядовий (тривалістю від декількох годин до двох діб), а також це можуть бути трансферні перевезення туристів спеціальним рухомими складом, наприклад, рейкомобілем, від залізничної станції до лікувального санаторію або до туристичного курорту тощо.

Потрібно зауважити, що залізничний транспорт ідеально підходить для подорожей пасажирів будь-якого віку та здоров'я адже туристичні вагони можуть бути обладнані і для пасажирів з дітьми, і для літніх людей, і для осіб з інвалідністю. Стосовно осіб з інвалідністю, то на них в усьому світі і в Україні (завдяки широкому просуванню Програми Олени Зеленської «Безбар'єрна Україна») уряди країн закликають усі підприємства різних сфер господарювання звертати увагу та організовувати свою діяльність, надавати свої послуги чи виробляти таку продукцію, яка була б доступною усім громадянам, незалежно від їх стану

здоров'я. Побудова безбар'єрного середовища є важливим кроком України до євроінтеграції, адже цьому питанні в країнах Європейського Союзу приділяється значна увага. Транспортні послуги, як невід'ємна частина життя кожного громадянина, повинні бути доступні особам з обмеженими можливостями і забезпечити їм це повинні власники та менеджери відповідних транспортних підприємств, що організовують транспортні перевезення.

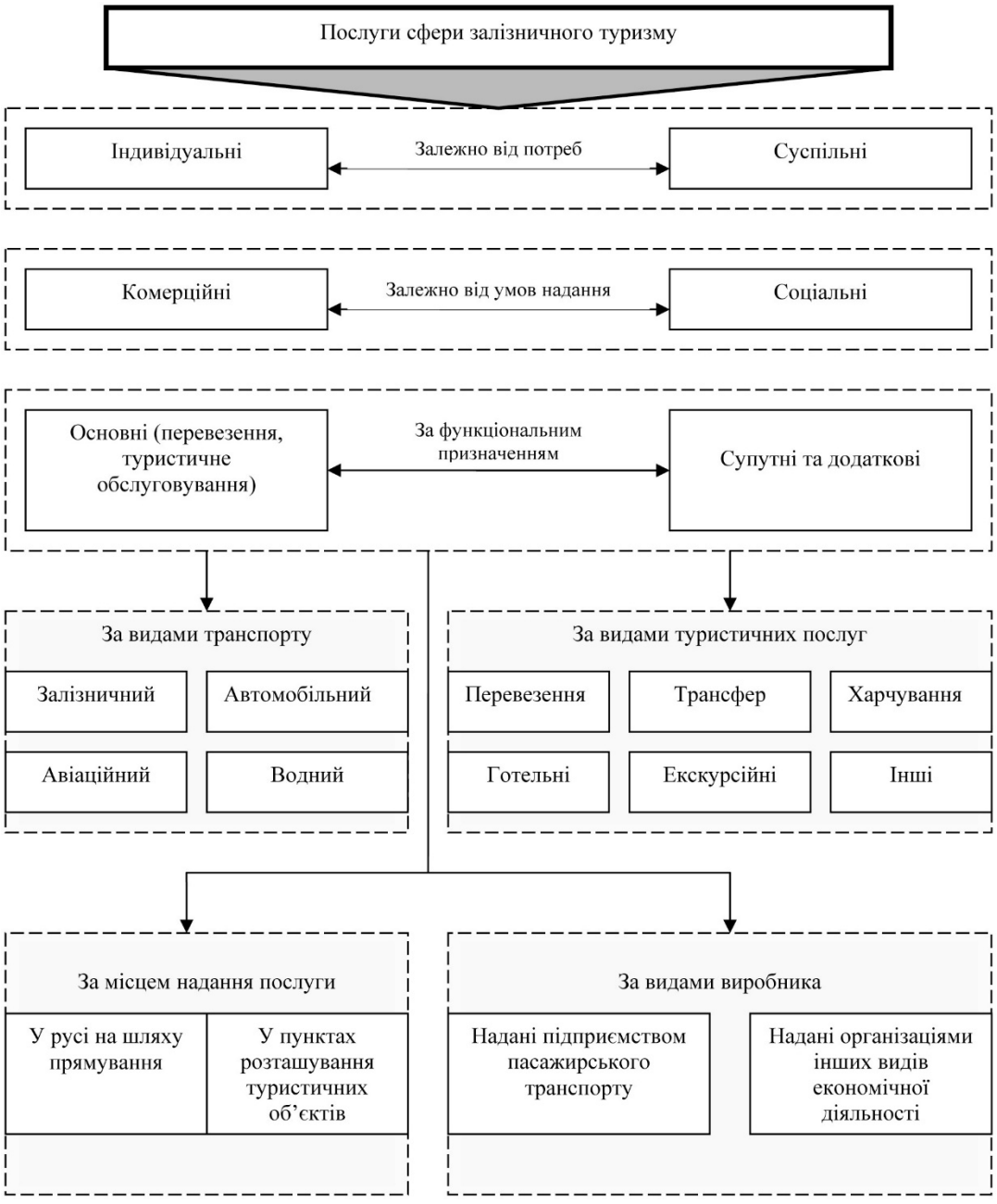


Рис. 3.6. Узагальнена характеристика послуг сфери залізничного туризму. *Джерело: розробка Марценюк Л. В.*

Різні види залізничного туризму повинні виконуватися різними видами рухомого складу (це можуть бути поїзди, що курсують широкими коліями, або вузькими, або навіть сучасні рейкомобілі). В Україні спочатку доцільно організувати залізничні туристичні подорожні вузькоколійками, які представлені в табл. 3.1 (привести їх до ладу, відремонтувати залізничну інфраструктуру, оновити туристичні вагончики, облагородити місцевість, вздовж якої пролягають вузькоколійні туристичні маршрути, відкрити нові туристичні локації, провести рекламну маркетингову компанію), а потім, зі збільшенням попиту на залізничні туристичні перевезення, є сенс організувати туристичні подорожі широкими коліями між туристичними центрами, які користуються попитом відвідувачів (на сьогодні це Київ, Львів, Ужгород, Дніпро, Запоріжжя, Вінниця, Одеса, Харків, Чернігів, Хмельницький, Трускавець, Суми, Тернопіль, Полтава, Житомир, Миколаїв, Івано-Франківськ та інші міста).

Як видно з табл. 3.1, вузькоколійки в Україні хоч і є, але вони в більшості своїй знаходяться в занедбаному стані і експлуатуються не на всю можливу протяжність. Разом з тим, на наш погляд, простіше їх відремонтувати аніж прокладати нові колії та будувати нові туристичні маршрути.

Таблиця 3.1

Порівняльна характеристика діючих вузькоколійок Закарпаття.

Джерело: розробка Марценюк Л. В.

НАЗВА ТУРИСТИЧНОЇ ВУЗЬКОКОЛІЙНОЇ ЗАЛІЗНИЦІ	РІК БУДІВ-НИЦТВА	ДОВЖИНА, КМ	ДОВЖИНА, ЩО ЕКСПЛУАТУ-ЄТЬСЯ, КМ
Боржавська	1908	123	62
Гайворонська або «Подільський трамвай»	1890	36	36
Вигодська або «Карпатський трамвай»	1890	180	7
Антонівська або «Зозуля»	1895	106	106

Крім того, в зоні прилягання цих вузькоколійок є туристичні об'єкти, які можуть зацікавити відвідувачів (або їх можна побудувати чи облаштувати). Окрім переваг для туристів, вузькоколійки виконують важливу роль для місцевого населення, адже на деяких ділянках слугують єдиним доступним засобом переміщення людей на роботу, навчання тощо. З прискоренням євроінтеграції України в різних галузях, в тому числі і на залізничному транспорті, останнім часом постає питання переходу українських залізниць на євроколію. Туристичні залізничні перевезення сприятимуть економічному зростанню регіону, в якому буде організовано туристичні залізничні подорожі, та в кумулятивному підсумку – всієї країни в цілому. Окрім того, єдина ширина колії всередині країни та з прилеглими країнами забезпечить можливість організувати більше варіантів маршрутів, при чому не тільки у внутрішньому, а й в міжнародному сполученні. Потрібно додати, що перехід на євроколію (1435 мм) потребує багато зусиль та капіталовкладень, адже переобладнання потребуватиме лише колія, а й рухомий склад, системи живлення та інші, що забезпечують безперебійне функціонування залізничного транспорту.

Як сигналізують основні індикатори економічного зростання, варто очікувати їх суттєве підвищення після впровадження залізничного туризму в Україні. Окрім економічного ефекту, можна буде спостерігати і важливий соціальний ефект, адже відкриття таких туристичних залізниць, що матимуть подвійне призначення – і для туризму, і для пересування по власних справах, сприятимуть зміцненню соціального клімату в суспільстві. Адже туристи розширюватимуть свій кругозір, зміцнюючи власний психічний стан, а місцеві мешканці, маючі надійний засіб пересування, наприклад, на роботу чи навчання, не матимуть потреби змінювати місце проживання та в зв'язку з цим уникнуть зайвих переживань. Крім того, місцеві мешканці можуть знайти роботу на залізниці, що теж позитивно вплине на зупинку відтоку кадрів з сільської

місцевості та зупинить плинність кадрів в різних галузях української економіки (передбачаємо, що туристичні поїзди привозитимуть пасажирів до зелених локацій, які в більшості своїй знаходяться в сільській місцевості).

В період воєнного стану, коли держава витрачає кошти, в першу чергу, на обороноздатність країни та виконання своїх зобов'язань перед громадянами в соціально-економічному плані, вільних коштів на розвиток туризму, будь-якого, в тому числі і залізничного, немає. Масовий туризм за участі держави доцільно буде розвивати у післявоєнний час. Це можна буде робити як за допомогою масштабних інформаційно-рекламних кампаній, так і надаючи українцям кошти, які можна буде використати саме в туристичній сфері, заохочуючи українців по-перше, відпочивати, по-друге, відпочивати саме в своїй країні та витрачати кошти і підтримувати економіку саме своєї країни. Тому в нинішніх умовах для залучення коштів на розвиток менеджерам залізничної галузі потрібно застосовувати інструменти, які передбачає концесія або державне-приватне партнерство [70].

В Україні достатньо розвинена залізнична інфраструктура, яка може бути використана в туристичних цілях. Залізничний туризм може бути круїзний, оглядовий або це можуть бути трансферні перевезення спеціалізованим рухомими складом. Туристичні подорожі залізницею в Україні поки що можуть бути організовані широкими та вузькими коліями, а згодом євроколією. Запропоновано застосувати концесію задля приваблення інвесторів на розбудову туристичної та транспортної інфраструктури, яка може бути задіяна у туристичних залізничних перевезеннях. Вважаємо, що саме державно-приватне партнерство може стати засобом залучення інвестицій. В сучасних умовах концесіонер, безумовно, ризикує більше, аніж в мирний час, але можна прогнозувати, що населення України підтримає розвиток залізничного туризму своїм попитом (тому що внаслідок обмеження виїзду за кордон, в тому числі і

на відпочинок чоловіків віком від 18 до 60 років, родини шукатимуть варіанти відпочинку всередині країни). Переваг на наш погляд, набагато більше аніж негараздів для потенційних концесіонерів, а саме: концесіонер може отримати податкові пільги від держави, він отримає вже гарантоване коло споживачів, тобто пасажирів, а головне – він отримає ще більшу пізнаваність власного бренду та народну любов, адже той інвестор, хто підтримає український народ, отримає повагу та підтримку з боку населення.

3.3. Передумови розвитку караванінгу в Україні

Караванінг – доступний вид внутрішнього туризму. В усьому світі автомобільний туризм користується великою популярністю, адже на власному автомобілі туристи можуть відвідати місця, які недоступні рейсовим автобусам. При цьому, за умови використання спеціального туристичного рухомого складу (будинки на колесах), туристи отримують всі необхідні зручності впродовж подорожі та суттєво економлять на послугах готелів. Вид туризму, коли людина використовує автомобіль, переобладнаний для туристичних потреб, називається караванінг. Туристичні автомобілі можуть бути як на власному ходу, це можуть бути спеціально обладнані машини або перероблені великі машини або це можуть бути звичайні автомобілі, але з причепом, який переобладнано для туристичних подорожей. Зазвичай караванери турбуються про те, аби у них в русі та в місці відпочинку були необхідні умови для сну, приготування, їжі, а також санітарно-побутові умови, включаючи душ та туалет. За кордоном в багатьох країнах караванінг є дуже розвиненим видом відпочинку, в країнах є сотні спеціально облаштованих для караванерів місць, де вони можуть заправитися водою, підзарядити електропристрої тощо.

В України створено Асоціацію караванерів. Це організація, яка об’єднала любителів автомобільного туризму, та яка допомагає зробити подорожі зручнішими, адже досвідчені караванери завжди готові прийти

на консультативну допомогу початківцям. На сьогодні в нашій країні є приблизно 50 тисяч караванерів, що у відповідності із загальною кількістю населення дуже мало у порівнянні з іншими країнами [71]. Як свідчить статистика, поки що в Україні недостатньо розвинений караванінг, але враховуючи обмеження на міжнародні поїздки, є сенс його розвивати. В Україні є небагато місць, призначених для караванерів (близько трьох десятків на всю країну), а саме: в Закарпатті біля озера Шамбала на Ужгородщині є спеціально обладнана стоянка для караванерів, в сучасних умовах вона є безпечним місцем прийняття туристів; Дружбівський кар'єр, що розташований у Житомирській області; Черепашинецький кар'єр Вінницької області; Моршин, Трускавець, Свалява; Бакота на березі Дністра в Хмельницькій області; також є стоянки на узбережжях Чорного та Азовського морів, але більшість з них зараз не може використовуватися внаслідок російської агресії та безпекових умов [72]. Але достойних локацій для організації відпочинку для караванерів в Україні вистачає. Це можуть бути: українські Карпати у Львівській області – Славське, Сколе, Тухля, Східниця [73]. Лише 2-3 години машиною, і ви опиняєтесь у курортному містечку, де можна насолоджуватися горами; українські Карпати в Івано-Франківській області – низькогірні Шешори, Татарів і Яремче, а також високогірні Ворохта і Яблуниця; озера та термальні джерела Закарпатської області – Берегово, Солотвино, Косино; теплі та привітні в різні пори року Шацькі озера у Волинській області [74, 75].

Переваги та особливості автобудинка та кемпера наступні:

- стандартне наповнення кемпера включає усе необхідне для комфортного перебування в русі та в місці відпочинку, а саме: ліжка, кухню, холодильник, баки для технічної води, умивальник, душ, туалет, освітлення, розетки. В залежності від платоспроможності власника автобудинку це може бути як скромний автобудинок із

мінімальним набором необхідних функцій, так і елітний будинок на колесах;

- в утеплених кемперах комфортно мандрувати навіть взимку, при цьому можна використовувати альтернативні джерела енергії, які з одного боку, є безкоштовними при використанні для туриста і не шкодять природі з іншого боку;
- можливість тривалого відпочинку – біля туристичного місця автономно, без спілкування із іншими туристами, організація усамітненого відпочинку, за умови достатнього запасу води, газу та наявності сонячних панелей;
- зручніше управляти однією автомобільною одиницею, тобто автобудинком аніж автомобілем з причепом. Хоча для тих туристів, хто віддає перевагу відвідуванню великих міст, з метою подивитися їх історичні пам'ятки або скуштувати національну їжу, автомобілі з причепами є зручним варіантом подорожі, адже причіп можна від'єднати та залишити на стоянці, а самому зручно подорожувати незнайомим містом на звичайному власному автомобілі. Тобто, вибір між будинком на колесах та автівкою із туристичним причепом робить турист в залежності від своїх планів на туристичні подорожі;
- під час руху є доступ до всіх зручностей всередині, без необхідності виходити на вулицю, щоб увійти до причепу, тобто перехід від кабіни водія до інших локацій відбувається всередині автомобіля, що є доволі зручною опцією з точки зору необхідності перевзуватися чи переодягатися, наприклад, взимку та з точки зору безпекових умов.

Переваги та особливості туристичних причепів:

- в першу чергу, їх ціна, адже причепи коштують значно менше аніж автобудинки. Разом з тим, в залежності від платоспроможності

власника, причіп може бути обладнаний доволі дорогими девайсами та зручностями;

- економія на пальному. Як вказують власники туристичних причепів, розхід на паливо не дуже відчутний у порівнянні із звичайним пересуванням автомобіля, а ось власники караванінгів заявляють про значні витрати на паливо, адже двигун повинен бути потужним, аби караван йшов легко в будь-якій місцевості;
- причіп можна залишити в кемпінгу та далі подорожувати новим містом комфортно, адже габарити автівки звичайні. Знову ж таки, туристичний причіп більше підходить тим, хто планує його відчіпляти декілька разів впродовж подорожі з метою відвідування туристичних локацій на звичайному автомобілі, разом з тим, якщо турист не має намір відчіпляти причіп, то на нашу думку, зручніше є застосування повноцінного будинку на колесах, а не туристичного причепу;
- при пересуванні автомобіля з причепом треба обирати гарні дороги аби забезпечити безпеку та маневреність, разом з тим треба визнати, що турист не завжди заздалегідь знає якість покриття, по якому він буде пересуватися, тож ретельне планування маршруту автомобіля з туристичним причепом є запорукою успішної туристичної подорожі.

Таким чином, можна підсумувати, що в Україні є всі передумови для розвитку караванінгу, але поки що немає широкого розуміння доступності та привабливості цього виду відпочинку та пересування під час подорожі у населення України. Недоліки караванінгу: відносно велика ціна на автобудинки та туристичні причепи, невисокої якості автомобільні дороги в Україні, недостатньо спеціально облаштованих місць для стоянки та заправки, відсутність стійкого Інтернет-зв'язку в деяких куточках країни. Переваги караванінгу наступні: мобільність, доступність цікавих місць, достатність прав категорії «В», а також

автономність і високий рівень комфорту, можливість сімейного відпочинку, що сприятиме згуртованості родини; можливість подорожувати із домашніми улюбленцями; можливість економити на готелі. Для більш широкого розвитку цього виду туризму потрібно розбудовувати автомобільні шляхи сучасними матеріалами, робити туристичні локації більш доступними, а також стимулювати виробників автобудинків та туристичних причепів на державному рівні, за умови обладнання цих транспортних засобів двигуном, дружнім по відношенню до навколишнього середовища.

Можна підсумувати, що в Україні є усі передумови для розвитку туризму Staycation, адже країна знаходиться в різних кліматичних поясах, є різноманітні туристичні локації на всі смаки – від гірськолижних курортів до пляжного відпочинку на березі моря. Є розвинена транспортна інфраструктура, яка дозволяє використовувати залізничний та автомобільний транспорт в туризмі. В наявності достатньо «туристичних магнітів» (і цей перелік можна ще розширювати), тобто потенційно привабливих для туриста місць відвідування. Є туристична інфраструктура, яка гарно зарекомендувала себе впродовж десятиліть. Разом з тим, задля більш потужного розвитку внутрішнього туризму в Україні, галузь потребує коштів на втілення інновацій в туризмі, особливо розвиток цифрових послуг із застосуванням штучного інтелекту та використання «зелених» технологій.

Розділ 4

БЕЗБАР'ЄРНИЙ ПРОСТІР У ТУРИЗМІ ТА ГОСТИННОСТІ: СВІТОВИЙ ДОСВІД, УКРАЇНСЬКІ РЕАЛІЇ ТА МОЖЛИВОСТІ

4.1. Пріоритетні напрямки створення безбар'єрного простору

Ускладненість сьогоднішньої ситуації в нашій країні значно зменшує можливість розвитку будь-якого туризму, не кажучи вже про туристичні інновації для населення, яке має певні додаткові потреби для якісного відпочинку. Власне кажучи, і в більш хороші часи, люди з певними вадами часто не могли дозволити собі всі барви якісних подорожей, розваг, дозвілля, одним словом – туризму. Й мова тут взагалі не йде про їх статус у суспільстві, матеріальне становище, наявність роботи, а банально – про фізичні або фізіологічні відмінності, які не дозволяють вільно переміщуватись у просторі через ваду зору, втрату кінцівок тощо; орієнтуватись – через порушення інтелекту чи психічні захворювання; спілкуватись – через ваду слуху чи мовлення, і власне, харчуватись – через певну перенесену або хронічну хворобу, яка потребує суворої дієти.

Це питання набуло своєї актуальності вже дуже давно, проте досліджувати його й впроваджувати в дію певні рішення почали досить нещодавно (у 60-х роках XX ст.), а в нашій країні й того пізніше, незважаючи на те, що кількість людей з інвалідністю завжди була достатньо високою й кожного року збільшувалась і продовжує збільшуватись, особливо в сьогоденних реаліях війни. Таке зростання наразі відбувається не лише за рахунок поранених бійців, а й мирного населення за різних причин та обставин.

За даними Державної служби статистики України на 1 січня 2021 року налічувалось 2 мільйони 703 тисячі людей з інвалідністю (загальна чисельність населення – 41,5 млн осіб), з них: 222,3 тисячі людей з інвалідністю першої групи, 900,8 тисячі – другої групи,

1 мільйон 416 тисяч – третьої групи, 163,9 тисяч – діти [77]. За даними Міністерства соціальної політики, Міністерства охорони здоров'я та Пенсійного фонду України, на початку 2023 року загальна кількість осіб з інвалідністю вже складала 2 721,7 тис осіб (загальна чисельність населення – 33,2 млн осіб), з яких: 204,9 тисячі людей з інвалідністю першої групи, 888,7тисячі – другої групи, 1 мільйон 472 тисячі – третьої групи, 156,0 тисяч – діти [78]. А якщо говорити про зміну загальної кількості осіб з інвалідністю саме в період військових дій, то за два роки вона збільшилась на понад 300 тисяч або ж на 10 % і, в загальному обсязі, сягнула понад три мільйони осіб [79].

За зрозумілих обставин, на жаль, сьогодні питання актуальності та необхідності інновацій в сфері допомоги та реабілітації осіб з інвалідністю в нашій державі навіть не виникає. Окрім військових, які отримали інвалідність внаслідок тяжких поранень, збільшилась і кількість людей, які здобули її через постійні величезні стреси, пов'язані з вимушеним переїздом із рідної домівки, перебуванням в окупації, втратою родичів та друзів, постійними вибухами та страхом за життя своє та своїх близьких, що в свою чергу призвело до появи або загострення різних серйозних хвороб. При чому, це стосується не лише дорослих, а й дітей.

Тому, окрім реабілітаційних заходів, для таких осіб має вкрай важливе значення відновлення фізичного і морального стану за рахунок якісного відпочинку віддалені від джерела стресу.

Відпочинок людини з особливими потребами має якісно походити на відпочинок здорової людини. Звісно, за своїм складом і характером, він може дещо відрізнятися, але однозначно повинен бути повноцінним. Однак, саме із цим і виникає багато проблем. Не лише більшість закладів для відпочинку не мають відповідного обладнання, інформаційної комунікації, досвіду праці та спілкування з такими особами, а й

елементарно буває відсутня можливість дістатись до місця призначення через невідповідну інфраструктуру міст і невідповідність транспорту.

В рамках даної роботи розглянемо шість основних категорій інвалідності (розрізняють п’ять категорій, ми додатково виділили категорію осіб з порушенням/втратою мовлення) та, визначені законодавством, п’ять причин та три групи інвалідності (рис. 4.1).

Згідно пункту 26 Положення про порядок, умови та критерії встановлення інвалідності, причинами інвалідності є:

- загальне захворювання;
- інвалідність з дитинства;
- нещасний випадок на виробництві (трудове каліцтво чи інше ушкодження здоров'я);
- професійне захворювання;
- поранення, контузії, каліцтва, захворювання [80].

До категорій інвалідності відносимо:

1. Фізичні недоліки, а саме порушення опорно-рухового апарату;
2. Порушення інтелекту і психічні захворювання;
3. Порушення функцій слуху (глухі та слабочуючі);
4. Порушення функцій зору (сліпі та слабозорі);
5. Порушення роботи внутрішніх органів, тобто інвалідність за «загальним» захворюванням (цукровий діабет, бронхіальна астма, онкозахворювання та інше);
6. Порушення/втрата мовлення.

Згідно пункту 27 Положення про порядок, умови та критерії встановлення інвалідності, виділяють три групи інвалідності:

І група – особи, які втратили працездатність і потребують постійного догляду чи допомоги (має дві підгрупи: А1 – повна втрата здатності до самообслуговування, Б1 – часткова втрата здатності до самообслуговування);

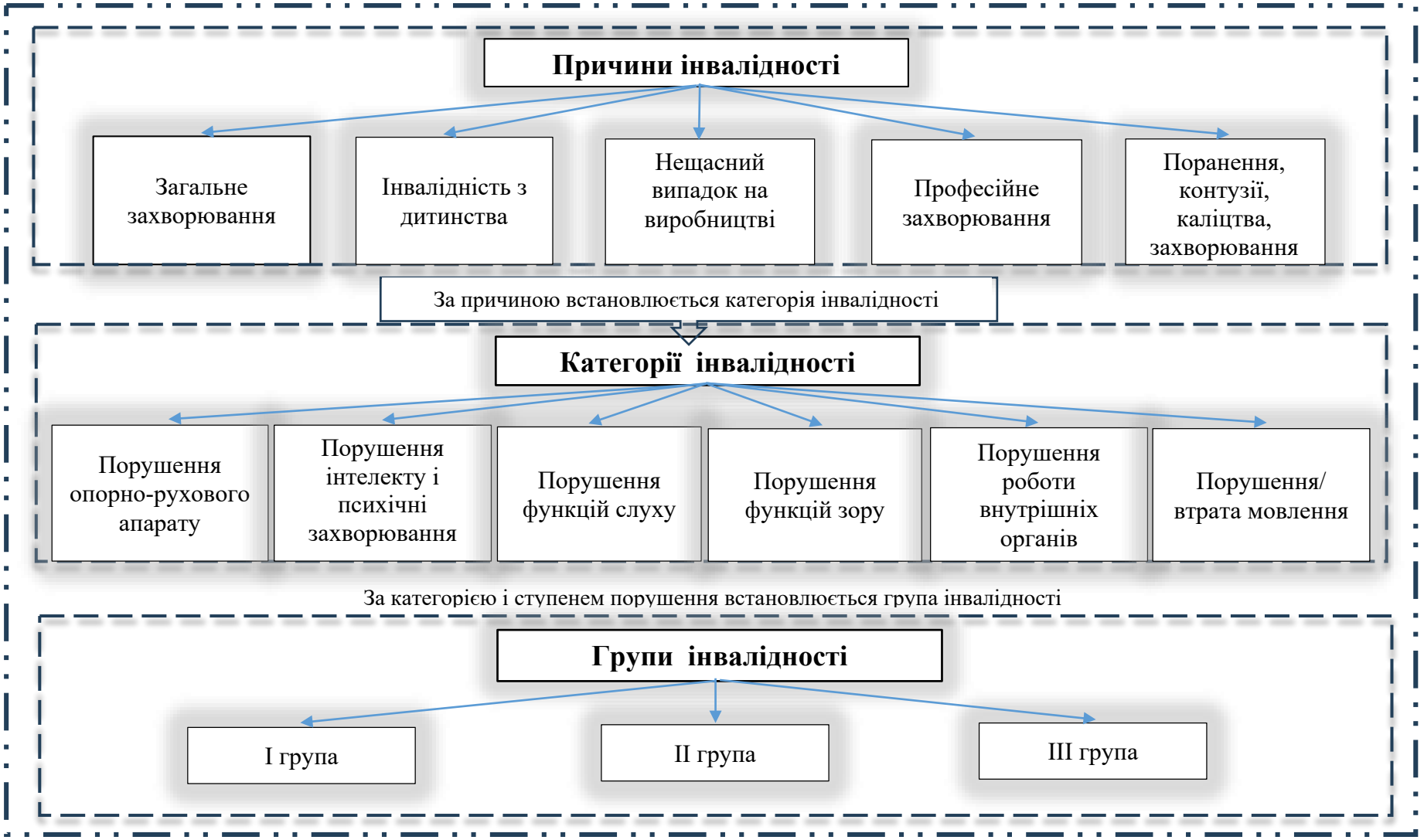


Рис. 4.1. Модель процесу прийняття рішення щодо встановлення відповідної групи інвалідності.

Джерело: *розробка автора*

II група – особи, що здатні себе обслуговувати, але не можуть працювати або провадити іншу діяльність в повному обсязі чи в звичайних виробничих умовах. Має декілька категорій:

- обмеження самообслуговування II ступеня – особа здатна себе обслоговувати за допомогою додаткових пристроїв, засобів або сторонньої допомоги;
- обмеження здатності до самостійного пересування II ступеня – особа здатна самостійно пересуватися за допомогою додаткових пристроїв, засобів або сторонньої допомоги;
- обмеження здатності до навчання II ступеня – особа нездатна до навчання або здатна, але за спеціальною індивідуальною програмою або спеціалізованому закладі;
- обмеження здатності до трудової діяльності II ступеня – особа нездатна виконувати окремі види трудової діяльності або здатна, але за допомогою додаткових пристроїв, засобів, спеціально обладнаного робочого місця чи сторонньої допомоги;
- обмеження здатності до орієнтації II ступеня – особа може орієнтуватися в часі і просторі за допомогою інших осіб;
- обмеження здатності до спілкування II ступеня – особа здатна до спілкування за допомогою додаткових пристроїв, засобів чи сторонньої допомоги;
- обмеження здатності контролювати свою поведінку II ступеня – особа здатна контролювати свою поведінку (частково чи повністю) тільки зі сторонньою допомогою.

III група – особи, які можуть працювати, але з полегшеними умовами чи/та скороченим часом. Має такі категорії:

- обмеження самообслуговування I ступеня – особа здатна самостійно себе обслуговувати за допомогою додаткових пристроїв, засобів;

– обмеження здатності самостійно пересуватися I ступеня – особа здатна самостійно пересуватись, витрачаючи більше часу або частково пересуватись, або пересуватись на скорочені відстані;
– обмеження здатності до навчання I ступеня – особа здатна навчатися в закладах загального типу за допомогою додаткових пристроїв, засобів чи сторонньої допомоги (без урахування персоналу, що провадить процес навчання) або дотримуючись спеціального режиму навчального процесу;
– обмеження здатності до трудової діяльності I ступеня – особи з частковою втратою можливості повноцінно провадити трудову діяльність (втрата професії, значне обмеження кваліфікації або зменшення обсягу професійної трудової діяльності більше ніж на 25 відсотків, значне утруднення в набутті професії чи працевлаштуванні осіб, що раніше ніколи не працювали та не мають професії);
– обмеження здатності до орієнтації I ступеня – особа здатна орієнтуватись в часі та просторі за допомогою додаткових пристроїв, засобів;
– обмеження здатності до спілкування I ступеня – особа здатна спілкуватись, але зі зниженою швидкістю, меншим обсягом передавання, отримання та засвоєння інформації;
– обмеження здатності контролювати свою поведінку I ступеня – особа частково здатна контролювати свою поведінку за певних обставин [80].

Для людей з різними вадами існують й різні проблеми в реалізації власних цілей, різні потреби для втілення цих цілей, а також різні способи їх досягнення. Наразі, в нашій країні, такій людині потрібно бути віртуозом, щоб втілити в життя заплановане на день завдання. Існує безліч перепон і недоробок, що заважають цьому, а саме:

1. Люди з порушенням зору. Для їх безпечної життєдіяльності має бути все впорядковано, починаючи з обстановки вдома і закінчуючи міськими вулицями. Якщо в своїй оселі людина може обладнати все для своєї зручності, то за її межами це неможливо. Починають виникати проблеми з міською інфраструктурою (тротуари, неозвучувані світлофори, загромаджені підземні переходи); транспортом (не в усіх видах наземного транспорту є сповіщувачі зупинок і немає можливості дізнатись номер автобусу чи тролейбусу, в більшості метрополітенів відсутній відповідний персонал, який міг би супроводити незрячого або слабозорого); дозвіллям (в музеях зазвичай заборонено торкатися експонатів, театри не забезпечують біноклями слабозорих відвідувачів, спортзали не можуть надати належної індивідуальної підтримки); доступом до інформації (досить незначна кількість сайтів має озвучку, особливо це стосується сайтів державних органів, на телебаченні зазвичай необхідна інформація (контакти, адреса) прописується але не озвучується, на вокзалах взагалі немає жодної можливості дістати необхідну інформацію про напрямки та розклад руху потягів); освітою (в більшості закладів освіти відсутні відповідні підручники, голосові програми екранного доступу та інші технічні засоби, крім того викладацький склад не має досвіду та навичок роботи з такими дітьми) тощо [81].
2. Люди з порушенням слуху. Одразу таких людей можна не розпізнати, оскільки немає видимих допоміжних пристроїв (вони можуть бути, але їх розмір не великий і одразу їх можна не помітити). Дізнатись про таку особливість можна лише під час комунікації, де знову ж таки виникають складності. Мало хто розуміє і володіє мовою жестів. Більше того, вона суттєво відрізняється за своєю семантикою та порядком слів у реченні від звичайного письма. Тому, людям з порушенням слуху важко

формулювати свою думку письмово, особливо коли мова йде про складні речення. Ця ж проблема ускладнює й перегляд фільмів чи новин, де наявні субтитри. Найкращою практикою в цьому сенсі є наявність сурдоперекладу – інструменту комунікації для людей з порушенням слуху. Гарним прикладом виступила «Укрзалізниця». В рамках проєкту «Безбар'єрна залізниця» на Центральному залізничному вокзалі в Києві та Львові встановили планшети з можливістю зв'язатися з перекладачем жестової мови [82].

3. Люди з інтелектуальними порушеннями. Такі особи мають складності зі сприйняттям питань та відповідями на них. Це відбувається через обмежене розуміння матеріалу та знижені навички спілкування. Через ці ж вади мають місце й складності з читанням та письмом. Крім того, можуть виникати проблеми з вираженням своїх переживань, думок або почуттів, що обумовлюється певними фізичними або сенсорними порушеннями. Також можуть мати місце складності з визначенням та орієнтацією у часі, концентрацією уваги, дотриманням інструкцій тощо [83]. Такі особи потребують більш делікатного ставлення та спілкування.
4. Люди з порушенням опорно-рухового апарату. Причинами таких порушень можуть бути як певні захворювання, так і травми чи ампутація, внаслідок чого виникають проблеми з вільним пересуванням. Деякі особи можуть потребувати додаткових допоміжних засобів, таких як палиці, ходунки, милиці, колісні візки тощо. Найбільшою перепоною для повноцінного життя таких людей є інфраструктура міста та транспорт. Не в усіх закладах є пандуси, не всі пішохідні переходи обладнані пологими спусками для візків, особливо це стосується не центральних вулиць міст; дуже часто зустрічаються тротуари з поганим

покриттям, ямами, що дуже ускладнює, а іноді і зовсім унеможливлює пересування; більша частина громадського транспорту має на вході сходи; не так багато курсує низькопольних автобусів та тролейбусів, крім того, за їх наявності часто відсутня можливість ними скористатись, оскільки висота зупинки не відповідає висоті такого транспорту; відсутнє обладнання типу висувної похилої платформи і багато іншого.

5. Люди з порушенням роботи внутрішніх органів, тобто інваліди по «загальному» захворюванню (цукровий діабет, бронхіальна астма, онкозахворювання тощо). Таким особам вкрай важливо дотримуватись суворого розпорядку дня. Необхідно вчасно приймати відповідні ліки чи ін'єкції, зазвичай харчуватися за графіком, дотримуватись режиму сну та відпочинку. Здавалося б, таких самих правил повинні дотримуватись й здорові люди. Однак, наявність певного «загального» захворювання, робить ці правила значно суворішими та життєво необхідними, оскільки, порушивши їх, в найкращому випадку людині може стати погано, а в найгіршому – її очікує летальний кінець. Тому, ретельне планування розпорядку дня, дотримання графіку харчування, відпочинку та наявність при собі необхідних лікарських препаратів та приладів на постійній основі, є вкрай важливим для таких осіб. А саме тут і розпочинається купа проблем: активність і завантаженість сьогоденного життя людей не дозволяє виконувати всі ці правила. Якщо взяти як приклад особу з цукровим діабетом, в такому ритмі життя, вона не те що не встигає вчасно перевірити цукор крові, а й взагалі забуває про прийом їжі або зробити ін'єкцію інсуліну, що тягне за собою дуже тяжкі наслідки. Крім того, бувають випадки, зокрема на роботі, коли просто немає можливості знову ж таки перевірити цукор чи зробити ін'єкцію через нараду, колективні збори, засідання,

конференцію тощо. Також виникає суттєвий дискомфорт, коли життєвий графік не співпадає з робочим, наприклад: за життєвим графіком о 08:00 у Вас має бути ін'єкція інсуліну та прийом їжі, а за робочим – в цей час Ви вже маєте працювати. Те саме стосується й обіду: за життєвим графіком він має бути о 13:00 або 14:00 годині, а за робочим – обідня перерва з 12:00 до 13:00. Найгірша ситуація складається, якщо передбачені відрядження або ненормований графік роботи. Ці проблеми виникають насамперед через те, що різний інсулін має різний характер, спосіб та тривалість дії, тому підлаштувати життєвий графік особи з цукровим діабетом під робочий досить складно. Те саме стосується й туристичних подорожей або поїздок на відпочинок до санаторію, чи до готелю, чи на туристичну базу, де передбачене харчування за певним графіком.

6. Люди з порушенням/втратою мовлення. Багато хто в своєму житті мав справу зі співрозмовником з такою вадою як заїкання, але мало хто знає, як правильно спілкуватись з такою людиною. Начебто нам вважається, що допомагаючи продовжити думку, чи договороти складне слово, ми робимо добру справу, щоб людина зайвий раз не напружувалась під час бесіди. Але все відбувається зовсім навпаки. Таким чином ми змушуємо співрозмовника з такою особливістю відчувати сильне хвилювання та почувати себе незручно через неможливість швидко і зрозуміло висловити свою думку, що в свою чергу ще більше посилює проблему заїкання. Що стосується осіб з втратою мовлення, то в більшості випадків вони потребують супроводу.

Варто відмітити, що «Укрзалізниця», піклуючись про своїх клієнтів, встановила оповіщення жестовою мовою у швидкісних поїздах та на екранах вокзалів міст Києва та Львова. Ці оповіщення містять інформацію про початок повітряної тривоги, розташування вбиралень,

дитячих зон, допоміжні сервіси на вокзалах і в поїздах та іншу важливу інформацію. Крім того, працівники інформаційних зон вокзалів Києва, Дніпра, Харкова, Запоріжжя, Одеси, Ужгорода, Вінниці, Чернівців, Львова, та Івано-Франківська використовують планшети зі спеціальним додатком, що при першій необхідності дозволяє здійснити онлайн виклик перекладача жестової мови [84].

Для подолання зазначених вище важких задач, політичні лідери України, зазначили першочергові напрямки створення безбар'єрного простору (рис. 4.2):

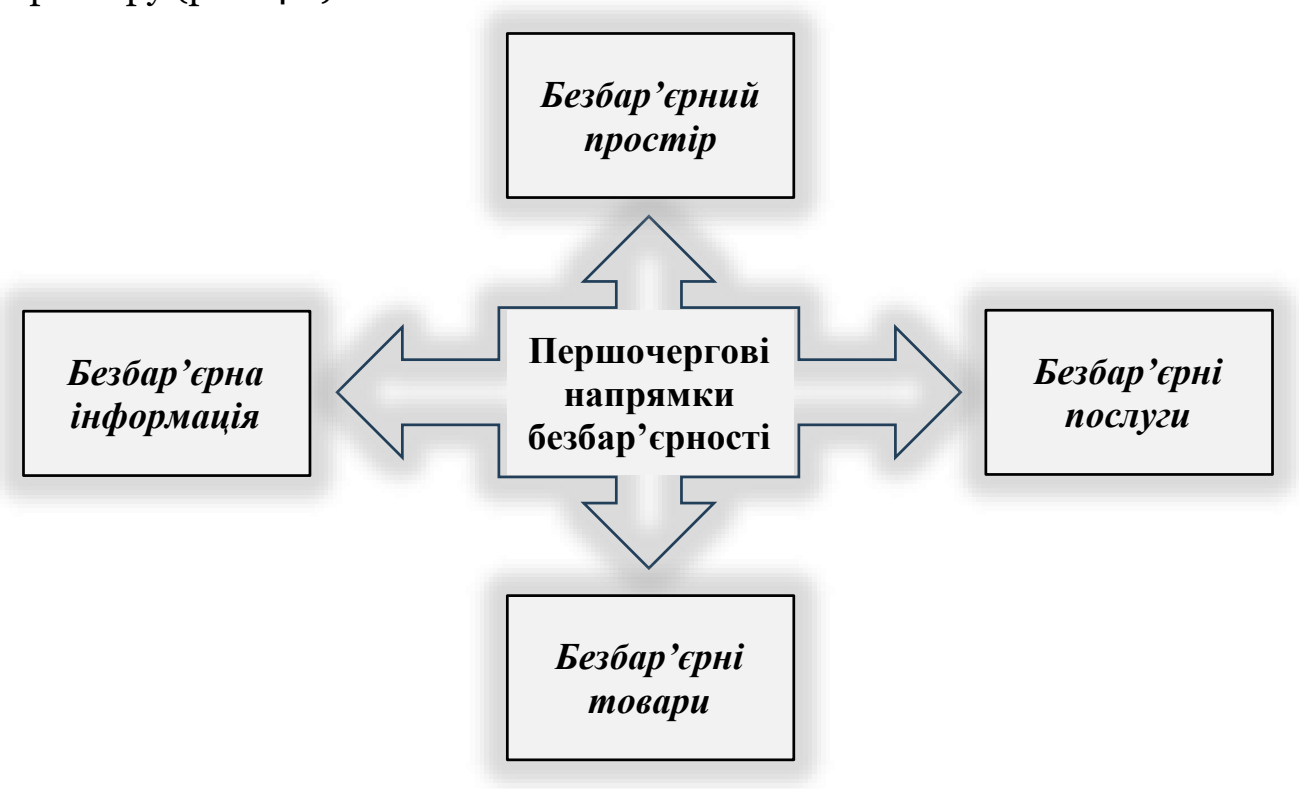


Рис. 4.2. Пріоритетні напрямки створення безбар'єрного простору.

Джерело: складено автором на основі [85, с. 87]

1. Безбар'єрний простір передбачає легкодоступність до всієї міської інфраструктури, а саме: транспортної (зупинки, громадський транспорт, вулично-дорожні мережі, майданчики для паркування), соціальної (школи, вищі навчальні заклади, медичні заклади, заклади харчування, торгові центри, театри, кінотеатри тощо), адміністративної (житлово-комунальне господарство, банки, поліція, страхові компанії тощо) та рекреаційної (сквери, прогулянкові майданчики, парки). Знову ж таки, не

можна не відмітити досягнення Укрзалізниці в рамках проєкту «Безбар'єрна залізниця», яка вже встановила спеціалізоване обладнання для маломобільних груп населення на вокзалі м. Києва та запустила адаптовані під потреби таких осіб пасажирські вагони.

2. Безбар'єрні послуги. Якщо в пункті «Безбар'єрний простір» мова йшла про можливість дістатися до певного місця призначення, то тут ідеться про доступність самих послуг і шляхів їх отримання. Існує досить великий спектр законодавчо закріплених послуг, якими можуть скористатися особи з інвалідністю щоб повноцінно жити та розвиватися:

- інформування та консультування щодо складних життєвих ситуацій та розробки плану вирішення проблем;
- натуральна допомога передбачає: надання предметів першої необхідності, таких як гігієнічні засоби, певні продукти харчування, взуття, одяг тощо. Крім того – допомогу в пранні, прибиранні, ремонті, догляді за прибудинковою територією;
- догляд для осіб з частковою чи повною втратою здатності до самостійного обслуговування (на дому, в стаціонарі): допомога у харчуванні, забезпеченні гігієни, виконанні реабілітаційних вправ, психологічна підтримка і, що дуже важливо для таких людей, організація дозвілля;
- соціальна адаптація передбачає допомогу в соціалізації, перш за все через надання психологічної підтримки та розвиток соціальних навичок, по-друге – через допомогу в налагодженні чи зміцненні сімейних зав'язків, по-третє – допомога в пошуку та адаптації до роботи та по-четверте – допомога в організації дозвілля;
- переклад жестовою мовою (для осіб з порушенням/втратою слуху та/або мовлення). Дана послуга передбачається під час відвідування фінансових установ, органів державної влади та місцевого самоврядування, аптек, шкіл, вищих навчальних

закладів, лікарень; під час замовлення та купівлі товарів (робіт, послуг), а також відвідування дозвіллєвих заходів (театри, кінотеатри, виступи, конференції) та вирішенні побутових чи особистих питань, але лише за згодою сторони, що надає дану послугу;

- соціальна реабілітація для осіб з порушенням інтелекту та психічними захворюваннями: психологічна та побутова підтримка; допомога розвитку комунікаційних здібностей, користування грошима; допомога в питаннях соціального захисту; організація дозвілля та спортивно-оздоровчих процедур;
- персональний асистент – це послуга з супроводу осіб з інвалідністю з метою їх соціалізації, розвитку самостійності, а також реалізації прав у найважливіших сферах життя та діяльності (інфраструктура, охорона здоров'я, соціальний захист, освіта і наука, зайнятість тощо);
- підтримане проживання: допомога ведення домашнього господарства в плані прибирання оселі, закупівель необхідних товарів, приготування їжі; забезпечення актуальною інформацією щодо соціального захисту населення; допомога в організації медичного патронажу;
- фізичний супровід призначений для осіб з інтелектуальними, сенсорними, фізичними, моторними, психічними та поведінковими порушеннями. Така послуга необхідна під час здійснення покупок, відвідування освітніх, медичних, реабілітаційних, соціальних закладів та переміщенні у громадських місцях і транспорті;
- тимчасовий відпочинок для родичів або інших осіб, що постійно займаються доглядом за особою з інвалідністю: така послуга передбачає тимчасове заміщення обов’язків по догляду на час

відсутності безпосереднього наглядача в місці перебування особи з інвалідністю;

– транспортні послуги – це одноразова послуга для осіб з інвалідністю, що неспроможні користуватись громадським транспортом, щоб дістатися до місця призначення першої необхідності та отримати медичну допомогу, соціальні або адміністративні послуги тощо. Для цього використовуються спеціальні транспортні засоби для маломобільних осіб або соціальне таксі [86].

3. Безбар'єрні товари. Існує цілий ряд виробів та товарів, якими мають бути забезпечені особи з інвалідністю на безоплатній основі або ж з частковою оплатою. Сюди можна віднести лікарські препарати та деякі прилади, протезно-ортопедичні вироби, ортопедичне взуття, деякі засоби для особистої гігієни, засоби для спілкування, переміщення, спеціалізовані меблі тощо. Крім того, існують та постійно створюються нові організації, об'єднання, які надають спеціальні знижки для осіб з інвалідністю. Наприклад, партнери (всеукраїнські, регіональні, інтернет-магазини) об'єднання «Українці Разом!» надають знижки інвалідам війни, родичам загиблих бійців, учасникам війни та учасникам бойових дій по програмі Соціальної Картки «Українці Разом!». Партнерами цього об'єднання є такі потужні компанії, як Comfy, WOG, Vodafone, Amic, Intercars, Intersport, Нова Лінія, Фокстрот, Планета кіно, Росинка, Brocard, KAVA; інтернет-магазини: Сантеххаус, Теплий дім, Віконний стандарт, Толстосум, Shop Security, Рукавичка, Дім меблів та багато інших.

Також слід враховувати й індивідуальні потреби та особливості кожної людини стосовно її можливостей. Якщо це особа з порушенням/втратою зору чи слуху, то для замовлення та отримання товарів можливе використання застосунків типу Sullivan+, Be My Eyes, Spread Signs, BeWarned (детальний опис наведено нижче). Для осіб з порушенням

опорно-рухового апарату важлива наявність послуги доставки товару додому. Для осіб з інвалідністю за загальним захворюванням, наприклад цукровий діабет, при замовленні готових страв, важливо знати їх склад, щоб правильно розрахувати дозування інсуліну.

4. Безбар'єрна інформація, Окрім безбар'єрного доступу до медицини, освіти, транспорту тощо, необхідно забезпечити доступність отримання вичерпної інформації стосовно цих та інших сфер. Більшою мірою це стосується осіб з порушенням/втратою слуху, зору, мовлення. Для цього необхідне впровадження та застосування технологій, що зможуть забезпечити потреби таких осіб у комунікації та вирішенні нагальних питань. Мова йде про відомі для всіх абетку Брайля, аудіокоментування, субтитри, сурдопереклад, друк великим шрифтом тощо. Але, крім цього з'явилося дуже багато корисних та зручних застосунків на смартфони, планшети, персональні комп'ютери та ноутбуки, які значно полегшують та роблять повноцінним життя таких осіб. Єдиним нескладним завданням тут є те, що людині потрібно показати та пояснити як ними користуватись. Декілька прикладів таких застосунків:

- Sullivan+ є застосунком, призначеним для людей з порушенням зору. Його функціонал озброєний озвученням текстів; розпізнаванням кольорів та світла (ввімкнене чи вимкнене); описом картинок, графіків; розпізнаванням обличь за допомогою фото;
- Be My Eyes – чудовий помічник, що допомагає людині з порушенням зору знайти волонтера, який за допомогою використання камери в режимі онлайн проведе до місця призначення, озвучуючи куди треба рухатись та де повертати, попереджаючи про сходи, бордюри, перешкоди та небезпечні місця;
- Spread Signs – це застосунок для осіб, які мають вади слуху. Він являє собою, свого роду, словник жестів і, в якому представлено

декілька мов, в тому числі українська. Тобто, за допомогою цього додатку можна навчитися спілкуватися різними мовами жестів;

– BeWarned – платформа від українського виробника для осіб з порушенням/втратою слуху. Даний застосунок, для ефективної комунікації, здатний перетворювати мову в текст та навпаки; може розпізнавати різні тривожні звуки чи сигнали (сигнал повітряної тривоги, сирени, гучний крик тощо) та сигналізувати про це світловим маячком та вібрацією. Більше того, за допомогою одного із сервісів «BeWarned», в таких людей з'явилась можливість відчути музику. Цей застосунок здатний втілити музику у формі світлового супроводу та вібрації відповідно ритму;
– Open Sesame – Touch Free Control – проривний застосунок для осіб з порушенням опорно-рухомого апарату (повна або часткова відмова/втрата кінцівок). За допомогою відповідних датчиків цей додаток може зчитувати рухи голови, адаптуючи їх під необхідні команди у смартфоні чи планшеті. Тобто стало можливим, не торкаючись екрану керувати гаджетом і здійснювати всі бажані дії.

4.2. Напрямки розвитку безбар'єрного середовища в туризмі, гостинності та супутніх сферах

Звертаючись до Плану заходів з реалізації Національної стратегії із створення безбар'єрного простору в Україні на період до 2030 року, то там намічені позитивні напрямки змін й у туризмі, гостинності та супутніх сферах (рис. 4.3).

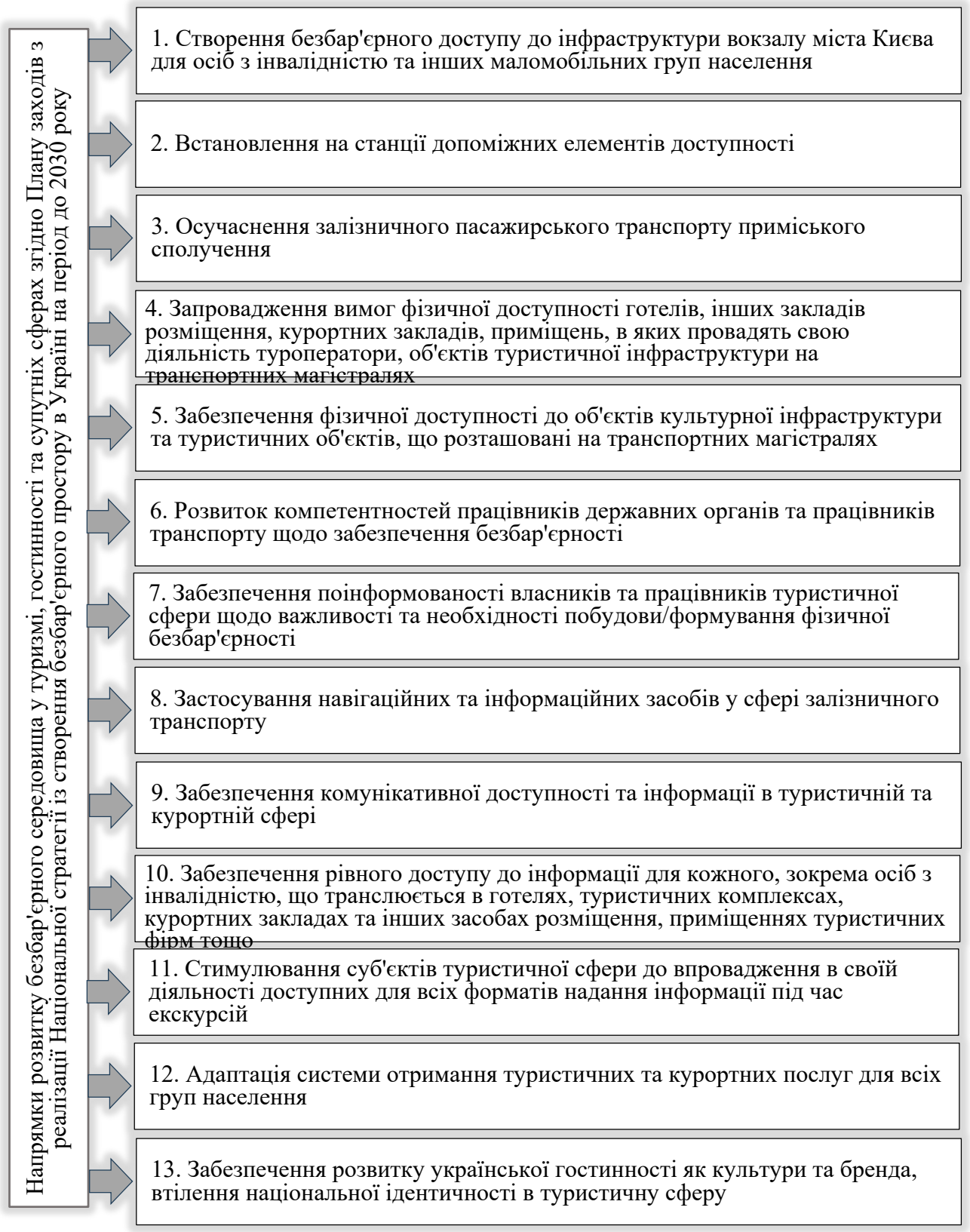


Рис. 4.3. Напрямки розвитку безбар'єрного середовища у туризмі, гостинності та супутніх сферах згідно Плану заходів з реалізації Національної стратегії із створення безбар'єрного простору в Україні на період до 2030 року.
Джерело: складено автором на основі [87]

1. Створення безбар'єрного доступу до інфраструктури вокзалу міста Києва для осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення:

- реалізація проекту «Реконструкція вокзального комплексу станції Київ-Пасажирський з розміщення допоміжних споруд для ескалаторів і ліфтів щодо безперешкодного доступу осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення до потягів і конкорсу в м. Київ, Вокзальна площа, 1»;
- переобладнання підземних переходів шляхом заміни ескалаторів на станції: встановлення на станції ліфтів для підйому та спуску маломобільних груп населення до/з кімнат відпочинку.

2. Встановлення на станції допоміжних елементів доступності:

- облаштування будівлі вокзалу, перонів та платформ тактильною плиткою;
- встановлення на платформах та сходах контрастних смуг, попереджувальних ліній для осіб з порушенням зору;
- переобладнання вбиралень для осіб з інвалідністю;
- встановлення пандусів;
- облаштування тактильною плиткою та смугами безпеки всіх входів, сходів та пандусів.

3. Осучаснення залізничного пасажирського транспорту приміського сполучення:

- внесення поправок до вимог щодо проектування залізничних відповідних змін щодо вимог до обладнання вагонів моторвагонного рухомого складу пристроями для забезпечення інклюзивності до технічних вимог та технічних завдань під час проектування нового моторвагонного рухомого складу, що планується до виробництва на вітчизняних підприємствах
- модернізація моторвагонного рухомого складу в заводських умовах з урахуванням потреб осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення.

4. Запровадження вимог фізичної доступності готелів, інших об'єктів, призначених для надання послуг з розміщення, курортних закладів, приміщень, в яких провадять свою діяльність туроператори, об'єктів туристичної інфраструктури на транспортних магістралях:

- розроблення нових критеріїв категоризації об'єктів туристичної інфраструктури відповідно до уніфікованої системи категоризації готелів «Hotelstars Union» та удосконалення діючих ліцензійних умов туроператорської діяльності з урахуванням діючих норм і стандартів забезпечення фізичної доступності (з урахуванням міжнародних вимог та стандартів);
- затвердження відповідними актами Кабінету Міністрів України нових критеріїв категоризації суб'єктів туристичної інфраструктури та ліцензійних умов туроператорської діяльності; визначення перехідного періоду для власників готелів, інших об'єктів, призначених для надання послуг з розміщення, курортних закладів, приміщень, в яких провадять свою діяльність туроператори, об'єктів туристичної інфраструктури на транспортних магістралях, в межах якого нові норми та стандарти мають бути виконані або максимально адаптовані на об'єктах.

5. Забезпечення фізичної доступності до об'єктів культурної інфраструктури та туристичних об'єктів, що розташовані на транспортних магістралях:

- створення умов для вільного доступу до приміщень бібліотек;
- розробка програми з обладнання фізичної доступності до різних туристичних об'єктів, що розташовані на транспортних магістралях;
- здійснення постійного моніторингу щодо виконання цієї програми.

6. Розвиток компетентностей працівників державних органів та працівників транспорту щодо забезпечення безбар'єрності:

– організація навчання працівників транспорту, безпосередньо задіяних в процесі перевезення щодо обладнання, що забезпечує безбар'єрність, доступність під час поїздки;
– організація спеціалізованого навчання для працівників поїзних бригад з правильного спілкування та поводження, а також надання первинної допомоги особам, що мають інвалідність.

7. Забезпечення поінформованості власників та працівників туристичної сфери щодо важливості та необхідності побудови/формування фізичної безбар'єрності:

– проведення заходів різних форматів серед суб’єктів туристичної сфери діяльності щодо законодавчої й нормативної бази з доступності та інклюзивності об'єктів, а також сучасних можливостей та тенденцій створення безбар'єрного середовища для осіб з інвалідністю. Такі заходи можуть проводитись як офлайн, так і онлайн, у вигляді конференцій, лекцій, курсів, семінарів тощо;
– проведення інформаційних заходів серед населення щодо бнзперешкодного простору для осіб з інвалідністю через радіо та телебачення, чи інтернет джерела.

8. Застосування навігаційних та інформаційних засобів у сфері залізничного транспорту:

– встановлення кнопок виклику на вокзалах;
– обладнання вокзалів навігаційними засобами типу «Метроном» - звуковий сигналізатор та інформаційно-графічних табличок та покажчиків шрифтом Брайля;
– забезпечення рівної для всіх, включаючи осіб з інвалідністю, доступності до сервісів Укрзалізниці, в тому числі, забезпечення в додатках загального користування, можливості замовлення та оплати квитків онлайн, зокрема пільгових та спеціальних місць.

9. Забезпечення комунікативної доступності та інформації в туристичній та курортній сфері:

– адаптація сайту Державного агентства розвитку туризму України та інших інтернет-ресурсів, що містять інформацію стосовно туризму та курортів для осіб з порушенням зору та/або слуху.

10. Забезпечення рівного доступу до інформації для кожного, зокрема осіб з інвалідністю, що транслюється в готельно-ресторанних комплексах, готелях, туристичних комплексах, курортних закладах та інших засобах розміщення, приміщеннях туристичних фірм тощо:

– включення вимог щодо доступності інформації для осіб з порушеннями зору, слуху в умови ліцензування та сертифікації суб'єктів туристичної інфраструктури. Забезпечення цих вимог може виконуватися за допомогою застосування голосових програм екранного доступу, передбачення можливості виклику перекладача жестової мови, застосування субтитрування, встановлення тактильних графічних покажчиків, використання шрифту Брайля;

– передбачення фахівців із супроводу під час туристичних екскурсій, що володіють жестовою мовою чи можуть забезпечити субтитрування, а також встановлення переліку вимог до таких співробітників з метою безперешкодного доступу до інформації для всіх груп населення;

– розробка рекомендацій щодо надання інформації в доступному особам з порушенням/втратою зору/слуху форматі для суб'єктів діяльності туристичної сфери та фахівців туристичного супроводу. Мова йде про переклад жестовою мовою, різноманітні озвучувальні пристрої та застосунки, наявність субтитрування й аудіокоментування тощо.

11. Стимулювання суб'єктів туристичної сфери до впровадження в своїй діяльності доступних для всіх форматів надання інформації під час

екскурсій (переклад жестовою мовою, озвучувальні пристрої та застосунки, субтитрування й аудіокоментування):

– розробка та подання акта Кабінету Міністрів України щодо запровадження механізмів стимулювання перекладу українською жестовою мовою, субтитрування, аудіокоментування та інших форматів подачі інформації під час екскурсійного обслуговування.

12. Адаптація системи отримання туристичних та курортних послуг для всіх груп населення:

– забезпечення розвитку багатомовного туристичного порталу України;

– створення реєстру суб'єктів туристичної діяльності та туристичного веб-порталу, де зазначається детальна та систематизована інформація про кожен об’єкт туристичної та курортної діяльності, його категорія, наявність ліцензії, особливості та можливості з адаптацією до потреб різних груп населення.

13. Забезпечення розвитку української гостинності як культури та бренда, втілення національної ідентичності в туристичну сферу:

– розробка та впровадження методології та стандартів у сфері обслуговування, заснованих на передовому світовому досвіді та які враховують потреби осіб з інвалідністю, туристів;

– розробка та впровадження стандартів щодо облаштування туристичної інфраструктури, що враховують потреби осіб з інвалідністю, туристів;

– організація різноманітних інформаційних заходів для працівників готелів, курортних закладів та інших засобів розміщення з метою підвищення кваліфікації [87].

Реалізація всіх цих заходів дозволить людям з інвалідністю нарешті відчути всі барви життя та якісного відпочинку. Поступове втілення

Плану заходів з реалізації Національної стратегії із створення безбар'єрного простору в Україні на період до 2030 року в усіх сферах життєдіяльності позитивно вплине не лише на осіб, що потребують цього, а й відкриє нові перспективи для держави в цілому, оскільки питання безбар'єрнсті є актуальним в усіх країнах світу. Наприклад, однією з умов вступу України до Європейського Союзу є розбудова безбар'єрного середовища, усунення дискримінаційної складової та визнання прав осіб з інвалідністю на рівні з усіма.

Крім того, ООН була прийнята Конвенція Організації Об'єднаних Націй про права осіб з інвалідністю, до складу якої входить Євросоюз і всі його країни-учасниці. В даній Конвенції говориться: «Держави-учасниці вживають, відповідно до своїх зобов'язань за міжнародним правом, зокрема міжнародним гуманітарним правом та міжнародним правом з прав людини, усіх необхідних заходів для забезпечення захисту й безпеки осіб з інвалідністю у ситуаціях ризику, зокрема в збройних конфліктах, надзвичайних гуманітарних ситуаціях та під час стихійних лих» [88, с. 2]. В сьогоденному становищі нашої країни виконання цих вимог є одним з найактуальніших питань.

Більше того, в статті 26 Хартії основних прав Європейського Союзу зазначається, що ЄС визнає і поважає право осіб з інвалідністю на користуванняя заходами, спрямованими на забезпечення їх незалежності, соціальної і професійної інтеграції та участі в житті суспільства [88, с. 2].

Неодмінно, все це має стати втіленням в життя, як у повсякденних справах суспільства, так і відпочивально-розважальних, не дивлячись на неймовірні складнощі, що вирують повсякчас. Такими потужними негативними факторами у розвитку безбар'єрного середовища, в тому числі – туристичного, виступають пандемія COVID-19 та військові події.

«Під час пандемії ковіду діяли максимальні обмеження, які стосувалися заборони проведення масових заходів, скупчення людей у

громадських місцях, було обмежено міжнародні, міжміські й навіть міські перевезення у громадському транспорті, діяв масковий режим та обов'язкове дотримання безпечної відстані у людних місцях. За таких умов було максимально ускладнене ведення будь-якої підприємницької діяльності, особливо туристичного та готельно-ресторанного бізнесу, в основу якого покладено обслуговування клієнтів у великій кількості.

З початку повномасштабного вторгнення значна кількість населення, здебільшого жінки та діти, виїхала закордон, в країні були заборонені авіаперельоти й вихід на воду морських і річкових суден, що в свою чергу значно обмежує переміщення. В багатьох містах ведуться бойові дії, деякі з них зруйновано, щодня лунають сирени та діє комендантська година. Все це максимально ускладнює діяльність, не кажучи вже про розвиток туристичного й готельно-ресторанного бізнесу – основного бізнесу, за рахунок якого живе більша частина населення західних територій України» [89, с. 118].

А отже, коли змінюються та з'являються нові зовнішні чинники впливу, як на діяльність суб'єктів господарювання, так і на життя людей, відповідно необхідні зміни й у внутрішньому середовищі. Якщо говорити про туризм та дозвілля, то тут потрібні кардинально нові підходи до формування послуг, особливо, що стосується врахування потреб осіб з інвалідністю. Необхідно, в першу чергу, враховувати можливості й уподобання таких людей, оскільки сьогодні, популярне побажання: «Щоб Ваші бажання співпадали з Вашими можливостями», для них так і залишається мрією.

На нашу думку, однією з найнедосягненіших місцин для особи з інвалідністю є гори, оскільки постійний підйом вгору, ще й по кам'янистій дорозі, а частіше за все і по дуже вузькій, робить таку подорож для людини з порушенням опорно-рухового апарату неможливою. Але, як з'ясувалося: немає нічого неможливого!

Наразі, для людей з інвалідністю в Україні, все ж таки існують походи до гір на спеціалізованих триколісних (лежачих) велосипедах або одноколісних кріслах-візках («джульєтка»), які необхідно везти удвох – одна людина попереду, інша позаду (рис. 4.4).

Але, щоб забезпечити таку подорож для однієї особи, необхідний супровід близько п’ятнадцяти чоловіків (така кількість необхідна для запобігання перевтоми, задіяних у процесі транспортування осіб). І це лише для основного переміщення, і ще декілька чоловік, які б несли воду та інші необхідні речі. Але, непомірна радість людини, яка наважилась та здійснила таку подорож, не дивлячись на власні бар’єри та страхи, не зрівняється з жодними складнощами, що виникають під час підготовки та проведення такої екскурсії.



Рис. 4.4. Ветеран війни у кріслі-візку «джульєтка» [90]

Окрім існуючої практики щодо екскурсій в гори, необхідно розвивати й інші способи. Не всі люди з порушенням опорно-рухомого апарату та на кріслах колісних можуть бути готові до такого складного шляху. Інновацією з точки зору гірського туризму для осіб з інвалідністю могло б стати створення спеціалізованих підвісних доріг з проміжними

зупинками на різних ділянках гір. В такому випадку стало б можливим легко подолати найскладніші для пересування ділянки і зупинитись у найгарніших та найцікавіших місцинах. А панорамні фунікулери забезпечили б огляд навколишньої місцевості навіть краще, ніж самостійний підйом на гору. Будь хто з тих, хто хоч раз в житті користувався підвісною дорогою, з впевненістю може сказати, що немає нічого дивовижнішого, ніж споглядати красоти нашої планети з висоти пташиного польоту. В нашій країні існує досить багато таких доріг, але нажаль жодна з них не пристосована для користування особами з інвалідністю. Звісно, побудова такого об'єкту є занадто коштовною, але в майбутньому, із розвитком інноваційної техніки і технологій та покращенням ситуації в нашій країні, цю задачу буде цілком можливо втілити в життя.

Якщо звернутись до досвіду країн світу з інклюзивності у туризмі, то є багато варіацій, що не потребують великих вкладень і, які можна було б запозичити нашій країні.

В Іспанії, а саме в місті Барселона, існує спеціалізований сайт, на якому можна ознайомитись з місцями, куди можна потрапити, доступним транспортом, готелями та іншими послугами, якими можна скористатись особам з інвалідністю, похилим людям та мамам з дітьми. І вся ця інформація структурована таким чином, що враховуються всі категорії населення. Відкриваючи відповідну вкладку, надається вичерпна інформація про бажаний об'єкт відвідування та повна інформація щодо наявності та різновиду інклюзивного обладнання й можливості їм скористатися. Крім того, на сайті передбачений пошук з фільтрами, обираючи які, система показує лише ті об'єкти, які доступні для відвідування особами з відповідними порушеннями.

Також в цій державі працює туристична агенція Barcelona Special Traveller, що спеціалізується саме на інклюзивному туризмі, пропонуючи

існуючи та розробляючи індивідуальні тури. І це, насправді, дуже зручно, актуально та широко затребувано [91].

Створення подібного туристичного сайту та подібної туристичної агенції (чи хоча б окремої послуги в існуючих агенціях) в Україні, значно полегшило б нашим громадянам пошук доступних місць та в рази збільшило кількість відвідувачів доступних об'єктів, що в свою чергу підвищило б прибутки від туристичної діяльності.

У Великобританії діє благодійна організація Tourism for all, яка допомагає створювати тури для осіб з інвалідністю з урахуванням їх потреб та побажань.

Ізраїль є однією з найбільш пристосованих держав у світі в плані безбар'єрності. В цій країні також існує туристична кампанія та широко застосовується їх спеціальний сайт Israel4All, де пропонуються різноманітні тури з адаптованими туристичними маршрутами, досвідченими екскурсоводами, що спеціалізуються на роботі з туристами з інвалідністю, спеціальне харчування, яке індивідуально підлаштовується під потреби користувачів послуги. Більше того, ізраїльський аеропорт BenHGurion передбачає індивідуальний супровід кожного туриста в кріслі колісному під час виходу з терміналу, а також для осіб з інвалідністю передбачені спеціальні митні коридори та вікна паспортного контролю. А в Тель-Авіві існує чотири офіційно зареєстровані пляжі для осіб з інвалідністю з відповідним обладнанням.

Польща також започаткувала дуже цікавий проєкт «Niepełnosprawni w górach – Razem na szczyt», метою якого є здійснення мрій осіб з інвалідністю та надання їм впевненості, що вони можуть все на рівні зі всіма, шляхом допомоги під час експедиції на вершини гір.

У Нідерландах діє спеціальна організація «Бреда для всіх», яка є представником інклюзивних організацій, установ, підприємств та надає особам з інвалідністю вичерпну інформацію щодо ресторанів, клубів, кафе, барів та розважальних закладів, парків, ботанічних садів,

обладнаних усім необхідним для їх безпечного перебування та якісного відпочинку.

Також цікавим прикладом, який можна застосувати і в українських містах, є імітація міських екскурсій в Амстердамі «CtheCity» для осіб з порушенням/втратою зору. Така екскурсія проходить у приміщенні з вимкненим світлом, в супроводі незрячого екскурсовода та з використанням палиць. Екскурсовод створює ілюзію пішої прогулянки містом, користування транспортом, відвідування пам'яток та дослідження їх на дотик, можливості зайти в бар та почастувати місцеві страви у ресторані тощо [91]. До речі, така екскурсія є дуже популярною і відповідно прибутковою.

Реалізація подібних форм інклюзивного туризму сприятиме особам з інвалідністю подолати внутрішні бар'єри, які, як відомо, є найскладнішими. Зробивши перший найважчий, але успішний крок в напрямку здійснення мрії, обов'язково будуть зроблені й наступні. З кожним відвідуванням нових місцин, екскурсій, заходів, азарт таких людей зростатиме й вони почнуть прагнути спробувати все більш нові варіанти туристичних та дозвіллєвих послуг: від спокійних, затишних, духовних до екстремальних, на кшталт катання на баггі, квадроциклах, стрибків з парашутом тощо.

Якщо брати до уваги підприємницький інтерес, то популяризація та інновації в цьому різновиді туризму є дуже перспективними, особливо на перших етапах розвитку, коли конкуренція невелика. З його розповсюдженням та збільшенням різноманіття послуг, тобто пропозиції, швидко зростатиме й попит на них, оскільки, обмеженість існуючого на сьогодні якісного туристичного та дозвіллєвого сервісу для осіб з інвалідністю, справляє негативне враження. Тому, враховуючи ситуацію, що зараз склалася в Україні, через яку, на жаль, кількість таких осіб дуже швидко зростає, наросла необхідність вживання заходів просто зараз. Бійці, що повертаються з фронту зрідка цілі й неушкоджені, а

частіше за все – тяжко поранені, з втратою кінцівок, психологічними розладами, як ніхто інший потребують, окрім звичайних протокольних реабілітаційних заходів, якісного та насиченого позитивом відпочинку. Всі люди різні і, опинившись в такій ситуації можуть потребувати різних способів відволікання від своєї особистої трагедії. Хтось бажає усамітнитись, побути наодинці зі своїми думками чи в спокійному оточенні близьких та рідних, для чого якнайкраще підійде зелений туризм у різних його варіаціях. Інші можуть прагнути, навпаки, якогось екстриму, щоб на деякий час забути геть про все погане, що відбувалося в їхньому житті і для цього можна спробувати стрибки з парашутом, дельтапланеризм, парапланеризм, дайвінг тощо. Але для цього необхідно зробити певні підлаштування під потреби осіб з інвалідністю.

Хоча в Україні вже потроху розпочинається трансформація розуміння принципової різниці між обширним поняттям «інклюзивний туризм» та примітивними – «лікувально-оздоровчі заклади», «реабілітаційні центри» «санаторно-курортні заклади» для осіб з інвалідністю, все одно, подібний стереотип ще живий та превалює над реальними потребами та бажаннями таких людей. Нажаль, сьогоденні реалії в більшості випадків можуть запропонувати таким особам лише перелічені вище псевдо найкращі варіанти відпочинку. І проблема тут не лише у доступності інфраструктурних об’єктів, а й у відсутності чи недоступності інформації про інші більш цікаві туристичні можливості. Проте, не можна не відмітити, що зараз ситуація починає потроху змінюватись. Коли, будь-яка організація, установа чи будь-хто ще, зробили хоч якийсь крок в напрямку створення безбар'єрного середовища, це починає рекламуватись на кожному кроці. І це навіть добре, оскільки, по-перше: про це стає відомо зацікавленим особам, а по-друге: це слугує своєрідним стимулом для інших підприємців, посадовців, урядових осіб у розбудові доступного простору для всіх.

Якщо будуть виконані всі заплановані у Національній стратегії із створення безбар'єрного простору в Україні на період до 2030 року заходи, якщо будуть плануватися та втілюватись в життя нові стратегії, то схематично зобразити еволюцію інклюзивного туризму очима користувачів таких послуг, можна наступним чином (рис. 4.5).

Науковці стверджують, що такий ХАБ може бути організований безпосередньо туристичною компанією в рамках будь-якого готелю чи готельно-ресторанного комплексу. Його користь та переваги очевидні не лише для розвитку внутрішнього, а й міжнародного туризму.

Цьому сприятиме організація незвичайних артвиставок, невимушених ділових та особистих зустрічей, сучасної бізнес-освіти, що поєднуватиме в собі синтез комфортної роботи, якісного відпочинку та ефективного навчання. До всього цього ще можна додати гастротури, які дозволять ознайомитись з особливостями місцевої кухні. А також, за умов суцільної цифровізації, в рамках ХАБу з легкістю можна організувати цікаві та корисні, розважальні та навчальні, ділові та інші зустрічі з діячами кіно та театру, спортсменами, посадовцями, співаками за допомогою передових цифрових технологій.

Крім того, науковці зазначають, що організація тематичних вечірок, різнопланових концертів, дегустацій національних, місцевих та авторських страв від іменитих шеф-кухарів та кондитерів, допоможе привабити не лише цінителів таких заходів, а й усіх бажаючих нестандартно та цікаво провести свій час. І все це, в свою чергу, сприятиме покращенню іміджу туристичної компанії та закладу, де проводитиметься подібний захід [92, с. 41].

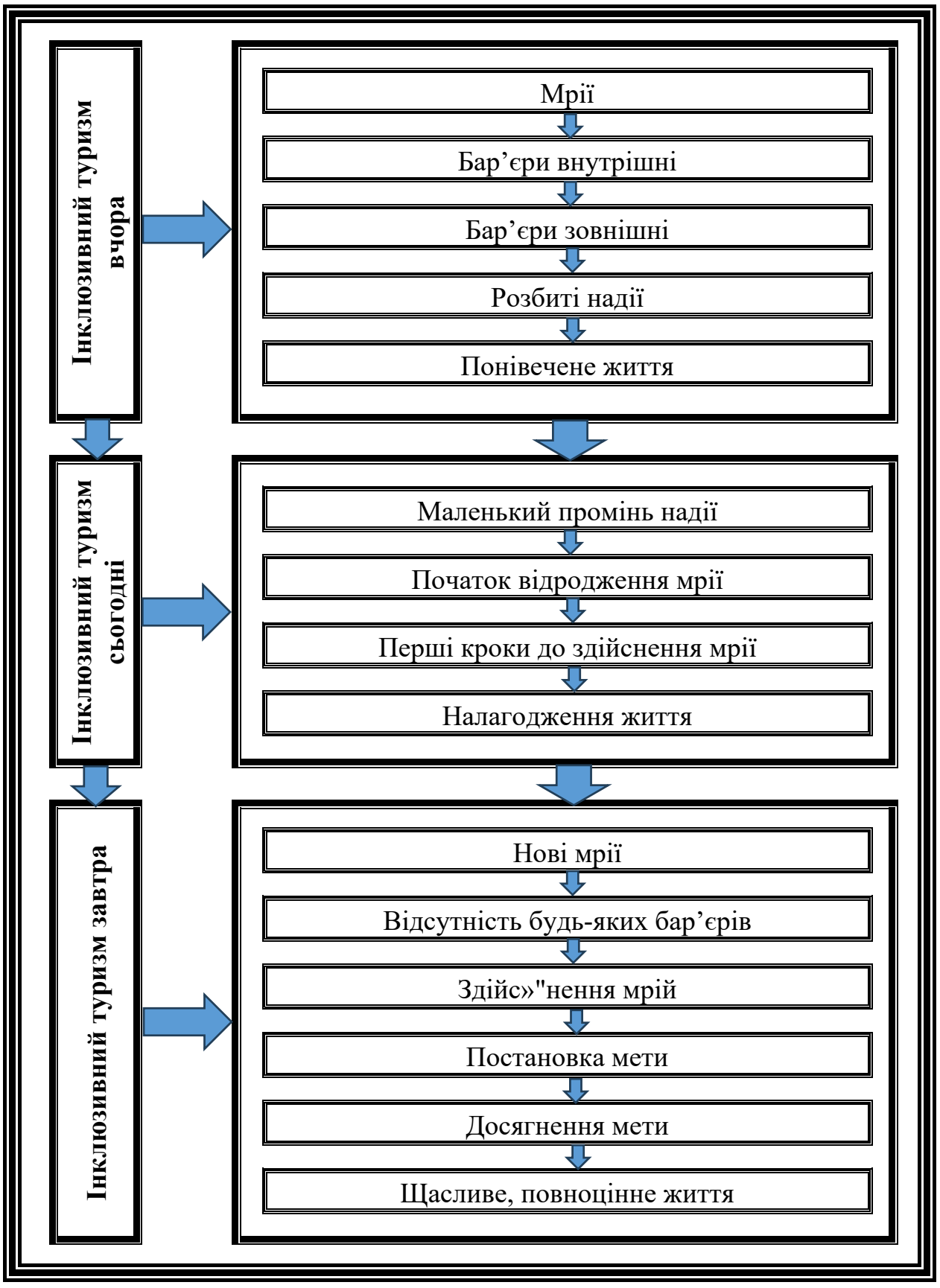


Рис. 4.5. Еволюція інклюзивного туризму очима осіб з інвалідністю в разі реалізації існуючих та створення нових стратегій і планів з безбар'єрності

Джерело: розробка автора

Абсолютно всі, надані вище пропозиції, можуть бути пристосовані й для цікавого та якісного дозвілля осіб з інвалідністю. Звісно, є певні особливості, але це все безумовно реально, не досить складно й навіть не занадто витратно. Будь-хто, втіливши ці, не то легкі, не то складні пропозиції в життя, зможе із впевненістю стверджувати, що одну, чи навіть декілька із цеглинок, на шляху до розбудови безбар'єрності, він поклав. Зупинимось більш детально на можливостях застосування цих пропозицій саме для осіб з інвалідністю.

Для осіб з інвалідністю за загальним захворюванням, які потребують суворої дієти, але бажають скуштувати вишукані страви, можна організовувати заходи з «тематичним меню». Мається на увазі меню, спеціально розроблене під певний вид захворювання і, склад якого максимально буде походити на оригінальні страви, або ж принципово нові. Такі заходи можна організовувати раз на якийсь проміжок часу для осіб з конкретним захворюванням (кожен раз іншим), щоб підігрівати зацікавленість закладом, пропонуючи кожного разу різні страви, а можна застосовувати такі меню щодня, приваблюючи постійних клієнтів, тим самим приймаючи участь у створенні безбар'єрного середовища. Такі заходи будуть цікавими як для самих працівників закладів, що їх організовують (за рахунок внесення змін у звичні щоденні посадові обов’язки), так і для осіб, що їх відвідують, оскільки під час таких зустрічей є можливість поділитися власним досвідом життя з певною хворобою та отримати безцінний досвід з життя інших.

Окрім спеціалізованого меню, під час таких заходів, чудовим була б організація презентацій таких страв, їх складу та процесу приготування, щоб кожен відвідувач був впевнений, що жоден інгредієнт йому не нашкодить, а крім того мати можливість урізноманітнити власне домашнє меню новими, цікавими та смачними стравами. В якості прикладу можна навести захворювання на цукровий діабет. Як відомо, одним з основних обмежень для таких осіб, є вживання солодкого та

швидко засвоюваних вуглеводів: цукор, мед та будь-які вироби, де вони використовуються, в тому числі соки, газовані напої, алкогольні напої, коктейлі; деякі фрукти та ягоди, типу винограду, хурми, бананів, дині, ананасу; борошняні вироби з білої муки: макарони, хліб, булочки та інша випічка тощо. А в більшості випадків такі люди є великими цінителями солодкого, перш за все причиною цього можуть бути власні гени, звички та вподобання, а по-друге – постійне обмеження, а іноді й повна заборона вживання таких продуктів харчування. А примусова відмова від чогось улюбленого та звичного, завжди породжує набагато сильніше бажання це скуштувати. Існують певні замінники цукру, але більшість із них не є корисними, а корисні – мають неприємний присмак і далекі від оригіналу смаку. Але досвідчений кухар знає як цьому зарадити та які продукти можна використати щоб надати страві солодкого смаку без використання замінників, або з їх використанням, проте уникнувши неприємного присмаку. Тому, наявність можливості скуштувати щось солоденьке й смачненьке без наслідків для власного здоров'я, обов'язково зробить таку особу постійним клієнтом закладу, де задовольняються її гастрономічні бажання та фантазії.

Більше того, для новачків у певному захворюванні, можна організовувати зустрічі з відповідними спеціалістами, які б детально пояснювали як себе поводити в ситуації, що склалася, як далі жити та, що дане захворювання – це не вирок, а спосіб життя. Особливо це буде дуже корисно та популярно серед мам, які зіштовхнулися з проблемою хвороби своїх діточок. Для них також постане можливість корисних знайомств з більш досвідченими особами, які зможуть допомогти й ділом, й порадою. А розповсюдження інформації про подібні заходи буде приваблювати все більше клієнтів до закладу, що їх проводить. Більше того, на такі зібрання можуть запрошуватись виробники певної продукції, медичних препаратів, різних пристроїв, необхідних для якісної життєдіяльності. І, відповідно, приймаючий заклад може заробляти на наданні реклами

сторонніми організаціями, звісно, якщо це не благодійний захід. Організація дегустації продуктів харчування, надання можливості випробувати інноваційний прилад чи детально ознайомитись з новітніми медичними препаратами, призначеними для осіб з певним захворюванням, є дуже важливим, а тому може стати досить популярним.

І на додаток до цього, наприкінці заходу, було б добре запропонувати невеличке анкетування, щоб дізнатись, на скільки все сподобалось та було корисним, щоб розуміти над чим працювати далі та що зацікавило відвідувачів найбільше.

Що стосується осіб з порушенням опорно-рухомого апарату та на кріслах колісних, то організація в подібному ХАБі онлайн зустрічей з відомими кіноакторами, спортсменами, ведучими, співаками, успішними підприємцями в приємній, дружній компанії та невимушеній обстановці, за чашкою кави чи келихом вина, надихне їх та залишить незабутнє враження, і знову ж таки, змусить неодноразово повернутися за наступною порцією позитиву та натхнення.

Для осіб з порушенням/втратою зору цікавими заходами можуть стати так само зустрічі з цікавими відомими діячами, відомими особами, які мають таку саму проблему, але не дивлячись на це, досягли великих успіхів. Такі люди можуть стати прикладом для наслідування, а їх особисті історії надихнути на нові несподівані звершення. Можна запропонувати цікавий захід у вигляді танцювального флешмобу. Для цього знадобиться особистий супровід для кожної особи з порушенням зору. Під час тренування, за допомогою відповідних тактильних рухів, таким особам допомагатимуть засвоїти танець. Звісно, на перших етапах парні танці будуть найкращим варіантом, але згодом є можливість перейти на соло. Основні проблеми, які такий захід допомагає подолати – це первинний внутрішній страх перед чимось новим і невідомим, страх довіритись сторонній людині, а також страх показати свою особливість привселюдно. У Києві вже навіть існує практика навчання незрячих

таким видам танцю, як кізомба, вальс, джайв, ча-ча-ча, румба, квікстеп та багато інших. Проєкт «Kizomba in touch – танці для незрячих людей» був започаткований самими незрячими ініціаторами, для реалізації якого, вони запросили в якості тренерів, своїх друзів – професійних танцюристів, а до навчання – всіх бажаючих. Учні цієї школи запевняють, що відвідування занять їх надихає, надає впевненості в собі та розкриває внутрішній світ [93].

Осіб з порушенням/втратою слуху можна зацікавити різноманітними візуальними інсталяціями, театральними виставами без слів. Більше того, можна наважитись і запропонувати зіграти в гру «Вгадай мелодію». Можливо, на перший погляд, це може здатися знущанням, але насправді це можливо. Вище ми зазначали, що існує такий додаток «BeWarned», який може сигналізувати про небезпечні звуки (сигнал автомобіля, повітряна тривога тощо) за допомогою вібрації та світлового супроводу. Але вже зараз існує його оновлена версія, яка може сигналізувати вібрацією, візуалізувати світловими сигналами та пульсацією візуального еквалайзера ритми музичних треків за тим же принципом, що й його попередник. Для організації подібної гри можна заздалегідь ознайомити гравців із треками, що можуть траплятися та допомогти розібратися всім, хто не користувався раніше цим застосунком, з його можливостями.

Подібні заходи можна організовувати як засіб дозвілля для осіб з інвалідністю не лише в межах туристичних послуг, а й місцево, що є великим плюсом. І знову ж таки, необхідно наголосити, що більшість із цих пропозицій не є занадто витратними, однак можуть стати прибутковими.

В світі, в якому ми живемо, вже давно, законодавчо всі мають однакові права. То чому ж, деякі з нас, досі не можуть фізично ними користуватися в повному обсязі. На щастя, сьогодні це питання є відкритим і актуальним. Йому присвячено багато праць і в реальності його починають потрохи вирішувати. Частіше за все, мало хто бачить,

замислюється та звертає увагу на проблеми осіб з інвалідністю. І це природно, оскільки осмислення приходить лише тоді, коли це стосується конкретної особи чи її оточення. Тому, щоб на це звернуло увагу якомога більше людей, необхідно озвучувати проблему якнайширше, пропонувати нові, цікаві ідеї її вирішення й, в решті решт, власним прикладом, спонукати до дій всіх інших. І звісно, популяризувати такі дії за допомогою, як мінімум, реклами в Інтернеті, постів у соціальних мережах та будь-яких інших доступних способів.

Підводячи підсумок, можна сказати лише одне: «немає нічого неможливого» та «було б бажання» – це два чудових вирази-мотиватори, які необхідно брати за правила власного життя та починати втілювати найнеймовірніші мрії, ідеї та цілі. І недаремно кажуть, що розпочинати будь-які зміни потрібно з себе. У випадку осіб з інвалідністю, мається на увазі – подолання внутрішніх бар'єрів, які частіше за все надають ситуації більш трагічного вигляду, ніж є насправді. А створення безбар'єрного середовища, впровадження інноваційних рішень до інклюзивного туризму не лише створять сприятливі умови для життя та відпочинку осіб з інвалідністю, а й позитивно вплинуть на розвиток держави в цілому.

ВИСНОВКИ

Пандемія COVID-19 і повномасштабна війна з Росією серйозно вдарили по туристичній галузі в Україні, але жодна з цих криз не стала вироком для українського туризму. Попри все, туристичні компанії демонструють стійкість, утримуючи свої позиції на міжнародному ринку, інвестори продовжують вірити у цей сектор, а держава підтримує його розвиток.

З огляду на трансформацію туристичних потоків у зв'язку з воєнним станом, обмеженим міжнародним пересуванням і зростаючою потребою громадян у відпочинку, оздоровленні та ментальному відновленні, особливої актуальності набуває розвиток саме внутрішніх туристичних практик.

У процесі дослідження було досягнуто таких основних результатів:

1. *Проаналізовано організаційно-економічні аспекти* функціонування туристичних кластерів як основи ефективного розвитку туристичних регіонів. Визначено перспективні напрями формування кластерних об'єднань, їх вплив на синергію ресурсів, підвищення якості туристичних послуг, зростання зайнятості населення та активізацію місцевих громад.
2. *Висвітлено значення сільського зеленого туризму* як інструменту збереження національної ідентичності, підтримки локальної економіки та розвитку сталого туризму. Гостинні садиби розглянуто як ефективну форму туристичного сервісу, що поєднує природні, культурні й господарські ресурси сільських територій.
3. *Зроблено акцент на впровадженні цифрових технологій* у сферу туризму. Сформульовано сучасні підходи до цифрового маркетингу, зокрема: застосування соціальних мереж, платформ для онлайн-бронювання, просування туристичних продуктів через віртуальні тури, цифрову ідентифікацію локацій тощо.
4. *Запропоновано диференційовану класифікацію інноваційних форматів внутрішнього туризму* – зокрема, staycation, сонний

туризм, скіп-ген, військовий туризм, гастрономічний, водний, залізничний, оздоровчий, релігійний, екстремальний, а також інклюзивний туризм. Розкрито потенціал кожного з напрямів та обґрунтовано доцільність їхньої активізації в умовах воєнної та повоєнної відбудови України.

5. *Окремо розглянуто формування безбар'єрного середовища у сфері туризму та гостинності.* Проведено зіставлення українського та міжнародного досвіду, запропоновано конкретні рекомендації щодо покращення доступності туристичних об'єктів і сервісів для людей з інвалідністю, маломобільних груп населення, літніх людей та інших категорій.
6. *Підтверджено необхідність державно-приватного партнерства* як основи для сталого розвитку туристичної інфраструктури. Акцентовано на ролі освітніх закладів, муніципалітетів, громадських ініціатив і малого бізнесу у впровадженні інноваційних рішень на локальному рівні.
7. *Обґрунтовано потребу у посиленні наукового супроводу* туристичних ініціатив, зокрема розробки стратегій розвитку, моніторингу ефективності регіональних туристичних продуктів та вдосконалення кадрового потенціалу галузі.

У підсумку варто зазначити, що викладені в монографії теоретичні положення, емпіричні узагальнення та прикладні рекомендації мають значну наукову й практичну цінність. Вони можуть слугувати основою для прийняття стратегічних рішень у сфері туризму, розробки регіональних програм, удосконалення професійної освіти, а також розбудови сучасної системи внутрішнього туризму, орієнтованої на сталість, доступність, якість і культурну унікальність.

Таким чином, ця наукова праця є не лише вагомим внеском у розвиток економіки туризму, а й актуальним практичним посібником для широкого кола стейкхолдерів – від науковців і викладачів до управлінців, підприємців і туристів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Olena STRYZHAK & Ramazan SAYAR & Yılmaz Onur ARI, 2022. "Geopolitical risks, GDP and tourism: an ARDL-ECM cointegration study on Ukraine," CES Working Papers, Centre for European Studies, Alexandru Ioan Cuza University, vol. 14(1), pages 85-113, May.
2. Офіційний сайт Національної туристичної організації України. Режим доступу: https://ntoukraine.org/
3. UNWTO World Tourism Barometer. URL: https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2022-6/UNWTO_Barom22_02_May_ excerpt.pdf?VersionId=5c9Q9abJCiFcJYyU_.4zmzilL3YBzI7A
4. Impact of the Russian offensive in Ukraine on international tourism. URL: https://www.unwto.org/impact-russian-offensive-in-ukraine-on-tourism
5. Visit Ukraine. Туризм в Украі ̈ні продовжує зазнавати збитків: скільки коштів галузь принесла до бюджету 2023 року. Режим доступу: https://visitukraine.today/uk/blog/1789/tourism-in-ukraine-continues-to-suffer-losses-how-much-money-did-the-industry-bring-to-the-budget-in-2023#yaki-napryami-zaznali-naibilsix-zbitkiv.
6. ДАРТ. У 2024 році до держбюджету від туристичної галузі вже надійшло 616 млн грн. Режим доступу: https://www.tourism.gov.ua/blog/u-2024-roci-do-derzhbyudzhetu-vid-turistichnoyi-galuzi-vzhe-nadiyshlo-616-mln-grn
7. Стратегія розвитку туризму і курортів до 2026 року. Режим доступу: https://www.kmu.gov.ua/npas/249826501.
8. BBC News Україна. «Вийшли на гору, почули сирену». Як переживає війну туристична галузь». Режим доступу: https://www.bbc.com/ukrainian/features-62004034.
9. Журнал Forbes Ukraine. Фабрика чипів, кредити оборонним стартапам та комбайни-дрони. Forbes ознайомився з повною Стратегією розвитку інновацій Мінцифри та обрав 10 ключових напрямків. Режим доступу: https://forbes.ua/ru/innovations/krediti-oboronnim-startapam-fabrika-chipiv-rinok-rozminuvannya-ta-kombayni-droni-forbes-oznayomivsya-iz-povnoyu-strategieyu-rozvitku-innovatsiy-mintsifri-ta-obrav-10-klyuchovikh-napryamkiv-14122023-17902.
10. Porter M. The Competitive Advantage of Nations. The Macmillan Press Limited. London. 1990. 855 p.
11. Національна економічна стратегія на період до 2030 року. Режим доступу: https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-zatverdzhennya-nacionalnoyi-eko-a179
12. Проект Закону України «Про внесення змін до Закону України «Про туризм» №4162. Режим доступу: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/ webproc4_1?pf3511=70072
13. Проект Плану відновлення України (Матеріали робочої групи «Відновлення та розбудова інфраструктури»). Режим доступу: https://www.kmu.gov.ua/storage/app/sites/1/recoveryrada/ua/restoration-anddevelopment-of-infrastructure.pdf.
14. Туризм під час війни. Як галузь виживає та готується до відновлення. Режим доступу: https://hub.kyivstar.ua/articles/turyzm-pid-chas-vijny-yak-galuz-vyzhyvaye-ta-gotuyetsya-do-vidnovlennya

15. Про туризм: Закон України від 15.09.1995 р. № 324/95-ВР [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show /324/95-%D0%B2%D1%80/
16. Зелений туризм в Україні. Режим доступу: https://ua.dorogovkaz.com/stati_zelenyj%20turizm.php
17. Терапія спокоєм і красою: чим приваблює зелений туризм у Польщі. Режим доступу: https://umoloda.kyiv.ua/number/3823/188/169833/
18. Зелений туризм у Франції: розповідь для українських освітян. Режим доступу:https://www.znu.edu.ua/cms/index.php?action=news/view_details&news_id=60680&lang=ukr&news_code=zelenij-turizm-u-frantsiyi--rozpovid-dlya-ukrayinskikh-osvityan
19. Апітерапія або лікування бджолами. Режим доступу: https://familytimes.com.ua/zdorovya/apiterapiya-abo-likuvannya-bdzholamy
20. Апітерапія — повне перезавантаження організму під час сну на бджолах. Режим доступу: https://hatarizba.com.ua/services/bdzholo-terapiia-son-na-bdzholynykh-vulykakh/
21. Лавандові поля: ТОП-7 місць, які варто відвідати Лавандові поля: ТОП-7 місць, які варто відвідати. Режим доступу: https://vidviday.ua/blog/lavandovi_polya_ukrayina/https://vidviday.ua/blog/lavandovi_polya_ukrayina/
22. Іпотерапія - метод лікування і реабілітації. Режим доступу: https://hippotherapy.in.ua/
23. Глинотерапія як метод підтримки психічного здоров'я рятувальників Вінниччини. Режим доступу: https://vn.dsns.gov.ua/news/ostanni-novini/glinoterapiia-iak-metod-pidtrimki-psixicnogo-zdorovia-riatuvalnikiv-vinniccini
24. Глинолікування. Режим доступу: https://www.pharmencyclopedia.com.ua/article/2983/glinolikuvannya
25. Доготерапія (каністерапія): зцілення за допомогою собак. Режим доступу: https://ua.crp-wroclaw.com/blog/%D0%B4%D0%BE%D0%B3%D0%BE%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%B0%D0%BF%D1%96%D1%8F-%D0%BA%D0%B0%D0%BD%D1%96%D1%81%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%B0%D0%BF%D1%96%D1%8F/?srsltid=AfmBOorhG31IrSVxIdP2R-eq098iXG-oYd4VGISZkUJMwoTnZLCnufo4
26. Каністерапія. Собаки, що лікують. Режим доступу: https://familytimes.com.ua/kanisterapiya-sobaky-shcho-likuyut
27. Charkina T.Yu., Rudenko D.S. Organization of canistherapy in the rural guest house. *Світові досягнення і сучасні тенденції розвитку туризму та готельно-ресторанного господарства*: матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції, м. Запоріжжя, 10 листопада 2023 р. [Електронний ресурс] : колектив авторів ; за заг. ред. проф. В. М. Зайцевої ; Електрон. дані. Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2023. 1268 с. С. 685-687.
28. Чаркіна Т. Ю., Зайцева В. М., Пікуліна О. В., Чернова Н. С., Полішко Т. В. Маркетингові дослідження інноваційних напрямів розвитку туристичного бізнесу в Україні. *АГРОСВІТ*. № 16. 2023. С. 39-47

29. Уряд затвердив Стратегію розвитку сільського господарства до 2030 року. Режим доступу: https://7eminar.ua/news/2205-uryad-zatverdiv-strategiyu-rozvitku-silskogo-gospodarstva-na-do-2030-roku?page=33
30. Діяльність у сфері сільського зеленого туризму Режим доступу: https://wiki.legalaid.gov.ua/index.php/%D0%94%D1%96%D1%8F%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D1%96%D1%81%D1%82%D1%8C_%D1%83_%D1%81%D1%84%D0%B5%D1%80%D1%96_%D1%81%D1%96%D0%BB%D1%8C%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%BE%D0%B3%D0%BE_%D0%B7%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D0%BE_%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC%D1%83#google_vignette
31. Святкові подорожі 2022. Як маркетологам залучити більше клієнтів у турагентство. Режим доступу: https://hub.kyivstar.ua/articles/svyatkovi-podorozhi-2022-yak-marketologam-zaluchyty-bilshe-kliyentiv-u-turagentstvo
32. Як перетворити святковий сезон 2024 на успішну маркетингову кампанію. URL: https://hub.kyivstar.ua/articles/yak-peretvoriti-svyatkovij-sezon-2024-na-uspishnu-marketingovu-kampaniyu
33. Шостак В. М., Москвич О Д. Креативний маркетинг у розвитку туристичних дестинацій. Режим доступу: file:///C:/Users/User/Downloads/3718-%D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96-3625-1-10-20240411.pdf
34. Про внесення змін до Закону України "Про туризм". Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1282-15
35. Туризм як стратегічний напрям розвитку залізничного підприємства [Текст]: монографія / О. М. Гненний, Л. В. Марценюк, Т. Ю. Чаркіна, О. В. Орловська, В. М. Проценко; Дніпр. нац. ун-т залізн. трансп. ім. акад. В. Лазаряна. Дніпро, 2020. 224 с.
36. Марценюк Л. В., Павлусенко О. В. Порівняльна характеристика автомобільного та залізничного туризму. *Економіка та держава*. №4. 2020. С. 60-67. Режим доступу: http://www.economy.in.ua/pdf/4_2020/13.pdf
37. Severino, A.; Martseniuk, L.; Curto, S.; Neduzha, L. Routes Planning Models for Railway Transport Systems in Relation to Passengers' Demand. *Sustainability* 2021, *13*, 8686. https://doi.org/10.3390/su13168686
38. Марценюк Л. В. Напрями зниження негативного впливу коронавірусу на туристичну сферу. *Науковий вісник ДДУВС*. №3, 2020. С. 214-221. DOI: 10.31733/2078-3566-2020-3-214-221
39. В Ізраїлі набирає популярності новий вид відпочинку. Режим доступу: https://glavcom.ua/world/observe/staycation-novij-vid-vidpochinku-nabiraje-populjarnosti-u-izrajili-1015631.html
40. The Secret History of 'Staycation'. Режим доступу: https://www.merriam-webster.com/wordplay/staycation-date-meaning
41. Babajide Abubakr Muritala, Ana-Beatriz Hernández-Lara, Maria-Victoria Sánchez-Rebull, COVID-19 staycations and the implications for leisure travel. *Heliyon*. Volume 8, Issue 10, 2022. https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e10867. https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2405844022021557

42. Ljubica Knežević Cvelbar, Daša Farčnik, Marko Ogorevc. Holidays for all: Staycation vouchers during COVID-19. *Annals of Tourism Research Empirical Insights*. Volume 2, Issue 2, 2021. https://doi.org/10.1016/j.annale.2021.100019.
43. E. Smeral. Impacts of the world recession and economic crisis on tourism: forecasts and potential risks. *J. Trav. Res.*, 49 (1) (2010), pp. 31-38.
44. Марценюк Л. В., Гненний М. В., Фурфаро Р. Розробка напрямів відновлення туристичної сфери України з урахуванням світових інновацій. *Науковий вісник ДДУВС*. № 1, 2023. С. 339-345. DOI: 10.31733/2078-3566-2023-1-339-345
45. Марценюк Л. Напрями логістичних трендів в транспортному секторі з урахуванням воєнного стану та розумної мобільності / Л. Марценюк, Є. Коваленко-Марченкова, М. Гненний, А. Жилкін. *Науковий вісник Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ*. 2023. Спеціальний випуск № 2 (127). С. 231-248.
46. Оставайся дома. Что такое staycation? Режим доступу: https://34travel.me/post/staycation
47. Відпочити вдома. Що таке staycation та чому це актуально для України саме зараз. Режим доступу: https://focus.ua/uk/ukraine/571528-vidpochiti-vdoma-shcho-take-staycation-ta-chomu-ce-aktualno-dlya-ukrajini-same-zaraz
48. Шість найдивовижніших туристичних трендів 2024 року. Режим доступу: https://meta.ua/uk/news/society/130007-6-naidivovizhnishih-turistichnih-trendiv-2024-roku/
49. Світом поширюється тренд на сонний туризм: що це таке та кому підходить. Режим доступу: https://1plus1.ua/snidanok-z-1-1/novyny/trend-na-sonnyi-turyzm-u-snidanku-z-11-nazvaly-naikrashchi-krainy-dlia-vidpochynku
50. Марценюк Л. В., Наливайко Л. Р. «Безбар'єрна Україна»: проблеми та перспективи. Нове українське право. 2023. № 4. С. 82-93. DOI: https://doi.org/10.51989/NUL.2023.4.11. http://newukrainianlaw.in.ua/index.php/journal/article/view/516/467
51. Отдохнуть дома. Что такое staycation и почему это актуально для Украины именно сейчас. Режим доступу: https://focus.ua/ukraine/571528-otdohnut-doma-chto-takoe-staycation-i-pochemu-eto-aktualno-dlya-ukrainy-imenno-seychas
52. Ринок українського туризму: відновлення галузі у 2024 році. Режим доступу: https://life.comments.ua/ua/article/travels/rinok-ukrainskogo-turizmu-vidnovlennya-galuzi-u-2024-roci-732519.html
53. У 2023 році туристичний бізнес сплатив на 32% більше податків. Режим доступу: https://skilky-skilky.info/u-2023-rotsi-turystychnyy-biznes-splatyv-na-32-bilshe-podatkiv/
54. Податкові надходження від туристичного бізнесу минулого року зросли на 32 %. Режим доступу: https://www.epravda.com.ua/news/2024/02/19/710125/
55. Державне агентство розвитку туризму України. Режим доступу: https://www.tourism.gov.ua/
56. Шість локацій на Дніпропетровщині потрапили до переліку «Туристичних магнітів» України. Режим доступу: https://sobitie.com.ua/novini/shist-lokaczij-na-dnipropetrovshhyni-potrapyly-do-pereliku-turystychnyh-magnitiv-ukrayiny-295623/#:~:text=%

57. ЦІКАВО: Мальовка власноруч. Режим доступу: https://petrykivka.dp.ua/petrykivka-handmade/
58. Токівський водоспад – унікальний природний феномен України. Режим доступу: https://www.dnipro.libr.dp.ua/Vodopad_priroda_graniti
59. Кар'єри з блакитною водою: де в Дніпрі та області відпочити, як на березі моря. Режим доступу: https://region.dp.ua/kar-iery-z-blakytnoiu-vodoiu-de-v-dnipri-ta-oblasti-vidpochyty-iak-na-berezi-moria/
60. Жовті Води City. Режим доступу: https://zhovtivody.city/
61. Робота без обіду: один день з директоркою Палацу культури Катериною Бєляковою. Режим доступу: https://zhovtivody.city/articles/350608/-robotu-bez-obidu-odin-den-z-direktorkoyu-palacu-kulturi-katerinoyu-byelyakovoyu
62. Кар'єр Південного гірничо-збагачувального комбінату. Режим доступу: http://tourism.dp.gov.ua/objects/karer-pivdennogo-girnycho-zbagachuvalnogo-kombinatu/
63. Свято-Троїцький кафедральний собор. Режим доступу: http://tourism.dp.gov.ua/objects/svyato-troickyy-kafedralnyy-sobor/
64. Марценюк Л. В. Напрями зниження негативного впливу коронавірусу на туристичну сферу. *Науковий вісник ДДУВС*. №3, 2020. С. 214-221. DOI: 10.31733/2078-3566-2020-3-214-221
65. Railway tourism in providing the sustainable and smart population mobility. Ye Kovalenko-Marchenkova et al 2023 IOP Conf. Ser.: Earth Environ. Sci.1269012021.
69. Oleksandr Pshinko, Larysa Martseniuk, Volodymyr Bobyl and Olena Kakhovska.Economic and mathematical models of development of the railway tourism. SHS Web of Conferences. Volume 67 (2019). Fifteenth Scientific and Practical International Conference "International Transport Infrastructure, Industrial Centers and Corporate Logistics" (NTI-UkrSURT 2019). https://doi.org/10.1051/shsconf/20196706044
67. Martseniuk Larysa, Kandel Bijay Kumar, Kovalenko-Marchenkova Yevheniia. Directions of integration of railway transport of Ukraine into the European railway network. *Philosophy, Economics and Law Review*. 2022. Vol. 2. No. 2. P. 96-109. DOI 10.31733/2786-491X-2022-2-96-109
68. Pshinko O., Charkina T., Martseniuk L., Orlovska O. Hubs as a Key Tool for Improving the Quality of the Service and Development of Multimodal Passenger Traffic. *Transport Problems*. 2022. Vol. 17, Iss. 1. P. 201–214. DOI: 10.20858/tp.2022.17.1.17.
69. Severino, A.; Martseniuk, L.; Curto, S.; Neduzha, L. Routes Planning Models for Railway Transport Systems in Relation to Passengers' Demand. *Sustainability*. 2021, *13*, 8686. https://doi.org/10.3390/su13168686
70. Марценюк Л. В., Міщенко М. І., Чернова Н. С. Визначення доцільності залучення інвестицій на концесійній основі на залізничному транспорті в Україні. *Ефективна економіка*. № 9. 2020, С. 4–11. DOI: 10.32702/2306-6806.2020.9.4 http://www.economy.in.ua/pdf/9_2020/3.pdf
71. Марценюк Л. Оцінювання запровадження безпечного виду туризму – караванінгу в Україні / Л. Марценюк, Ю. Вакуленко, Бісваджит Дас. *Науковий вісник Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ*. 2022. № 4 (119). С. 362-367.

72. Закарпаття хочуть зробити платформою для українського караванінгу. Режим доступу: https://mukachevo.net/news/zakarpattia-khochut-zrobyty-platformoiu-dlia-ukrayinskoho-karavaninhu_2371091.html
73. Кращі місця для літнього відпочинку в Україні: цікаві напрямки у 2024. Режим доступу:https://espreso.tv/suspilstvo-krashchi-mistsya-dlya-litnogo-vidpochinku-v-ukraini-2024-tsikavi-napryamki
74. Де можна відпочити в Україні влітку 2024: визначні місця на заході країни. Режим доступу: https://viking.com.ua/blog/de-mozhna-vidpochiti-v-ukrayini-litom-2024-viznachni-mistsya-na-zahodi-krayini
75. Подорож на автодомі. Режим доступу: https://mi100.info/2019/09/14/podorozhi-na-avtodomi-karavaning-shho-de-koly/
76. Марценюк Л.В., Бекіров Е.Р. Туристичні подорожі недалеко від дому: шлях до сталого розвитку. *Агросвіт,* №23, 2024. С.85-94. Режим доступу: https://www.nayka.com.ua/index.php/agrosvit/article/view/5185/5231
77. У Держстаті розповіли, скільки в Україні людей з інвалідністю. Радіо Свобода. Новини: Суспільство. 24 червня 2021. Режим доступу: https://www.radiosvoboda.org/a/news-ukraina-invalidnist-statystyka/31324501.html
78. Кількість українців з інвалідністю. Фонд соціального захисту осіб з інвалідністю. Офіційний веб-портал. Режим доступу: https://www.ispf.gov.ua/
79. За два роки кількість людей з інвалідністю в Україні зросла на 10%. ZMINA. 15 червня 2024. Режим доступу: https://zmina.info/news/za-dva-roky-kilkist-lyudej-z-invalidnistyu-v-ukrayini-zrosla-na-10/
80. Положення про порядок, умови та критерії встановлення інвалідності, затверджене постановою Кабінету Міністрів України від 3 грудня 2009 року N 1317 (1317-2009-п). Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1317-2009-%D0%BF#Text
81. Проблеми, яких не бачимо. День. 13 листопада. Режим доступу: https://day.kyiv.ua/article/cuspilstvo/problemy-yakykh-ne-bachymo
82. Проблеми, з якими стикаються люди з порушеннями слуху та як їх можна вирішити – інтерв'ю з Олегом Чебаненком. ГО ДОСТУПНО.ЮА. Режим доступу: https://dostupno.ua/problemy-z-yakymy-stykaiutsia-liudy-z-porushenniamy-slukhu/
83. Що варто пам’ятати під час спілкування з людьми з інтелектуальними порушеннями. Группа впливу. 29.02.2024. Режим доступу: https://www.vplyv.org.ua/archives/8680
84. Рішення Укрзалізниці: у швидкісних потягах Київського та Львівського вокзалів з’явилося оповіщення мовою жестів. Рубрика: все по поличках. 22.08.2024. Режим доступу: https://rubryka.com/2024/08/22/rishennya-ukrzaliznytsi-u-shvydkisnyh-potyagah-kyyivskogo-ta-lvivskogo-vokzaliv-z-yavylosya-opovishhennya-movoyu-zhestiv/
85. Марценюк Л. В., Файфер С. М. Створення безбар’єрного доступу маломобільних груп населення до транспортних об’єктів. *Верховенство права: доктрина і практика в умовах сучасних світових викликів* : матеріали Міжнар. наук.- практ. конф. (м. Дніпро, 28 лют. 2023 р.). Дніпро : Дніпроп. держ. ун-т внутр. справ, 2023. 604 с. С. 77-80.

86. Послуги та пільги для осіб з інвалідністю: що, як, де можна отримати? Міністерство соціальної політики України. 28.12.2023. Режим доступу: https://www.msp.gov.ua/news/23405.html
87. Про затвердження плану заходів на 2023-2024 роки з реалізації Національної стратегії із створення безбар'єрного простору в Україні на період до 2030 року. Розпорядження КМУ № 372-р від 25 квітня 2023 р. Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/372-2023-%D1%80#Text
88. Посібник з інклюзивності осіб з інвалідністю в операціях з надання гуманітарної допомоги, що фінансуються ЄС. Генеральний Директорат Європейської Комісії з питань цивільного захисту та гуманітарної допомоги. лютий 2019 р. Режим доступу: https://ec.europa.eu/echo/files/policies/disability_inclusion/doc_echo_og_inclusion_ukr_liens_bd_ua.pdf
89. Пікуліна О., Кукліна Т. Обґрунтування необхідності інновацій у готельно-ресторанній справі. Сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності : зб. тез доп. III Міжнар. наук.-практ. конф. (6 жовтня 2022 року, м. Львів). Львів : ЛДУФК ім. Івана Боберського, 2022. 430 с. С. 117-118
90. Ветеран війни у кріслі «джульєтка» піднявся на гору Пікуй. Укрінформ. 24.10.2024. Режим доступу: https://www.ukrinform.ua/rubric-regions/3756423-veteran-vijni-u-krisli-dzuletka-pidnavsa-na-goru-pikuj.html
91. Христина Кибукевич Інклюзивні подорожі: як світ підлаштовується під потреби людей з інвалідністю. Tripmydream. 19.09.2023. Режим доступу: https://tripmydream.ua/media/natxennya/inkljuzuvni-podorozi
92. Чаркіна Т. Ю., Задоя В. О., Пікуліна О. В. Сучасні форми організації індустрії дозвілля. *Review of Transport Economics and Management*. 2022. Вип. 8 (24). С. 39–45.
93. Рухи на дотик: під Києвом незрячих навчають танцювати кізомбу. ТСН. 12 листопада 2020 року. Режим доступу: https://www.youtube.com/watch?v=bGcotXeK2QE

Наукове видання

Чаркіна Тетяна Юріївна, Марценюк Лариса Володимирівна,

Задоя Вячеслав Олександрович, Пікуліна Олена Вікторівна

ІННОВАЦІЙНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Монографія

Електронне видання

У авторській редакції
Комп'ютерна верстка М. В. Климпотюк

Зображення для обкладинки створено з використанням інструментів платформ графічного дизайну ШІ

Формат 60х84 $^{1/16}$. Ум. друк. арк. 8,72. Обл.-вид. арк. 8,82.

Зам. № 80

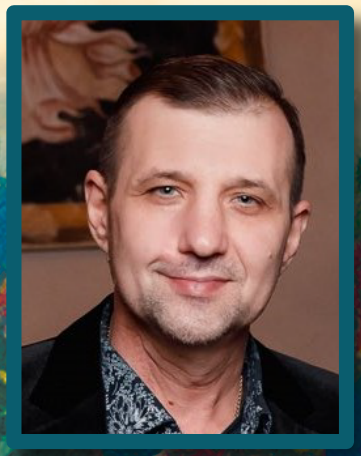
Видавець: Український державний університет науки і технологій
вул. Лазаряна, 2, ауд. 2216, ауд. 263 (наукова бібліотека)
м. Дніпро, 49010.
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 7709 від 14.12.2022



Чаркіна Тетяна Юріївна – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри «Економіка та менеджмент» Українського державного університету науки і технологій.
Коло наукових інтересів: залізничні пасажирські перевезення, туризм, готельно-ресторанний бізнес, залізничний туризм, інноваційний розвиток підприємств, управління змінами, антикризовий менеджмент, цифровий менеджмент.



Марценюк Лариса Володимирівна – доктор економічних наук, професор кафедри «Економіка та менеджмент» Українського державного університету науки і технологій.
Коло наукових інтересів: інновації, туризм, транспортний туризм, залізничний туризм, сталий розвиток, залізничні пасажирські перевезення, антикризовий менеджмент.



Задоя Вячеслав Олександрович – кандидат економічних наук, доцент кафедри «Економіка та менеджмент» Українського державного університету науки і технологій.
Коло наукових інтересів: економіка транспорту, цифровий менеджмент та маркетинг, стратегічний менеджмент в туризмі, менеджмент стартап проєктів, управління проєктами, управління маркетингом, підприємницький бізнес



Пікуліна Олена Вікторівна – кандидат економічних наук, доцент кафедри «Фінанси, облік та психологія» Українського державного університету науки і технологій.
Коло наукових інтересів: туризм, готельно-ресторанна справа, соціальна відповідальність бізнесу, фінанси, економічна безпека, безбар'єрний простір в туризмі та гостинності.

ISBN 978-617-8314-55-2 (PDF)
9 786178 314552