

**Бистрицька В.М., здобувачка освіти 1 курсу «Бакалавр»,
спеціальність 242 «Туризм і рекреація»
Науковий керівник – Любченко В.В., к.і.н.
Державний університет «Житомирська політехніка»**

Музеї Європейського Союзу для людей з особливими потребами

Музеї Європейського Союзу зіграють важливу роль у забезпеченні доступності культури для людей з особливими потребами, адаптуючи свої простори, експозиції та сервіси для відвідувачів з різними видами обмежень, що є ключовим для реалізації принципів рівності, інклюзії та поваги у сучасному суспільстві.

Інтеграція людей з особливими потребами в соціальне життя є однією з основних зобов'язань сучасних демократичних держав, а доступ до культурних ресурсів, зокрема музеїв, є суттєвою частиною цього процесу. Музеї в Європейському Союзі постійно працюють над тим, щоб стати більш відкритими та доступними для всіх груп населення, включаючи осіб з фізичними, сенсорними, інтелектуальними, а також психічними обмеженнями.

Впровадження безбар'єрних технологій, адаптивних гідів, тактильних моделей, аудіо гідів з описовим перекладом, спеціалізованих програм та інтерактивних елементів, що дозволяють глибше зануритись у контент незалежно від фізичних можливостей, стало одним з пріоритетів музейної діяльності в Європі. Таке середовище не лише сприяє кращому засвоєнню інформації, але й підтримує соціальну інтеграцію, забезпечуючи умови для спільного дозвілля осіб з різними потребами.

Також музеї Європейського Союзу активно співпрацюють із організаціями, які представляють інтереси осіб з інвалідністю, для того, щоб їхні виставки та заходи були максимально інклюзивними. Ця колаборація дозволяє забезпечити, що всі заходи безпеки, комфорту та доступності враховуються на всіх етапах організації музейного простору [1].

Незважаючи на те, що музеї Європейського Союзу активно працюють над покращенням у цьому напрямку, вони все ще зіткнулися з наступними викликами:

1. Фізичний доступ. Багато музеїв, особливо старі будівлі, не обладнані для забезпечення доступності особам на інвалідних візках чи тим, хто має обмежені можливості руху. Відсутність пандусів, ліфтів або спеціальних туалетів є серйозним бар'єром.

2. Сенсорні обмеження. Відвідувачі з вадами зору та слуху часто не можуть повноцінно сприймати інформацію, оскільки не всі музеї мають тактильні моделі, аудіогіди або субтитри до відеоматеріалів.

3. Когнітивні обмеження. Люди з інтелектуальними або психологічними порушеннями можуть відчувати труднощі з розумінням складної інформації або з великою кількістю відвідувачів. Музеї рідко пропонують матеріали або екскурсії, адаптовані до їхніх потреб.

4. Економічні та соціальні бар'єри. Висока вартість відвідування музеїв може бути бар'єром для людей з обмеженими фінансовими можливостями, що також часто перетинається з особливими потребами [2].

Однак, незважаючи на ці виклики, існують музеї в Європейському Союзі, які ефективно працюють над розв'язанням цих проблем і встановлюють високі стандарти інклюзивності. Нижче наведено яскраві приклади музеїв Європейського Союзу, які виділяються завдяки своїм інноваційним підходам до інклюзії:

1. Музей Ван Гога в Амстердамі, Нідерланди. Музей Ван Гога є одним з лідерів у впровадженні інклюзивних практик. Окрім наявності широких коридорів, ліфтів і безбар'єрних туалетів, музей пропонує спеціальні тури для відвідувачів з вадами зору. Ці тури включають описи картин Ван Гога, доступ до тактильних реплік його робіт та аудіо-описи. Додатково, музей забезпечує інтерпретаторів жестової мови для відвідувачів з порушеннями слуху [3].

2. Британський музей, Лондон. Велика Британія. Британський музей вирізняється своїми ініціативами для відвідувачів з особливими потребами, зокрема технологією індукційних петель для людей зі слуховими апаратами та пропонуванням спеціальних аудіогідів із звуковим описом експонатів. Музей також розробив мобільний додаток, що використовує доповнену реальність для забезпечення більшої інформативності та інтерактивності виставок, який є важливим ресурсом для людей з обмеженими можливостями руху [4].

3. Музей Прадо, Мадрид, Іспанія. Музей Прадо є піонером у впровадженні програм для людей з вадами зору. Проект «Touching the Prado» дозволяє відвідувачам досліджувати відомі твори мистецтва через тактильні образи, які допомагають "бачити" картини за допомогою дотику. Крім того, музей організовує спеціалізовані екскурсії з індивідуальними аудіо-описами та розробив додатки з доповненою реальністю, що допомагають людям з обмеженнями зору краще зрозуміти контекст і деталі картин [5].

4. Музей Лувр, Париж, Франція. Лувр не тільки один з найвідоміших музеїв світу, але й приклад музейної доступності. Він пропонує широкий спектр адаптацій, включаючи пандуси, ліфти, спеціально облаштовані туалети та візки для відвідувачів, які не можуть пересуватися самостійно. Лувр також

проводить спеціалізовані екскурсії та майстер-класи для відвідувачів з особливими потребами, що включають тактильні тури, а також екскурсії з аудіо-описом для сліпих і людей з обмеженим зором [6].

Попри значні досягнення в області інклюзії та доступності, музеї ЄС продовжують зіштовхуватися з викликами, які вимагають подальших зусиль, інвестицій та творчих підходів для забезпечення рівних можливостей для всіх відвідувачів. Важливим є не тільки впровадження нових технологій і послуг, але й розробка інклюзивних програм, які враховують різноманітні потреби відвідувачів, сприяючи їхньому соціальному включенню та культурному збагаченню.

Список використаних джерел

1. Magdalena Pasikowska-Schnass. Access to cultural life for people with disabilities. European Parliamentary Research Service. 2019. pp. 1-4. (дата звернення: 03.05.2024).

2. Kruczek, Z.; Gmyrek, K.; Zizka, D.; Korbiel, K.; Nowak, K. Accessibility of Cultural Heritage Sites for People with Disabilities: A Case Study on Krakow Museums. Sustainability. 2024. №16. pp. 1-18. (дата звернення: 03.05.2024).

3. Van Gogh Museum. URL: <https://www.vangoghmuseum.nl/en> (дата звернення: 03.05.2024).

4. British Museum. URL: <https://www.britishmuseum.org/> (дата звернення: 03.05.2024).

5. Museo del Prado Entry. URL: <https://www.pradomuseumtickets.com/es/> (дата звернення: 03.05.2024).

6. Louvre Museum. URL: <https://www.louvre.fr/en> (дата звернення: 03.05.2024).

**Богач Н.В., здобувач 1 курсу «Магістр»,
спеціальність 242 «Туризм і рекреація»
Науковий керівник – Любченко В.В., к.і.н.
Державний університет «Житомирська політехніка»**

**Туризм та сталий розвиток: стратегії балансу між економічними,
соціальними та екологічними аспектами**

Відповідно до визначення Світової організації торгівлі (СОТ) і Всесвітньої Ради з туризму та подорожей (World Council on Tourism and Travel, WCTT), сталий туризм – це такий вид туризму, який відповідає потребам як туристів, які відвідують туристичні центри, так і населення. Окрім цього він передбачає забезпечення та оптимізацію перспектив майбутнього розвитку. Природні ресурси використовуються таким чином, щоб задовольнити економічні, соціальні та естетичні потреби, але при цьому зберегти культурну унікальність, найважливіші екологічні особливості, різноманіття біологічних видів і життєво важливі системи [1].

На думку А. Якимчук та ін., сільський «зелений» (екологічний) туризм – це такий різновид туризму, який полягає у подорожах туристів до природних сільських, недоторканих людиною природоохоронних територій на основі раціонального природокористування з пізнавальною метою та для відпочинку, що відповідає концепції сталого розвитку. Обираючи такий вид туризму туристи вагомо не впливають на природу й територію, де вони відпочивають. Такий туризм зазвичай сприяє освіті туристів і допомагає залучити спонсорські внески на заходи зі збереження території, соціально-економічного розвитку об'єднаних територіальних громад, здатний формувати позитивний туристичний імідж місцевості. Розвиток сільського «зеленого» (екологічного) туризму здебільшого розглядається як важливий чинник збереження довкілля для майбутніх поколінь [2].

Нова форма екотуризму – сільський туризм допомагає відвідувачам отримувати переваги від мальовничої краси, культур, традицій та ритуалів регіону [3].

Основними принципами сталого туризму є:

- стимулювання та задоволення потреб спілкуватися з природою;
- знайомство з живою природою і місцевими звичаями і культурою;
- запобігання негативного впливу на природу і культуру;
- зведення до мінімуму негативних наслідків екологічного і соціо-культурного характеру, підтримка екологічної стійкості середовища;
- сприяння охороні природи і місцевому соціокультурному середовищу;
- екологічна освіта;
- участь місцевих жителів і отримання ними доходів від туристичної діяльності, що створить для них економічні стимули для охорони природи;
- економічна ефективність та забезпечення соціально-економічного розвитку території;
- сприяння стійкому розвитку відвіданих регіонів [4].

У екологічних принципах сталого розвитку туризму робиться акцент на раціональному використанні природних ресурсів, яке передбачає мінімізацію і утилізацію відходів, впровадження систем очищення та повторного використання води, матеріалів та технологій із якнайменшим впливом на природне та культурне середовище, ефективне використання енергії з можливістю залучення альтернативних джерел, зменшення шкідливої дії транспорту шляхом використання його екологічних видів [5].

Щодо економічної складової сталого розвитку туризму, то тут основними принципами є: узгодження планування та управління розвитком туризму з іншими видами економічної діяльності й напрямками розвитку країни та регіону загалом; сприяння розвитку малих і середніх підприємств; здійснення маркетингу туризму з метою підвищення ефективності місцевої економіки та зменшення тиску на довкілля шляхом більш рівномірного розпо- ділу туристів у часі і просторі [5].

У соціальній сфері програмними заходами є: налагодження зусиллями урядів тісної співпраці всіх зацікавлених сторін, включаючи національні ради з туризму, туристичні агенції та організації, приватний сектор, місцеві громади для прийняття рішень щодо розвитку туризму; забезпечення рівноправних умов для корінного населення поряд з іншими учасниками туристичного бізнесу в отриманні економічних, соціальних і культурних вигод від розвитку туризму, надання йому першочергового права на працевлаштування; повага та збереження місцевих культур, традиційних ремесел, фольклору; заохочення відповідальної поведінки туристів [5].

Для стимулювання розвитку сільського «зеленого» (екологічного) туризму важливий організаційно-економічний механізм, який включав би ефективні фінансові інструменти. Варто наголосити, що розвиток «зеленого» туризму відповідає сучасній концепції «зеленої» економіки, що є інструментом для реалізації сталого розвитку. Сучасні дослідження щодо перспектив упровадження «зеленої» економіки дозволяють

визначити пріоритетні для неї перспективні види економічної діяльності в запровадженні засад «зеленої» економіки та на які варто звернути першочергову увагу [2].

Стандарти сталого туризму для розміщення та туроператорів є стандартами, визнаними Глобальною радою сталого туризму (Global Sustainable Tourism Council- GSTC), еквівалентні критеріям для сталих (відповідних сталому розвитку) подорожей. Туризм став однією з найбільш швидкозростаючих галузей економіки та ключовим рушієм соціально-економічного прогресу. Він також є важливим чинником створення робочих місць і багатства, економічного зростання, охорони довкілля та подолання бідності. Це можливо лише за умови відповідального управління та планування туристичних зон. Підтвердивши відповідність екологічного сертифікату Sustainable Tourism, компанія зможе зарекомендувати себе як відповідальний постачальник туристичних послуг у світовому туристичному секторі та на зростаючому ринку відповідального туризму в усьому світі [6].

В умовах війни росії проти України необхідний перегляд усталених підходів як до стратегії, так і до розв'язання гострих соціально-економічних, гуманітарних і безпекових проблем розвитку держави на всіх рівнях ієрархії управління, у тому числі на регіональному. Певною мірою це стосується розвитку сфери туризму, зокрема сільського [7].

Схеми сертифікації сталого розвитку туризму розроблені для оцінки та моніторингу практик сталого розвитку. Сертифікація сталого розвитку туризму – це добровільний процес, у якому незалежна третя сторона перевіряє та підтверджує повну відповідність критеріям. Критерії схем сталого розвитку відрізняються залежно від програми, але зазвичай включають три такі чинники: екологічна стійкість, соціальна відповідальність та економічна доцільність [8].

Висновки. Сучасна концепція сталого туризму підкреслює обов'язковість збереження природної і культурної спадщини, біорізноманіття, покращення екологічного, соціального і економічного стану регіонів України, які відвідують туристи. Сталий туризм повинен стати взірцем для реорганізації, екологізації всієї індустрії туризму.

Розвиток сільського «зеленого» (екологічного) туризму є серед першочергових видів економічної діяльності для запровадження засад «зеленої» економіки.

Одним із важливих інструментів державного регулювання туристичної діяльності виступає екологічна сертифікація туризму. У сучасних умовах ведення туристичного бізнесу багато уваги необхідно приділяти виконанню комплексу заходів, спрямованих на підвищення якості надання туристичних послуг, розробленню дієвих стандартів обслуговування туристів, поліпшенню роботи всіх підприємств сфери туризму. З метою вдосконалення організації туристичної діяльності більшість країн світу застосовує спеціальні механізми впливу на суб'єктів підприємництва. Вони втілюються у запровадженні процедури стандартизації, сертифікації туристичних послуг, ліцензування туристичної діяльності, що залежать від певної моделі державного регулювання в галузі туризму. Основною метою сертифікації є зміна практики й поведінки в усіх сферах туризму, включаючи підприємства, споживачів і місцеві спільноти, а також залучення їх до сучасного процесу підвищення відповідальності щодо охорони довкілля.

Список використаних джерел:

1. Пендерецький О. В. Екологічні аспекти розвитку промислового туризму в нафтогазовидобувних регіонах України. Науковий вісник ІФНТУНГ. 2009. Вип. 4 (22). С. 148–152. (дата звернення 29.04.2023р.)
2. Якимчук А., Попадинець Н., Валюх А., Скрипко Т., Левков К. Сільський «зелений» туризм як каталізатор розвитку місцевої економіки в процесі децентралізації влади. *Agricultural and Resource Economics*. 2021. Vol. 7. No. 1. P. 232–259. DOI: <https://doi.org/10.51599/are.2021.07.01.12>. (дата звернення 29.04.2023р.)
3. Regmi, N. Rural tourism in Nepal: Development and sustainability, A case study of Parbat District, Nepal. Bachelor's Thesis, Central University of Applied Science. Finland. 2016. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/38134327.pdf>. (дата звернення 29.04.2023р.)
4. Новицька С. Р. Екологічний туризм як пріоритетний напрямок сталого розвитку туристичної сфери. Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Сер. : Географія. 2013. № 2. С. 164–169. (дата звернення 29.04.2023р.)
5. Україна: основні тенденції взаємодії суспільства і природи у XX столітті (географічний аспект) / за ред. Л. Г. Руденка. Київ, 2005. 320 с. (дата звернення 29.04.2023р.)
6. Sustainable Tourism certification. URL: <https://preferredbynature.org/certification/sustainable-tourism/sustainable-tourism-certification>. (дата звернення 29.04.2023р.)
7. Концепція соціально-економічної адаптації Львівщини до умов воєнного стану і стратегічних напрямів економічного відродження на післявоєнний період. URL: <https://doc.drohobych-rada.gov.ua/wp-content/uploads/2022/09/%D0%9A%D0%BE%D0%BD%D1%86%D0%B5%D0%BF%D1%86%D1%96%D1%8F.pdf>. (дата звернення 29.04.2023р.)
8. Sustainability certification in tourism: pursue or avoid? – Good Tourism Institute URL: <https://goodtourismstitute.com/library/sustainability-certification>. (дата звернення 29.04.2023р.)

УДК 338.48

Горшкова Л.О., старший викладач кафедри туризму та готельно-ресторанної справи

Державний університет «Житомирська політехніка»

Світовий досвід збереження та використання кулінарних традицій в туризмі

Кулінарні традиції – це цінний ресурс для розвитку туризму. Використання кулінарних особливостей для залучення туристів може дати країні ряд переваг, таких як: збільшення доходів від туризму; створення нових робочих місць; розвиток сільського господарства та виробництва продуктів харчування; збереження та популяризація культурної спадщини.

Європа має багату кулінарну історію та традиції, які протягом століть формувалися під впливом різних факторів, таких як географія, клімат, культура та релігія. Кожна країна Європи має свою унікальну кухню, яка є невід’ємною частиною її культурної спадщини.

Досвід країн Європи у збереженні та використанні кулінарних традицій в туризмі є досить вражаючим і становить величезний економічний, культурний та туристичний ресурс для цього регіону (табл. 1).

Таблиця 1

Збереження та використання кулінарних традицій в Європі

Збереження	Використання в туризмі
Створення кулінарних книг та веб-сайтів: Документування рецептів та кулінарних традицій, роблячи їх доступними для широкого загалу.	Розробка гастрономічних турів: Туристи знайомляться з місцевою кухнею, відвідують ферми, виноробні та ресторани.
Проведення кулінарних фестивалів та конкурсів: Люди знайомляться з різними кухнями та пробують традиційні страви.	Створення кулінарних маршрутів: Маршрути прокладені через міста та регіони, які славляться своїми кулінарними традиціями.
Підтримка місцевих виробників: Уряди та некомерційні організації надають підтримку фермерам та виробникам продуктів харчування для збереження традиційних методів виробництва.	Проведення кулінарних майстер-класів: Туристи навчаються готувати традиційні страви.
Навчання кулінарній майстерності: Професійні кухарі та кулінарні школи навчають наступне покоління кулінарів традиційним рецептам та методам приготування їжі.	Реклама кулінарних фестивалів: Фестивали приваблюють туристів можливістю спробувати місцеві продукти та взяти участь у цікавих заходах.

Джерело: складено автором на основі [2]

Низка країн Європи вдало використовують свою кулінарну спадщину для привертання туристів та розвитку гастрономічного туризму.

1. Італія:

Італія славиться своєю різноманітною кухнею, включаючи піцу, пасту, сир та вина. Кожний регіон має свої унікальні страви та традиції готування.

- Велика увага приділяється розвитку гастрономічного туризму через організацію кулінарних екскурсій, фестивалів та дегустацій вин.

2. Франція:

- Франція відома своєю вишуканою кухнею та винами. Регіони як Бургундія, Шампань, Нормандія та Прованс є місцями паломництва для гурманів.

- У цілому Франція активно розвиває гастрономічний туризм через організацію фестивалів, кулінарних курсів та дегустаційних турів.

3. Іспанія:

- Іспанія славиться своєю тапас-кухнею, паельєю та винами. Регіони як Каталонія, Андалусія та Баскія відомі своєю унікальною кулінарною спадщиною.

- Кулінарні тури та фестивалі, такі як «La Tomatina» або фестиваль «Сант Себастьян», приваблюють туристів з усього світу.

4. Греція:

- Грецька кухня є символом традицій та культури. Страви, як мусака, сувлакі та грецький салат, привертають багато туристів.

- Кулінарні тури та фестивалі, які присвячені оливковій олії, сирі фета та винам, є популярними серед гостей.

5. Угорщина:

- Угорщина відома своєю традиційною кухнею, зокрема гуляшем та локшинами. Будапешт є одним з найбільших гастрономічних центрів Європи.

- Кулінарні фестивалі та гастрономічні тури приваблюють туристів, що бажають пізнати та скуштувати угорські страви [7].

Ці країни успішно використовують свою кулінарну спадщину для приваблення туристів та стимулювання економічного розвитку через гастрономічний туризм.

Досвід країн Азії у збереженні та використанні кулінарних традицій в туризмі вражає різноманітністю та багатством культурних елементів, що відображаються у їхній кухні. Нижче розглянемо деякі приклади країн Азії та їхні підходи до збереження та використання кулінарних традицій у туризмі:

1. Японія:

- Японська кухня славиться своєю витонченістю, простотою та використанням свіжих та сезонних продуктів.

- У Японії популярні кулінарні майстер-класи, де туристи можуть навчитися готувати суші, супи рамен, темпура та інші страви.

- Ресторани зі зірками Мішлен, аутентичні японські трактири та ринки продуктів є важливими атракціями для гастрономічних туристів.

2. Таїланд:

- Таїланд відомий своєю вишуканою та різноманітною кухнею, де поєднуються смаки, аромати та текстури.

- У курортних місцях, таких як Пхукет та Крабі, організовуються кулінарні тури, які включають в себе відвідування місцевих ринків, майстер-класи з готування тайських страв та дегустації традиційних страв.

3. Індія:

- Індійська кухня вражає різноманітністю смаків, використанням спецій та індивідуальним підходом до готування.

- Величезний асортимент вегетаріанських страв робить Індію привабливою для вегетаріанських туристів.

- У містах, таких як Делі, Джайпур та Мумбаї, організовуються кулінарні тури, де можна вивчити секрети приготування тандури, біряні, карі та інших страв.

4. Китай:

- Китайська кухня відома своєю різноманітністю регіональних стилів готування та використанням свіжих інгредієнтів.

- У крупних містах Китаю, таких як Пекін, Шанхай та Гуанчжоу, популярні кулінарні тури, що включають в себе відвідування місцевих ринків, ресторанів та кулінарні майстер-класи [7].

Ці країни Азії активно використовують свою кулінарну спадщину як важливий аспект туризму, надаючи туристам можливість не лише скуштувати аутентичні страви, а й вивчити та зануритися у місцеву культуру через кулінарні враження.

Список використаних джерел

1. Басюк Д.І., Бадешенкова К.С. Дослідження винного туризму в Україні. Збірник наукових праць «SWORLD». 2014. №1. Т.37. С.48-56. Бізнес. Схід. URL: <https://bizshid.com/>.

2. Петренко О. Збереження та використання українських кулінарних традицій у туризмі. Туристичний вісник, 2020. № 15(2), С. 78-92.

3. Ковальчук І., Сидоренко В. Кулінарний туризм в Україні: особливості та перспективи розвитку. Готельно-ресторанний бізнес, 2018. №5(3), С. 45-59.

4. Литвиненко Н. Українська кухня як інструмент приваблення туристів. Туристична економіка, 2019. № 12(1), С. 34-47.

5. Михайлюк О.Л., Хумаров О.А. Перспективи розвитку гастрономічного туризму в Україні. Економічні інновації. 2020. Т. 22, Вип. 2 (75). С. 71-81.

6. Рубіш М. А., Чорій М.В., Зеленська Л. В. Гастрономічний туризм як засіб активізації туристичних дестинацій. Науковий вісник Мукачівського державного університету, 2020. Серія Економіка. Вип. 1(13). С. 61- 66.

7. Всесвітня асоціація гастротуризму URL: <https://worldfoodtravel.org/>.

**Дроботько К.О., здобувачка 1 курсу «Магістр»,
спеціальність 242 «Туризм і рекреація»
Науковий керівник – Климчук А.О., д.е.н., доцент
Державний університет «Житомирська політехніка»**

Організація антикризового управління туристичним підприємством

Туристична індустрія, яка була самостійною галуззю з динамічним розвитком світового господарства, за останні три роки зазнала великих змін через вплив світової кризи пандемії. Туристичний бізнес світу опинився в скрутному становищі, необхідно розробити антикризові заходи, щоб змінити цю ситуацію, ринок туризму ефективно запрацював, туристичний потік збільшився, а туристичні компанії та держава отримували прибуток.

У зв'язку із політичною та економічною ситуацією, яка склалася на сьогодні в Україні, український ринок туристичного бізнесу повинен функціонувати та розвиватися в умовах кризових явищ, які потрібно подолати. Адже підвищення показників діяльності туристичної індустрії може забезпечити зростання економічного потенціалу України, і навпаки, виникнення кризових ситуацій на окремих підприємствах може негативно вплинути на економічну систему в цілому. На сучасному етапі кризові явища впливають на розвиток галузі туризму та на функціонування будь-яких туристичних організацій.

На сучасному етапі розвитку туризм займає значний сегмент у національній економіці багатьох країн світу та в системі світового господарства в цілому, оскільки здійснює стимулюючий вплив у довгостроковій перспективі та має швидкі темпи розвитку та значний соціально-культурний ефект забезпечення інформативної складової розвитку суспільства. За даними Всесвітньої ради з туризму та подорожей на туризм припадає близько 10 % світового ВВП, 5 % від загальних інвестицій і 5 % від світового експорту. Варто зазначити, що в Україні, незважаючи на значний туристично-рекреаційний потенціал і наявні ресурси, дана галузь економіки є недостатньо розвиненою та нездатною забезпечити виробництво якісного туристичного продукту і високий рівень сервісу туристичних послуг, що робить її неконкурентоспроможною на світовому ринку.

Визначено, що за даними Всесвітньої туристської організації, кількість міжнародних туристських поїздок в першому кварталі 2020 року знизилася на 22% в порівнянні з тим же періодом 2019 року. У березні 2020 року світом подорожувало на 67 млн. чол. (-57%) менше відносно аналогічного періоду минулого року. Пандемія Covid-19 може на довгий час призупинити міжнародний туризм, змусивши компанії з туристичної галузі змінити свої моделі ведення бізнесу. В даний час уряди країн і приватні компанії вживають антикризові заходи, щоб забезпечити максимальний захист туристичної індустрії.

Також для підтримки туристичного бізнесу в Україні, державі потрібно урахувати світовий досвід країн та розробити заходи для підтримки галузі. Ці заходи допоможуть вийти туристичному бізнесу зі стану затяжної депресії, а розроблені спеціальні програми допоможуть підтримати бізнес та зберегти робочі місця.

Туризм як галузь однією із перших піддалася негативному впливу кризових явищ. в умовах нестабільності економічної ситуації та скороченням доходів населення, яке вирішило знизити витрати в першу чергу на відпочинок і подорожі. В результаті на національному та регіональному рівнях потрібно розробляти стратегії якісної зміни, а також удосконалення туристичної галузі, тому вважаємо достатньо актуальною тему дослідження даної кваліфікаційної роботи.

Ефективний механізм фінансового антикризового управління підприємством зможе не тільки застерегти окремі господарюючі суб'єкти економіки, а й поліпшити економічну ситуацію в цілому. Адже, неплатоспроможність підприємств, затримка заробітної плати, низька виручка від продажів - все це наслідки неявного банкрутства підприємств, які роблять проблему прогнозування банкрутства більш ніж актуальною. Ефективний механізм фінансового антикризового управління, з одного боку, допоможе менеджменту підприємства знизити ризик банкрутства і визначити стратегію фінансового оздоровлення. З іншого боку, дасть можливість розвитку дійсно надійних компаній.

Отже, антикризове управління характеризується наступними особливостями:

- специфічність мети, яка полягає в збереженні і відновленні функціонування суб'єкта господарської діяльності;
- використання в процесі реалізації антикризових дій специфічних інструментів і важелів, методів, прийомів та засобів управління, які супроводжуватимуться нестандартними та креативними рішеннями;
- потреба у відповідному організаційному забезпеченні, а саме – виокремлення фахівця або групи фахівців з антикризового управління;
- наявність суттєвих ресурсних обмежень, перш за все фінансових, що в умовах низької фінансової активності та інвестиційної привабливості, суттєво ускладнює становище господарюючого суб'єкта в умовах кризи;

- можливі суттєві обмеження в часі та загроза ініціювання справи про банкрутство;
- процес антикризового управління передбачає врахування не лише зовнішніх проявів кризового стану, але й аналізу внутрішніх причин його розвитку, що дозволить попередити виникнення кризи в майбутньому;
- непередбачувані та нестійкі кризові умови обумовлюють підвищений ступінь ризику прийняття управлінських рішень;
- значна потреба в необхідності підвищеної інформаційно-аналітичної підтримки реалізації антикризових дій;
- орієнтація на зниження можливих витрат.

На основі вищевказаного, під антикризовим управлінням необхідно розуміти постійно організоване, комплексне управління, яке передбачає використання спеціальних інструментів, методів і засобів та здатне забезпечити ефективне функціонування господарського суб'єкта в кризових умовах.

Спираючись на світовий досвід, визначені передумови та проблеми розвитку туристичної індустрії України, було запропоновано заходи антикризового управління діяльністю туристичними підприємствами. В ході дослідження також було визначено, що ефективність управління туристичною сферою залежить від удосконалення організаційного, фінансового, інформаційного, кадрового забезпечення туристичної діяльності, застосування інноваційних технологій в процесі створення конкурентоспроможного туристичного продукту, дієвих маркетингових засобів з метою просування його на національний і міжнародний туристичний ринок. Тому дослідження антикризового управління туристичними підприємствами з метою забезпечення розвитку туристичної галузі України є досить актуальним і потребує подальшого вивчення.

Список використаних джерел

1. Василенко В. О. Антикризове управління підприємством / Василенко В. О. – К. : Центр навчальної літератури, 2005. 504 с.
2. Глебова А. О. Інноваційні технології у туристичній галузі // Економіка. Управління. Інновації. – 2012. – № 2 (8) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://tourlib.net/statti_ukr/glebova2.htm
3. Єлець О.П. Система антикризового управління підприємством: її ознаки та принципи / О.П. Єлець // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2007. – Том 3, № 6. – С. 316–319.
4. Слободян Н. Г. Аналіз і прогнозування фінансової стійкості підприємства в сучасних умовах: методологія і практика / Н. Г. Слободян // Економічний аналіз: зб. наук. праць – Тернопіль: Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету «Економічна думка», 2014. – Том 18. – № 2. – С. 239 – 245.
5. Ткаченко Т. П. Управління доходами на підприємстві / Т. П. Ткаченко, С. О. Тульчинська, Д. В. Бойчук // Ефективна економіка. – 2018. – №3
6. Череп А. В. Антикризове управління як основа забезпечення життєдіяльності підприємства / А.В. Череп, С.В. Северина // Економічний простір. – 2010. –№ 37. – С. 277-282.

Безпека туристичних подорожей у рамках міжнародного співробітництва

Безпека туристичних подорожей завжди була однією з найважливіших умов їх організації та здійснення. У періоди підвищеної небезпеки інтенсивність поїздок різко знижувалася і навпаки - безпечні умови для мандрівок стимулювали їх розвиток. І нині питання безпеки подорожей знаходяться в центрі уваги учасників міжнародного туристичного співробітництва.

Туризм нині є одним із найбільш динамічно розвиваючих напрямів у міжнародній торгівлі послугами. Майже всі країни входять у міжнародний туристичний ринок, але розподіл туристичних потоків проходить нерівномірно в зв'язку з різним рівнем соціально-економічного розвитку країн і, як наслідок цього, різним рівнем безпеки туризму. Розвитку туризму сприяють різні фактори. До них можна віднести конкуренцію, інформаційні технології, авіаперевезення, туроператорські послуги, політичні і соціальні обставини в країні, а також загалом підвищення рівня безпеки, які відносяться до їхньої діяльності самодіяльно, без державної підтримки. На сьогодні заходи з підвищення безпеки в туризмі в нашій країні мають йти в двох напрямках: по-перше, забезпечення комплексних питань безпеки, а по-друге, забезпечення безпосередньо безпеки туристів.

Перебуваючи в незнайомому середовищі, яке відрізняється від місця постійного проживання, активно відпочиваючи, турист постійно знаходиться під впливом ризикових обставин. Він не знає досконало звичаїв, мови, традицій, побуту, не має імунітету від хвороб, поширених у даній місцевості, не пристосований до проживання та інтенсивних навантажень у гірських районах, в пустелі або на воді.

Серед інших виділяються головні фактори небезпечності: небезпека травмування, небезпечна дія навколишнього середовища, в тому числі виробничі джерела - шум, вібрація, пожежонебезпека, хімічні, радіоактивні, біологічні, психофізичні, природні, особиста безпека в умовах криміногенного стану, а також специфічні фактори ризику, притаманні особливим видам туризму. Різні несприятливі для туризму фактори мають неоднакову вірогідність їх настання, неоднакову інтенсивність дії та наслідки. Закон України "Про туризм" у розділі VIII надає гарантії безпечного перебування туристів на території України і зобов'язує органи влади та суб'єктів туристичної діяльності розробити комплекс заходів з безпеки туристів. Зокрема, в статті 26 сказано: "Місцеві органи державної виконавчої влади в галузі туризму розробляють і організовують виконання регіональних програм забезпечення захисту та безпеки туристів, особливо в місцях туристичної активності.

Суб'єкти туристичної діяльності розробляють конкретні заходи щодо забезпечення безпеки туристів, екскурсантів, які беруть участь у туристичних подорожах, походах, змаганнях, запобігання травматизму та нещасним випадкам і несуть відповідальність за їх виконання". В Україні діє міждержавний стандарт (ГОСТ 28681.1-95) «Туристично-екскурсійне обслуговування», який передбачає порядок проектування туристичних послуг, включаючи розгляд можливих ризиків, які можуть викликати негативні наслідки і спричинити шкоду здоров'ю туриста та його майну.

Безпека туристичних подорожей завжди була однією з найважливіших умов їх організації та здійснення. У періоди підвищеної небезпеки інтенсивність поїздок різко знижувалася і навпаки - безпечні умови для мандрівок стимулювали їх розвиток. І нині питання безпеки подорожей знаходяться в центрі уваги учасників міжнародного туристичного співробітництва.

Багато ризиків під час туристичних подорожей покладається на туристів та страхові компанії. Завданням турфірми є правильний вибір надійної страхової компанії, що діє не менше трьох років і має ліцензію на здійснення страхової діяльності. Турист не завжди може визначити, яка з компаній є надійною. Турфірми найчастіше роблять вибір за клієнта і страховий поліс включають у тур-пакет разом із візою, ваучером, квитками. Від страхової компанії буде залежати якість наданих нею послуг, особливо це стосується програм медичного страхування, яке відбувається за встановленими «класичними» стандартами і не враховує особливостей туру, який пропонується туристу. Проблем, що є наявними на українському туристичному ринку, дуже багато, але є реальна перспектива їх вирішення на майбутнє.

На сьогоднішній стан і майбутній розвиток туризму потребує активнішої підтримки з боку уряду у плані інформації та просування туризму, а також забезпечення інфраструктури. Необхідно освоювати нові ринки, робити кроки щодо забезпечення співпраці в усіх сферах - державних і приватних - в інтересах максимального заохочення сектора туризму, а також вступати у договірні відносини з іншими державами.

Тож, безпека туристичної діяльності є універсальною категорією, що має як економічний та соціальний, так і екологічний зміст, поєднує в собі забезпечення інтересів як виробників, так і споживачів туристи. Туристична агенція повинна передбачити усі ризики запропонованої туристу послуги та вчинити усі дії, які містяться у Законі України «Про туризм» з метою забезпечення безпеки туриста.

Список використаних джерел

1. Зігунов В. М. Безпека в туризмі: курс лекцій. Суми: Вид-во Сум ДПУ ім. А. С. Макаренка, 2012. 205 с.
2. Козинець В. Безпека життєдіяльності у сфері туризму : навч. посіб. / Віталій Козинець ; Київ. ун-т туризму, економіки і права. – К. : Кондор, 2006. – 575 с.
3. Македон В. В. Поляризація України у сфері світового туризму: реалії та перспективи. Держава та регіони. Сер. Економіка та підприємництво. 2018. № 1. С. 10-18.
4. Прийдун С. В. Особливості та проблеми становлення України як суб'єкта нової системи міжнародних відносин. Наук. пр. іст. ф-ту Запоріз. нац. ун-ту. 2018. Вип. 51. С. 65-73.
5. Темник І. О. Пріоритети національного розвитку в макропроектах міжнародного туризму : дис. канд. екон. наук : 08.00.02 / Темник Інга Олександрівна ; Нац. акад. наук України, Ін-т світ. економіки і міжнар. відносин. К., 2012.
6. Sfandla, C. & Bjork, P. (2013). Tourism experience network: cocreation of experiences in interactive processes. *International Journal of Tourism Research*, 15(5), 495– 506. DOI: 10.1002/jtr.1892

Кластерні ініціативи формування зеленого туризму

Територію, а саме її ресурсний потенціал, рівень господарського засвоєння, екологічного стану тощо) необхідно розглядати як об'єкт географічного дослідження і як основу для формування економічних процесів, ринкових зв'язків та вибору напрямку розвитку цих процесів. В зв'язку з цим, необхідно розглядати регіони з точки зору міжнародної конкурентоздатності, при цьому велику роль може відіграти кластерний аналіз.

Кластери – продукти дії ринкової економіки з особливою роллю людського фактору, орієнтацією на кінцевого споживача.

Під поняттям «туристично-рекреаційний кластер» слід розуміти географічно сконцентровану групу взаємопов'язаних компаній і організацій рекреаційної і туристичної індустрії в конкретному рекреаційному (туристичному) районі країни, конкуруючих, але при цьому ведучих спільну діяльність.

Світовий досвід показує, що в умовах ринку кластери – найбільш ефективні та гнучкі структури. В їх основі лежить два принципи – кооперація та конкуренція. Головний тезис М. Портера полягає в тому, що перспективні конкурентні переваги створюються не ззовні, а на внутрішніх ринках. На ранньому етапі, рахує М. Портер що головна задача уряду – покращення інфраструктури і ліквідація несприятливих умов, потім його роль повинна концентруватись на ліквідації обмежень в розвитку інновацій. Критерієм для виділення базової галузі кластера є її здатність виробляти продукцію, конкурентно здатну на світовому ринку. Створення конкурентоздатного рекреаційного туристичного кластера приводить до створення і просування бренду рекреаційно-туристичного району.

Традиційно під кластером розуміють тимчасову взаємодію підприємств, просторово супідрядних і конкуруючих на одному ринку. Чим відрізняється туристичний кластер від кластерів інших видів? Головна відмінність туристичного кластера від загальновідомих інших (виробничих, агропромислових, сервісних і т.д.) - в його маршрутній територіальній організації. Туристичний маршрут та відповідний йому туристичний потік зв'язує об'єкти, перетворюючи їх із конкуруючих у взаємодіючі елементи системи. Завдячуючи туристичному потоку формується кластер.

Домінантою туристичного кластеру може бути як об'єкт інфраструктури (засоби розміщення), так і об'єкт туристичного інтересу (гірськолижний комплекс), але в будь-якому випадку, головна умова розвитку туристичного кластеру – це наявність або поява маршрутів і туристичних потоків. Яскравими прикладами виникаючих туристичних кластерів є активізація туризму на території в зв'язку з культурною подією, яка викликає подійні туристичні потоки. Кластерний підхід стосовно до розвитку сільського (зеленого) туризму полягає в наступному:

1. Необхідно визначити основні конкурентні туристичні переваги регіону і визначити території, де виділені переваги проявляються найбільш яскраво. Доцільним при цьому є проведення туристичного районування, при якому необхідно інтегрувати підходи і принципи природного і соціально-економічного районування. Одним з основних принципів туристичного районування повинен бути принцип завершеності туристичних маршрутів, а також облік виділених конкурентних туристичних переваг. Далі в межах виділених районів необхідно намітити території, які відрізнялися виразом основної переваги. В такому випадку кожний район міг би пропонувати особливі турпродукти і взаємодоповнювати один одного в регіональній системі Туристичний район при такому підході є протокластером, тобто, територією потенційно здатною виконувати туристичну функцію.

2. На наступному етапі в кожному протокластері необхідно виділити доміную, об'єкт якої здатний своєю повагою та розвитком структурувати простір навколо себе. В такому випадку на основі туристичних районів складаються або можуть скластися в перспективі територіальні поєднання підприємств – туристичні кластери.

У зв'язку з цим на основі сітки туристичних районів слід визначити просторову структуру майбутніх туристичних кластерів. В межах протокластеру виділяється три зони. Перша – центральна зона, ядро, своєрідний генератор туристичних інновацій, розподілювач туристичних потоків. Друга зона – базова, опорна. Це територія – концентрація основних туристичних об'єктів і маршрутів. Третя зона – ареал перспектив туристичного бізнесу. Третя зона кластеру може виходити за межі адміністративних рубежів, охоплюючи території міжрегіональної туристичної співпраці. Це далека зона впливу кластера, яка розповсюджується на області перекривання з сусідніми аналогічними системами.

Таким чином, туристичний кластер формується в межах туристичного району і характеризується наявністю бізнес-компоненти (туристичних підприємств), які мають тісні зв'язки. Приймається до уваги можливість розвитку спеціалізованого туристичного підприємництва в кожному кластері для збалансованого розвитку всієї туристично-рекреаційної системи. Кожний кластер повинен мати

можливість створення особливих туристичних брендів, він також повинен виконувати свої особливі функції в регіональній туристично- рекреаційній системі, виділятися своїми видами туризму і рекреації. Стоїть задача синергетичного ефекту на рівні регіону від взаємозв'язаного розвитку всіх кластерів.

В якості основних передумов формування регіональних кластерів у туристичній сфері діяльності можна виокремити наступні:

1. Наявність у регіоні конкурентних переваг для розвитку кластера.
2. Географічна концентрація і близькість учасників кластеру. Ключові учасники кластерів знаходяться в географічній близькості одна до іншої і мають можливості для активної взаємодії і економії на швидкому встановленні виробничих зв'язків, обміні соціальним капіталом і організації процесу навчання. Географічні масштаби кластеру можуть варіюватися від одного міста, області до країни або навіть ряду сусідніх країн.
3. Наявність зв'язків і взаємодії між учасниками кластерів. Однією з умов успіху для розвитку туристичних кластерів є наявність взаємодії і координації між учасниками.
4. Широкий набір учасників і наявність «критичної маси». Для створення і розвитку кластерів важливе значення має наявність учасників, які забезпечують реалізацію «туристичного ланцюжка цінностей» для створення туристичного продукту.
5. Наявність стратегічних документів по стійкому розвитку. Враховуючи тісний зв'язок туристичних дестинацій з регіональним розвитком, дуже важливо при оцінці потенціалу для кластероутворення враховувати критерій, пов'язаний зі стійким розвитком території.
6. Наявність екологічних стандартів, ініціатив і екологічного менеджменту в сфері туристичних послуг представляється важливим фактором для розвитку підприємництва в сфері екотуризму, ініціативи в області екосертифікації, роздільного збору сміття, альтернативних джерел енергії, охорони біорізноманітності, виробництво фермерами екологічно чистої продукції істотний плюс в процесі регіонального кластероутворення.
7. Наявність сумісних заходів в області туризму в регіоні, які демонструють державно-приватне партнерство.

Для успішної роботи кластеру необхідний певний досвід співпраці представників самих різних аудиторій – держави, бізнесу, некомерційних структур. Кращий спосіб для цього – проведення сумісних заходів і ініціатив.

Такими можуть бути регіональні фестивалі, туристичні інвестиційні форуми, створення загального туристичного сайту або буклету дестинації.

Тож, мета створення туристичного кластера – це перш за все підвищити конкурентоздатність території на туристичному ринку за рахунок синергетичного ефекту, в тому числі, підвищення ефективності роботи підприємств і організацій, які входять в кластер, стимулювання інновацій, стимулювання розвитку нових напрямків.

Список використаних джерел

1. Дубоделова А.В. Особливості та тенденції розвитку сільського туризму в Україні / А.В. Дубоделова, Х.Ю. Малкуш // Науковий вісник НЛТУ України. – 2013. – Вип. 23.2. – С. 118-122.
2. Ємцев В.І. Формування територіальних кластерів – передумова розвитку конкурентоспроможності підприємств / В.І. Ємцев // Проблеми економіки. – 2012. – № 3. – С. 62–66.
3. Ілляшенко С.М. «Зелений» туризм як напрямок сталого розвитку регіону / С.М. Ілляшенко, Н.С. Ілляшенко, В.О. Щербаченко // Вісник Сумського національного аграрного університету. – 2013. - № 4 (56). – С. 34-40.
4. Киризюк С.В. Подолання інституційних перешкод розвитку сільського туризму // С.В. Киризюк, М.М. Лук'янова. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://elibrary.nubip.edu.ua/10683/1/11ksv.pdf>
5. Ксьонжик І.В. Соціально-економічний розвиток сільських територій / І.В. Ксьонжик // Економіка АПК. – 2014. - № 10. – С. 60-67.

Титарєва В.І., здобувачка освіти 1 курсу «Бакалавр»,
спеціальність 242 «Туризм і рекреація»
Науковий керівник –Любченко В.В., к.і.н.
Державний університет «Житомирська політехніка»

Державне регулювання екскурсійної діяльності

Державне регулювання екскурсійної діяльності - це система правових, організаційних і економічних заходів, які встановлюються державою для контролю та забезпечення безпеки, якості та ефективності екскурсійних послуг. Це включає в себе регулювання ліцензування туроператорів і гідів, встановлення стандартів якості та безпеки, контроль за дотриманням прав споживачів, а також моніторинг та контроль за розвитком туристичної індустрії загалом. Ці заходи спрямовані на забезпечення зручностей для туристів і запобігання негативним наслідкам від недбалого ведення екскурсійної діяльності. Головна мета державного регулювання в цій сфері полягає у захисті прав споживачів, забезпеченні якості послуг та безпеки туристів.

Державне регулювання екскурсійної діяльності в Україні здійснюється через різні органи та механізми, включаючи законодавчі акти, нормативно-правові документи та адміністративні процедури.

Тому метою здійснити загальний огляд деяких нормативно-правових документів, органів і структур, що регулюють туризм в Україні, а саме Державне агентство розвитку туризму в Україні (далі – ДАРТ) та Міністерство культури та інформаційної політики України.

Екскурсійна діяльність - це вид туристичної діяльності, спрямований на організацію та проведення екскурсій або мандрівок для груп або індивідуальних осіб з метою ознайомлення з історичними, культурними, природними або іншими об'єктами. Екскурсії можуть проводитися як у межах одного міста чи регіону, так і в інших країнах. Організаторами екскурсій можуть бути туроператори, турагентства, музеї, парки, а також приватні особи, які мають відповідні знання та досвід. Ця діяльність сприяє розвитку туризму, підвищенню культурного рівня та розвагам туристів.

Екскурсійна діяльність є важливою складовою туристичної галузі, яка значною мірою впливає на розвиток економіки, соціальної сфери та культурного потенціалу України. Державне регулювання екскурсійної діяльності спрямоване на забезпечення її ефективного функціонування, захист прав та інтересів споживачів, а також збереження культурної спадщини країни. Діяльність екскурсиводів та екскурсійних бюро здійснюється відповідно до Конституції України, законів України, інших нормативно-правових актів, а також загальноновизнаних принципів і норм міжнародного права.

Основними документами, які регулюють екскурсійну діяльність в Україні є: Закон України «Про туризм», Постанову Кабінету Міністрів України «Деякі питання діяльності Державного агентства розвитку туризму», Постанову Кабінету Міністрів «Деякі питання діяльності Міністерства культури та інформаційної політики».

Закон України «Про туризм» - це нормативно-правовий акт, який визначає основні засади державної політики у сфері туризму, регулює відносини, пов'язані з організацією і здійсненням туризму на території України, а також права, обов'язки та відповідальність юридичних і фізичних осіб при наданні послуг у галузі туризму. Згідно з Законом України "Про туризм", екскурсійна діяльність відноситься до категорії туроператорської діяльності. Туроператорська діяльність включає в себе організацію і реалізацію турів, включаючи екскурсійні, та/або комплексів туристичних послуг для груп туристів або окремих осіб шляхом їх участі в екскурсійних маршрутах, відпочинку, паломництва, культурно-історичних, спортивно-оздоровчих, етнографічних, краєзнавчих, розважальних, бізнес-, торговельно-економічних, конгресно-виставкових, транспортних інших заходів. Відповідно до Статті 5 цього ж закону: «Учасниками відносин, що виникають при здійсненні туристичної діяльності, є юридичні та фізичні особи, які створюють туристичний продукт, надають туристичні послуги (перевезення, тимчасового розміщення, харчування, екскурсійного, курортного, спортивного, розважального та іншого обслуговування) чи здійснюють посередницьку діяльність із надання характерних та супутніх послуг, а також громадяни України, іноземці та особи без громадянства (туристи, екскурсанти, відвідувачі та інші), в інтересах яких здійснюється туристична діяльність». [1, с. 24]

Основні цілі державного регулювання в галузі туризму описано Статті 6 ЗУ «Про туризм»: «забезпечення закріплених Конституцією України прав громадян на відпочинок, свободу пересування, відновлення і зміцнення здоров'я, на безпечне для життя і здоров'я довкілля, задоволення духовних потреб та інших прав; безпека туризму, захист прав та законних інтересів туристів, інших суб'єктів туристичної діяльності та їх об'єднань, прав та законних інтересів власників або користувачів земельних ділянок, будівель та споруд; збереження цілісності туристичних ресурсів України, їх раціональне використання, охорона культурної спадщини та довкілля, врахування державних і громадських інтересів при плануванні та забудові території; створення сприятливих умов для розвитку індустрії туризму, підтримка

пріоритетних напрямів туристичної діяльності». Цільові орієнтації державного регулювання в галузі туризму, визначені у Законі України "Про туризм", безпосередньо впливають на екскурсійну діяльність.

Державне регулювання екскурсійної діяльності в Україні здійснюється за участю Міністерства культури та інформаційної політики України (далі – МКІП), яке є основним органом виконавчої влади у цій сфері. МКІП відповідає за розробку та виконання державної політики у галузі культури, туризму, діяльності курортів, а також державної мовної політики та захисту суспільної моралі. В рамках своєї компетенції МКІП також здійснює контроль за охороною культурної спадщини, що є важливим аспектом для забезпечення безпеки та якості екскурсійних послуг на території України. У своїй роботі Міністерство звертає увагу на всі галузі культури та туризму, сприяючи їхньому розвитку та підвищенню якості обслуговування для туристів.

У Постанові Кабінету Міністрів України «Деякі питання діяльності Державного агентства розвитку туризму» затверджується Положення «Про діяльність Державного агентства розвитку туризму України». ДАРТ, відповідно до п. 24 Положення про Державне агентство розвитку туризму України, видає ліцензії на право провадження турсервісної діяльності та веде ліцензійний Реєстр суб'єктів турсервісної діяльності. ДАРТ проводить різноманітні маркетингові та рекламні кампанії з метою просування туристичних маршрутів, атракцій та подій як на внутрішньому, так і на міжнародному рівні; працює над розробкою нових туристичних маршрутів, туристичних продуктів та послуг з метою розширення туристичної привабливості України; сприяє привабленню інвестицій в туристичну галузь шляхом створення сприятливих умов для інвесторів та підтримки туристичних проєктів. ДАРТ спрямовує свою діяльність на створення сприятливих умов для розвитку туризму в Україні, підвищення конкурентоспроможності та привабливості країни для міжнародних туристів та інвесторів. Це все включає в себе і вдосконалення екскурсійної галузі.

Екскурсиводи та екскурсійні бюро, які порушують законодавство у сфері екскурсійної діяльності, несуть адміністративну, цивільну та кримінальну відповідальність. Контроль за дотриманням законодавства у сфері екскурсійної діяльності здійснюється: Державним агентством розвитку туризму України, місцевими органами виконавчої влади, Національною поліцією України. До цих же органів можна звернутися у разі виникнення спорів між споживачами та екскурсиводами/екскурсійними бюро. Більшість суб'єктів туристичної діяльності можуть бути притягнуті до відповідальності за порушення господарського законодавства. Це може статися у разі невиконання або неналежного виконання їх господарських зобов'язань або порушення правил господарської діяльності, згідно з Господарським кодексом України. У таких випадках застосовуються загальні правила щодо визначення вини та відповідальності, включаючи можливість обмеження або звільнення від відповідальності та процедури її застосування.

Отже, усі нормативно-правові документи та органи, що розглянуті у даній роботі, взаємодіють для забезпечення ефективного регулювання туристичної діяльності в Україні, сприяючи розвитку галузі, підвищенню її конкурентоспроможності та залученню інвестицій. Державне регулювання екскурсійної діяльності є невід'ємною складовою туристичної індустрії в Україні. Ця система правових, організаційних і економічних заходів спрямована на забезпечення безпеки, якості та ефективності екскурсійних послуг, а також захисту прав споживачів. Робота органів державної влади, таких як Міністерство культури та інформаційної політики України та Державне агентство розвитку туризму, спрямовані на створення сприятливих умов для розвитку туризму в країні та підвищення його привабливості для місцевих та зарубіжних туристів. Продумане державне регулювання сприяє розвитку екскурсійної галузі, що в свою чергу сприяє зростанню туристичного потенціалу країни та збереженню її культурної спадщини.

Список використаних джерел

1. Закон України «Про туризм». Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1995, № 31, ст.24
URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text>
Деякі питання діяльності Державного агентства розвитку туризму: постанова Кабінету Міністрів від 24 грудня 2019 р. № 1162
URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1162-2019-%D0%BF#Text>
2. Деякі питання діяльності Міністерства культури та інформаційної політики: постанова Кабінету Міністрів від 16 жовтня 2019 р. № 885
URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/885-2019-%D0%BF#Text>
3. Державне агентство розвитку туризму в Україні (ДАРТ)
URL: <https://www.tourism.gov.ua/>
4. Федоченко Н. Правові проблеми надання послуг з перевезення тур операторами* // Н. Федоченко. // Підприємництво, господарство і право. - 2010. - №7 - С. 85-88
5. Організація екскурсійної діяльності : підручник / М. М. Поколюдна ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2017. – 180 с.

Титарєва В.І., студентка ТЗ-10, ФБСО
Ярмолюк Д.І., викладач кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Державний університет «Житомирська політехніка»

Перспективи розвитку туризму Німеччини

Німеччину називають «серцем» Європи. Туристичний сезон триває тут цілий рік. Взимку тут зручні гірськолижні курорти, а влітку – озера Баварії та доглянуті пляжі на узбережжі Балтійського моря. Німеччина приваблює туристів мальовничою долиною Рейну з безліччю середньовічних замків та монастирів, стародавньою культурою Баварії, мальовничим Шварцвальдом, спокійним узбережжям Балтійського моря та безліччю історичних пам'яток. Південь країни славиться чистими озерами та гірськими курортами в передгір'ях Альп, а також своїм виноробством.

Незважаючи на те, що Німеччина є головним спрямовуючим туристичним ринком світу, формує масштабні туристопотоки на виїзд за кордон і має найбільше негативне сальдо турбаланса, сфера туризму цієї країни займає значне місце у ВВП (8%), забезпечуючи роботою близько 3 млн. чоловік. Саме тому вся туристична система належить Міністерству економіки, до складу якого входить Національна Рада по туризму, що здійснює державне регулювання сферою туризму в Німеччині. Крім того, існує Німецький центр розвитку туризму - некомерційна організація, метою якої є просування туристичних можливостей Німеччині всередині країни і за її межами.

Пріоритетними напрямками діяльності Німецького центру розвитку туризму є наступні:

- Посилення іміджу Німеччини як туристичного напрямку;
- Досягнення зростання всіх показників розвитку туризму на світовому рівні;
- Туристичне використання транспортної інфраструктури;
- Збереження за Німеччиною звання «Країни №1 в Європі в ділових поїздках»;
- Підтримка міжнародного спілкування;
- Використання та розвиток в туристичних цілях культурної спадщини Німеччини;
- Розвиток оздоровчого туризму в національному масштабі;
- Розробка туристичних продуктів з урахуванням екологічного фактора;
- Підтримка інтернаціоналізації міст і регіонів;
- Глобальне використання багатоканальність в продажах.

Щороку мільйони туристів приїжджають до Німеччини, щоб провести свою відпустку в цій країні. Внутрішні поїздки також дуже популярні по всій Німеччині. Сектор туризму в Німеччині включає ресторанне господарство та індустрію розміщення, пасажирські перевезення, різноманітні постачальники послуг та постачальників дозвілля та розваг, а також туристичні агентства та туроператорів. У 2019 році туристична галузь у Німеччині згенерувала продажів майже на 12 мільярдів євро. У тому ж році обіг німецьких туроператорів склав понад 35 мільярдів євро, обіг туристичних агентств склав близько 25 мільярдів євро. З початком пандемії корони у 2020 та 2021 роках відбувся історичний спад продажів у всіх секторах туристичної галузі. У 2020 році туристичні агенції отримали лише близько десяти мільярдів євро продажів, а туроператори – 12,5 мільярдів євро. У всій індустрії гостинності доходи впали з приблизно 94 мільярдів євро в 2019 році до майже 60 мільярдів євро в 2020 році. У 2022 році доходи від туризму в Німеччині знову зросли, але докризовий рівень 2019 року ще не досягнутий у всій індустрії туризму [1].

Для прийому та обслуговування туристів Німеччина має високорозвиненою індустрією туризму. Серед різноманітних учасників туристичного ринку Німеччини можна виділити 3 найбільші корпорації: «TUI Deutschland», «REWE-Touristik» і «Tomas Cook», які зосередили в своїх руках 70% ринку туристичних послуг. Приміром, у туристичну систему «REWE» входять 1260 туристичних бюро. Крім туризму, «REWE» займається іншою виробничо-комерційною діяльністю, всього в даній корпорації працює дві з половиною тисячі різних підприємств. За підсумками минулого року «REWE» займає третє місце на німецькому туристичному ринку, річний оборот концерну склав 60 млрд. євро. Принцип всіх німецьких корпорацій, що займаються туризмом, полягає в наявності власної авіакомпанії, власної системи готелів і транспорту. Все це дає їм можливість концентрувати свою діяльність і надавати клієнтам повний пакет послуг.

У готельній сфері Німеччині працюють 53 тис. засобів розміщення, організацією поїздок займаються близько 9,8 тис. турфірм. Повітряне сполучення забезпечується 16-ма міжнародними аеропортами. Найбільш великими авіакомпаніями є «Lufthansa», «Air Berlin», «DBA» (low-cost перевезення). В країні повсюдно розвинена система автобанів, є високошвидкісні залізничні потяги «InterCityExpress».

Згідно зі статистикою ЮНВТО, в останні роки Німеччина міцно увійшла в десятку країн - лідерів по прийому закордонних туристів, а за валютними надходженнями в галузі вона займає 6-е місце в світі. Найбільше зростання туристичних ночівель відзначається серед туристів з Нідерландів, США, Великобританії і Швейцарії. Кількість туристичних прибуттів збільшується в середньому на 6,1% в рік. Разом з тим, не можна не відзначити диспропорції в розподілі туристопотоку всередині країни - лівова його частка припадає на так звані «старі землі» Німеччини.

У 2022 році заклади розміщення в Німеччині зафіксували близько 163 мільйонів прибуттів гостей. Заклади розміщення особливо часто вітали відвідувачів з власної країни – переважна більшість гостей, які прибувають до Німеччини, походять від внутрішніх гостей. Баварія, безумовно, є найпопулярнішою федеральною землею за кількістю туристів, за нею йдуть Баден-Вюртемберг і Північний Рейн-Вестфалія. У порівнянні німецьких міст Берлін є найпопулярнішим німецьким містом серед міських мандрівників, за яким йдуть Гамбург і Мюнхен [2].

Туристична галузь у Німеччині частково оговталася від коронакризи у 2022 році, але ще не досягла кількості ночівель до пандемії. Згідно з попередніми даними Федерального статистичного управління (Destatis), постачальники послуг розміщення в Німеччині минулого року зафіксували 450,8 мільйона ночівель. Це на 45,3% більше, ніж у 2021 році, але все одно на 9,1% менше, ніж у 2019 році, за рік до пандемії коронавірусу. У грудні 2022 року заклади розміщення забронювали на 57,0% більше ночівель, ніж у грудні 2021 року, на що все ще сильно вплинули часткові закриття та обмеження, пов'язані з коронавірусом. Кількість іноземних туристів у Німеччині зростає до 2127 тис. чол. (2.127 млн. чол.) у 2023 р. [3].

Кількість ночей гостей з Німеччини у 2022 році порівняно з попереднім роком зростає на 37,1% до 382,7 млн. Кількість ночівель гостей з-за кордону становила 68,1 млн, +119,6%, більш ніж удвічі більше, ніж у 2021 році. Частка іноземних гостей у загальній кількості гостей минулого року досягла 15,1% проти 10,0% у 2021 році та 18,1% у рекордному 2019 році.

Готельний бізнес, тобто готелі, готелі та гостьові будинки, значно відновився порівняно з 2020 і 2021 роками, які були сформовані короною, але все ще значно нижче докризового рівня 2019 року. У 2022 році вони зафіксували на 12,5% менше ночівель, ніж у 2019 році, але на 59,7% більше, ніж у 2021 році. Розвиток місць для відпочинку та кемпінгів був іншим: у той час як розміщення для відпочинку майже досягло рівня 2019 року (-2,8%), кемпінги навіть змогли збільшити кількість ночівель на 12,4% порівняно з 2019 р. [4].

Найбільш відвідуваними містами є Берлін, Мюнхен і Франкфурт-на-Майні, Дюссельдорф і Гамбург.

Концепція розвитку національної туристичної галузі базується на 4-х «китах»: «Культурний туризм», «Агротуризм», «туризм», «Діловий туризм».

За даними GlobalData, до 2024 року показник з виїзду туристів з Німеччини відновиться до 117,9 млн осіб, перевищивши 116,1 млн 2019 року, незважаючи на економічний спад у Європі. Найбільшою популярністю користуватимуться недорогі подорожі, візити до друзів та родичів, а також поїздки за межі міста, особливо до Австрії, улюблене місце відпочинку в країні [5]. Ці дані є частиною дослідження для останнього звіту GlobalData «Інформація про туризм у Німеччині, оновлення 2022 року», в якому зазначається, що відновлення виїзного туризму в Німеччині послідувало за слабкими показниками 2020 та 2021 рр., коли зниження довіри мандрівників та суворі заходи щодо боротьби з COVID-19 призвели до того, що кількість туристів значно скоротилася по відношенню до 2019 року [5].

Пандемія COVID-19 мала величезний вплив на міжнародні поїздки з Німеччини. Число виїзних туристів скоротилося в кілька разів порівняно з 2019-м, впадши на 64,5% у річному обчисленні (рік до року) з 116,1 мільйона мандрівників у 2019-му до 41,2 мільйона у 2020-му, а потім продовжилося зниженням 2021-го до всього лише 40,4 мільйона. Тепер, коли обмеження знято, а впевненість повертається, прогнози на 2023 рік і наступні кілька років набагато райдужніші. Це відновлення стане великим стимулом, оскільки Німеччина є важливим ринком на світовій арені [5].

Таким чином, головні перспективи німецького туризму наступні 1) Німеччина має всі перспективи стати одним з лідерів туристичних потоків в Європі. Таке місце забезпечується: 43 – по-перше, наявністю туристських ресурсів, що включають різноманітні форми рельєфу та клімату, культурно-історичними пам'ятками. – по-друге, це пов'язано з територіальною близькістю країн Євросоюзу, спільним вирішенням інформаційних проблем, вільним переміщенням через кордони, багатонаціональною культурою, широкою рекламою. – по-третє, розвиненою туристичною інфраструктурою. 2) Німецькі мандрівники є важливими для світової туристичної індустрії, тощо є платоспроможними, зацікавленими у подорожах, соціально забезпеченими.

Тому можна зробити висновок, що Німеччина є дорогою країною не тільки для іноземних туристів, але й для власних громадян, що також є однією з причин, які стимулюють німців проводити свій відпочинок за кордоном

Список використаних джерел

1. Туризм у Німеччині у 2022 році: на 45,3% більше ночівель, ніж у попередньому році, але на 9,1% менше, ніж до корони. URL: https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2023/02/PD23_055_45412.html (дата звернення: 30.04.2024).
2. Вихід із кризи – туризм у Німеччині швидко відновлюється, майже наздогнавши допандемічний рівень. URL: <https://internationalwealth.info/news-of-the-offshore/tourism-v-germanii-nachal-rezko-vosstanavlivatsya-v-techeniyeleta/> (дата звернення: 30.04.2024).
3. Статистика туризму в Німеччині. URL: <https://de.statista.com/themen/664/tourismus-in-deutschland/#topicOverview> (дата звернення: 25.04.2024).
4. Статистика в'їзного туризму в Німеччині. URL: <https://de.statista.com/themen/5002/inbound-tourismus-in-deutschland/#topicOverview> (дата звернення: 30.04.2024).
5. Які показники для сфери туризму Німеччини у 2022 році? URL: <https://aussiedlerbote.de/2022/01/chto-zhdet-industriyu-turizma-germanii-v-2022-godu/> (дата звернення: 30.04.2024).

Ткачук Є.С., здобувачка освіти 1 курсу «Бакалавр»,
 Спеціальність 242 «Туризм і рекреація»
 Науковий керівник – Любченко В.В., к.і.н.
 Державний університет «Житомирська політехніка»

Туризм в нових реаліях ведення бізнесу

Туризм та гостинність – ключові сегменти світової економіки, що забезпечують 10% ВВП та 300 млн. робочих місць. Це включає внутрішні, в'їзні та виїзні подорожі, а також готельний, ресторанный бізнес та інші послуги. За прогнозами до 2030 року туризм стане найприбутковішою галуззю в світі. Швидка адаптація до змін і стратегічне планування є важливими для успіху у цій галузі [6].

Галузь туризму та гостинності постійно адаптується до потреб сучасних подорожуючих. Сучасний прогрес у бізнесі цих сфер відзначається декількома основними напрямками розвитку (табл.1).

Таблиця 1

Сучасні тенденції розвитку бізнесу в сфері туризму та гостинності

Тенденція	Опис	Приклади
Зростання персоналізації	Мандрівники очікують індивідуального та унікального досвіду	Онлайн-консьєржі, чат-боти, рекомендаційні системи
Фокус на автентичності	Зростання популярності екотуризму, агротуризму, гастрономічних турів	Перебування в місцевих готелях та гостьових будинках
Зростання стійкості	Обирають екологічно чисті та етичні опції подорожей	Готелі та туроператори впроваджують сталі та екологічні практики
Розвиток технологій	Нові онлайн-платформи бронювання, VR/AR	Airbnb, Booking.com, віртуальні екскурсії
Зміна поведінки споживачів	Інтернет та мобільні технології змінюють спосіб бронювання подорожей	Цифровий маркетинг, онлайн-продажі
Зростання популярності інклюзивного туризму	Туризм стає доступним для людей з різними потребами	Спеціальні програми та послуги
Розвиток wellness-туризму	Зростає популярність оздоровлення та відновлення сил	Спа-центри, йога-ретрити, фітнес-тури
Зростання популярності мікротуризму	Короткі подорожі на невеликі відстані	Відкриття цікавих місць та активностей поблизу
Зростання популярності solo-подорожей	Самостійні подорожі для саморозвитку та нових вражень	Послуги для одиночних подорожуючих

Джерело: складено автором на основі [1; 7]

Отже, сучасні тенденції в галузі туризму та гостинності вказують на зростання популярності персоналізованих та автентичних досвідів, спрямованих на сталість, використання новітніх технологій, зміну у споживчій поведінці, підвищення інклюзивності та збільшення популярності відпочинку для одиночних подорожуючих.

В Україні туризм та гостинність також відіграють значну роль. За даними Державної служби статистики України, у 2021 році до України прибуло 4,3 мільйона туристів, що принесло країні 14,3 мільярда доларів США доходу. Однак, у 2022 році повномасштабне вторгнення Росії в Україну суттєво вплинуло на цю сферу. Багато закладів розміщення змушені були припинити роботу, а туристичний потік значно скоротився [2].

Незважаючи на складнощі, український туризм та гостинність мають значний потенціал для розвитку.

У сфері туризму та гостинності існують сприятливі фактори, такі як зростання доходів, розвиток транспорту, глобалізація та технологічний прогрес. Проте, ці галузі також зазнають викликів, зокрема економічна та політична нестабільність, стихійні лиха, зміна клімату та пандемії, які можуть суттєво вплинути на їхню діяльність [3].

Світова сфера туризму та гостинності постійно еволюціонує, адаптуючись до змін в суспільстві та технологічному прогресі. З метою залучення клієнтів та задоволення їхніх потреб бізнес у цих галузях постійно шукає нові способи та напрямки розвитку. Аналіз сучасних тенденцій розвитку в сфері туризму та гостинності дає можливість виділити перспективні напрямки для розвитку бізнесу та створення інноваційних продуктів і послуг (табл. 2).

Таблиця 2

Перспективні напрямки розвитку бізнесу в сфері світового туризму та гостинності

Напрямок	Опис
Віртуальний туризм, або туризм доповненої реальності	VR-тури по екзотичним місцям, AR-екскурсії, VR-готелі
Персоналізований туризм	Створення турів, що відповідають індивідуальним потребам, підбір ідеальних місць та активностей
Екотуризм та стійкий розвиток	Тури, що мінімізують вплив на довкілля, підтримка місцевих спільнот
Wellness-туризм	Тури, спрямовані на оздоровлення та відновлення сил, спа-центри, йога-ретрیتی
Мікротуризм та локальні подорожі	Короткі подорожі на невеликі відстані, відкриття цікавих місць поблизу
Solo-туризм	Тури для людей, які подорожують самостійно, спеціальні послуги та програми
Досвідчений туризм	Тури, що фокусуються на автентичних враженнях та глибинному пізнанні культури
Космічний туризм	Подорожі в космос для заможних людей
Туризм для людей з особливими потребами	Адаптація інфраструктури та послуг для людей з різними потребами
Інклюзивний туризм	Тури, що враховують різноманіття людей та їх потреб
«Розумні» готелі	Використання штучного інтелекту та IoT для автоматизації та персоналізації обслуговування
«Bleisure»-туризм	Поєднання ділових поїздок з відпочинком
«Glamping»	Поєднання комфорту та єднання з природою
«Co-living»	Спільне проживання в хостелах, апартаментах або будинках
«Digital detox»-туризм	Відпочинок від гаджетів та цифрових технологій
«Pet-friendly»-туризм	Подорожі з домашніми тваринами
Волонтерський туризм	Поєднання відпочинку з волонтерською діяльністю
Агротризм	Відпочинок на фермах та сільських господарствах
«Luxury travel»	Ексклюзивні та персоналізовані подорожі для заможних людей

Джерело: складено автором на основі [4; 5; 6; 7]

Аналіз перспективних напрямків розвитку в сфері туризму та гостинності свідчить про різноманітні можливості для бізнесу. Для підприємств цих галузей важливо бути в курсі та готовими до інновацій, адаптувати свої послуги та продукти до змінних потреб та очікувань клієнтів, щоб залишатися конкурентоспроможними та успішними у сучасному світі туризму та гостинності.

Туризм у нових реаліях ведення бізнесу вимагає від туристичних компаній гнучкості, інноваційності та відповідальності. Тільки ті підприємства, які зможуть адаптуватися до змін в споживчому попиті, технологічному прогресі та вимогах сталості, зможуть успішно функціонувати в сучасному туристичному ринку.

Список використаних джерел

1. Всесвітня рада з подорожей та туризму (WTTC). URL: <https://wttc.org/Research/Economic-Impact>
2. Державна служба статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua>
3. Світова туристська організація (UNWTO). URL: <https://www.unwto.org/>
4. Hostelworld. URL: <https://www.hostelworld.com/>
5. Hospitality Net. URL: <https://www.hospitalitynet.org/>
6. Global Economic Impact and Trends 2021. URL: <https://wttc.org/Portals/0/Documents/Reports/2021/Global%20Economic%20Impact%20and%20Trends%202021.pdf>
7. Travel Weekly. URL: <https://www.travelweekly.com/>

УДК 338.48

**Чепель А.В., здобувачка 4 курсу «Бакалавр», спеціальність 24 «Туризм»
Науковий керівник - Горшкова Л.О., ст. викл. кафедри туризму
та готельно-ресторанної справи
Державний університет «Житомирська політехніка»**

Стан та тенденції розвитку сільського туризму в Україні

Україна має величезний потенціал для розвитку сільського туризму, не дивлячись на втрату територій: природні, кліматичні та рекреаційні ресурси. Близько 15% території становлять гірські та прибережні ландшафти, зони відпочинку. Серед основних ресурсів виділяються чисті річки, гори, та національні традиції, що зберігаються в селах. Також під охороною держави знаходяться національні та регіональні парки. Лікувальні можливості включають понад 400 джерел мінеральних вод і більше 100 родовищ цілющих вод, які є унікальними для Європи.

У зв'язку з війською деякі аспекти сільського туризму можуть бути ускладнені, але сільський туризм залишається популярним, зосереджений у Карпатах.

На території України налічується більше 1500 садиб, які надають послуги з сільського туризму, 1000 з яких знаходяться в західних областях. Але в останні часи було помічено збільшення даних об'єктів сільського туризму в таких регіонах України, як Поділля, Центральний та Південний.

Найбільш перспективними областями для розвитку сільського туризму в Україні є західний регіон, зокрема Закарпатська, Івано-Франківська, Львівська, Хмельницька області, а також південний регіон, представлений Запорізькою, Миколаївською та Херсонською областями, і центральний і північний регіони, включаючи Київську, Полтавську та Чернігівську області.

Лідером серед цих областей за кількістю домогосподарств, які приймають туристів та надають відповідні послуги, є Закарпаття, де нараховується 474 домогосподарства. На другому місці знаходиться Львівщина з 357 садибами, а третє місце займає Івано-Франківська область із 247 садибами.

Найуспішнішими та найвідомішими кластерними утвореннями в сфері туризму є:

Кластер сільського туризму "Оберіг": визнаний як вдалий приклад співпраці між сільськими громадами, цей кластер об'єднує різноманітні сільські туристичні об'єкти, пропонуючи унікальний та аутентичний досвід відпочинку;

Кластер "Екотур": спрямований на розвиток екологічного туризму, цей кластер включає в себе природні резервати, екологічно чисті місцевості та програми з утримання та збереження природи.

Ключовою складовою пропозиції даного виду туризму є сільськогосподарські продукти, які можна пропонувати або під час відпочинку, або на продаж. Також у сільській місцевості можуть пропонуватися такі розваги, як екскурсії з гідом, піші прогулянки, релаксацію та спілкування з природою, відвідування старовинних сільських будинків, музеїв та історичних місць, сценічні тури, пікніки, шопінг тощо

Для подолання труднощів у розвитку сільського туризму, потрібно звернути увагу на проблеми, які заважають даному виду туризму активно розвиватися. Слабка інфраструктура, така як низька якість нічліжної бази, низький рівень знання господарями іноземних мов, слабе знакування туристичних атракцій та маршрутів, проблеми з водопостачанням та відсутність системи резервування місць становлять потенційні обмеження для привабливості сільського туризму.

Можливості включають в себе підвищення доходів селян і сприяння економічному розвитку сіл, створення нових робочих місць у сфері обслуговування та транспортній мережі та, збереження культурно-історичних об'єктів.

Сільський туризм в Україні може розвиватися на основі позитивних факторів, такі як: природна та екологічна чистота, культурна та історична спадщина, традиції сільського господарства, гостинність місцевих мешканців та локації для активного відпочинку.

Отже, сільський туризм має великі перспективи розвитку в Україні, однак, стикається з рядом викликів та проблем, які потребують комплексного підходу для ефективного вирішення. Однією з основних проблем є відсутність необхідної інфраструктури, такої як готелі, ресторани, транспортні засоби, що ускладнює комфортне перебування та переміщення туристів в сільських регіонах. Також бюрократичні перешкоди, низька кваліфікація персоналу, економічні труднощі, низький рівень технологічності, екологічні проблеми створюють обмеження для росту та розвитку даного виду туризму.

Список використаних джерел

1. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації. URL: www.unwto.org ;
2. Побігун О. В. Розвиток сільського зеленого туризму як стимул для сталого економічного розвитку Івано-Франківської області. *Екологічна безпека та збалансоване ресурсокористування*. 2017. №2 (16), с. 139;
3. Туристична бібліотека - все про туризм. URL: <http://tourlib.net> .