

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
Західноукраїнський національний університет  
Навчально-науковий інститут публічного управління  
Кафедра менеджменту, публічного управління та персоналу

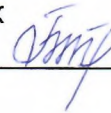
**ВАВРИК Оксана Миколаївна**

**Формування сприятливих  
організаційно-економічних умов розвитку  
зеленого туризму у територіальній громаді. /  
Formation of favorable organizational and economic  
conditions for the development of green tourism in  
the territorial community**

спеціальність: 281 - Публічне управління та адміністрування  
освітньо-професійна програма - Державна служба

Кваліфікаційна робота

Виконала студентка групи  
ДСПУАзм-21  
О. М. Ваврик



Науковий керівник:  
к.е.н., доцент, О. П. Дудкіна



Кваліфікаційну роботу  
допущено до захисту:

"28" листопада 2022р.

Завідувач кафедри  
 **М. М. Шкільняк**

ТЕРНОПІЛЬ - 2022

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-НОРМАТИВНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ СПРИЯТЛИВИХ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИХ УМОВ РОЗВИТКУ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ У ТЕРИТОРІАЛЬНІЙ ГРОМАДІ.....	6
1.1 Сутність, основні завдання розвитку зеленого туризму у забезпеченні соціально-економічного розвитку територіальної громади.....	6
1.2 Фактори формування сприятливих організаційно-економічних умов розвитку зеленого туризму на рівні територій та громад.....	17
Висновки до розділу .....	24
РОЗДІЛ 2. СИСТЕМНИЙ АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА ФОРМУВАННЯ СПРИЯТЛИВИХ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИХ УМОВ РОЗВИТКУ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ У ТЕРНОПІЛЬСЬКІЙ ГРОМАДІ.....	25
2.1 Діагностика проблематики розвитку зеленого туризму у досліджуваній територіальній громаді.....	25
2.2 Оцінка інституційного забезпечення формування організаційно-економіч- ного середовища розвитку зеленого туризму у територіальній громаді.....	30
2.3 Аналіз результативності механізмів формування сприятливих організаційно-економічних умов розвитку зеленого туризму у досліджуваній територіальній громаді.....	39
Висновки до розділу 2.....	44
РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМІВ ФОРМУВАННЯ СПРИЯТЛИВИХ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИХ УМОВ РОЗВИТКУ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ У ТЕРИТОРІАЛЬНІЙ ГРОМАДІ.....	45
3.1. Програмно-цільові засади формування сприятливих організаційно- економічних умов розвитку зеленого туризму у територіальній громаді.....	45
3.2. Імплементация новітніх технологій в систему ресурсного забезпечення розвитку зеленого туризму на рівні територій та громад .....	49
Висновки до розділу 3.....	55
ВИСНОВКИ.....	56
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	60
ДОДАТКИ .....	66

## ВСТУП

**Актуальність теми.** Характерною рисою трансформаційних процесів, що відбуваються в економіці України та її регіонів, є активізація діяльності підприємств рекреаційно-туристичного комплексу. З огляду на це, дедалі більшого значення набуває завдання формування сприятливого фінансово-економічного, правового і інформаційного середовища з метою стимулювання розвитку туризму і підтримки підприємництва в сфері туризму та рекреації, в першу чергу – на засадах раціонального використання туристичного потенціалу держави, її регіонів та громад.

Туризм є однією з провідних, високоприбуткових та найбільш динамічних галузей національної економіки; яка дозволяє досягати як економічних цілей для її надавачів, так і соціальних – для споживачів туристично-рекреаційного продукту. А отже ця сфера передбачає потужну консолідацію зусиль суб'єктів бізнесу, органів державної влади та місцевого самоврядування, громадських організацій, мешканців територіальних громад та ін.

Питання зеленого туризму висвітлювали в своїх працях такі відомі вчені як: І.Гришнова, В. Биркович, В.Кифяк, Д. Стеченко та ін. Проблеми розвитку туризму на рівні регіонів вивчають Є.О.Бойко, П.В. Гудзь, Н.В.Дідик, О.П. Дудкіна, І.М. Мініч та ін. Проте окремі аспекти формування сприятливих організаційно-економічних умов розвитку зеленого туризму в територіальних громадах, перед усім, в умовах реформування місцевого самоврядування, а зараз – і війни, ще потребують вивчення та обґрунтування.

**Метою кваліфікаційної роботи** є теоретичне обґрунтування та створення практичних рекомендацій для формування сприятливих організаційно-економічних умов розвитку зеленого туризму в територіальній громаді.

Для досягнення поставленої мети в роботі поставлені такі **завдання**:

– визначити поняття зеленого туризму і його місце в соціально-економічному розвитку територіальної громади;

- охарактеризувати класифікаційні та факторні ознаки організаційно-економічних умов розвитку зеленого туризму;
- проаналізувати стан та умови розвитку зеленого туризму досліджуваної територіальної громади, а саме Тернопільської ОТГ;
- оцінити інституціональне забезпечення формування організаційно-економічного середовища розвитку зеленого туризму у територіальній громаді;
- дати характеристику механізми формування сприятливого середовища розвитку туризму в громаді;
- запропонувати маркетингові підходи до управління розвитком зеленого туризму в територіальній громаді;
- визначити програмно-цільові підходи до формування сприятливих організаційно-економічних умов розвитку зеленого туризму у територіальній громаді.

**Об'єктом дослідження** є процес формування сприятливих організаційно-економічних умов розвитку зеленого туризму в територіальній громаді.

**Предметом дослідження** є напрямки та інструменти формування сприятливих організаційно-економічних умов розвитку зеленого туризму в територіальній громаді.

**Практичне значення** роботи полягає в тому, що впровадження пропозицій, розроблених автором, дасть можливість територіальним громадам які тільки недавно утворились, на прикладі досвіду Тернопільської ТГ, визначити перспективи розвитку зеленого туризму у межах власних територіальних одиниць та навчитися розвивати його системно та результативно.

# РОЗДІЛ 1

## ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ СПРИЯТЛИВИХ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИХ УМОВ РОЗВИТКУ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ У ТЕРИТОРІАЛЬНІЙ ГРОМАДІ

### 1.1. Сутність, основні завдання розвитку зеленого туризму у забезпеченні соціально-економічного розвитку територіальної громади

Дане дослідження необхідно розпочати з визначення основних тлумачень зеленого туризму. Це дасть нам змогу зрозуміти сутність даного розділу та побачити вплив зеленого туризму на розвиток територіальних громад.

«У сучасному світі туризм – це багатогранне явище, тісно пов’язане з економікою, історією, географією, архітектурою, медициною, культурою, спортом та іншими науками. Однак жодна з них не може повністю і вичерпно характеризувати його як об’єкт власних досліджень, жоден з існуючих соціально-економічних інститутів не в змозі самотійно розв’язати комплекс його проблем» [5].

Туризм має велику кількість значень. Кожна людина трактує це залежно від свого розуміння. Для когось це можуть бути подорожі горами, для інших рибалка, або просто відпочинок в лісі, на озері, звичайні прогулянки парками тощо. Якщо говорити просто людською мовою, то туризм – це максимальна можливість людини зблизитись з природою

Для того щоб встановити значення туризму і повноцінніше дати характеристику сфері його діяльності, необхідно, в першу чергу, виділити різні групи структурних суб’єктних складових, які взаємодіють в ньому:

Туристи – це особистості, що мають різноманітні потреби фізичного, психологічного, духовного, іншого характеру, які, відповідно, їх безпосередню участь у туристичній сфері.

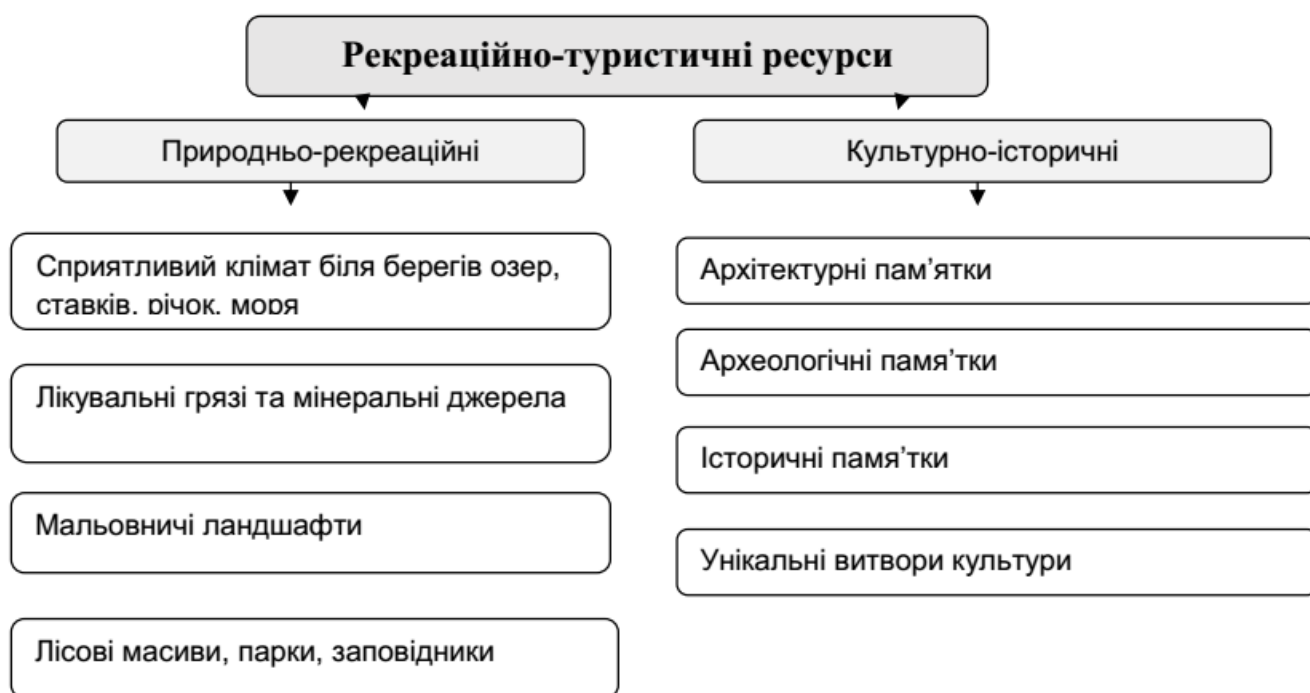
«Організації, що надають туристам товари і послуги – це підприємці, які бачать в туризмі можливість отримувати прибуток за допомогою надання товарів і послуг з урахуванням попиту на туристичному ринку» [5].

Одночасно, місцеві органи публічного управління розглядають туризм як стимулюючий фактор розвитку локальної економіки, пов'язаний з зростанням економічної активності, перспективними доходами, які мешканці громади можуть отримувати від цього виду діяльності та сплачувати податки до місцевих бюджетів.

Розвиток туризму багато в чому залежить саме від інтересів зацікавлених осіб. Туризм спричинений наявністю сприятливих місць для відпочинку, різних пам'яток природи, архітектури, геологічних пам'яток, культурної спадщини. Велике значення в сфері туризму посідає сфера послуг. Адже, кожний турист завжди привозить на пам'ять якийсь сувенір, який буде нагадувати про місце відпочинку. Ці послуги позитивно впливають на економічний стан населення в регіоні, де розвинений туризм. Оскільки мешканці виготовляють сувеніри в ручну, тобто займаються рукоділлям чи «Hand Made» як в сучасному світі зараз модно називати роботи виконані вручну.

Тому розглядаючи вище написане робимо висновки, що існують такі рекреаційні ресурси для більшої зацікавленості туризму як природні ресурси та ресурси, створені людьми (рис.1.1).

Найбільш універсальне визначення туризму дає Державна статистика, згідно якої, «туризмом вважається діяльність осіб, які подорожують і перебувають у місцях, що знаходяться за межами їхнього звичайного середовища протягом періоду, що не перевищує одного року підряд, з метою відпочинку, діловими та іншими цілями. Це визначення, прийняте Всесвітньою туристською організацією, використовується в усіх країнах-членах ВТО, в тому числі в Україні» [8].



### Види ресурсів для організації зеленого туризму

У Законі України «Про туризм» записано: «Туризм – тимчасовий виїзд людини з місця постійного проживання з оздоровчою, пізнавальною або професійно-діловою метою без заняття оплачуваною діяльністю» [38].

Незважаючи на різні трактації, визначення туризму можна з'єднати в три групи (рис.1.2.)

На підставі вищенаведеного матеріалу ми робимо таке розуміння, що перша група, яка зав'язана на рекреації, а даний вид відпочинку безпосередньо відноситься до зеленого туризму, оскільки найкраще фізично та емоційно людина може відпочити лишень на природних та провінційних територіях. Активний туризм дуже позитивно впливає на здоров'я та емоційний стан людини, а саме: після активного відпочинку, стан здоров'я покращується, з'являються нові сили та емоційні передчуття.

Зелений туризм – найчастіше відбувається у періоди активного росту рослин (цвітіння унікальних квітів, цікавих дерев), сприятливих погодніх умов, тобто таких, що є найсприятливішим для організації рекреаційної діяльності і, відповідно, характеризується максимальною чисельністю рекреантів, а також найбільш комфортними умовами для різноманітних видів активного туризму.

**1 група** - характеризує туризм як один з видів активного відпочинку (це може бути як відтворення моральних, фізичних сил людини так і інтелектуальних), цей вид відпочинку може бути різноманітним, починаю з звичайного туризму та походів до піших прогулянок та роботи на свіжому повітрі – сад, город тощо.

**2 група** - розглядає туризм як одну з форм міграції населення і пов'язує з актом пересування, подорожі, перетину простору і виступає як інструмент статистики туризму.

**3 група** - характеризує туризм як складне соціально-економічне явище, розкриває його внутрішній зміст, який полягає у єдності різноманіття властивостей і відносин

### Характеристики сутності туризму

«Сільський туризм – відпочинковий вид туризму, сконцентрований на сільських територіях. Передбачає розвиток туристичних шляхів, місць для відпочинку, сільськогосподарських і народних музеїв, домашніх господарств, ферм, а також центрів з обслуговування туристів з провідниками та екскурсводами. Поняття сільський туризм часто ототожнюють з агротуризмом, але поняття сільський туризм значно ширше» [24].

Агротуризм визначається також як відпочинковий вид туризму, що передбачає «використання сільського (фермерського) господарства, який може проявлятися у різних формах, але завжди включає ви наймання помешкання. Розрізняють дві базові форми агротуризму: винаймання помешкання з обслуговуванням безпосередньо в межах домашнього господарства або розміщення на нічліг з самообслуговуванням на землях, що належать до нього, наприклад, в кемпінгах та наметах. Виступає однією з форм зеленого туризму. В ньому домашнє господарство (фермерське господарство) становить одночасно нічліжну базу та головний предмет інтересу для туриста» [24].



«Екологічний туризм – це форма подорожі, сприятлива для навколишнього середовища. Вона відбувається на територіях, що мають природничу цінність (національні та ландшафтні парки). Екотуризм спрямований на охорону природного й культурного середовища регіонів, які відвідуються туристами. Він передбачає, що учасниками цих подорожей є люди з високою екологічною свідомістю» [19].

Зелений туризм (ЗТ) має багато спільного з екотуризмом і має свою ціллю: «збереження природничого та культурного середовища, підтримка добробуту місцевої громади, постачання туристам харчів з місцевих продуктів. Деякі власники тургосподарств, розташованих поблизу природоохоронних територій, підтримують серед туристів проєкологічні вимоги. У сільських та міських місцевостях організують відвідувачам багато додаткових послуг, що включають еко туристичні програми: кінні та велосипедні прогулянки, маршрути по знакованих стежках у національних і ландшафтних парках, природничі подорожі, збирання ягід та грибів. Але зелений туризм і екотуризм відрізняються основними цілями використання вільного часу, їхня головна різниця полягає у базових мотивах подорожування» [12].

Оскільки з вищенаведеного випливає, що сільський туризм і ЗТ тісно взаємодоповнюють один одного, тому в Україні слід користуватися визначенням «зелений туризм», який поєднує в собі відпочинок на природних територіях, обслуговування туристів місцевими (сільськими) жителями та культурне уявлення про туристичну дестинацію.

Масовий розвиток ЗТ припадає на другу половину ХХ століття, коли у Сполучених Штатах Америки та Великобританії виникла концепція «Bed & Breakfast», що передбачала тимчасове поселення у пустих кімнатах будинку.

З ХХІ ст. зелений туризм, за характеристикою «експертів Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО), є одним з секторів туристичної індустрії, що динамічно зростають. Ідеї охорони навколишнього середовища, що стали надзвичайно популярними серед західної цивілізації, охопили й індустрію

туризму. Внаслідок цього серед туристів виник попит на види туризму, альтернативні масовому, – так звані «зелені подорожі» [5].

В Україні на даний час цей вид туризму також набирає стрімких обертів і з кожним роком стає все більш популярним. Це позитивно впливає на соціально-економічний стан територіальних громад. Сільська місцевість стає привабливим місцем для туристів, які виявляють бажання провести свій вільний час з природою, скуштувати національні колоритні традиційні страви, ближче познайомитися з місцевими звичаями і традиціями, природними пам'ятками тощо.

«В будь-якій частині України кожне село багате на природні ландшафти, історико-архітектурні пам'ятки, лікувально-рекреаційні ресурси, звичаї і традиції, а також багате працюючими та гостинними людьми. Водночас гострою проблемою є зростаючий надлишок робочої сили в сільській місцевості і відсутність робочих місць. А зелений туризм може сприяти вирівнюванню відношення робочої сили до робочих місць» [1].

«Туристичний відпочинок в Україні за рахунок збереження етнографічної самобутності все більше набуває національного значення. Він дав поштовх для відновлення та розвитку традиційної української культури: народної архітектури, мистецтва, промислів – всього, що складає місцевий колорит, і що, поряд із природно-рекреаційними чинниками, є не менш привабливим для відпочиваючих. По-друге, через зелений туризм мешканці урбанізованих територій з масовою культурою мають можливість пізнати справжні українські традиції. По-третє, етнокультурна спадщина села представляє Україну світові й приваблює також іноземних туристів» [2].

Соціально-економічний розвиток територіальної громади – це такі соціальні та економічні зміни в межах громади, які забезпечують добробут широкого кола людей, через покращення економічного стану підприємств, населення та громади в цілому, а також шляхом мудрого та ефективного керівництва місцевої влади. Це і насамперед допомога у фізичній праці.

«Зелений туризм розглядається як широкий перелік послуг, що є супутніми для підприємницької діяльності в аграрній сфері, сконцентровані на сільських територіях і спрямовані на задоволення попиту споживачів у специфічних туристичних формах відпочинку. У такому випадку зелений туризм як системна компонента буде складовою концепції становлення зеленого туризму, який, крім зеленого, органічно поєднує в єдину систему туристичних послуг екологічний туризм, історично-культурний, Агро туризм і реалізується в межах сільської місцевості. Як перспективний напрям туристичної індустрії, зелений туризм пропонує на ринку новітній продукт – сільські туристичні послуги, широкі можливості пропозиції яких зумовлені національними історичними, культурними, природними, побутовими, економічними та соціальними чинниками. Як показують проведені наукові дослідження, за останні роки рівень соціально-економічного добробуту населення України залишається значно нижчим порівняно з середньо статистичними показниками по країні. Традиційно актуальною та гострою залишається проблема забезпечення зайнятості та зниження безробіття на селі. Традиційно найнижчим рівнем визначається й розмір заробітної плати, нарахованої найманим працівникам у сільській місцевості» [8].

Позитивні чинники прискореного розвитку ЗТ в ОТГ «формують практичну площину вирішення стратегічних соціально-економічних завдань подальшого динамічного та сталого розвитку агропромислового виробництва» [8].

За прогнозами експертів, близько 80 % населення села знаходяться за межею бідності та не мають можливостей забезпечувати задоволення своїх матеріальних потреб. За таких умов мешканці сіл та селищ змушені шукати альтернативні джерела отримання доходів. Одним з перспективних напрямів різноманітності «вітчизняного аграрного бізнесу, який набув досить широкого

розповсюдження у зарубіжній практиці, є розвиток регіонального зеленого туризму» [2].

Окрім туризму, мешканці пропонують відвідувачам послуги по традиційним ремеслам якими славляться туристичні регіони нашої країни, а саме:

Гончарство – розвинене переважно в північній та східній Україні через великі поклади глини. Це досить поширене та цікаве ремесло, на даний час це хобі багатьох людей.

Художній розпис – розвинене переважно на Дніпропетровщині, Київщині та Хмельниччині. Самий відомий розпис це Петриківський.

Ткацтво – поширене до нашого часу в Сумщині, Полтавщині, Київщині.

Вишивка – переважно західна частина України. Дуже цінується карпатська ручна вишивка та Борщівська. До тепер багато молоді цікавляться саме цим ремеслом, не тільки жінки а й чоловіки у свій вільний час відпочивають за вишиванням.

Художнє різьблення – Вінницька область,

Лозоплетіння – Закарпаття та Чернігівщина.

Туристам пропонують випробувати себе в таких ремеслах та виготовити собі на пам'ять сувеніри виготовлені особисто.

Чому розвиток зеленого туризму позитивно впливає на соціально-економічне становище територіальної громади та матеріальних стан мешканців.

Дана галузь надає можливість населенню маленьких міст і сіл залишатись на своїх територіях, завдяки можливостям нормальних заробітків, а покращення інфраструктури з метою залучення туристів ще й збільшить бажання місцевих мешканців жити на рідній землі та піклуватися про власні господарські двори і т.п.

«Сільське та міське населення територіальних громад здатне отримувати реальні доходи у сфері зеленого туризму від таких видів діяльності, як: облаштування туристичних маршрутів; облаштування й експлуатація стоянок для туристів, наметових містечок з можливістю підключення до електромереж;

робота гідом чи екскурсоводом; транспортне обслуговування туристів; егерська діяльність (полювання, аматорське та спортивне рибальство); прокат туристичного спорядження; послуги приймання туристів; кулінарні послуги; народні промисли та ремесла; виробництво та реалізація туристам екологічно чистих продуктів харчування; реалізація туристам ягід та грибів, чаю, різних видів сирів, наливок тощо» [12].

ЗТ створює умови для наповнення місцевих бюджетів ОМС; сприяє зайнятості, передусім, сільського населення, уможлиблює також і оновлення інфраструктури сільських населених пунктів, позитивно впливає на екологічну ситуацію в громадах. Важливим напрямком цього виду туризму є збереження наших національних цінностей, звичаїв та традицій, а також максимальна орієнтація на вивчення та збереження для майбутніх поколінь глибокої культурної та історичної спадщини нашого народу. «Українські села та селища можна перетворити на справжній туристичний рай, що сміливо конкуруватиме із західноукраїнськими туристичними та європейськими центрами» [30]. Оскільки ми маємо різноманітну природу, та багато цікавих пам'яток історичної спадщини та природи, геологічних пам'яток, а саме:

«Язловецьких замок - він є комплексом оборонно житлових споруд XIV—XVII століття. Він вважався найкращим в Україні в XVI столітті. Мало відомий туристам, хоча він є дуже цікавим та дуже гарно зберігся до цього часу, завдяки капітальному відновленню.

Збаразький замок – фортифікаційна оборонна споруда, яка будувалася два рази. Вперше її збудував в 1393 році князь Дмитро-Корибуд, і був зруйнований татарами в 1598 році. Вдруге його відбудували в 1626-1631 роках.

Скала – подільський замок, також належить до оборонних споруд, зведений в 1370 роках, на жаль до цього часу збереглися тільки залишки палацового корпусу.

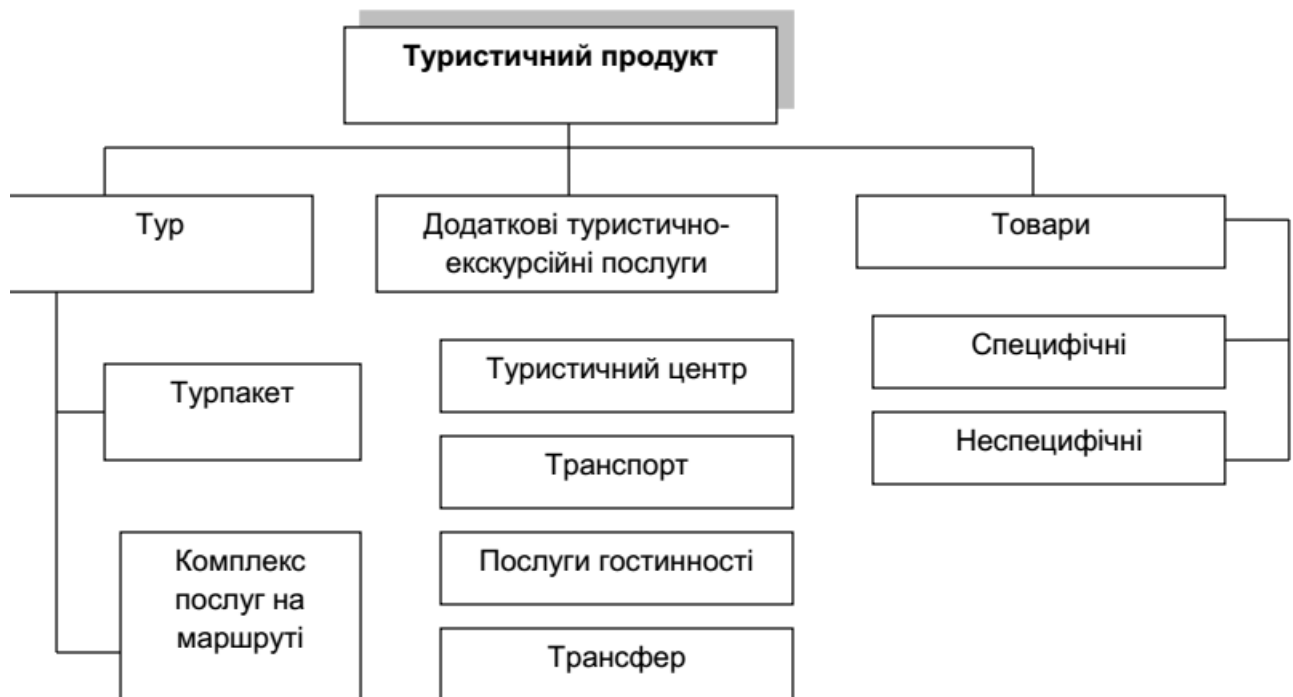
Джуринський (Червоногородський) водоспад – гідрологічна місцева пам'ятка природи, дуже гарні краєвиди. Він вважається найвищим з усіх рівнинних водоспадів України. Колись недалеко цього водоспаду була фортеця,

нажаль від неї залишилися тільки оглядові вежі, які не придатні до використання.

Заповідник «Медобори» - унікальна пам'ятка природи та геологічного минулого.

Тернопільський (Старий)замок – фортифікаційна споруда, побудована в 1540-1548 років, який зберігся до нашого часу. Знаходиться над озером звідки відкривається гарний краєвид на місто» [30].

Загалом по нашій області налічується близько 546 пам'яток природи. Якщо правильно знайти підхід, то наша область має дуже великі перспективи в розвитку ЗТ, еко та активного туризму, що, в загальному формують суть туристичного продукту (рис.1.4.).



Багато пам'яток природи не відомі нашим туристам. «Позитивний вплив зеленого туризму на вирішення соціально-економічних проблем полягає передусім у тому, що він розширює сферу зайнятості населення, особливо жінок, і дає мешканцям додатковий заробіток» [26].

Багато мешканців міст зараз викупляють будинки по селах і облаштовують їх під туристичні еко-садиби з усіма умовами, домашнім

господарством, чудовими садками з різноманітними плодовими деревами, кущами. Щоб люди які живуть в мегаполісах та великих містах мали змогу відпочити подальше від пилу, асфальту та міської метушні. Одночасно і дітям які тварин бачили тільки по екрану мобільних телефонів чи телевізорів , дуже цікаво перебувати в таких місцях. Для дітей це позитивно впливає на емоції.

Отже, враховуючи все вище написане ми можемо зробити висновки що ЗТ – це великий шанс для населення територіальних громад покращити матеріальний стан, тому для більшого розвитку потрібно заробляти на додаткових послугах, які вміщує в собі зелений туризм. Це можуть бути різні брошури з описом туристичних місць, цікаві фотозони, різні сувеніри а також можливість випробувати різні ремесла.

## **1.2. Фактори формування сприятливих організаційно-економічних умов розвитку зеленого туризму на рівні територій та громад**

Для того, щоб зрозуміти чи територіальна громада може розвивати ЗТ, потрібно навести ознаки розвитку даного виду туризму.

Організаційно-економічні умови розвитку ЗТ – це такі чинники створені різними рівнями органів державної влади та місцевого самоврядування в співпраці з бізнесом (підприємцями), які завдяки спільним організаційним діям та економічною підтримкою і обґрунтованістю, дають можливість вивести зелений туризм на відповідний рівень розвитку, тобто збільшення садиб, які приймають туристів, а також зростання кількості туристів.

«Сучасний досвід активного розвитку зеленого туризму в зарубіжних країнах (Угорщина, Чехія, Польща, Словенія, Чорногорія, Австрія, Німеччина, Іспанія) свідчить, що для його активізації в Україні необхідним є формування відповідної нормативно-правової бази та створення сприятливих організаційно-економічних умов. Правові засади становлення й розвитку зеленого туризму в

Україні регламентуються Законом України «Про туризм», де він визначений як пріоритетний вид туристичної діяльності. Поряд з цим, «реалізація Закону вимагає конкретизації ключових положень на регіональному рівні управління, що, в свою чергу, потребує розробки стратегічних програм розвитку зеленого туризму на рівні регіонів та окремих областей, реалізації ініціатив за допомогою створення інформаційно-консультаційних центрів, регіональних агенцій, кластерних об'єднань, головним завданням яких є створення дієвої інфраструктури, необхідної для популяризації зеленого туризму в межах сільських територій» [21].

ЗТ розвивається, перед усім, на умовах співпраці зацікавленого населення, які надають туристичні послуги, з владою ОТГ. Саме останні дозволяють забезпечувати високу якість туристичних послуг через створення та підтримання в належному стані комунальної інфраструктури, також забезпечують пропозицію різноманітних приватних садиб, торговельних, спортивних і рекреаційних закладів, що долучаються до надання послуг.

«Ще однією складовою відпочинкової пропозиції є умови проживання, які мають гарантувати можливість зручного нічлігу, дотримання особистої гігієни, наявність повноцінного харчування. Тому господарям варто керуватися рекомендаціями з категоризації житла Української спілки сприяння розвитку зеленого туризму. Присвоєння категорії житлу, що надається у користування відпочиваючим, дає право господареві оселі повідомляти про відповідну якість житлових умов у рекламних засобах спілки, що сприятиме збільшенню відпочинкового попиту та доходів господаря» [15].

В ОТГ розвиток ЗТ спонукає до покращення благоустрою садиб, населених пунктів, загалом, активізує розвиток соціальної інфраструктури, а також на матеріальне благополуччя місцевих жителів. Слід вказати, що в умовах започаткування цього виду туристичного бізнесу обслуговування відбувається «на базі наявного житлового фонду з використанням місцевих рекреаційних та інфраструктурних ресурсів. Але з надходженням коштів від цієї діяльності ті, хто нею займається, починають робити вкладення у

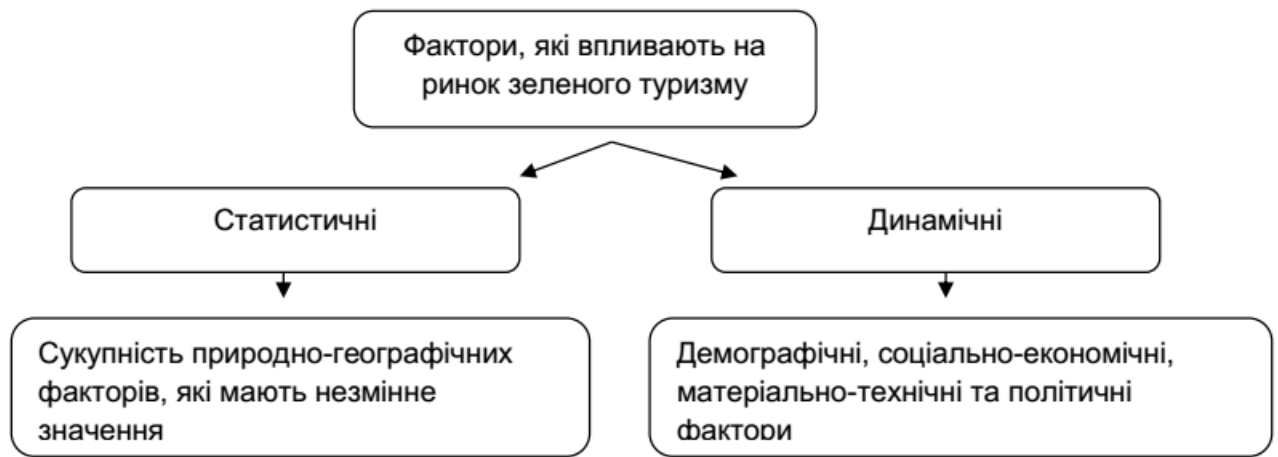


поліпшення комунального облаштування житла, вулиць; об'єднаними зусиллями добиваються зміни на краще сфери обслуговування» [18].

Це дає змогу формувати свою ринкову нішу й надзвичайно активно працювати зі своїм сегментом споживачів. До прикладу, в Італії нараховується близько 6 тис. спеціалізованих для зеленого відпочинку закладів. «Сучасний агро туризм в Італії – це вже не скромні кімнати і 3-4-місне розміщення у будинках, а справжні міні-готелі рівня трьох-чотирьох зірок з антикварними меблями, прекрасно обладнаними санвузлами, басейнами, тенісними кортами. Дуже часто під них реконструюються садиби XVI-XVIII століть або невеликі старі монастирі» [21]. Крім того, тут створюються можливості для занять різноманітними активностями, спортом, прогулянками, брати участь в екскурсії для огляду цікавих навколишніх місць, пам'яток локального значення, відвідувати сільські ярмарки і релігійні свята. Таким чином, «агрооселя виступає передумовою й основою туристичного продукту зеленого туризму. На її базі формується пакет сукупних послуг: туристично приваблива місцевість, традиції та звичаї місцевої гостинності, історико-культурна спадщина, гастрономічне розмаїття тощо. Неабияке значення має суспільний імідж місцевості, а також прийнятні ціни» [21].

Хостели у цьому виді туризму все ще не користуються популярністю. Хоча вони економічно вигідні, однак продовжується удосконалення послуг щодо розміщення туристів, проекти часто реалізуються у стилі ЗТ.

Головні фактори, які впливають на розвиток ЗТ у в ОТГ, можемо поділити на статичні й динамічні [8]. Вони представлені на рис.1.5.



### Фактори що визначають можливості розвитку зеленого туризму

Крім вищевказаного розподілу, розрізняють: екзогенні та ендогенні фактори. «Зовнішні впливають на туризм шляхом: демографічних та соціальних змін; економічного й фінансового розвитку; змін політичного та правового регулювання; технологічних змін; торгового розвитку; транспортної інфраструктури; безпеки подорожей» [19].

До демографічних й соціальних факторів належать: «вік населення; збільшення числа жінок, які працюють, і збільшення доходу на одну сім'ю; зростання числа бездітних пар у складі населення; тенденція до пізніх шлюбів; зменшення міграційних процесів; збільшення усвідомлення туристських можливостей» [19].

Чинники фінансово-економічні: «поліпшення (погіршення) економічної й фінансової ситуації; збільшення (зниження) індивідуального доходу; більш висока (низька) туристська активність залежно від виділеної на відпочинок частини доходів; зростання або зниження частки суспільних коштів на покриття витрат, пов'язаних з розвитком туризму та подорожей» [24].

Безумовний вплив мають внутрішні фактори – «чинники ринку, процеси попиту, пропозиції; сегментація ринку, в якому розвивається туристський продукт; власне маркетинг; туристський приватний сектор; людський фактор» [24].

При цьому важливо вказати на особливості чинників ринкової кон'юнктури, згідно яких: більше уваги приділяється індивідуальному туризму; адже змінюються такі суб'єктивні чинники як зростання тривалості відпусток та студентських канікул, можливості участі в закордонних подорожах.

Розглянемо внутрішні та зовнішні фактори, що впливають на розвиток зеленого туризму за допомогою інструментарію SWOT-аналізу зеленого туризму в Тернопільській області, а також детальніше – на рівні нашої ОТГ (табл. 1.1., табл.1.2.).

### SWOT-аналіз зеленого туризму в Тернопільській області

Позитивні	Негативні
<p><b>(S) Сильні сторони:</b></p> <p>1. Вигідне географічне розташування. 2. Багата флора та фауна, мальовничі краєвиди. 3. Велика кількість історико-культурних, природних та геологічних пам'яток. 4. Збережені національні традиції. 5. Сприятливі погодні умови. 6. Велика кількість приватних садиб. 7. Невелика ціна на проживання та харчування.</p>	<p><b>(W) Слабкі сторони:</b></p> <p>1. Низька якість умов проживання. 2. Недостатня обізнаність населення в даному виді відпочинку. 3. Незнання господарями іноземних мов. 4. Не розвинена мережа електронного резервування. 5. Недостатньо розвинута інфраструктура. 8. Відсутність цікавих атракцій.</p>
<p><b>(O) Можливості:</b></p> <p>1. Збільшення доходів та зайнятості населення. 2. Покращення умов життя. 3. Формування позитивного туристичного іміджу України у світі. 4. Покращення інфраструктури. 5. Збереження історико-культурних пам'яток.</p>	<p><b>(T) Перешкоди:</b></p> <p>1. Відсутність категоризації знижує якість нічліжних умов. 2. Відсутність нормативно-правової бази перешкоджає організації відпочинку.</p>

До стримуючих факторів, що впливають на розвиток ЗТ в ОТГ негативно, відносяться: «кризи, воєнний стан, зростання зовнішньої заборгованості, політична нестабільність, зростання цін на предмети споживання, безробіття, фінансова нестабільність, зменшення обсягів споживання, несприятливе екологічне становище, банкрутство туристських підприємств, невиконання туристичними фірмами своїх зобов'язань» [28].

## SWOT-аналіз зеленого туризму в Тернопільській ОТГ

Позитивні	Негативні
<p style="text-align: center;"><b>(S) Сильні сторони:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Сприятливе економічно-географічне розташування.</li> <li>- Велика кількість рекреаційно-відпочинкових об'єктів.</li> <li>- Наявність водних об'єктів, парків, відпочинкових зон.</li> <li>- висока туристичні привабливість</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>(W) Слабкі сторони:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- наявність обмежень щодо територіального розвитку громади</li> <li>- недостатньо розвинута транспортна інфраструктура а саме велосипедна інфраструктура та парковки</li> <li>- відсутність діючого аеропорту</li> <li>-нерозвиненість сільських територій які входять в Тернопільську ОТГ</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>(O) Можливості:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- приєднання нових територій</li> <li>- введення в експлуатація аеропорту</li> <li>- створення нових інфраструктурних об'єктів, які будуть мати вплив на туристичний потік</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>(T) Загрози:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- нестабільна політична та економічна ситуація в країні</li> </ul>

Також важливим серед системних чинників, що обумовлюють розвиток туризму, має сезонність, адже відповідно до сезону відбувається велике коливання обсягу туристської діяльності.

Вивчення наведених факторів дає можливість більш ретельно прогнозувати тенденції розвитку туризму в територіальній громаді.

### Висновки до розділу 1

На теперішній час в Україні зелений туризм – це вид відпочинку в екологічно чистих місцевостях із вживанням якісної екологічної їжі, вид туризму, мета якого є відновлення власних сил, фізичного та емоційного здоров'я, не завдавши шкоди навколишньому середовищу – не може бути самодостатнім.

Відпочинок є ключовим зацікавленим видом проведення вільного часу людей і приваблює туристів, які прагнуть хоча б короткий час пожити в екологічно чистій місцевості, посмакувати традиційною кухнею, відновити сили емоційні та фізичні, що неможливо зробити в туристичних екскурсійних

поїздках з пізнавальним характером в урбаністичних містах. ЗТ є новою формою підприємницької діяльності, це шанс для мешканців, оскільки попит на даний вид відпочинку є великим. Розвиток цієї сфери дає можливість створенню нових робочих місць.

Виходячи із зарубіжного досвіду розвитку ЗТ, потрібно зазначити, що в багатьох країнах діє спрощена система оподаткування таких господарств, проте є свої обмеження в кількості ліжко-місць або кімнат (до 5 кімнат). В Україні діє економічно необґрунтоване і почасти не виправдане обмеження – власник садиби особистого господарства (ОГ) може мати до 30 ліжко-місць, тому деякі господарі спекулюють на цих правилах і маючи справжні готелі, не сплачують реальних податків, оскільки не є зареєстрованими офіційно юридично або як фізичні-особи підприємці.

## РОЗДІЛ 2

### СИСТЕМНИЙ АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА ФОРМУВАННЯ СПРИЯТЛИВИХ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИХ УМОВ РОЗВИТКУ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ У ТЕРНОПІЛЬСЬКІЙ ТЕРИТОРІАЛЬНІЙ ГРОМАДІ

#### **2.1. Діагностика проблематики розвитку зеленого туризму у досліджуваній територіальній громаді**

У зв'язку з подіями які відбуваються останніми роками в світі та в Україні, а саме – коронавірусна інфекція та російсько-українська війна, багато туристів не мали і не мають можливості подорожувати на відпочинок закордон та навіть на наше море. Тому більшість мешканців стараються виїхати на відпочинок в межах своєї області, яка має чудові локації та ресурси для зеленого туризму.

Основними умовами розвитку ЗТ в Тернопільській громаді виступають: інфраструктура, стан навколишнього середовища, туристичний потенціал, наявність історико-архітектурної спадщини та наявність людського ресурсу. Також поширенню зеленого туризму сприяє багато цікавих місць для відпочинку недалеко від громади а саме:

Равликова ферма в селі Довжанка, яка знаходиться поблизу нашої ТГ, тому туристи які приїжджають до нас на екскурсії в більшості випадків стараються потрапити на екскурсію на ферму, щоб побачити як насправді живуть, розвиваються равлики, а також скуштувати приготовлені делікатеси та купити на подарунок рідним та близьким людям.

Піщаний кар'єр в селі Капустинці , також цікаве місце для туристів, він знаходить в 40 кілометрах від Тернополя.

Еко – ферма «Веселі козенята», туди часто приїжджають туристи з дітьми, де є можливість погратись, погодувати цих цікавих тваринок.

Лавандове поле в 20 кілометрах від обласного центру.

Щодо стану розвитку ЗТ в Тернопільській ТГ, то цим питанням займається комунальне підприємство «Туристично-інформаційний центр м. Тернополя» (КП «ТІЦ м. Тернополя»), яке створене у 2013 році. Він проводить інформування туристів щодо історико-культурного потенціалу м. Тернополя, організовують екскурсії, фестивалі, ярмарки, реалізують сувенірну продукцію, надають в оренду майно. В нашій громаді, на даний час, є безліч готелів, хостелів та інших офіційних закладів проживання, які приймають гостей, популярні з яких є наведені в таблиці згідно інформаційного ресурсу Booking.com:

**Локації для проживання туристів в Тернопільській територіальній громаді [58]**

№	Назва	Ціна	Адреса
1	Готель Тернопіль	1134 грн	М. Тернопіль, вул. Замкова, 14
2	Готель Галичина	1101 грн	М. Тернопіль, вул. Чумацька, 1
3	Готель Женева	596 грн	М. Тернопіль, вул. Тернопільська, 8а
4	РГК Сапсан	1250 грн	М. Тернопіль, вул. Білецька, 49а
5	ГРК AvalonPalace	1305 грн	М. Тернопіль, вул. ст. Бандери, 2
6	Хостел «U POTTERA»	500 грн	М. Тернопіль, вул. Перля, 1а
7	Хостел Стожари	180 грн	М. Тернопіль, вул. Піскова, 3

Проте, дякуючи промоції громади, розробленим маршрутам – екскурсійним та велосипедним, систематичному встановленню туристичних знаків та вказівників, ТІЦ вдалось надзвичайно потужно покращити орієнтування туристів в громаді. Також наслідком цієї роботи та проведенню частих екскурсій в населених пунктах місцеві бізнесмени беруться до побудови нових готелів та хостелів, що зумовить в майбутньому розвитку вже туризму в цілому, а не лишень екскурсійну діяльність, а це потягне за собою в конкурентних умовах створення нових «гостинних садиб».

Згідно звіту туристично-інформаційного центру, протягом 2020 року КП «ТІЦ м. Тернопіль» зробив 92 екскурсії для 1320 екскурсантів, а у 2021 році ця

цифра збільшилась до 104 екскурсій .

Тернопіль – центр об’єднаної громади, культурний, економіко-діловий та релігійний центр регіону. В даний час «до складу Тернопільської громади входить 11 населених пунктів – місто та 10 сіл. Площа громади – 167,9 квадратних кілометрів. Населення Тернопільської громади станом на 1 січня 2020 року – 227 528 осіб» [30].

У Тернопільській громаді ринок праці доволі різноманітний – у сільському господарстві, промисловості, торгівлі, сфері послуг. Також на місцевому ринку праці існує само зайнятість – робота в індивідуальних господарствах, дрібна роздрібна торгівля вирощеною на власних господарствах сільгосппродукцією. Це, без сумніву, допомагає розвитку зеленого туризму. (Табл. 2.2.).

**Чисельність населення Тернопільської громади  
у поділі на населені пункти**

№	Населений пункт	К-сть населення (тис. чол.)	№	Населений пункт	К-сть населення (тис. чол.)
1.	м. Тернопіль	216384	7	с. Глядки	213
2.	с. Кобзарівка	411	8	с. Плєсківці	185
3.	с. Вертелка	371	9	с. Городище	129
4.	с. Курівці	710	10	с. Носівці	124
5.	с. Малашівці	295	11	с. Чернихів	383
6.	с. Іванківці	410			

Бачимо, що Тернопільська громада має велику кількість сіл.

Одним із основних чинників розвитку зеленого туризму в досліджуваній громаді, на мою думку, є досить розвинуте інфраструктурне та транспортне забезпечення.

«Інфраструктура – це сукупність галузей та видів діяльності, що обслуговують як виробничу, так і невиробничу сфери економіки (транспорт,



зв'язок, комунальне господарство, загальна і професійна освіта, охорона здоров'я тощо)» [24].

Громадський транспорт в нас вважається дуже розвинутим. Тут функціонують багато приватних перевізників. Стан транспортних засобів задовільний, проте автобуси не пристосовані для перевезення осіб з особливими потребами. Також з Тернополя відправляються багато міжнародних рейсів.

Розвитку туристичного потенціалу також сприяє розташування міста на міжнародних транспортних коридорах.

Тернопільська область знаходиться у західній частині України. «Площа області – 13,8 тис. кв. км, що становить 2,3% від території держави. Протяжність із півночі на південь – 195 км, із заходу на схід – 129 км. Область межує з Рівненською, Чернівецькою, Львівською, Івано Франківською, Хмельницькою областями. Тернопільська область має зручне транспортно-географічне розташування: знаходиться у центрі Західної України на перетині міжнародних магістралей. Відстань від м. Тернопіль до столиці, м. Київ – 470 км, до кордону з Польщею, Словаччиною, Угорщиною та Румунією – від 220 до 350 км. Через область проходять залізничні та автомобільні міжнародні транспортні коридори у напрямках Берлін-Одеса та Балтійське-Чорне море. Це створює можливості для вигідного розташування логістичних центрів, оптових ринків, транспортних компаній. Відстань від м. Тернопіль до 10 найбільших міст України складає: до м. Харків – 769 км напряму і 914 км автошляхами; до м. Дніпропетровськ – 692 і 807 км відповідно; до м. Одеса – 505 і 668 км; до м. Донецьк – 897 і 1056 км; до м. Запоріжжя – 715 і 855 км; до м. Львів – 117 і 127 км; до м. Кривий Ріг – 591 і 682 км; до м. Миколаїв – 544 і 664 км; до м. Маріуполь – 906 і 1092 км» [31].

Залізнична станція Тернополя щоденно забезпечує потужні пасажиропотоки, які одночасно ми можемо розглядати як джерело туристичних потоків.

Міський транспорт представлений службами таксі. Також використовується міський автотранспорт для пересування між віддаленими частинами міста. Тернопільська громада володіє значним потенціалом до розвитку саме зеленого туризму.

Розвитку ЗТ сприяє навколишнє середовище – привабливий природній ландшафт, річки, ліси; вигідне географічне розташування. Туристичний потенціал Тернопільської громади розвивається також завдяки історичній спадщині – місцевий Тернопільський (Старий) замок, який належить до фортифікаційних споруд та знаходиться в центрі міста на східному березі Тернопільського ставу. На території громади знаходяться стародавні святині.

Важливою складовою публічної інфраструктури, що уможливорює розвиток сфери зеленого туризму, є охорона здоров'я населення, що представлена системою ЗОЗ.

Загалом стан природнього, урбаністичного та інфраструктурного середовища нашої громади можна оцінити як сприятливий для провадження зеленого туризму. Щодо екологічного середовища, можемо констатувати, що: «радіоекологічний стан довкілля є безпечним. Природний радіаційний фон знаходиться в межах 9-15 мкР/год. Відсутні радіаційно-небезпечні об'єкти. Стан води: основа водного фонду громади – річкова мережа. Загалом води річок – чисті, перевищень гранично допустимих величин гідрохімічних показників практично не виявлено (дані за січень 2017). Єдине перевищення – по показниках магнію 21,96 мг/дм<sup>3</sup> при гранично допустимій концентрації 20,0 для господарсько-побутових водних об'єктів. Земля: перевищень гранично допустимих концентрацій по основних забруднювачах (Cd, Pb, пестициди) не зафіксовано» [29].

Отже, згідно даним, які вказані у Стратегії розвитку Тернопільської громади, дана громада має позитивні показники природних ресурсів та сприятливий екологічний клімат, також досить високу туристичну інфраструктуру, що зумовлює розвиток ЗТ в досліджуваній ОТГ.

## **2.2. Оцінка інституційного забезпечення формування організаційно-економічного середовища розвитку зеленого туризму у територіальній громаді**

Організаційно-економічне середовище розвитку ЗТ можливе лише за умов налагодженої роботи органів публічного управління на регіональному та локальному рівнях, їхня співпраця з бізнесом та стимуляція створення нових «гостинних садиб» чи інших закладів розміщення, харчування, надання туристичних послуг і т.д.

Отже ми бачимо, що на вплив розвитку «зеленого туризму важлива роль відводиться місцевій владі, підприємцям, неприбутковим організаціям, місцевому населенню. На основі налагодження взаємовигідної співпраці між ними створюються сприятливі умови для ефективного використання ресурсного потенціалу місцевості (природного, інфраструктурного, фінансового, людського) та інновацій» [23].

В основі цього розуміння, що координація зусиль всіх суб'єктів публічного управління, яка спрямовується на маркетинговий та аналітичний пошук, формування, обґрунтування та реалізацію місцевого туристичного продукту, здатна «забезпечити додаткові обсяги продажу; додаткові доходи; додаткові робочі місця; здійснювати непрямий вплив на сферу виробництва. Такий взаємозв'язок не лише поліпшує економічний стан територіальної громади, а й виконує важливу соціальну функцію – об'єднує людей, сприяє консолідації» [26].

Як показують незалежні експертні оцінки спеціалізованих громадських інституцій – майже 50% користувачів послуг зеленого туризму в Україні складають молоді люди, які надають перевагу активному відпочинку подалі від урбанізованих територій. В умовах цифровізації та поширення соцмереж вихід на ринок зеленого туризму, пошук потрібних послуг та пропозицій, переважно зараз відбувається з використанням електронних систем. «Це вимагає від надавачів послуг зеленого туризму мобільності, якісного маркетингового

оформлення пропозиції (фото та відео презентацій в мережі) та кваліфікованих навичок обробки інформації. Зрозуміло, що це створює певні перешкоди для господарів сільських садиб: додаткові витрати коштів та часу. Вирішити цю проблему здавалося б могли частково зацікавлені туроператори, які володіють відповідними кадрами та технікою, проте останні можуть оформити договір про розміщенні туристів лише з відповідним чином сертифікованими сільськими садибами» [5].

Вказана громадська організація розробила методичні рекомендації щодо «добровільної категоризації сільських садиб, що передбачають поділ їх на чотири рівні (базовий, перша, друга та третя категорії) та нормативи екологічної якості туристичних послуг у селі. Даний поділ передбачає чіткі критерії щодо якості садиби, навколишнього середовища, обслуговування тощо» [5].

Таким чином, здійснено регламентування в частині захисту прав споживачів (рекреантів) та надавачів послуг ЗТ. За останній період «добровільну категоризацію пройшли майже півсотні сільських садиб, з яких 42 % отримали високу та найвищу категорії (2-гу та 3-ю), які переважно зосереджені у Закарпатській, Івано-Франківській, Одеській, Черкаській та Львівській областях. Разом з тим, варто відмітити, що рівень розвитку зеленого туризму в Україні знаходиться на дуже низькому рівні. На противагу, наприклад, у Великобританії акредитовано понад 1100 Агро садиб, а у Австрії – 15 000 Агро туристичних господарств» [5].

Така тенденція обумовлена низкою проблемних чинників, з якими стикаються господарі екосадиб: сезонність туристичного попиту; висока вартість комунальних інфраструктурних складових (тепло-, водопостачання, утилізація сміття та ін.). При цьому надзвичайно важливою є вимога забезпечення якісно чистого навколишнього середовища не лише в межах садиби, але й в громаді загалом, та й регіоні. «Розвиток зеленого туризму вимагає не лише індивідуальних дій власників садиб, але й колективного усвідомлення його переваг усіма членами сільської громади, які можуть

отримувати користь від реалізації сільськогосподарської продукції та товарів народних промислів, надання послуг туристам (транспортування, екскурсії тощо), поліпшення екології сільських територій» [18].

В нашому випадку до інституцій забезпечення формування середовища розвитку ЗТ належить Тернопільська міська рада та ТЩ.

У складі першої дуже активно функціонує Управління стратегічного розвитку міста, на яке, згідно базових організаційно-розпорядчих документів, покладаються завдання безпосередньо в сфері управління різними видами туристичної діяльності в ТГ. Серед них:

«популяризація Тернопільської ОТГ, поширення позитивних знань про громаду в Україні та за кордоном;

реалізація програм залучення в економіку Тернопільської міської територіальної громади іноземних та внутрішніх інвестицій та створення сприятливих умов для реалізації інвестиційних проектів;

допомога співробітництву ТГ із зарубіжними містами-партнерами, міжнародними організаціями, іноземними суб'єктами господарювання, зокрема, в частині гуманітарного співробітництва» [29].

Підкреслимо, що дане управління складається з двох відділів, начальника, головного бухгалтера та 8 спеціалістів, обов'язки одного з них дотичні до туризму.

З огляду на вище наведене, на підставі ґрунтовного вивчення кращих практик створення туристично-інформаційних центрів як надійного інструменту розвитку місцевого туризму, в громаді нарешті таки було створене КП ТЩ м. Тернополя, яке готує пропозиції щодо розвитку даної галузі, оскільки це і є основною роботою даного центру. ТЩ має в своєму штаті 5 працівників, це: директор, бухгалтер, менеджер з туризму, менеджер ІТ та веб-порталів, і менеджер з реклами.

Це комунальне підприємство надає платні туристичні послуги а саме:

«екскурсії по місту Тернопіль – 2 години 500-600 осіб, вартість залежить від кількості осіб;

екскурсія по підземеллю – 1 година 300-400 гривень;  
квест – 1-3 години – 80-150 з особи» [30].

Також ТПЦ займається продажем сувенірних подарунків, також організацією цікавого дозвілля для наших менших діток, а також в умовах воєнного стану – проведенням пізнавальних екскурсій містом та громадою для ВПО.

В «Стратегічному плані розвитку Тернопільської міської територіальної громади до 2029 рр.» [50] визначено «ключові сфери розвитку для Тернопільської громади:

1. Розвиток місцевої економіки;
2. Всебічний розвиток туризму, зокрема зеленого туризму;
3. Підтримка громадянського суспільства;
4. Підтримка розвитку сільських територій громади, через підтримку підприємців в сфері зеленого туризму;
5. Публічні послуги та інфраструктура» [50].

Практично усі вищезгадані сфери переплітаються між собою, тому наведемо стратегічні та операційні цілі даних сфер розвитку Тернопільської громади у таблиці 2.3.

В досліджуваній ТГ найбільш дієвим кроком для розвитку ЗТ стало створення КПТЦ, яке акумулює всю наявну туристичну інформацію з метою розвитку туризму в Тернопільській громаді.

Метою його створення є: «сприяння розвитку туристичної діяльності міста; підтримка розвитку малого бізнесу у сфері туристичної інфраструктури; виконання науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт, спрямованих на розширення функціональних та інформативних можливостей Інформаційної системи відповідно до потреб вдосконалення управління комунальним туристичним господарством міста» [30].

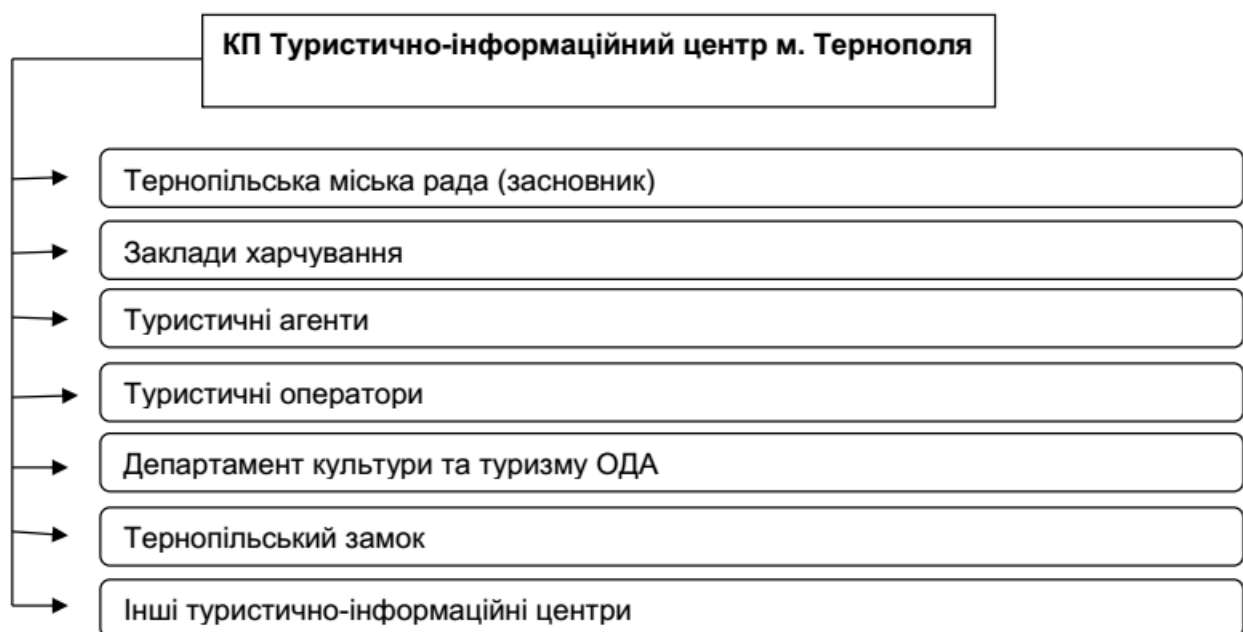
**Стратегічні та операційні цілі Стратегії розвитку Тернопільської громади**

№	Назва сфери	Стратегічна ціль	Операційні цілі
1	2	3	4
1	Розвиток місцевої економіки	Підтримка розвитку економічної активності місцевих фірм, заохочення мешканців до підприємництва та реалізація комплексної політики залучення інвесторів і створення нових робочих місць	<p>1. Створення оптимальних умов розвитку для місцевих фірм за посередництвом застосування сучасних інструментів підтримки бізнесу (Рада підприємців, кластери, суспільна відповідальність бізнесу і т. д)</p> <p>2. Популяризація серед мешканців підприємницьких підходів та заохочення до започаткування власної господарської діяльності (консалтинг, кредити, інкубація нових фірм, шкільна освіта і т. д)</p> <p>3. Реалізація комплексної політики залучення інвесторів</p>
2	Всебічний розвиток туризму	Всебічний розвиток туризму на основі існуючого потенціалу при використанні прекрасних традицій та вигідного розташування	<p>1. Створення комплексної концепції розвитку туризму, що ґрунтується на багатій історії та релігійних традиціях (шляхи релігійного туризму, екуменізм, сучасні форми екскурсій)</p> <p>2. Створення нових робочих місць, пов'язаних з обслуговуванням туристичного руху (Агро туризм, нові туристичні продукти, екологічно чисті продукти)</p>
3	Підтримка громадянського суспільства	Використання потенціалу громадянської активності для створення нових суспільних проєктів	<p>1. Вироблення партнерської моделі співпраці місцевої влади з суспільними партнерами</p> <p>2. Розвиток стратегічної міжнародної співпраці (зокрема, з партнерською зміною Конопніца) при реалізації освітніх, культурних, суспільних проєктів</p>
4	Підтримка розвитку сільських територій	Підтримка розвитку сільських територій і розвиток сучасного господарства на території громади	<p>1. Підтримка системи кооперації між селянами та ініціювання створення виробничих кооперативів</p> <p>2. Використання добрих природних ресурсів – ґрунтів і атмосферних умов до виробництва екологічного продовольства</p> <p>3. Використання і розвиток відновлювальних джерел енергії</p>
5	Публічні послуги та інфраструктура	Задоволення потреб мешканців у сфері інфраструктурних та публічних послуг	1. Вдосконалення публічних послуг у громаді, зокрема, адміністративних, освітніх, у сфері охорони здоров'я, культури і соціального захисту

Для досягнення мети та ефективного виконання своїх завдань на локальному туристичному ринку, КП ТІЦ налагоджує комунікаційні зв'язки з

різноманітними інституціями та елементами зовнішнього середовища (бізнес-структурами, мешканцями ТГ, органами публічного управління на місцевому рівні, іншими надавачами туристичних послуг, соціологічним та рекламними організаціями, усіма різноплановими громадськими організаціями та ін.), усіма зацікавленими в активному розвитку та розширенні ринкових можливостей зеленого туризму.

Відповідно, сформовану схему комунікаційних зв'язків КП ТІЦ можемо представити на рис. 2.1.



ТІЦ займається промоцією громади, та є «візитною карткою» громади, і з цією метою співпрацює з Департаментом культури та туризму Тернопільської ОВАї та Управлінням стратегічного планування Тернопільської міської ради, завдяки цій співпраці ТІЦ взяв участь в туристичних виставках у м. Київ, м. Ужгороді, м. Тернопіль та інших містах України, а також проведено промо-тур для туроператорів з інших областей України.

Кожного року ТІЦ приймає участь в організації цікавих та відомих на всю країну фестивалів таких як «Не святі горшки ліплять», «Фест господар»,



«Борщівська вишиванка», «Файне місто - це український музичний фестиваль просто неба, що проходить щорічно в Тернополі [30].

Багато туристів приїздить з палатками на декілька днів, відпочивають під улюблену музику, «Дзвони Лемківщини (7-8 серпня 2021 року) - це міжнародний фестиваль лемківської культури у Монастирських на Тернопільщині. Учасниками фестивалю були лемки з багатьох областей України, Польщі, Словаччини, Сербії, США, Канади, Молдови. Фестивальна програма складається з урахуванням традицій і збережених зразків лемківських пісень, танців, поезії, переказів та легенд. Фестиваль є підтвердженням того, що традиції не вмирають. Також він вважається одним із найвідоміших заходів, що відбуваються у області» [28].

Організовано проведення театралізованої костюмованої екскурсії «Історичне люстерко», присвяченої міжнародному дню туризму в Україні. Започатковано фотоконкурс «Історія поруч» та реалізовано гастрономічний проект «смачний Тернопіль», до якого вже приєдналося 7 закладів харчування. Усе це сприяє збільшенню туристичного потоку до нашої громади [29].

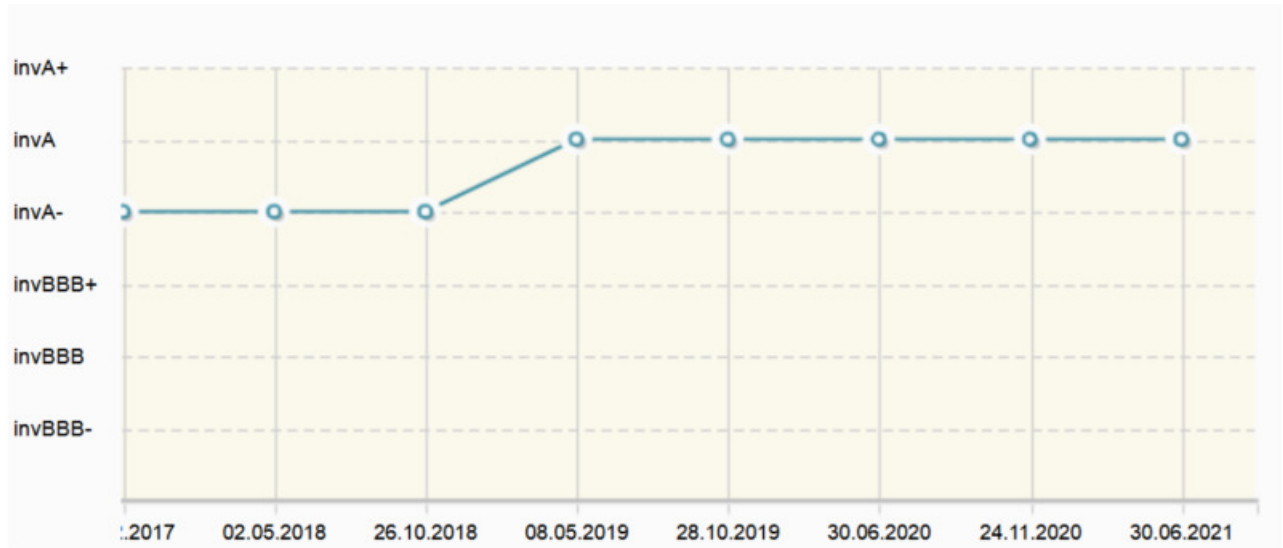
Звичайно для створення туристичних продуктів потрібно залучати партнерів, які будуть також виконувати якусь роль. Наприклад, проведення одноденної екскурсії в Тернополі вміщує в собі мінімум трьох надавачів послуг, а саме екскурсовод, сувенірна крамничка, музей, замок, кафе чи ресторан, садиба або готель. Отже, комунікаційні зв'язки є важливим елементом надання туристичних послуг.

Активізація туристичного ринку та діяльності Туристично-інформаційного центру м. Тернополя сприяла суттєвому збільшенню кількості відвідувачів:

- 2019 – 3785 осіб
- 2020 – 500 осіб
- 2021 – 5397 осіб.

Цю динаміку підтверджують і макроекономічні показники розвитку нашої ОТГ. Зокрема, Національне рейтингове агентство «IBI-Rating»

підтвердило рейтинг інвестиційної привабливості Тернопільської об'єднаної територіальної громади на рівні invA (високий) та кредитний рейтинг на рівні uaBBB+ (у розвитку) (рис.2.2).



#### Динаміка рейтингу інвестиційної привабливості Тернопільської МТГ

Тернопільська ОТГ продовжує й надалі займати лідерські місця в національних та міжнародних рейтингах та конкурсах, а саме:

«Рейтинг найкомфортніших міст України 2021 (журнал «Фокус») – 1 місце.

Конкурс «Краще місто», номінація «Мобільність» («ГО «Центр екологічних ініціатив «Екодія») – 2 місце.

«Індекс конкурентоспроможності міст України – обласні центри 2021» (програма USAID «Конкурентоспроможна економіка України») – 2 місце.

Рейтинг найкращих міст для ведення бізнесу в Україні (журнал «Фокус») – 5 місце.

Рейтинг прозорості діяльності міських рад 100 найбільших міст України («TransparencyInternationalUkraine») – 5 місце.

«Де в Україні айтішнику жити добре» (рейтинг журналу DOU) – 5 місце.

Індекс задоволеністю якістю 22 сфер та послуг серед обласних центрів України (Сьоме всеукраїнське муніципальне опитування МРІ в Україні спільно з Соціологічною групою «Рейтинг») – 8 місце» [28].

### **2.3. Аналіз результативності механізмів формування сприятливих організаційно-економічних умов розвитку зеленого туризму у досліджуваній територіальній громаді**

На формування і розвиток ЗТ в регіоні та конкретних територіальних громадах впливає велика кількість макроекономічних і регіональних факторів. Крім цього, на фоні впливу подій, пов'язаних із російсько-українською війною, економічною та енергетичною кризами, значними прорахунками у різних сферах суспільно-політичного життя, суттєво ускладнюється демографічна ситуація, яка в свою чергу обумовлює рівень та структуру рекреаційного попиту в різних регіонах України.

Стійкі тренди падіння природного приросту населення призводять до такого явища, як відносне постаріння населення. Існує стійка динаміка збільшення кількості пенсіонерів. Поєднання дії двох факторів: абсолютне зменшення чисельності населення і водночас його відносне постаріння призводить до ситуації, коли збільшується кількість людей старших працездатного віку. Водночас це веде до збільшення попиту на санаторно-курортне обслуговування і до зниження у категорій населення попиту на активні види зеленого туризму.

До факторів, які формують пропозицію, зокрема, оздоровчого ЗТ, належить, перш за все, зменшення можливостей використання населенням України в цілому, і в окремих регіонах традиційних зон відпочинку.

Значну роль відіграє і своєрідний «імідж регіону», який характеризується стабільністю інституцій всіх рівнів, відсутністю конфліктів, взаєморозумінням ОМС і суб'єктів зеленого туризму у розвитку рекреаційних дестинацій в ОТГ.

Процес формування зелтуризму в ОТГ нашого регіону в значній мірі залежить від ряду об'єктивних та суб'єктивних чинників, проте екологічні параметри повинні превалювати. Іншими словами, гранично допустимі норми екологічного та антропогенного навантаження в зоні зеленого туризму повинні бути на рівні, або навіть перевищувати вимоги світових стандартів. Ці фактори повинні відігравати вирішальну роль у визначенні ємності конкретних зон зеленого туризму рекреаційного типу. Вплив його можна розглядати у двох аспектах:

- перший — все відчутнішим стає вплив неконтрольованої рекреаційної діяльності на погіршення навколишнього середовища;
- другий — мінімальні показники забруднення довкілля виступають основною умовою розвитку зеленого туризму на території ОТГ.

В узагальненому вигляді, навантаження на довкілля від зеленого туризму охоплює:

- безпосередній вплив на навколишнє середовище власне рекреантів;
- безпосередній вплив на навколишнє середовище, пов'язаний із функціонуванням садіб зеленого туризму, супутніх атракцій для обслуговування рекреантів та задоволенням їх зростаючих потреб;
- опосередкований вплив зеленого туризму на навколишнє середовище (до прикладу, внаслідок т.з. рекреаційного буму в ОТГ відбувається – будівельний, який призводить до значного погіршення стану навколишнього середовища в результаті добування викопних сировинних ресурсів та значної активізації будівельної індустрії в зонах зеленого туризму).

Вимагає удосконалення та відповідного організаційного оформлення і система взаємовідносин між діючими об'єктами ЗТ, державними, приватними і громадськими структурами, щодо ефективного використання територій ОТГ.

З точки зору взаємовідносин галузь – територія необхідно розглядати і відносини між умовно профільними і непрофільними суб'єктами зеленого туризму, що надають рекреаційні послуги в ОТГ. Слід відмітити, що в умовах економічної нестабільності в державі, окремі об'єкти соціальної інфраструктури, що знаходяться в ОТГ, у випадку незбалансованого ціноутворення на свої послуги можуть негативно впливати на суб'єкти зеленого туризму, і в кінцевому підсумку впливати на загальне зростання цін.

Підвищення рівня рекреаційного обслуговування окремої групи людей може призводити до необхідності оплачувати за них широким верствам населення. Таким чином, оптимальне подолання протиріч між суб'єктами локальної соціальної інфраструктури та регіональними інтересами може стати одним з визначальних факторів ефективного розвитку суб'єктів зеленого туризму в конкретному регіоні.

За результатами проведеної нами оцінки чинників та умов розвитку ЗТ в громаді можемо виділити такі три основні механізми формування сприятливого середовища розвитку туризму, які безпосередньо стосуються Тернопільської ТГ:

«створення комплексної концепції розвитку туризму, що ґрунтується на багатій історії та релігійних традиціях;

стимулювання створення нових робочих місць, пов'язаних з обслуговуванням туристичного руху (зелений туризм, нові туристичні продукти, екологічно чисті продукти);

підтримка місцевою владою концепції створення туристичних кластерів» [28].

Створення комплексної концепції розвитку туризму, що ґрунтується на багатій історії та релігійних традиціях, здійснюється шляхами релігійного туризму, сучасними формами екскурсій.

Все вище наведене свідчить на користь створення в нашій громаді особливого економіко-територіального утворення – кластеру.

Як підкреслюють науковці, «туристичний кластер – це концентрація на певній території підприємств індустрії туризму, які взаємодіють між собою з метою створення туристичного продукту. Групи підприємств спільно використовують туристичні ресурси, інфраструктуру, ринок праці та взаємодоповнюють один одного» [22].

Активне збільшення кількості кластерів у зарубіжних країнах зумовлена, насамперед, такими причинами: вони сприяють прискоренню розвитку бізнесу, а по-друге, підвищують інтенсивність появи нових суміжних та дотичних до туризму підприємств. А це вимагає відповідної підтримки з боку органів публічної влади.

Відповідно, виокремлюються такі напрями сприяння з боку органів публічного управління: «структурна політика, орієнтована на створення сприятливих і стабільних умов, які б давали змогу підприємствам збільшувати їх конкурентоспроможність та інноваційний потенціал (у т. ч. зниження податків, реконструкція інфраструктури та ін.); посередницька політика, спрямована на ідентифікацію і стимулювання інноваційної кластеризації шляхом надання стратегічної інформації та задоволення попиту і пропозиції; політика вибагливого споживача (зокрема при організації тендерів)» [20].

До туристичних кластерів належать «групи, сконцентрованих географічно в межах регіону підприємств, які спільно використовують спеціалізовану туристичну інфраструктуру, локальні ринки праці та інші функціональні структури господарства. Провідну роль у туристичному кластері відіграють туристичні підприємства, які експортують свої послуги за межі регіону, країни. На нижчому рівні знаходяться різноманітні туристичні агентства, а також численні підприємства з розміщення, харчування, транспортування туристів, надання супутніх послуг і виробництва товарів туристичного попиту. І всі вони об'єднуються спільним бізнес-кліматом, в межах якого формуються необхідні для функціонування туристичного кластера трудові ресурси, технології, а також діють різні стимули, включаючи податкову систему, адміністративне регулювання та бар'єри» [22].

В цілому, «туристичний кластер розглядається як система інтенсивної виробничо-технологічної та інформаційної взаємодії туристичних підприємств, постачальників базових і додаткових послуг з приводу створення основного продукту кластера – туристичного продукту» [20].

В світовій практиці вже багато років розвиваються різноманітні надзвичайно конкурентоспроможні туристичні кластери, до прикладу – квітковий – в Амстердамі; моди – в Парижі; активного туризму – в Каліфорнії та інші, досвід яких доцільно імплементувати в практику України.

## **Висновки до розділу 2**

Стан зеленого туризму в досліджуваній громаді знаходиться на даний час в активному режимі, хоча для розвитку даного виду туризму створені практично всі умови, як природні, демографічні, екологічні, історико-архітектурні, інфраструктурні та інші, крім того є підтримка місцевої влади, яка в Стратегії розвитку Тернопільської громади однією з цілей виокремила всебічний розвиток туризму, де також представлено готовність розвивати та підтримувати ЗТ в громаді.

Визначено наступні дієві механізми розвитку зеленого туризму в Тернопільській громаді, які може і має використати влада цієї громади, якщо дійсно має бачення у справжньому розвитку туризму:

формування концептуальної візії розвитку туризму громади, в основі якої – релігійних, історичні традиції та унікальна природа (наприклад, печери);

прискорення та розширення сфер прикладання праці, що дотичні до обслуговування зеленого та екологічного туризму;

підтримка ОМС концепції створення локальних туристичних кластерів.

## РОЗДІЛ 3

### УДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМІВ ФОРМУВАННЯ СПРИЯТЛИВИХ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИХ УМОВ РОЗВИТКУ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ У ТЕРИТОРІАЛЬНІЙ ГРОМАДІ

#### **3.1. Програмно-цільові засади формування сприятливих організаційно-економічних умов розвитку зеленого туризму у територіальній громаді**

Зелений туризм є тим видом туризму, який здатен розвинути економіку території, та робити «внесок у зміцнення контактів і налагодження міжнародних зв'язків, виступати одним із чинників зміцнення авторитету держави та кожного окремого міста, створює імідж, формувати національну гідність, стимулює розвиток світової та внутрішньої торгівлі, гуманітарної сфери, міжнародного співробітництва, відродження культурної спадщини та традицій, залучення інвестицій, розвиток інфраструктури» [24].

Відповідно, сформовані тенденції економічного та соціального розвитку громади потребують використання на практиці широкого набору різноманітних інструментів публічного управління, одним із яких є програмно-цільовий метод, в основі якого – орієнтація діяльності на досягнення поставлених цілей.

Застосування вказаного методу в управлінні розвитком туризму в ТГ передбачає, перед усім, визначення цілей розвитку рекреаційно-туристичної сфери, загальною метою якого є підвищення прибутковості цього виду діяльності, а також досягнення значного соціального ефекту.

На локальному рівні територіальній громаді, можемо виділити такі програмно-цільові управлінські документи, які допоможуть розвивати ЗТ: план соціально-економічного та культурного розвитку ТГ, програма розвитку туризму та стратегія розвитку громади. Усі вони формуються, узгоджуються та пропонуються до голосування місцевою радою, і затверджуються сесією.



Розберемо засади формування сприятливого організаційного та економічного середовища розвитку ЗТ на прикладі «Стратегії розвитку Тернопільської громади до 2029 року» [50]. Поки що на даному етапі розвитку нашої громади не розроблено вузько тематичної стратегії, яка зосереджує свою увагу лише на розвитку зеленого туризму, проте виходячи із зазначеного в даному документі, розуміємо, що в перспективному плані закладено написання такої стратегії.

Тернопільська громада виокремила в своїй стратегії 5 сфер розвитку, друга з них – це різносторонній розвиток туризму. З огляду на це, закладено дві операційні цілі, які реалізуються через систему завдань, рівень досягнення котрих аналізується за певними індикаторами (табл.3.1.).

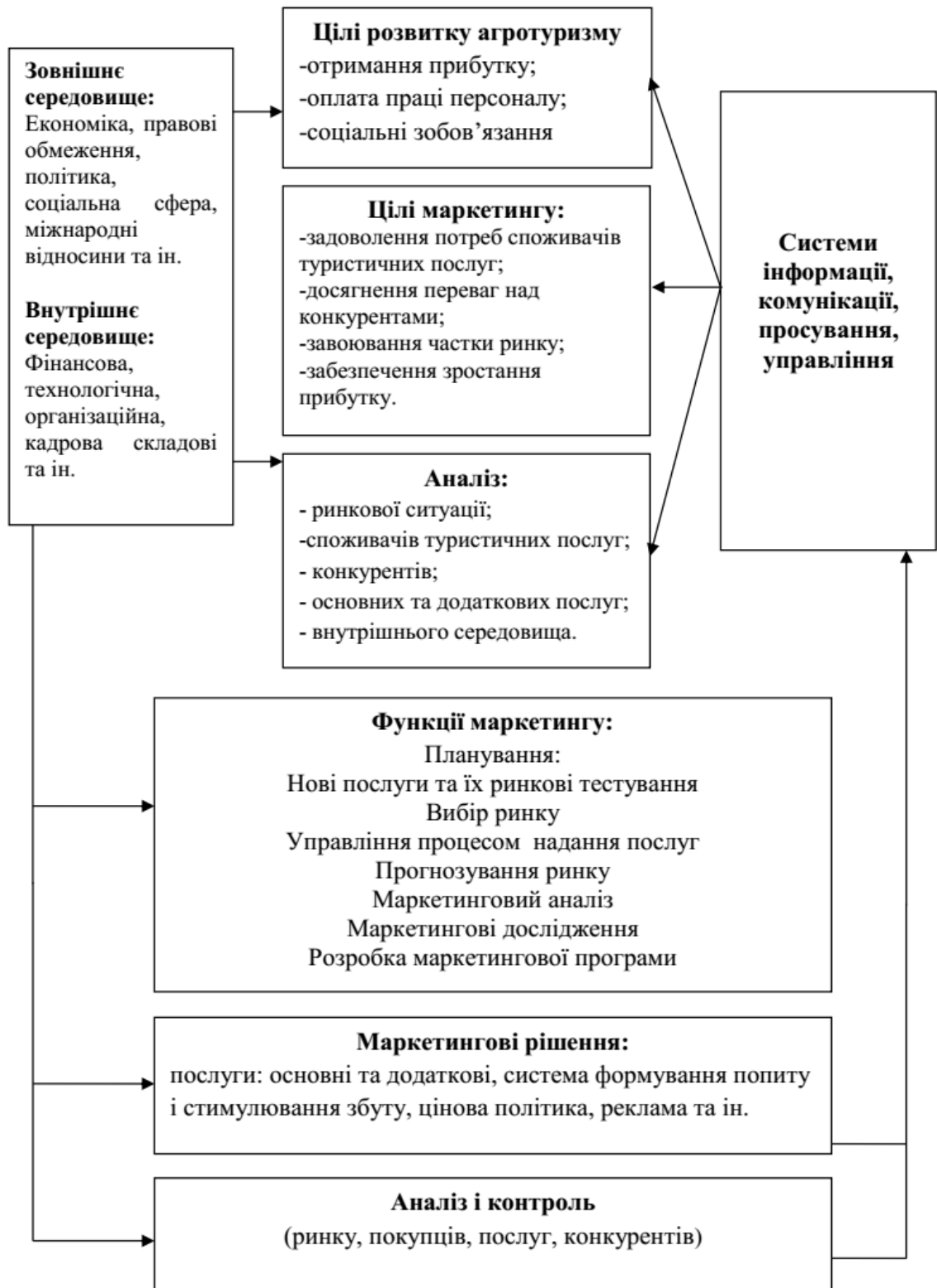
Охарактеризовані нами вище особливості та ринкові можливості ЗТ визначають, по суті, ту сферу місцевої економіки, яка в подальшому дасть поштовх зростанню та досягненню збалансованого розвитку території. У нашій ТГ на даний час є достатні можливості для функціонування індустрії гостинності (інфраструктура готельна, хостели, приватні помешкання, які власники здають в оренду гостям міста та відпочивальникам). Тому, як ми вважаємо, перспективним для Тернопільської ТГ та цікавим для рекреантів слід розглядати своєрідний мікс туристичних послуг – активний туризм в сільській місцевості (туристичні стежки, оздоровчі прогулянки, велосипедні доріжки та маунт-байк, маршрути для їзди верхи) з одночасним ознайомленням з пам'ятками архітектури, історії та культури нашого краю.

З огляду на це, та враховуючи вигідне економіко-територіальне розташування, сприятливі природні умови, мальовничі природні краєвиди, для Тернопільської громади, вважаємо, сприяння розвитку агротуризму в ОТГ має бути пріоритетним напрямком. «У цій сфері важливим було б заохочення і підтримка зі сторони влади громади мешканців до створення агротуристичних господарств. Багато хто (особливо серед активних мешканців) зауважує таку потребу і можливості. Роллю влади громади була б всебічна консалтингова й ментальна підтримка таких осіб» [29].

## Модель стратегічного розвитку туризму в Тернопільській ТГ

	Завдання для громади	Індикатори реалізації цілі
<b>Ціль 1</b>	<i>Розробка комплексної концепції розвитку туризму, що ґрунтується на багатій історії та релігійних традиціях (шляхи релігійного туризму, екуменізм, сучасні форми екскурсій)</i>	
	<p>розвиток співпраці з сусідніми туристичними осередками у сфері популяризації спільних туристичних переваг; визначення і популяризація історико-релігійних шляхів та маршрутів для туристів і прочан;</p> <p>розробка і популяризація туристичних продуктів, що пов'язані з традиціями та історією;</p> <p>популяризація туристичних переваг і спадщини громади за допомогою розвитку співпраці з туристичними агенціями, бюро, зокрема тими, що займаються релігійним туризмом (паломницькі центри);</p> <p>використання мальовничих руїн замку для різного виду заходів: реконструкції історичних подій, міських ігор, концертів тощо;</p> <p>ведення реконструкційно-дослідницьких робіт на руїнах замку.</p>	<p>документ субстратегії розвитку туризму;</p> <p>кількість започаткованих контактів з метою популяризації спільних туристичних переваг;</p> <p>кількість туристичних продуктів, що пов'язані з місцевими традиціями, історією;</p> <p>чисельність гостей, які відвідують громаду;</p> <p>кількість заходів, організованих на території колишнього замку;</p> <p>кількість і вид реконструкційно-дослідницьких робіт на руїнах замку</p>
<b>Ціль 2</b>	<i>Створення нових робочих місць, пов'язаних з обслуговуванням туристичного руху (агротуризм, нові туристичні продукти, екологічно чисті продукти)</i>	
	<p>започаткувати реалізацію освітньо-консалтингових заходів, адресованих до жителів сільських територій, які розважають можливість створення агротуристичних господарств;</p> <p>допомагати у пошуках і залученні зовнішнього дофінансування на створення агрогосподарств;</p> <p>започаткувати співпрацю з зарубіжними (зокрема, польськими) гмінами, на території яких функціонують агротуристичні господарства з метою ознайомлення з досвідом у сфері створення і ведення діяльності цього типу</p>	<p>кількість освітньо-консалтингових заходів, адресованих до жителів сільських територій;</p> <p>кількість створених агротуристичних господарств;</p> <p>відсоток, на який зросли доходи мешканців від агротуристичної діяльності</p>

Чітке формулювання завдань стратегічного розвитку ЗТ в громаді досягається за підсумками ґрунтовних маркетингових досліджень



### Процес планування маркетингу в сфері зеленого туризму ОТГ

В контексті досягнення визначених цілей розвитку агротуризму на теренах Тернопільської громади актуалізуються завдання ОМС щодо інституційної підтримки, «організації професійного консалтингу в сфері

юридичних, фінансових, податкових, маркетингових аспектів у сфері започаткування підприємницької діяльності в сфері зеленого туризму. Адже ведення агротуристичної діяльності може стати для мешканців у майбутньому головним, або ж альтернативним джерелом доходів» [29].

Отже, чітке планування стратегічних цілей і обґрунтоване формулювання ОМС бачення бажаного кінцевого результату дає змогу ефективно розвинути ЗТ – як той вид діяльності, що громада визначила для себе пріоритетним.

### **3.2. Імплементация новітніх технологій в систему ресурсного забезпечення розвитку зеленого туризму на рівні територій та громад**

Особливо великий інтерес до сільського ЗТ спостерігається в західноєвропейських країнах. Але кожна з них намагається створити свою модель розвитку цієї галузі. Практично в кожній з держав підтримується та заохочується такий вид діяльності на національному рівні. В цьому контексті, головна мета ЗТ – створення інноваційного нестандартного туристичного продукту, орієнтованого на природні ресурси, етнічні, національні та культурні розмаїтості регіонального розвитку.

Потрібно зазначити, що на теренах ЄС відчувається вагома державна підтримка зеленого та агротуризму. Існує безліч програм фінансової підтримки даної галузі з боку держави.

«За підрахунками експертів Європейського банку реконструкції та розвитку, облаштування в місті вихідця з сільської місцевості в 20 разів дорожче, ніж створення умов для його життя і роботи в селі. Також підраховано, що дохід, отриманий від одного ліжка-місця, еквівалентний річному доходу фермера від однієї корови» [52].

Особливості організації сільського ЗТ різних країн надані в таблиці 3.2.

## Особливості організації сільського зеленого туризму у різних країнах

Країна	Особливість організації сільського зеленого туризму
Італія	агротуристичний бізнес тісно пов'язаний з курортним, міжнародна спеціалізація астрономічний і дегустаційний туризм
Австрія	зайнятість гостей у зборі трав, приготуванні молокопродуктів, вигоні худоби, активний гірський та екологічний туризм
Фінляндія	будиночки без господарів, розміщені на берегах заповідних озер та річок
Румунія	діє Національна асоціація сільського і культурного туризму, спеціалізація етнографічний та гастрономічний туризм
Угорщина	податкові пільги, міжнародна спеціалізація кінний туризм
Польща	відсутність тісного зв'язку з традиціями країни – тільки ночівля та харчування
Франція	приморські агросадиби, кінні ферми, винні агросадиби, гірськолижні шале, агрокоттеджі, замки, рибальські будинки
Іспанія	сільські готелі відкрито на Канарських і Балеарських островах, а також у переобладнаних монастирях та історичних замках
Данія	діє Національна асоціація агротуризму, спеціалізація велосипедний туризм
Ісландія	категоризація номерів на три категорії, категоризація гостьових будинків (A,B,C,D,T,F,G)
Німеччина	більшість туристів приїждить для участі у міжнародних ярмарках та торгових шоу
Великобританія	доступні ціни, спеціальні знижки для дітей, друкуються рекламно-інформаційні каталоги СЗТ

Просування послуг сільського туризму на ринок і надалі залишається важливим питанням. Найбільш ефективними формами реалізації послуг зеленого туризму є такі (рис.3.2.). Тому кожній територіальній громаді, яка має в пріоритеті розвиток сільського ЗТ, доцільно розробити власний унікальний бренд.

Для обґрунтування рекомендацій щодо удосконалення інформаційно-комунікативного забезпечення формування сприятливих умов розвитку зеленого туризму на рівні територіальних громад, потрібно насамперед

розділити роль органів місцевої влади та туристичного бізнесу, тобто приватного сектору.

Основою успішного туристичного бізнесу сьогодні стає запровадження постійного, надійного і ефективного зворотного зв'язку з туристами, що є можливим тільки за умови налагодження вискооефективних комунікацій.

Виділимо декілька завдань, які будуть основою вирішення даного питання:

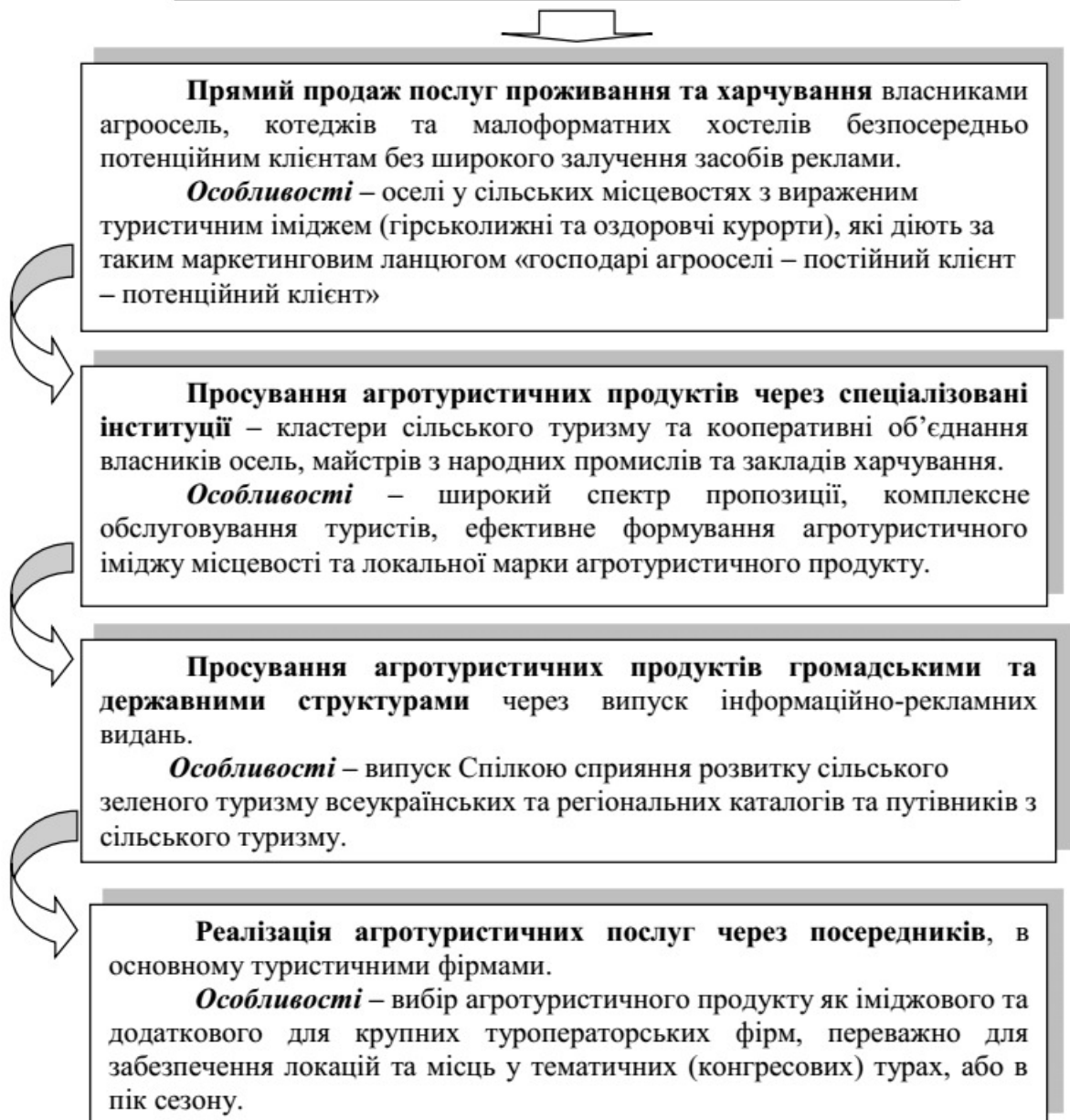
розробка стратегії спеціальної інформаційно-комунікативної кампанії;

визначення цільової аудиторії, до якої буде направлятися інформація, в цьому є два напрямки – для заохочення місцевих мешканців, і для принади в громаду великої чисельності туристів;

вироблення сучасних каналів інформування та комунікування (місцеві ЗМІ, ТІЦ, веб-сайти, туристичні портали, соціальні мережі).

Отже, для отримання найкращих результатів в формуванні організаційно-економічних умов розвитку ЗТ можливе при співпраці місцевої влади та гостинних садиб, а саме проведення різноманітних тренінгів для надавачів даних послуг, інформування щодо законодавчих змін та спільних промо-акцій.

## Форми реалізації послуг зеленого туризму



Основні форми реалізації послуг ЗТ на рівні територіальної громади

Які інформаційно-комунікативні завдання ставить перед собою територіальна громада, щоб досягнути до цілі, а саме створення умов розвитку ЗТ?

Щодо промоції громади, то визначну роль відіграє саме ТПЦ і інші органи публічної влади. Тернопільська громада може похвалитися результатами

роботи КП ТІЦ в сфері створення нових туристичних продуктів та промоції на всеукраїнському рівні. При цьому наголошується своїм партнерам про необхідність створення таких підприємств, оскільки виручка такого турінфоцентру повністю використовується на розвиток туризму і стимулює працівників такого центру до креативної та ціленаправленої роботи.

На прикладі Тернопільської громади, варто зазначити, що в ній ТІЦ повинен долучатися до промо-кампаній із регіональними туристичними організаціями та обласним управлінням туризму. Це дає можливість зменшити видатки на підготовку промо матеріалів та на участь у різноманітних виставках, крім того громада тоді має якесь ототожнення регіональне, що збільшує шанси на привернення уваги до туристичних продуктів громади.

Одним із найефективніших сучасних інформаційних ресурсів, що дозволяють розвивати ЗТ, є портали та сайти туристичної інфраструктури. Зауважимо, що наш ТІЦ розробив власний сайт різними мовами. Тому, через сучасні інтернет-системи турист швидко потрапляє на сайт «[tic.ternopil.info](http://tic.ternopil.info)».

Таким чином, на даний час, власникам садиб не потрібно створювати власний сайт, а можна додавати та розміщувати свої пропозиції на всіх можливих туристичних веб-порталах та системах бронювання, це дасть змогу підвищити рівень продажів власного агротуристичного продукту.

### **Висновки до розділу 3**

Маркетинг в зеленому туризмі, як і в інших видах туризму, покликаний виявити потреби туристів та для створення привабливих туристичних послуг, ознайомити потенційних туристів з доступними для них туристичними продуктами, поінформувати їх про місце, де можна ці послуги придбати. На жаль в Україні даній складовій ведення діяльності у ЗТ не приділяється належна увага, тому і невисока поки що відвідуваність такого типу рекреаційних зон.



## ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній роботі здійснено теоретичне узагальнення та обґрунтовані пропозиції щодо удосконалення механізмів формування сприятливих організаційно-економічних умов розвитку ЗТ у Тернопільській територіальній громаді. Систематизація результатів дослідження дозволила сформулювати такі висновки.

На теперішній час в Україні ЗТ – як вид відпочинку в екологічно чистих місцевостях із вживанням якісної їжі, вид туризму, мета якого є відновлення власних сил, не завдавши шкоди навколишньому середовищу – не може бути самодостатнім, краще цей вид туризму поєднувати з сільським..

Головні фактори, які впливають на розвиток ЗТ в територіальній громаді, можемо поділити на статичні й динамічні.

«До статичних відносять сукупність природно-географічних факторів, які мають незмінне значення. Людина лише пристосовує їх до туристських потреб, робить більш доступними для використання. До динамічних факторів відносять: демографічні, соціально-економічні, матеріально-технічні й політичні фактори, які можуть мати різну оцінку, значення, що змінюються в часі й просторі. Також серед факторів, що впливають на розвиток туризму, розрізняють: зовнішні (екзогенні) фактори та внутрішні (ендогенні) фактори. Зовнішні фактори впливають на туризм шляхом: демографічних та соціальних змін; економічного й фінансового розвитку; змін політичного та правового регулювання; технологічних змін; торгового розвитку; транспортної інфраструктури; безпеки подорожей» [99].

Виходячи із зарубіжного досвіду розвитку ЗТ, потрібно зазначити, що в багатьох країнах діє спрощена система оподаткування та ліцензування таких господарств.

Стан ЗТ в досліджуваній громаді знаходиться на даний час в т.з. сплячому режимі, хоча для розвитку даного виду туризму створені практично всі умови, як природні, демографічні, екологічні, історико-архітектурні,

інфраструктурні та інші, крім того є підтримка місцевої влади, яка в Стратегії розвитку Тернопільської громади однією з цілей виокремила всебічний розвиток туризму, де також представлено готовність розвивати та підтримувати ЗТ в громаді.

Інституційне забезпечення формування організаційно-економічного середовища розвитку ЗТ Тернопільській громаді представлено цілим гроном управлінських структур публічного управління на місцевому рівні і, особливо, ТПЦ. Останній може похвалитися результатами роботи в сфері створення нових туристичних продуктів та промоції на всеукраїнському рівні. А також допомагає співпрацювати місцеві владі з гостинними садибами, проводить різноманітні тренінги для надавачів даних послуг, спільні промо-акції, інформує щодо законодавчих змін, організовує навчання для власників садиб або бажаючих створити власний відпочинковий комплекс.

У Тернопільській громаді з метою розвитку ЗТ визначено наступні дієві механізми, які може і має використати влада цієї громади:

- розробка всеохоплюючої комплексної концепції розвитку туризму;
- стимулювання створення нових робочих місць, пов'язаних з обслуговуванням туристичного руху;
- підтримка місцевою владою концепції створення кластерних економіко-територіальних утворень туристично-рекреаційного і освітньо-пізнавального спрямування.

«Туристичний кластер – це концентрація на певній території підприємств індустрії туризму, які взаємодіють між собою з метою створення туристичного продукту. Групи підприємств спільно використовують туристичні ресурси, інфраструктуру, ринок праці та взаємодоповнюють один одного. Зацікавленість більшості країн у створенні кластерів зумовлена насамперед двома причинами: по-перше, кластери сприяють прискоренню розвитку бізнесу, а по-друге, дають змогу підвищити інтенсивність появи нових підприємств в їх межах. Як свідчить світовий досвід, у тих країнах, де з метою реалізації кластерної моделі були створені та профінансовані державні програми, економіка відповідних

галузей набула набагато більшого розвитку, ніж там, де кластери формувалися лише за рахунок власного потенціалу» [50].

Тернопільська ТГ працює над створенням власного бренду, який залучить більше туристів до відпочинку саме у цій громаді.

Кожна місцева влада, пріоритетною ціллю якої є всебічний розвиток туризму, зобов'язана мати стратегію його розвитку. Саме такий управлінський документ задасть чіткий план на роки вперед та виокремить завдання, які потрібно виконати за зазначений час, а також перевірити якість їх досягнення, дякуючи вказаним амбітним індикаторам розвитку.