

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний університет «Запорізька політехніка»
Факультет міжнародного туризму та економіки
Кафедра туристичного, готельного та ресторанного бізнесу

Пояснювальна записка

до кваліфікаційної (дипломної) роботи
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

на тему

РОЗРОБКА ТУРУ В СЕГМЕНТІ РИНКУ СПОРТИВНОГО ТУРИЗМУ ТА АКТИВНОГО ВІДПОЧИНКУ

Виконав(ла): здобувач(ка) вищої освіти

4 курсу, групи МТЕ-130

Спеціальність: 242 Туризм

Освітня програма: Туризмознавство

Ілля КІСЬ

Керівник: к.е.н., доцент Сергій ЦВІЛИЙ

Рецензент: д.е.н., професор Юлія ЮХНОВСЬКА

Запоріжжя – 2024

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний університет «Запорізька політехніка»

Інститут, факультет Міжнародного туризму та економіки

Кафедра Туристичного, готельного та ресторанного бізнесу

Ступінь вищої освіти Перший (бакалаврський) рівень

Освітньо-кваліфікаційний рівень бакалавр

Спеціальність 242 Туризм

Освітня програма (спеціалізація) Туризмознавство

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри ТГРБ

Валентина ЗАЙЦЕВА

«___» _____ 2024 року

З А В Д А Н Н Я

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ (ДИПЛОМНУ) РОБОТУ ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ

КІСЬ Іллі Володимировича

1. Тема роботи (проекту) РОЗРОБКА ТУРУ В СЕГМЕНТІ РИНКУ СПОРТИВНОГО ТУРИЗМУ ТА АКТИВНОГО ВІДПОЧИНКУ

керівник роботи (проекту) ЦВІЛИЙ Сергій Миколайович, к.е.н., доцент,

затвердженні наказом вищого навчального закладу від 16 лютого 2024 року № 34

2. Строк подання студентом роботи (проекту) 23.05.2024 р.

3. Вихідні дані до роботи (проекту) в роботі використанні навчальні посібники, підручники, статті наукових видань, матеріали міжнародних та всеукраїнських науково-практичних конференцій, монографії, Інтернет-джерела, законодавчі та нормативно-правові акти України, дані первинного бухгалтерського обліку, статистичні звіти.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)

1) Теоретичні основи організації спортивного туризму та активного відпочинку. 2) Практичні аспекти організації спортивного туризму та активного відпочинку. 3) Рекомендації з розробки туру в сегменті ринку спортивного туризму та активного відпочинку (на прикладі Карпатського регіону).

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)

Графічний матеріал кваліфікаційної (дипломної) роботи складає: 20 таблиць, 1 рисунок.

6. Консультанти розділів кваліфікаційної (дипломної) роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1	ЦВІЛИЙ С.М., доцент кафедри ТГРБ	19.02.2024	31.03.2024
2	ЦВІЛИЙ С.М., доцент кафедри ТГРБ	19.02.2024	14.04.2024
3	ЦВІЛИЙ С.М., доцент кафедри ТГРБ	19.02.2024	28.04.2024
Нормо контроль	ЦВІЛИЙ С.М., доцент кафедри ТГРБ	19.02.2024	10.05.2024

7. Дата видачі завдання 19 лютого 2024 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Узгодження теми, складання змісту	19.02.2024	виконано
2	Вивчення літературних джерел	20.02-25.02.2024	виконано
3	Збір матеріалу на кваліфікаційну роботу	26.02-10.03.2024	виконано
4	Групування та аналіз зібраного матеріалу	11.03-17.03.2024	виконано
5	Виконання першого розділу	31.03.2024	виконано
6	Виконання другого розділу	14.04.2024	виконано
7	Виконання третього розділу	28.04.2024	виконано
8	Формування висновків та рекомендацій	03.05.2024	виконано
9	Оформлення кваліфікаційної роботи	10.05.2024	виконано
10	Перевірка роботи на плагіат	12.05.2024	виконано
11	Перевірка роботи керівником	15.05.2024	виконано
12	Одержання відгуку та рецензії	16.05.2024	виконано
13	Попередній захист кваліфікаційної роботи	17.05.-19.05.2024	виконано
14	Подання роботи на кафедру	23.05.2024	виконано
15	Захист кваліфікаційної роботи	30.05.-02.07.2024	виконано

Здобувач(ка) вищої освіти _____ Ілля КІСЬ
(підпис)

Керівник роботи (проекту) _____ Сергій ЦВІЛИЙ
(підпис)

РЕФЕРАТ

Мета кваліфікаційної (дипломної) роботи: формування рекомендацій з розробки туру в сегменті ринку спортивного туризму і активного відпочинку.

Об'єкт дослідження: спортивний туризм та активний відпочинок.

Предмет дослідження: теоретичні, методичні та прикладні аспекти розробки туру в сегменті ринку спортивного туризму та активного відпочинку.

Методи дослідження: метод порівняння, історичний метод, метод наукової абстракції, метод аналізу літературних джерел й Інтернет-ресурсів, метод порівняння, аналітико-дослідницький метод, статистичні методи, методи системного пошуку і збору даних, синтез-метод, метод групування, соціально-психологічні методи, географічні методи, економічні методи.

Інформаційна база дослідження: нормативно-правова та законодавча база України, підручники, навчальні посібники, наукові статті, монографії, матеріали міжнародних та вітчизняних конференцій, форумів та семінарів, дані Всесвітньої туристичної організації, Федерації спортивного туризму України, Інтернет-ресурси, сайти компаній, власні дослідження автора, тощо.

Практичне значення результатів: використання методів організації спортивного туризму та активного відпочинку туристичними компаніями для розробки і просування туристичного продукту й впровадження результатів в освітньому процесі при викладанні дисципліни «Спеціалізований туризм».

Апробація результатів кваліфікаційної (дипломної) роботи. Основні результати доповідалися, обговорювалися та отримали схвальну оцінку на Всеукраїнській науково-практичній щорічній конференції здобувачів вищої освіти «Тиждень науки – 2024» в Національному університеті «Запорізька політехніка», 15–19 квітня 2024 р., м. Запоріжжя. Опубліковані тези доповіді.

Структура. Кваліфікаційна (дипломна) робота бакалавра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, переліку посилань, додатків.

Обсяг. Загальний обсяг – 81 сторінка, основна частина – 71 сторінка.

Графічний матеріал. Робота містить 20 таблиць та 1 рисунок.

АНОТАЦІЇ

КІСЬ Ілля. Розробка туру в сегменті ринку спортивного туризму та активного відпочинку. – Кваліфікаційна робота.

У кваліфікаційній роботі узагальнено теоретичні основи організації спортивного туризму й активного відпочинку; досліджено практичні аспекти організації спортивного туризму та активного відпочинку на основі аналізу стану та перспектив; сформовано комплекс рекомендацій з розробки туру в сегменті ринку спортивного туризму та активного відпочинку та заходи його просування. Актуальність роботи обґрунтована необхідністю пошуку шляхів залучення людей до корисного й раціонального використання вільного часу. Практичне значення полягає у використанні методів організації спортивного туризму та активного відпочинку вітчизняними туристичними компаніями.

Ключові слова: спортивний туризм, активний відпочинок, туристичний маршрут, подорож, сегмент ринку, рекреація, спеціалізований туризм.

KIS Illia. Organizing marketing research of consumers in the market of tourism services. – Qualifying work.

The qualification work summarizes the theoretical foundations of the organization of sports tourism and active recreation; the practical aspects of the organization of sports tourism and active recreation were investigated based on the analysis of the state and prospects; a set of recommendations for the development of a tour in the sports tourism and active recreation market segment and measures for its promotion were formed. The relevance of the work is justified by the need to find ways to attract people to the useful and rational use of free time and to increase the efficiency and effectiveness of the activities of tourism entities. The practical significance lies in the use of methods of organizing sports tourism and active recreation by domestic tourism companies.

Keywords: sports tourism, active recreation, tourist route, travel, market segment, recreation, specialized tourism.

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ, СИМВОЛІВ, ОДИНИЦЬ, СКОРОЧЕНЬ І ТЕРМІНІВ

г. – гора

ДЕСТ – державний стандарт

див. – дивись

дод. – додаток

ін. – інше

ІЗЗ – історико-заповідна зона

млн. – мільйон

млрд. – мільярд

оз. – озеро

ПГ – привабливість галузі

ПЗФ – природно-заповідний фонд

ПТР – перспективний туристичний регіон

ПрАТ – приватне акціонерне товариство

р. – річка

рис. – рисунок

РТО – рівень туристичного оснащення

с. – село

св. – святий

сmt. – селище міського типу

ст. – століття

с-ще – селище

табл. – таблиця

тис. – тисяча

ТОВ – товариство з обмеженою відповідальністю

УПЦ – Українська Православна Церква

ФГР – фізико-географічне районування

₴ – гривня

ЗМІСТ

ВСТУП	8
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ СПОРТИВНОГО ТУРИЗМУ ТА АКТИВНОГО ВІДПОЧИНКУ	11
1.1. Сутність спортивного туризму та активного відпочинку і основні принципи його організації	11
1.2. Етапи розвитку спортивного туризму та активного відпочинку	21
РОЗДІЛ 2. ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ СПОРТИВНОГО ТУРИЗМУ ТА АКТИВНОГО ВІДПОЧИНКУ	32
2.1. Аналіз стану та сучасних тенденцій в сегменті ринку спортивного туризму та активного відпочинку	32
2.2. Дослідження проблем та перспектив в організації спортивного туризму та активного відпочинку	40
РОЗДІЛ 3. РЕКОМЕНДАЦІЇ З РОЗРОБКИ ТУРУ В СЕГМЕНТІ РИНКУ СПОРТИВНОГО ТУРИЗМУ ТА АКТИВНОГО ВІДПОЧИНКУ (НА ПРИКЛАДІ КАРПАТСЬКОГО РЕГІОНУ)	52
3.1. Перспективні напрямки повоєнного розвитку туризму в Карпатському регіоні	52
3.2. Розробка туру в сегменті ринку спортивного туризму та активного відпочинку та комплексу рекомендацій з його просування	59
ВИСНОВКИ	69
ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ	72
ДОДАТКИ	77

ВСТУП

Актуальність теми. Активні форми туристичних подорожей динамічно розвивають туристичні підприємства, продуктивні сили регіонів і сприяють підвищенню економічного потенціалу країни. Зростання обсягів світових туристських потоків активних видів туризму ініціюють переосмислення суті, активних видів туризму і вимагають формування і забезпечення теоретико-практичних засад управління розвитком таких послуг. Головним завданням активного туризму є залучення громадян до корисного й раціонального використання вільного часу, забезпечення збереження туристичних ресурсів, турбота про особисту безпеку туристів, розвиток туристичного потенціалу територій і регіонів, підвищення ефективності та результативності діяльності суб'єктів туристичної діяльності та підприємницьких ініціатив на ринку.

Значення для суспільства спортивного туризму й активного відпочинку важко переоцінити, адже він сприяє раціональному використанню вільного часу, активному та здоровому способу життя. Заняття спортивним туризмом сприяють формуванню екологічної національної самосвідомості, особливо юнацтва, молоді, розвитку духовності, розширюють уявлення про потенціал людини, який можна розкрити в тісній єдності та з природним середовищем.

Теоретичні положення та методичні принципи організації спортивного туризму та активного відпочинку розроблено в наукових публікаціях таких вчених, як: В. Абрамов [2], О. Бондаренко [7], М. Брич [11], О. Брезицька [12], О. Колотуха [30], О. Костенко [32], Ю. Лисенко [37], О. Ліпова [38], П. Тищенко [58] та багатьох інших. Однак, питання комплексного підходу до вивчення ринку послуг зі спортивного туризму та активного відпочинку освячуються фрагментарно й залишаються дискусійними до цього часу.

Останнім часом вивченням динаміки екологічного туризму займається багато вітчизняних науковців, дослідників, практиків; серед них значну активність демонструють науковці кафедри туристичного, готельного та ресторанного бізнесу Національного університету «Запорізька політехніка».

Нині екотуризм найдинамічніше розвивається на територіях, що мають природничу цінність (національні і ландшафтні природні парки). Екотуризм спрямований на охорону природного й культурного середовища регіонів, які відвідуються туристами. Він передбачає, що учасники цих подорожей, люди з високою екологічною свідомістю. Виділяють форми екотуризму: активний екотуризм (велосипедний, піший, водний, кінний, рибальство, мисливство, збиральництво), фауністичні та флористичні поїздки (орнітологічні поїздки, фотополювання, тематичні поїздки), культурологічні й етнографічні поїздки

Ефективність практичного інструментарію в екологічному туризмі вимагає узагальнення питань теорії, методики, практики. Проведення аналізу підходів до розробки екотурів є найважливішим чинником сталого розвитку.

Зазначені положення обумовили об'єктивну необхідність опанування ефективних механізмів розробки та комплексних маркетингових заходів з просування екотурів в сегменті ринку спортивного туризму та активного відпочинку. Саме з цих причин обраний напрямок дослідження є своєчасним та актуальним, обумовлює логічність та взаємозв'язок обраної теми роботи з назвами її структурних розділів та підрозділів, а також логікою побудови.

Метою кваліфікаційної (дипломної) роботи є формування рекомендацій з розробки туру в сегменті ринку спортивного туризму і активного відпочинку.

Виходячи з поставленої мети поставлено наступні задачі:

- узагальнити теоретичні основи організації спортивного туризму та активного відпочинку: ретроспективний аналіз, сучасний стан і перспективи;
- провести дослідження практичних аспектів організації спортивного туризму та активного відпочинку на основі аналізу стану та перспектив;
- сформувати комплекс рекомендацій з розробки туру в сегменті ринку спортивного туризму та активного відпочинку та заходи його просування (на прикладі Карпатського регіону).

Об'єктом дослідження є спортивний туризм та активний відпочинок.

Предметом дослідження є теоретичні, методичні та прикладні аспекти розробки туру в сегменті ринку спортивного туризму та активного відпочинку.

Методи дослідження: порівняння, історичний метод, метод наукової абстракції, аналіз джерел та Інтернет-ресурсів, метод порівняння (розділ 1 – теоретичний), аналітико-дослідницький метод, статистичні методи, методи системного пошуку і збору даних (розділ 2 – дослідницько-аналітичний), синтез-метод, метод групування, соціально-психологічні методи, географічні методи, економічні методи (розділ 3 – проектно-рекомендаційний).

Інформаційну базу дослідження становлять: нормативно і законодавча база України, підручники, навчальні посібники, наукові статті, монографії, матеріали міжнародних та вітчизняних конференцій, форумів та семінарів, дані Всесвітньої туристичної організації, Федерації спортивного туризму України, Інтернет-ресурси, сайти компаній, власні дослідження автора тощо.

Практичне значення результатів полягає у формуванні інструментарію використання методів організації спортивного туризму і активного відпочинку туристичними компаніями для розробки і просування туристичного продукту. Окремі пропозиції можуть бути використані на різних вітчизняних фірмах в туризмі. Матеріали кваліфікаційної роботи бакалавра доцільно використати при викладанні освітнього компонента «Спеціалізований туризм» здобувачам вищої освіти спеціальності «Туризм» освітнього ступеня «бакалавр».

Апробація результатів кваліфікаційної (дипломної) роботи. Основні результати доповідалися, обговорювалися та отримали схвальну оцінку на Всеукраїнській науково-практичній щорічній конференції здобувачів вищої освіти «Тиждень науки – 2024» в Національному університеті «Запорізька політехніка», 15–19 квітня 2024 р., м. Запоріжжя, за результатами якої опубліковані тези доповіді на тему «Розробка туру в сегменті ринку спортивного туризму та активного відпочинку» [68].

Структура і обсяг роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, переліку посилань (68 найменувань), додатків (4 позиції). Загальний обсяг роботи – 81 сторінка, основний зміст викладено на 71 сторінці. Робота містить 20 таблиць та 1 рисунок.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ СПОРТИВНОГО ТУРИЗМУ ТА АКТИВНОГО ВІДПОЧИНКУ

1.1. Сутність спортивного туризму та активного відпочинку і основні принципи його організації

Основна система організації самодіяльного туризму припинилася після отримання незалежності України. У 1993 році почалося створення нового нормативного права, а Закон України «Про фізичну і спортивну діяльність» вперше включив термін «спортивно-оздоровчий туризм». Це призвело до структурних змін у туристичній галузі, а закон про туризм, прийнятий в 2003 році, додав спортивний та самодіяльний туризм до переліку видів туризму [26]. В Україні спортивний туризм є базовою складовою великої національної системи фізичного оздоровлення. Він передбачає розвиток у молоді фізичної діяльності, прогресу фізичного і морального здоров'я суспільства, зміцнення тіла і м'язів, а також розвитку фізичних, морально-вольових, інтелектуальних здібностей людини шляхом залучення її до участі в змаганнях спортивних туристських походів та інших видів спортивного або активного туризму.

Перший термін, такий як «самодіяльний туризм» з'явився в 1930 році, а в повоєнні роки (після 1949 року) були затверджені спортивні нормативи з туризму, які увійшли до Єдиної Всесоюзної спортивної класифікації [37]. Туристам, які виконали певну кількість категорійних походів, присвоювалися спортивні розряди і звання майстра спорту СРСР з туризму. Туризм вже став видом спорту, але офіційно до кінця існування Радянського Союзу називався самодіяльним. В офіційних документах «самодіяльний туризм» опубліковано вперше в постанові Президії ЦК Союзу спортивних товариств і організацій СРСР «Про вдосконалення організації самодіяльного туризму та підготовки туристичних кадрів» (протокол № 17 від 7 грудня 1961 р.) Президентською постановою ЦК Російської Федерації від 20 липня 1962 року були введені в дію Правила організації туристичних подорожей по території СРСР [40]. У

1965 році Постановою Президії Центральної Ради з туризму від 16 листопада затверджені оновлені Правила організації самодіяльних туристичних поїздок на території УРСР. Вказівка про порядок присвоєння розрядів спорту і рангів у туризмі, Положення про туристичні подорожі та кваліфікаційні комісії. Власне, мова йде про аматорський (самодіяльний) спортивний туризм.

Зазначено, що основним видом спортивного туризму є подорож і похід. Історично туристичні подорожі для виконання категорій з видами туризму називалися походами [33]. В практиці і теорії спортивного туризму необхідно визначати спортивний туризм саме як похід (похід – спорт – спортивний туризм). Немає походу – немає основного змісту і сенсу спорту та спортивно-оздоровчого туризму. У спортивному туризмі у відповідності до його мети головним є досягнення туристами досить високих спортивних результатів і виконання спортивних занять. За цими класифікаціями основними є спортивні туристичні походи та змагання з техніки спортивного туризму.

Спортивний похід представляє собою похід із застосуванням активних засобів переміщення туристів, а також подолання природних перешкод за визначеним маршрутом у визначений час зі спортивною або комплексною метою. Він здійснюється силами і засобами самих учасників або з допомогою спеціалізованих організацій з видів туризму, які включені до переліку класифікованих спортивних маршрутів України. Результатом спортивного походу (див. дод. А) є отримання учасниками розряду з видів спортивного туризму. За останнє десятиліття у спортивному туризмі набули популярності туристичні спортивні змагання, які виникли як активні форми підготовки туристів до майбутніх походів [30]. На початку 90-х років минулого століття у зв'язку з розпадом системи профспілкового, самодіяльного туризму в країні можливість брати участь у спортивних туристичних походах стрімко впала. Декілька років в Україні не було походів вищої категорії складності. Тому деякі туристи почали активно брати участь у змаганнях з туристичною технікою. Для виконання вищих розрядів з техніки спортивного туризму умови, які необхідні для виконання занять на першостях зі спортивного

пішохідного туризму, не вимагаються. З техніки спортивного туризму можна стати майстром спорту швидше, ніж зі спортивного пішохідного туризму.

Аналіз розвитку цього виду спортивного туризму автор висвітлив, що в майбутньому конкуренція з технікою спортивного туризму може набути своє відображення в окремих видах спорту. З часом, спортивне орієнтування відокремилося від самодіяльного туризму як спорту, а скелелазіння від альпінізму. В даний час існує два види туристських спортивних змагань.

Змагання з техніки спортивного туризму – це проходження певної дистанції, подолання природних і штучних перешкод, виконання спеціальних туристичних завдань [16]. Метою змагань є вдосконалення техніко-тактичної майстерності студентів, забезпечення безпеки майбутніх спортивних походів, виявлення найсильніших команд і студентів, проведення спортивних занять.

Змагання туристично-спортивних походів полягають у проходженні командою туристичного маршруту певної протяжності, подоланні за певний нормативний час природних перешкод (перевалів, порогів) різних категорій складності. Метою участі в змаганнях є перемога та виконання спортивних занять, а формою організації є чемпіонати та інші форми змагань [5].

У спортивно-оздоровчому туризмі згідно визначеної мети головним є підтримка організму людини в здоровому фізичному стані, відновлення фізичних і духовних сил людини [7]. За визначеними критеріями основними формами є ступеневі або категорійні походи та туристичні таблиці. Етапні походи є основою майбутніх спортивних походів, туристичного досвіду, масовою і доступною формою спортивного, спортивно-оздоровчого туризму.

Туристичні табори є тимчасові чи постійні бази, які використовуються з метою вдосконалення туристських знань, умінь і навичок, активного відпочинку, оздоровлення, підготовки туристів до походів і змагань [2].

Допоміжні форми спортивно-оздоровчого туризму представлені нижче у таблиці 1.1, де також розкрито зміст кожної форми цього виду туризму

Зведено основні порівняння термінів «спортивний туризм», «спортивно-оздоровчий», «рекреаційний туризм» та їх наведено у додатку Б.

Таблиця 1.1 Допоміжні форми спортивно-оздоровчого туризму

Форма	Зміст
Прогулянки	доступний і короткочасний вид туризму. Прогулянки здійснюються з пізнавальним, оздоровчим або комплексним укладанням
Екскурсії	колективне відвідування певних об'єктів з пізнавальною метою
Туристичні зльоти	найбільші масові туристичні змагання. програма зльоту включає кілька змагань з різних видів туризму, а також різноманітні творчі конкурси
Експедиції	багатоденні походи, які проводяться з науково-пошуковою метою. для них характерне вивчення, дослідження певного маршруту, території, одного чи кількох об'єктів. Якщо експедиції відповідають вимогам до походів з певного виду туризму, то їх можна вважати походами відповідної категорії складності. Залежно від мети та спрямованості роботи можуть проводитися туристично-спортивні, краєзнавчі, наукові експедиції тощо.

Зроблено висновок, що за змістом спортивний туризм і спортивний-оздоровчий туризм є однією основної формою діяльності пішого туризму, а також допоміжних форм туристичної діяльності. Основні відмінності між спортивно-оздоровчим і спортивним туризмом полягають у відмінності в туристичному досвіді та кваліфікації студентів і кінцевій меті діяльності.

Самодіяльний туризм, відомий також як спортивний туризм (див. дод. А) в Україні, почав розвиватися в 1930-х роках. Його назва походить від того, що він був започаткований на аматорських засадах туристами-аматорами. Самодіяльність була найпоширенішою формою громадської діяльності за тоталітарного режиму. Громадські сили створили перші туристичні гуртки та секції, які почали організовувати аматорські (спортивні) походи в сучасному світі. Виділити види туризму можна, провівши термінологічний аналіз [22]. Самодіяльний туризм має історичну назву спортивного туризму. Тобто, це організовані самостійні колективні походи (подорожі) та зведення видів туризму, що мають нормативно-кваліфікаційну основу. Спортивний туризм – це своєрідне явище туристично-спортивної діяльності, основною формою якого є спортивний похід або змагання з видів туризму. Ці види спрямовані на перевірку фізичних, розумових і духовних сил людини, вдосконалення туристичні навички туриста, виконання нормативів спортивних розрядів.

Основним видом спортивно-оздоровчого туризму є відпочинок та похід або туристичний табір. Ці заходи спрямовані на відновлення фізичних, психологічних і духовних сил людей, удосконалення туристських знань, умінь і навичок, підготовку туристів до змагань і спортивних походів. Спортивно-оздоровчий туризм ототожнює оздоровчо-спортивний туризм.

Введення терміну «активний туризм» в теорію спортивного туризму популяризується через низький науковий рівень деяких авторів. Характерно, що туризм не може бути бездіяльним чи не активним. На практиці існують подорожі при активних способах пересування туристів за їх бажань і потреб, саме це входить в предмет дослідження – активне дозвілля [12]. Активне дозвілля в термінології може розглядатися як діяльність, яка забезпечує людині відпочинок, розваги та задоволення, а також вимагає від неї певного рівня фізичної, інтелектуальної активності. Термін широко використовується у галузі фізичної культури та спорту, туризму, рекреації та інших сферах. У контексті фізичної культури та спорту, активне дозвілля може включати різні види фізичної активності, які людина обирає для відпочинку та забезпечення фізичного та психологічного здоров'я [32]. У туризмі та рекреації активне дозвілля може включати туристичні маршрути, екскурсії та інші активності, які дозволяють людям насолоджуватися природою, історичними пам'ятками, займатися різними спортивними заняттями, такими як: катання на лижах, велосипедні поїздки, сноубординг, плавання, каякінг, гірські походи та інші.

Також в термінології існує таке поняття, як екстремальний туризм. Екстремальний туризм – це вид подорожі, яка значно перевищує нормативні вимоги класифікатора спортивних подорожей, а також види діяльності з підвищеним ризиком, які розглядаються під час спортивних подорожей або спеціалізованих змагань. Наприклад, в Україні проводяться пригодницькі перегони, які за змістом можна віднести до екстремального туризму [41]. На Буковині відбуваються з 2006 р. пригодницькі туристичні перегони «Marmot-екстрим-марафон» згідно з правилами пригодницьких перегонів в Україні. Програма марафону передбачає два класи змагань: «експедиція», яка має

довжину близько 300 км, контрольний час 75 годин і включає дисципліни: 1) трекінг, орієнтування на місцевості – 90 км; 2) велосипед – 170 км; 3) заплив на саморобних поплавцях – 10 км; 4) рафтинг (катамаран) – 30 км. Міський спринт, протяжність 120 км (контрольний час 25 годин та включав наступну дисципліну: трекінг, орієнтування на місцевості – 40 км; велосипед – 80 км).

До екстремального туризму можна віднести і пішохідну навколосвітню подорож українця Сергія Гордієнка, який за 4 роки подолав перший і другий етапи від Чорного моря до Владивостока на Тихому океані та до Північного Льодовитого океану за чотири роки близько 30 тис. км. Під спортивним туризмом розуміємо вид спорту, який базується на змаганнях на маршрутах, які містять подолання перешкод за категоріями складності в природному середовищі (дороги і стежки з різним покриттям та бездоріжжям, переправи, перевали, вершини, пороги, каньйони, печери) на дистанціях, пройдених у природному середовищі і на штучно створеній місцевості. Метою цього виду туризму є вдосконалення техніко-тактичної майстерності туристів, виявлення найсильніших вдалих команд і учасників, забезпечення безпеки майбутніх спортивних походів, розвиток і вдосконалення рівня знань, умінь, навичок подолання природних перешкод різноманітних форм природного рельєфу. Головний результат – спортивне вдосконалення (фізичне та духовне) [45].

У термінології спортивного туризму, ще існує визначення «спортивно-подієвий туризм». Це вид туризму, який поєднує спортивні змагання та події з подорожжю і відпочинком у нових місцях [57]. Це може бути, участь в забігу на велику відстань в іншій країні, велосипедній гонці по гірських маршрутах, туристичних заходах зі скелелазіння або сплаві на каяках. Цей вид туризму привертає людей, які люблять спорт і активний відпочинок; тих, хто поєднує подорож з новими враженнями та змагальним духом. Туристи можуть брати участь у спортивних заходах як аматори або професіонали. Організатори спортивних подій часто створюють спеціальні пакетні тури, які включають у себе не тільки участь у змаганнях, але і різноманітні туристичні екскурсії та активний відпочинок після закінчення спортивних змагань.

Тобто, спортивний туризм, спортивно-оздоровчий туризм і оздоровчо-спортивний туризм є синонімами та мають спільний вид діяльності, а саме: туристичні походи, спорт та допоміжні види туристичної діяльності. Однак, в залежності від функції, що домінує в діяльності, туризм може мати різні назви. Спортивно-оздоровчий туризм підкреслює рекреаційну складову, тоді як спортивний туризм є об'єднуючим видом спорту і спортивно-оздоровчого туризму. Окрім того, активне дозвілля може включати більш широкий спектр фізичної активності, такий як прогулянки на природі, велосипедні поїздки, сплави на рафтах, гірські походи, скелелазіння, каякінг тощо, та може бути як індивідуальною, так і груповою діяльністю відносно своєї організації.

Відносно принципів організації спортивного туризму та активного відпочинку слід зазначити, що в туризмі є потреба в розробці методичних засад [10]. Історичний аналіз, теоретичні аспекти та практичний досвід дозволили виділити методичні принципи організації спортивного туризму.

Принцип складового підходу до організації спортивного туризму. Він ґрунтується на створенні цілісної системи освіти і навчання, яка максимально збалансовано враховує духовний, інтелектуальний та фізичний розвиток особистості. Найкращий спосіб це зробити – поєднувати спортивну, життєву, пізнавальну і оздоровчу діяльність. Цей принцип можна застосувати до всіх аспектів життя та допоможе розвинути всебічно розвинену особистість [48].

Принцип сполучення туризму, краєзнавства та екології. Доцільність педагогічної діяльності полягає в поєднанні туризму та краєзнавства, що було обґрунтовано українськими вченими-краєзнавцями К. Мікульським я Е. Пеленським. Специфіка спорту та спортивно-оздоровчого туризму полягає в тому, що вони реалізуються в діяльності, яка відбувається в природному я соціальному середовищі. Перебування в природному середовищі веде до його пізнання. Знайомство з рідним краєм, історією, культурою, місцевими звичаями виховує патріотизм, любов і повагу до рідного краю. Вивчення регіонів майбутніх подорожей, їх природних, соціокультурних особливостей певною мірою забезпечує безпеку подорожей. Водночас, туризм і туристична

робота неможливі без поєднання з екологічним вихованням особистості. Велика вимога нашого часу – висока екологічна культура туристів [31].

Принцип поступового освоєння навколишнього світу: від краєзнавства до країнознавства. Принцип базується на основній потребі людини розуміти навколишній світ і себе, як особистості. У дитинстві людина навчається опановувати навколишній світ: свій дім, сім'ю, школу, мікрорайон, місто, область, країну, Батьківщину і, згодом, інші країни та народи. Якщо ти не любиш і не знаєш своєї Батьківщини, то важко бути патріотом своєї країни. Потрібно почати свої перші подорожі у своїй країні. Вивчати місцевість, її історію, культуру, умови завжди важко. Однак, це дає змогу краще зрозуміти подорож і робить її приємнішою та безпечнішою. Можна також дізнатися більше про культуру, природу та історію через подорожі. Принцип дозволяє виховувати у молоді любов до Батьківщини та повагу до інших держав [27].

Принцип зростання набуття туристичного досвіду (правила туристично-спортивних походів). У конкретних випадках турист не може подорожувати туристичними маршрутами підвищеної складності: не має першокласного досвіду в пішохідних маршрутах меншої складності [61]. Принцип дозволяє туристам мати необхідний рівень навичок і досвіду для безпечної подорожі.

Принцип туристично-краєзнавчого ряду. Складовою туристично-краєзнавчої та туристично-спортивної діяльності є туристично-краєзнавчий цикл. Туристично-краєзнавчий цикл включає планування, проведення і підбиття підсумків усіх туристських заходів (екскурсій на природні території, походів, далеких походів і експедицій, а також зльотів і туристських змагань, конференцій тощо). Ці цикли є частиною гносеологічної петлі освоєння світу. Вони спрямовані на розвиток туризму та інших видів спорту та допомагають туристичним регіонам розширювати свої знання [60]. Сучасний туристично-екскурсійний цикл поділяється на три категорії: 1) сезонний: відноситься до періоду відпочинку та сезону; 2) щорічний: низка сезонних циклів, що ведуть до базової події; 3) річний: низка річних циклів утворюють систему туризму, туристичної діяльності, туристичної і спортивної діяльності. У системі, яка

поєднує туристично-краєзнавчу, туристично-спортивну діяльність, поточний цикл є структурним і конкретне завдання для туристів структурно значуще. Це дозволяє планувати багаторічні системи організації спортивного туризму.

Принцип самоврядування туристичної групи. У туристичній практиці прийнято, що в туристичних групах (дорослих і молодіжних; студентських і шкільних), за кожним учасником майбутньої подорожі закріплюється певна туристично-краєзнавча позиція, а певні зв'язки з цією позицією фіксовані.

Зазначено, що під посадою туристично-краєзнавчої роботи розуміється добровільний обов'язок кожного члена туристичної групи виконати певний напрям загальної роботи. Як правило, назва посади відповідає змісту виконуваної роботи. В умовах автономного туристичного походу структура посад стала необхідною умовою кращої організації туристичного побуту, забезпечення життєдіяльності та безпеки туристичної групи у поході.

Виховний вплив на особистість буде набагато більшим, якщо кожен турист матиме в подорожі туристично -краєзнавчий пост. Останні позиції стосуються багатьох навчальних предметів. Саме така система туристично-краєзнавчих постів сприяє реалізації краєзнавчого підходу в освіті [45].

Крім отримання важливих життєвих навичок і значного розширення кругозору, туристи отримають найцінніші навички ділової взаємодії, маючи можливість вступити у відносини відповідальної залежності з товаришами і викладачами. Похідні посади згуртовують туристський колектив, створюють умови для ділової та організаційної взаємодії туристів, дисциплінують їх, займають вільний час відповідальною громадською діяльністю.

Принцип активного дозвілля. Активне дозвілля, на відміну від професійної діяльності, орієнтоване не на спортивні досягнення, а на задоволення спортивних нахилів і бажань людини у вільний час [14]. Основою цього принципу в сучасному світі виступає «розвага, корисна для фізичного і морального здоров'я», «джерело насолоди і радості». Принцип такого дозвілля спрямований на задоволення потреби людини у вільному виборі видів такої діяльності, в активному відпочинку, у прагненні фізичного

вдосконалення та зміцнення власного здоров'я, у пошуку середовища для спілкування. Активний відпочинок корисний і доступний у будь-якому віці. Самостійна організація такого відпочинку не вимагає великих навичок і знань, не потребує відмінної або доброї фізичної підготовки. Це позитивно впливає на самопочуття і дає можливість отримати нові враження. Активне дозвілля – це, перш за все, комфортний відпочинок, який турист обирає для себе у вільний час з метою активної фізичної роботи власного організму, роботи м'язів, всього організму та відновлення морального здоров'я.

Систематизовано визначені принципи та представлено на рисунку 1.1.

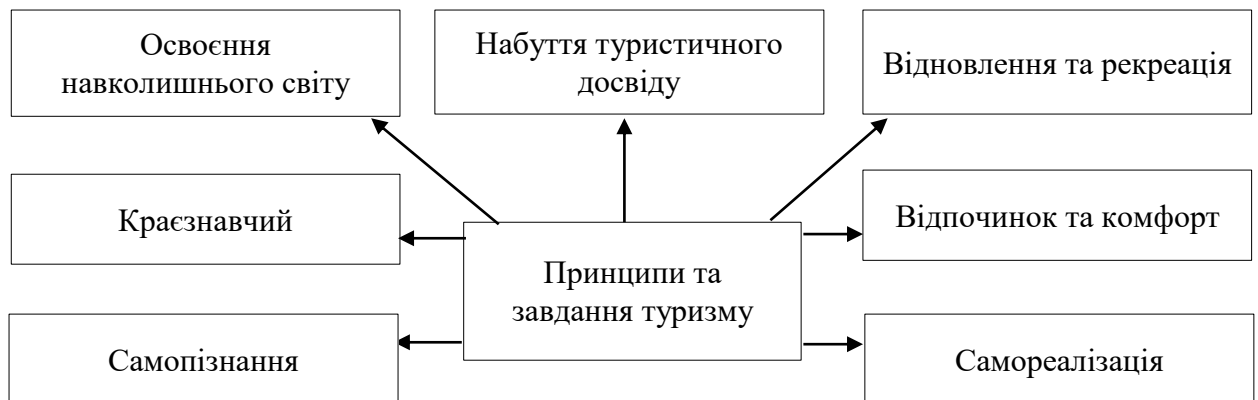


Рис. 1.1 – Основні завдання видів туристичної діяльності

Джерело: систематизовано та доповнено автором.

Таким чином, зроблено висновок, що зазначені принципи спортивного туризму та активного відпочинку є надзвичайно важливими для розвитку туризму, в цілому, та виховання всебічно розвиненої особистості. Зазначені принципи спрямовані на фізичний, духовний і ментальний розвиток туристів, а також на охорону довкілля та розвиток туризму в конкретних регіонах. Хоча ці принципи мають свої відмінності, вони можуть доповнювати один одного для досягнення кращих результатів в організації спортивного туризму та активного відпочинку. В цілому, констатовано, що за змістом спортивний туризм і спортивний-оздоровчий туризм є однією формою діяльності пішого туризму, а також допоміжних форм туристичної діяльності.

1.2. Етапи розвитку спортивного туризму та активного відпочинку

Туризм існує вже з давніх-давен, оскільки люди завжди мали бажання відкривати нові країни та знайомитися з різними народами [3]. У минулому, подорожі були основним способом пізнання, коли племена вирушали у мандрівки, щоб досліджувати невідомі культури і традиції. Початок сучасної ери туризму пов'язаний з завершенням першої промислової революції в XVII столітті, коли з'явилася можливість подорожувати за кордон. Це призвело до збільшення популярності туризму серед багатих мандрівників. Тобто, можна говорити про набуття туристичними подорожами статусу стилю життя.

У той же час, війни, політичні події, паломництва, пошук роботи та навчання стали причинами розвитку туризму [25]. Історію розвитку туризму можна поділити на кілька періодів. Перший період охоплює найдавніші часи до середини XIX століття, коли туризм тільки почав розвиток. Другий період – це зародження організованого туризму в період перед Першою світовою війною. Третій етап охоплює період індустріалізації туризму з 1918 року до кінця Другої світової війни. Четвертий період пов'язаний з масовим туризмом та глобалізацією з 1945 р. і до сьогодні. Розвиток туризму був стимульований збільшенням вільного часу, зростанням доходів та змінами у споживчих звичках. Крім того, розвиток сільського господарства, торгівлі та ринкових відносин також сприяли розвитку туризму. Вчені пов'язують ранні етапи становлення туризму з розвитком торговельно-економічних зв'язків країн та релігійних паломництв. Стародавні фінікійці та римляни створили морські шляхи та культурні зони, під час яких відвідали монолітні місця та засвоїли інші культури. Релігійні паломництва до Єрусалиму, Віфлеєма та Назарету стали популярними в Середньовіччі. Морські відкриття дозволили пізнавати нові місця та встановлювати зв'язки між країнами [39]. Так, мінеральні води та грязі стали важливим елементом туризму для лікування.

У 1830 році в Англії вперше запущено пасажирський поїзд, а у 1841 р. першу масову прогулянку для пасажирів здійснив Т. Шеф. Це був початок

нового напрямку в бізнесі, заслуга в якому належить Т. Куку, який брав участь у розробці транспорту та обслуговування. Розвиток залізничного транспорту, перевезень та реклами сприяли зростанню попиту на туристичні послуги. У XX та XXI століттях зростання кількості курортів та готелів сприяло становленню та розвитку туризму. Роль самодіяльних туристичних клубів та товариств, які забезпечували туристів необхідними зручностями, була значною [25]. У 1857 році була заснована перша туристична асоціація у Великій Британії, а пізніше вона з'явилася в інших країнах світу. Для підвищення туристичної привабливості та оздоровчих центрів розпочато рекламно-маркетингову діяльність, включаючи виставки техніки та мітинги.

З 1960-х років трансатлантичні подорожі стали поширеною практикою, зокрема великі тури, які почали називати гранд-турами. Ці поїздки спонукала допитливість і бажання пізнати культуру інших країн, що призвело до збільшення числа поїздок до країн Північної Америки та заснування компанії Wells Fargo. У період з 1910 по 1914 роки більше мільйона осіб, включаючи мігрантів, перетнули Атлантичний океан з Великобританії до Америки.

Сучасний туризм в своєму змісті і формі був створений перед Першою світовою війною [39]. У XIX столітті туризм почав швидко розвиватись, і в 1898 році була створена Міжнародна ліга туристичних асоціацій зі штаб-квартирою в Люксембурзі. У 1919 р. вона була перетворена на Міжнародний туристичний альянс, який налічує понад 140 країн. Період 1918–1945 рр. відомий як етап індустріалізації туризму, технічні інновації та зростання мобільності і комунікацій взаємодіяли для збільшення кількості подорожей [4]. Розвинені країни були першими, хто відчув масові стрибки зростання, завдяки розвитку зв'язку, транспорту. На початку XIX століття, приватні автомобілі стали популярним засобом транспорту до місць відпочинку, а авіап перевезення значно зросли через перевезення чартерним сполученням.

Після війни базовими факторами зростання повітряного пасажирського транспорту стали багатомісні літаки, високоефективне обладнання, швидкий розвиток цієї галузі [21]. Це призвело до скорочення часу польоту і зниження

цін. За останнє десятиліття традиційні групові поїздки в Північну Америку та Європу витіснялися масовими поїздками на власних автомобілях, що зменшило тривалість поїздок до п'яти ночей та збільшило їх частоту.

Україна має багату історію спортивного туризму: з громадськими організаціями, що почали створюватися у XIX столітті, та самодіяльними походами, у яких брали участь мільйони осіб між Першою та Другою світовими війнами [3]. Сучасний спортивний туризм пропонує широкий спектр видів активності: альпінізм, гірський, піший, водний, автомобільний, гірськолижний та велотуризм. Різноманітні види спорту відіграють важливу роль у розвитку спортивної культури та фізичної активності людей. У минулому, спортивний туризм був популярним і вже тоді люди вирушали у подорожі з метою підвищення фізичної сили та витривалості [42]. Історичні дослідження свідчать про те, що в давнину люди займалися спортивними змаганнями та вирушали на далекі подорожі для підвищення фізичної сили й витривалості. Напр., у греків були олімпійські ігри, а римляни змагалися в гладіаторських боях [25]. Хронологічні етапи історії розвитку спортивного туризму та активного дозвілля наведено в хронологічній таблиці 1.2.

Таблиця 1.2 – Хронологічні етапи історії розвитку спортивного туризму

№	Період	Події
1.	Давні часи	Люди займалися спортивними змаганнями та вирушали на далекі подорожі з метою підвищення фізичної сили, витривалості та пізнання.
2.	XIX століття	Утворення українських громадських організацій, длязаяття спортивним туризмом.
3.	1918-1945 рр.	Етап індустріалізації туризму, технічні інновації та зростання мобільності і комунікацій взаємодіяли, щоб значно збільшити кількість подорожей.
4.	Повоєнні роки	Розвиток повітряного пасажирського транспорту завдякибагатомісним літакам, високоефективному обладнанню та швидкому розвитку галузі.
5.	Сучасність	Широкий спектр видів спортивного туризму, включаючи альпінізм, гірський, піший, водний, автомобільний, гірськолижний та велотуризм, надано для розвитку спортивної культури та фізичної активності людей.

Джерело: систематизовано автором за матеріалами [3, 25, 39].

Тобто, історія спортивного туризму свідчить про те, що люди з давніх часів прагнули до пізнання навколишнього середовища та встановлення особистих, професійних і економічних зв'язків з іншими. Спортивний туризм розвивався з плином часу і став популярним в сучасному світі. Таким чином, можна стверджувати, що спортивний туризм має багату історію та постійно еволюціонує відповідно до сучасних тенденцій та потреб суспільства.

Приклади використання спортивного туризму та активного відпочинку в індустрії туризму демонструють, що ці види туризму завжди приваблюють увагу туристів. Серед них особливо популярний є подієвий туризм, який базується на проведенні різних культурних, розважальних та спортивних заходів. Це дозволяє задовольнити різноманітні потреби туристів та сприяє розвитку місцевої економіки. Розвиток подієвого туризму є ключовим компонентом розвитку туризму та економіки багатьох країн і міст. Подієвий туризм (див. дод. В) є формою туризму, яка дозволяє туристам ознайомитись з традиціями та культурою відвідуваного регіону, і дарує незабутні враження та задоволення. З появою технічного прогресу роль подієвого туризму значно зросла, і сьогодні він є дуже популярною формою відпочинку. Насиченість та доступність івентів привертають все більше відвідувачів до певної країни.

Подієвий туризм класично зосереджується на відвідуванні різних культурно-історичних, природно-екологічних, спортивних, економічних та соціально-політичних заходів [31]. Даний вид туризму дуже популярний у Бразилії, де регулярно проводяться масштабні карнавали, фестивалі та інші заходи. У Іспанії популярний туризм пов'язаний з коридою, небезпечним, але видовищним видом спорту [59]. У Італії подієвий туризм приваблює туристів святами, фестивалями, тижнями розпродажу та гастрономічними подіями.

Під новим туристичним напрямком в спортивно-подієвому туризмі розуміють проведення масштабних і видовищних спортивних заходів (див. дод. В). Туристичне паломництво є формою спортивно-видовищного спорту. Цей напрямок туризму стрімко розвивається і стає все більш популярним. З кожним роком, навіть у період війни, зростає популярність подієвих турів.

Спортивний та подієвий туризм є життєво важливими для розвитку регіонів. Оскільки на час святкування всі готелі заброньовано, то туристам заздалегідь слід підготуватися до розміщення в номерах. Цей фактор слід враховувати заздалегідь. Спортивний та подієвий туризм мають на меті надати можливість людям взяти участь й відвідати спортивні події, змагання і туристичні проекти [56]. Сучасне життя робить спорт природною частиною нашого життя. Хізер Дж. Гібсон аналізує спортивний туризм і наголошує, що він є доволі унікальним видом в індустрії туризму, тому що об'єднує в собі два напрями такі як: спорт і туризм з двома різними формами знань про спорт та туризм. Спортивний туризм, поділяє автор на два рівні: світові події (Олімпійські ігри та Чемпіонати світу) і окрему низку регіональних змагань (міжнародні турніри з гри в гольф, бадмінтон, крикет, лижі, гольф) зі зміною місць (країн) проведення змагань [59]. За останні роки уряди багатьох країн запропонували різні способи номінації країни для визначення місця приїзду для зацікавлених туристів (місце проведення змагань для спортсменів).

Помітною подією у визначенні спортивного туризму стала конференція у 2001 р., що пройшла в університеті Лутона (США), звела разом дослідників спортивного туризму та допомогла створити сервер спортивно-туристичних послуг, який має розширювати інформованість всесвітньої спільноти [57]. Один із перших міжнародних проектів, який сприяв обміну програми стали спільним проектом трьох університетів: США, Європейські університети та Канадсько-європейське товариство. Вони спонсорують спортивний туризм [66]. Програма співробітництва у сфері вищої освіти зазначає, що студенти з Канади беруть у програмі, яка діє у сфері вищої освіти з 2002 р. Ці програми доступні для навчання в Європі. Ці інститути також проводять тритижневі курси й доступно дистанційне навчання, інтенсивне навчання через Інтернет. Міжнародним ресурсом спортивного та подієвого туризму є (Олімпійські та Всесвітні, Європейські, Азіатські Олімпійські ігри, американські чемпіонати світу та внутрішні турніри, матчі та різні дуелі). Фанати спортивних видовищ (див. дод. Г) орієнтовані, у значній мірі, саме на ці ресурси.

Таблиця 1.3 – Найпопулярніший масовий спорт у світі [25; 57; 59]

№	Види спорту	%
1.	Легка атлетика (ходьба, біг)	9,6
2.	Футбол	8,4
3.	Плавання	8,1
4.	Заняття з йоги	7,4
5.	Велоспорт	6,4
6.	Баскетбол	5,7
7.	Волейбол	5,4
8.	Аеробіка	5,3
9.	Теніс	4,9
10.	Бодібілдинг	4,7
11.	Гольф	4,5
12.	Спортивні танці	3,8
13.	Лижні види спорту	3,4
14.	Одиночний бій	3,4
15.	Настільний теніс	3,1
16.	Орієнтація	3,0
17.	Національні види спорту	2,7
18.	Альпінізм	2,6
19.	Роликовий спорт	2,0
20.	Екстремальні види	1,1
21.	Інші види спорту	4,5

Перелік найпопулярніших масових видів спорту подано у таблиці 1.3. Під інфраструктурою спортивних арен розуміють компанії, що займаються організацією подорожей і змагань, спортивні споруди (стадіони, спортивні комплекси, майданчики), заклади харчування та розміщення, які надають свої послуги спортсменам і вболівальникам на території спортивних арен безпосередньо. Місцеві сувенірні магазини, дитячі, юнацькі спортивні школи також входять до складу інфраструктури. Рівень інфраструктури прямо впливає на привабливість для фанатів та прибутковість спортивних арен.

Однією з найбільших та найдавніших спортивних подій, які збирали людей з різних країн світу, були Олімпійські ігри (див. дод. В). Перші ігри відбулися в 776 році до нашої ери. Цей період мав деякі туристичні риси та

може вважатися початком розвитку спортивно-подієвого туризму. З часом з'явилися інші види спорту, на які приїжджало більше людей [59]. Справжній прорив стався з появою футболу. Офіційною датою появи вважається 1863 рік (Велика Британія), хоча є багато фактів про існування подібних змагань раніше. Футбол швидко розвивався та здобував все більше прихильників, створювалися команди, асоціації. Завдяки новим інвестиціям інфраструктура розвивалась. Глядачі розпочали їздити разом із командами на міжнародні змагання до інших країн, розвиваючи спортивно-подієвий туризм.

Найбільш потужною частиною світу за рівнем поширеності спортивно-подієвого туризму є Європа. Далі наведено таблиці з найбільш відвідуваним чемпіонатом в Європі є Чемпіонат Європи з футболу, який збирає більше 2,5 мільйонів туристів з усього світу [33]. Далі йдуть найпопулярніші ліги країн-лідерів з різною поширеністю спортивно-подієвого туризму: Прем'єр-ліга Англії, Ла Ліга Іспанії, Серія А Італії та Німецька Бундесліга. Відвідування таких змагань не тільки підвищують інтерес до спорту, але й стає основою для розвитку туристичної галузі в країнах, де проводяться такі змагання.

Класифікація спортивних змагань Європи представлена у таблиці 1.4.

Таблиця 1.4 – Найбільш відвідувані чемпіонати в Європі [25; 56]

Чемпіонат	Кількість туристів
Чемпіонат Європи з футболу	2,5 млн.
Англійська Прем'єр-ліга	1,3 млн
Іспанська Ла-Ліга	900 тис.
Іспанська серія А	750 тис
Німецька Бундесліга	600 тис.

Представлено в таблиці 1.5 статистику найбільш популярних матчів за кількістю відвідувачів. Так, багато українських спортивно-подієвих туристів відвідують футбольні матчі (Ліга чемпіонів УЄФА, Ліга Європи УЄФА, Суперкубок УЄФА та Чемпіонат Європи з футболу). Останній проводиться раз у чотири роки і є змаганням міжєвропейськими національними збірними.

Таблиця 1.5 – Статистика найбільш відвідуваних футбольних матчів [25, 56]

Чемпіонат, сезон 2022/2023 років	Кількість відвідувачів
Бундесліга	41914
Англійська Прем'єр-Ліга	36076
Ла Ліга (Іспанія)	29124
Серія А (Італія)	25045
Ліга 1 (Франція)	21050
Ередивізія (Нідерланди)	19827
Чемпіоншип (2 за рангом чемпіонат Англії)	17891
2-а Бундесліга (2 за рангом чемпіонат Німеччини)	15550
Шотландська Прем'єр-Ліга	14915
Суперліга Туреччини	14058

Переваги спортивно-подієвого туризму наведені в таблиці 1.6.

Таблиця 1.6 – Переваги спортивно-подієвого туризму для країни [57; 59]

Переваги	Опис
Економічні вигоди	Підвищення рівня зайнятості, зростання ВВП, збільшення обсягів туристичного ринку та збільшення обсягу інвестицій.
Культурний розвиток	Події можуть привернути увагу до місцевих культур, традицій та історії, допомагаючи зберегти їх, а також пропагувати їх серед відвідувачів.
Розвиток інфраструктури	Підвищення потреби у побутових та транспортних послугах може стимулювати розвиток туристичної інфраструктури Привернення уваги до країни.

У світі спортивно-подієвий туризм має великі перспективи на розвиток. Кожного року кількість туристів, які обирають цей відпочинок, збільшується, що сприяє розвитку інфраструктури та витрат на розвиток команд і клубів. Україна має великий повоєнний потенціал для розвитку спортивно-подієвого туризму. Нажаль, цей вид туризму ще не отримав достатнього фінансування, але зростання інтересу до спорту і подій у світі може привести до збільшення кількості відвідувачів, які обирають Україну як місце для подорожей [56].

Спортивно-подієвий туризм є важливим економічним фактором, що сприяє розвитку інфраструктури та соціального рівня життя населення. Цей

туризм має повоєнний потенціал для подальшого розвитку у світі і в Україні. Різноманітні спортивно-подієві заходи можна поділити за вмістом. До таких заходів відносять гастрономічні фестивалі, серед яких відомим є фестиваль пива в Німеччині «Октоберфест», спортивні події (футбол, автомобільні перегони, спортивні танці тощо), а також національні фестивалі та виставки (наприклад, Канський фестиваль, Бразильський карнавал та інші).

Перед проведенням будь-якої події потрібно враховувати ряд вимог, серед яких найважливішою є створення неповторної атмосфери, що приверне увагу туристів і піднесе їх настрій, підтримає бажання відвідати подію ще раз. Крім того, слід мати чітку стратегію проведення події, яка враховуватиме час і місце проведення, а також детальний аналіз можливих споживачів послуги та їх потреб. Проведення футбольних матчів може бути важливим елементом розвитку спортивно-подієвого туризму в Україні. Для створення ефективних туристичних продуктів на прикладі футбольного матчу, потрібно провести попередній аналіз [10]. Необхідно визначити, який саме матч стане більш привабливим для іноземних туристів, дату проведення матчу та локацію, де він буде проводитися. Крім того, організація і безпека відвідувачів також є ключовими аспектами для успішного проведення футбольного матчу. Такі заходи можуть привернути увагу туристів, збільшити потік іноземних гостей, зростити економічний рівень та підвищити відомість країни серед широкого кола туристів. Однак, важливо також забезпечити відповідну інфраструктуру, комфортні умови для перебування та інші аспекти, що впливають на якість туристичного продукту. Статистику футболу України подано у таблиці 1.7.

Український футбол має досягнення, які роблять його відомим у світі спорту: 1) Збірна України з футболу декілька разів виходила на чемпіонат світу та європейський чемпіонат, і займає важливе місце у рейтингу ФІФА; 2) Шахтар (Донецьк) є одним із найвідоміших футбольних клубів України, який має багато досягнень у європейських турнірах; 3) футбольний клуб «Динамо Київ» має багато досягнень у європейських турнірах і вважається одним з найбільш відомих футбольних клубів країни; 4) Україна славиться розвитком

молодіжного футболу та проведенням національних та міжнародних турнірів для дітей і підлітків; 5) Україна також має відомих та вірних вболівальників, які завжди підтримують улюблені команди на матчах в країні та за її межами.

Таблиця 1.7 – Статистичні дані про футбол в Україні [44; 64]

Показник	Значення
Найвища ліга України	Українська Прем'єр-Ліга
Кількість команд у прем'єр Лізі	16
Найбільші команди за кількістю перемог в Прем'єр-Лізі	Динамо Київ, Шахтар Донецьк
Найбільші команди за кількістю чемпіонських титулів	Динамо Київ (16), Шахтар Донецьк (14)
Найбільші команди за кількістю Кубків України	Динамо Київ (13), Шахтар Донецьк (13)
Найбільші команди за кількістю Суперкубків України	Шахтар Донецьк (9), Динамо Київ (9)
Національна збірна України	Футбольна збірна України
Кращий результат збірної України на чемпіонатах світу	1/4 фіналу (2006)
Кращий результат збірної України на чемпіонатах Європи	Кваліфікація до 1/2 фіналу (2012)
Найбільші футбольні стадіони в Україні	НСК «Олімпійський" (Київ, 70 050 місць), Арена Львів (Львів, 35 000 місць)

Україна в довоєнні роки мала багато спортивних об'єктів та здатність організовувати великі міжнародні змагання й інші спортивні події. Крім того, український футбол має велику кількість шанувальників, як в Україні, так і за її межами. Недавні міжнародні події, такі як Євро-2012 та Фінал Ліги Європи УЄФА 2018, відбулися в Україні й довели, що наша країна може успішно організовувати події міжнародного рівня. Однак, для розвитку спортивно-подієвого туризму в Україні потрібно вирішувати багато проблем, таких як поганий стан спортивних об'єктів, відсутність достатньої інфраструктури для прийому туристів та низький рівень безпеки. Крім того, в Україні потрібно розвивати маркетинг та рекламні стратегії, щоб привернути увагу туристів до спортивних подій [64]. Безумовно, після перемоги у війни проти окупанта та звільнення всіх територій доцільно провести аудит спортивних об'єктів.

Аналізуючи дані відносно світового досвіду використання спортивного туризму та форм активного відпочинку, можна стверджувати, що спортивні події стають все більш привабливими для туристів, що може стимулювати розвиток туристичної галузі. Аналізуючи цифри, можна зробити висновок, що розвиток спортивно-подієвого туризму є економічно виправданим для країн, де він проводиться. Україна має значний повоєнний потенціал для розвитку спортивно-подієвого туризму, маючи багату спортивну культуру та історію. Проте, для досягнення успіху в цій галузі, треба вдосконалювати інфраструктуру, забезпечувати безпеку туристів, розвивати маркетингові стратегії та просувати туристичні продукти України на міжнародному рівні.

Висновки до розділу 1.

Визначено сутність спортивного туризму та активного відпочинку і основні принципи його організації. Спортивний туризм є об'єднуючим видом спорту та спортивно-оздоровчого туризму. Активне дозвілля може включати широкий спектр фізичної активності і може бути індивідуальною й груповою діяльністю. Історія спортивного туризму та активного відпочинку показує, що ці концепції були частиною людського життя з самого початку існування людства. У минулому спортивний туризм та активний відпочинок зазвичай пов'язували зі здоров'ям, фізичною підготовкою та відпочинком на природі. Однак, з роками концепції змінилися, і тепер спортивний туризм та активний відпочинок можуть містити всі види діяльності, екстремальні види спорту та культурно-освітні включно, а всі нововведення сприяють розвитку туризму та вносять внесок у економіку через створення конкурентного середовища.

Вивчено етапи розвитку спортивного туризму та активного відпочинку: ретроспективний аналіз, сучасний стан і перспективи. Розвиток спортивно-подієвого туризму є економічно виправданим для країн, де він проводиться. Україна має значний повоєнний потенціал для розвитку спортивно-подієвого туризму, маючи багату спортивну культуру та історію. Проте, для досягнення успіху слід вдосконалювати інфраструктуру, забезпечувати безпеку туристів.

ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ СПОРТИВНОГО ТУРИЗМУ ТА АКТИВНОГО ВІДПОЧИНКУ

2.1. Аналіз стану та сучасних тенденцій в сегменті ринку спортивного туризму та активного відпочинку

У повоєнному періоді розвиток спортивного туризму та активного відпочинку є важливим напрямом в українській і світовій туристичній галузі, адже він може забезпечити додаткові надходження до бюджету країни та збільшити кількість іноземних туристів, що відвідують Україну та зарубіжні країни [28]. Подорожі з метою відвідування великих спортивних подій, таких як: Олімпійські ігри, або участі в організованих спортивних подіях і заходах як член групи або самостійно, вважаються дуже популярними. Спортивний туризм складається з трьох спеціалізованих напрямків: 1) групові заняття спортом; 2) відвідування мегаспортивних заходів; 3) участь у відповідних видах спорту. Звичайно, залежно від конкретної поїздки, спортивний туризм може включати додаткові елементи. Наприклад, це може бути відвідування спортивних музеїв, стадіонів, арен, де проводяться відомі спортивні змагання, тренування з тренерами та спортсменами. Певні люди обирають спортивний туризм як спосіб підтримки здорового способу життя і активного відпочинку, включаючи заняття на відкритому повітрі (піші прогулянки, велосипедні прогулянки або водні види спорту). Організатори таких поїздок можуть надавати додаткові послуги: транспортування, розміщення, харчування та дозвілля, для забезпечення комфорту та задоволення учасників події [6].

У березні 2020 року в один момент світ зіткнувся з проблемою, яка перевернула нашу реальність з ніг на голову. Covid-19 – глобальна пандемія, що вплинула на життя мільйонів людей по всьому світу та призвела до введення різноманітних обмежень і заходів для зниження поширення вірусу. Вірус суттєво вплинув на туризм, що призвело до зменшення кількості міжнародних подорожей та відміни багатьох запланованих поїздок через

введення обмежень та закриття кордонів. Це викликало серйозні труднощі для туристичних компаній, авіакомпаній, готелів та інших гравців на ринку туризму. Covid-19 вплинув негативно на спортивну і подієву галузі, через обмеження масових зібрань й переміщення людей. Спортивний туризм був популярним перед пандемією, але багато змагань і тренувань скасовано або перенесено на невизначений термін, інші проведені без глядачів через ризик поширення Covid-19. Попит на спортивно-подієвий туризм значно знизився, що вплинуло на доходи, розвиток цього сегмента туристичного ринку. Багато компаній, які спеціалізуються на спортивних турах і подіях, зазнали значних втрат, оскільки були змушені скасовувати або переносити заходи. Це мало великий вплив на туризм, пов'язаний зі спортивними подіями (футбольні матчі, марафони, тенісні турніри, змагання з велоспорту та інші заходи) [19].

Туристи, які звикли подорожувати для участі в спортивних змаганнях, були змушені змінити свої плани та знайти альтернативні способи займатися спортом, такі як вправи вдома, вуличні пробіжки, велосипедні прогулянки. Люди стали зосереджуватися на відпочинку у власній країні, що призвело до зменшення спортивного туризму у міжнародному форматі. Зміни відбулися і в індустрії туризму: багато готелів, SPA-центрів, ресторанів і транспортних компаній зазнали великих фінансових втрат. Показники впливу Covid-19 на спортивний туризм та активний відпочинок представлено у таблиці 2.1.

З введенням вакцинації та зниженням кількості випадків захворювання, деякі спортивні події відновлено з новими правилами безпеки. Індивідуальні спортивні заходи стали популярними з причини їх безпечності. Має сенс очікувати появу нових подій в спортивно-туристичній галузі з новими правилами та обмеженнями для забезпечення безпеки. Також, дуже важливо те, що в цій ситуації виділено позитивні тенденції в галузі туризму загалом: збільшення популярності внутрішнього туризму і індивідуальних форм турів. Багато людей стали відкривати нові місця в своїй країні, обираючи менш переповнені туристичні об'єкти та віддаючи перевагу більш екологічним та здоровим формам туризму, таким як велосипедні або пішохідні подорожі.

Таблиця 2.1 – Показники впливу Covid-19 на спортивний туризм

№	Показник	Опис показника
1.	Зменшення кількості подій у спортивному туризмі	Багато спортивних подій було відкладено або скасовано через пандемію, що привело до зменшення кількості спортивних подій у туризмі.
2.	Зміна масовості спортивних заходів	Більшість спортивних заходів відбувається зараз з меншою кількістю учасників, що спричинило зміну масовості спортивного туризму
3.	Розвиток віртуальних форматів спортивного туризму	У зв'язку з обмеженнями на масові події, було запроваджено віртуальні формати спортивних подій, такі як віртуальні марафони, що призвело до розвитку віртуального спортивного туризму.
4.	Збільшення популярності спортивного туризму в своїй країні	Більшість туристів, які мають намір подорожувати, стали зосереджуватися на відпочинку у власній країні, що призвело до збільшення популярності спортивного туризму в своїй країні.
5.	Зміни в індустрії туризму	Багато готелів, ресторанів і транспортних компаній зазнали великих фінансових втрат.
6.	Зменшення попиту на спортивно-подієвий туризм	Це вплинуло на економічні доходи країн та завдало удару по розвитку цього сегмента туристичного ринку.

Крім того, Covid-19 викликав значне переосмислення туристичної галузі щодо її підходів та стратегій. Наприклад, туристичні компанії та готелі почали працювати над удосконаленням своїх протоколів безпеки та гігієни, щоб забезпечити безпеку для своїх клієнтів та працівників [24].

Під час пандемії з'явилися кілька тенденцій і у спортивному туризмі:

- збільшився попит на відкритий простір: люди хочуть відвідати нові місця та менш заповнені туристичні об'єкти, що створює попит на активності на свіжому повітрі (похідні, велосипедні прогулянки, скелелазіння тощо);
- збільшився попит на тури в місця: ліси, парки, гірські регіони, пляжі;
- виріс попит на екотури і туризм в природних заповідниках: більшість людей через розвиток свідомості про екологію та любов до природи почали віддавати перевагу туризму з мінімальним впливом на довкілля та дозволяє насолоджуватись природними краєвидами, а також природним ландшафтам, які дозволяють займатися спортивними видами відпочинку, такими як: гірський туризм, велосипедні прогулянки, рафтинг, каякінг, альпінізм тощо;

- активно зростає популярність здорового способу життя: під час пандемії Covid-19 люди зрозуміли важливість здорового способу життя та фізичної активності, що може призвести до збільшення попиту на спортивні події, такі як: марафони, триатлони, спортивні фестивалі та змагання;
- зросло значення групових занять: багато людей, які займаються спортом, перейшли на індивідуальні заняття під час карантину. Однак, після закінчення пандемії знайшли способи для заняття спортом в групах, таких як табори для підлітків, збори для дорослих та спортивні тури з командою;
- набули популярності екзотичні види спортивного туризму і активного відпочинку у екзотичних місцях природи: серфінг, кайтінг, дайвінг тощо;
- зростання популярності цифрових технологій у спортивному туризмі. Всебільше туристів обирають різноманітні мобільні додатки, онлайн-сервіси, щоб планувати подорож, знаходити маршрути, вести журнал подорожей;
- широке використання технологій. З розвитком технологій з'явилася можливість здійснювати віртуальні подорожі та змагання, що знижує ризик зараження JN.1. Зросли можливості для онлайн-навчання, що дозволяє підвищити кваліфікацію учасників без потреби в їх фізичному присутності;
- зросло використання альтернативних видів транспорту: зменшення ризику зараження в громадському транспорті, відбулося за рахунок того, що люди почали користуватися альтернативними видами транспорту (самокати, електросамокати, велосипеди), які також зміцнюють здоров'я та сприяють проведенню часу на свіжому повітрі та стимулюють фізичну активність;
- індивідуальні тури набули популярності замість групових турів, які дозволяють уникнути зайвого контакту та гарантують більшу безпеку;
- популяризується набуття навичок безпеки та гігієни: після пандемії, люди стали більш уважні до гігієни та безпеки в місцях відпочинку та під час занять спортом. Більшість спортивних турів тепер вимагають дотримання спеціальних правил та протоколів, щоб запобігти поширенню Covid-19;
- зріс інтерес до місцевого туризму: люди стали більш зацікавленими у відпочинку і заняттях спортом в своїй локації, місті, регіоні або країні;

– зросла зацікавленість до зменшення розміру груп: для забезпечення безпеки відпочиваючих та уникнення переповнення місць відпочинку багато компаній зменшують розмір груп, які беруть участь у спортивних турах;

– люди надають все більший акцент на здоров'ї та фізичній підготовці: післядовгого карантину та обмежень, люди зрозуміли важливість здорового способу життя і фізичної підготовки. Більшість спортивних турів направлені на оздоровлення та на зміцнення тіла. Зросла зацікавленість у видах спорту, таких як вело-, хайкінг, плавання, йога; та зріс попит на здорове харчування;

– підвищився інтерес до екстремальних видів спорту (висотний туризм, стрибки з парашутом, банджі-джампінг, скелелазіння, спелеотуризм та інші види діяльності, що вимагають сміливості і фізичної підготовки). Збільшення відбулось кількості туристів, які шукають унікальних і незабутніх вражень. Популярними є маршрути спортивного туризму, які дозволяють дістатися до віддалених і важкодоступних місць: гори, каньйони, водоспади, печери тощо.

Пандемія Covid-19 суттєво обмежила можливості активного дозвілля людей в багатьох країнах світу. Багато масових подій були обмежені або скасовані; спортивні клуби та тренажерні зали закриті. Однак, люди знайшли нові способи займатися спортом, такі як: біг на свіжому повітрі та виконання вправ вдома, а також зайнялися новими хобі [65]. Хоча пандемія Covid-19 суттєво вплинула на активне дозвілля, багато людей відчули потребу у зміні звичок та підвищенні рівня своєї фізичної та психологічної стійкості. З цієї причини, після Covid-19 з'явилися нові тенденції в активному відпочинку:

– відкриття більшої кількості майданчиків та спортивних закладів: багато людей прагнули повернутися до звичних форм активного дозвілля (спортивні змагання та тренування), збільшився попит на спортивні заклади;

– розвиток онлайн-спорту: під час карантину за умов Covid-19 багато людей займалися спортом вдома за допомогою онлайн-тренувань, тому можливо, що ця тенденція буде продовжуватися і після кінця пандемії;

– зростання популярності неklasичних форм активного відпочинку: під час карантину багато людей відкрили нові способи активного дозвілля, такі як

велосипедні прогулянки, скейтбординг, роликові ковзани та інші нетипові форми активності, які продовжили бути популярними після Covid-19;

- зростання інтересу до природних об'єктів: люди під час карантину відкрили для себе близькі до природи місця (парки, ліси, озера та інші місця для прогулянок та релаксу). Ця тенденція підтримується і після пандемії [59].

Тобто, Covid-19 прискорив зміни в спортивному туризмі та активному дозвіллі та стимулював розвиток віртуальних форматів, розвитку особистості через зміну свідомості та розвитку внутрішнього туризму [14]. Та не можна не згадати етап сучасності, який також вніс корективи у галузь спортивного туризму та активного відпочинку, незважаючи на вплив пандемії. Covid-19 та етап сучасності є двома різними аспектами розвитку спортивного туризму та активного дозвілля. В контексті спортивного туризму та активного дозвілля, етап сучасності слід розглядати як певний період часу, що характеризується актуальними тенденціями розвитку цих галузей та новими, формами, видами і технологіями активного відпочинку, які є доступними та привабливими для широкого кола туристів [4]. Основні тенденції розвитку спортивного туризму та активного відпочинку у сучасному постпандемійному світі наступні:

- розвиток екстримального спорту: у світі все більше людей віддають перевагу активному екстремальному відпочинку, що зумовлює популярність подій, таких як: веломарафони, скейтбординг та інші спортивні змагання;

- екологічний туризм: люди стали більш свідомими про екологічні проблеми і віддають перевагу екотуризму (спортивні заходи на природі);

- розвиток спортивних заходів на місцевому локальному рівні: зростає популярність спортивних заходів на місцевому рівні, що має привернути туристів та розвивати спортивний туризм на рівні міст та регіонів;

- використання технологій: розвиток технологій дозволяє покращити організацію й безпеку спортивних подій та створювати нові можливості для туристів, наприклад, використання віртуальної реальності (цифровізація);

- розвиток спортивного туризму для соціально вразливих груп: люди з обмеженими можливостями, діти та молодь з низьким рівнем доходу та інші;

- розвиток спортивного туризму для здоров'я: зростає популярність спортивного туризму, який спрямований на поліпшення психологічного та фізичного здоров'я туристів: заняття йогою, фітнесом, здорове харчування;
- розвиток спортивних турів зі здоровим способом життя.

Етап сучасності спортивного туризму та активного відпочинку можна охарактеризувати як період інтенсивного розвитку і диверсифікації цих видів туризму. Він характеризується зростанням популярності спортивних подій та змагань, зростанням інтересу до активного відпочинку та екстремальних видів спорту, використанням новітніх технологій у сфері спорту та туризму.

На цьому етапі спостерігається також зростання залучення іноземних туристів на спортивні заходи та змагання, розвиток спортивно-подієвого туризму та створення нових спортивних туристичних продуктів. Також значно зростає кількість спортивних об'єктів, які стають доступними для відвідувачів, і з'являються нові маршрути для активного відпочинку [4].

Загалом, етап сучасності спортивного туризму та активного відпочинку характеризується широким розмаїттям пропозицій і можливостей для людей, які бажають займатися спортом й відпочивати активно. Водночас, це створює нові виклики та завдання для розвитку туризму, які пов'язані зі збереженням природи та створенням безпечних умов для відпочинку та змагань.

Узагальнено основні тенденції в сегменті ринку спортивного туризму та активного відпочинку у світовій індустрії туризму (див. табл. 2.2).

В сучасному світі діджиталізація стала важливим фактором розвитку спортивного туризму та активного відпочинку. Вона зросла зі зростанням використання смартфонів і комп'ютерів. Мобільні додатки і соціальні мережі надають туристам корисну інформацію про маршрути та події, можливість взаємодії з іншими туристами та соціальними групами [53]. Діджиталізація також забезпечує зручний спосіб бронювання туристичних послуг, таких як: проживання в готелі, оренда спортивного спорядження, квитки на події тощо. Крім того, спортивні заходи та події можуть проводитися в онлайн-форматі, що дає змогу людям з усього світу брати участь та насолоджуватися подіями.

Таблиця 2.2 – Сучасні тенденції в сегменті ринку спортивного туризму та активного відпочинку у світовій індустрії туризму

Зростання популярності	Спортивний туризм стає все більш популярним в світі, зростає кількість туристів, які займаються спортом під час відпочинку.
Розширення спектру видів спорту	Розширюється перелік видів спорту, які можна включити в туристичний продукт. Напопулярності набирають фітнес, йога, водний спорт, велосипедний спорт тощо.
Розвиток екотуризму	Екотуризм стає все популярнішим в спортивному туризмі, оскільки багато людей хочуть поєднати спорт з відвідуванням природних заповідників та парків.
Розвиток технологій	Застосування технологій у спортивному туризмі стає все більш поширеним, що дозволяє створювати більш ефективні туристичні продукти та забезпечувати безпеку туристів.
Відкриття нових маршрутів	З'являються нові можливості для спортивного туризму, оскільки створюються нові маршрути та об'єкти спортивного відпочинку в різних куточках світу.
Розвиток спортивного туризму відповідно до потреб ринку	Конкуренція на ринку туризму змушує розвивати спортивний туризм відповідно до потреб туристів, які шукають нові та незвичні форми відпочинку.
Зростання уваги до здорового способу життя	Спортивний туризм сприяє популяризації здорового способу життя, що стає важливим для багатьох людей у світі.
Розвиток співпраці між країнами	Дружні відносини з країнами, сприяють популяризації країни для туристичної галузі

Усі ці технологічні інновації роблять спортивний туризм та активний відпочинок більш доступними та зручними для всіх. Однак, сьогодні також важливо забезпечити безпеку туриста [12]. Основні аспекти діджиталізації спортивного туризму та активного відпочинку представлено у таблиці 2.3.

Таким чином, вже сьогодні спортивний туризм та активний відпочинок пройшли через зміни, які включають зростання популярності внутрішнього туризму, зміни форматів, зростання популярності віртуального спортивного туризму, зміни в екотуризмі, зростання популярності активного відпочинку та спорту. Пандемія Covid-19 стимулювала розвиток віртуальних форматів та внутрішнього туризму, сприяла діджиталізації туристичної сфери. Сучасний спортивний туризм та активний відпочинок поєднують у собі традиційні способи дозвілля з інноваційними технологіями, які забезпечують доступ до різних видів спорту та активного відпочинку, і ця тенденція вже прогресує.

Таблиця 2.3 – Основні аспекти діджиталізації в сегменті ринку спортивного туризму та активного відпочинку [12; 53]

Аспекти	Характеристика
Електронна реєстрація та бронювання	Клієнти можуть забронювати квитки та місця на заходах онлайн через веб-сайти, додатки або спеціальні платформи.
Маршрутизація та навігація	Застосунки та гаджети допомагають користувачам зорієнтуватися на маршруті, показують точне місцезнаходження, планують оптимальний маршрут та навіть попереджають про небезпеку.
Технічне забезпечення	Компанії розробляють та впроваджують нові технології, такі як дрони, GPS-трекери, сенсори та інші, для поліпшення якості та безпеки проведення активних заходів.
Аналітика та статистика	Компанії збирають та аналізують дані про клієнтів, їхні переваги та потреби, а також про ринок та конкурентів, щоб покращити якість послуг та збільшити прибуток.
Електронний маркетинг	Компанії використовують соціальні мережі, електронну пошту та інші онлайн-інструменти для реклами та просування своїх послуг серед потенційних клієнтів.
Онлайн-освіта	Веб-семінари, онлайн-курси та інші електронні форми навчання стають все популярнішими серед людей, що хочуть збільшити свої знання та навички у спортивному туризмі та активному відпочинку.

2.3. Дослідження проблем та перспектив в організації спортивного туризму та активного відпочинку

Організація спортивного туризму та активного відпочинку займається плануванням, проведенням подорожей для задоволення спортивних інтересів та активного стилю життя, які можуть включати різні види спорту. Для успішної організації потрібен досвід та знання в області спорту та туризму, а також уважне врахування факторів безпеки, технічного обладнання, віку та рівня підготовки учасників і погодних умов [12]. Для успішної організації спортивного туризму та активного відпочинку необхідні наступні ресурси:

- правильна комунікація з учасниками, яка дозволить повідомляти про зміни в програмі, допомогти у разі проблем, запевнити про рівень безпеки та дізнатися про думки та інтереси учасників, організація зворотного зв'язку;
- висококваліфікований персонал, який має досвід в організації та проведенні спортивних туристичних заходів та заходів з активного дозвілля;

- відповідне технічне обладнання, яке дозволить забезпечити безпеку та комфортність учасників під час туристичної подорожі;
- планові маршрути та програми щодо потреб й інтересів учасників;
- розуміння екологічних аспектів та етики поведінки на природі.

Організація спортивного туризму та активного відпочинку може мати значний вплив на економіку регіону і збільшувати туристичний потенціал [1]. Зокрема, спортивний туризм може сприяти розвитку малого і середнього бізнесу: готелів, ресторанів, магазинів з продажу спортивних товарів, послуг. Крім того, це може привернути більше туристів до регіону, що збільшить його популярність та прискорить розвиток. Однак, зазначено, що організація спортивного туризму та активного відпочинку може мати негативні наслідки, зокрема, вплив на екологію та природу. Тому, при плануванні та здійсненні подібних заходів, треба дотримуватися принципів екологічної та соціальної відповідальності, мінімізувати негативний вплив на природу й забезпечувати безпеку учасників та місцевих жителів. Спортивний туризм та активний відпочинок є важливими компонентами туризму, які можуть забезпечити більш активне та цікаве дозвілля, покращити фізичну підготовку туриста та самопочуття, а також стимулювати розвиток місцевих громад та економіки. Однак, слід пам'ятати про важливість відповідального і екологічного підходу при їх організації та здійсненні. Крім екологічних та соціальних аспектів, організація спортивного туризму та активного відпочинку потребує певного рівня організації та безпеки. Наприклад, треба забезпечити безпечні умови для участі у різних видах спорту і розваг, мати досвідчену команду з кадрів, яка зможе керувати заходами та відповідати на непередбачені ситуації.

У цьому ж сенсі слід пам'ятати про необхідність планування і розробки програм подій з відповідною документацією та ліцензіями. Наприклад, для здійснення низки активних видів спорту, таких як скелелазіння, сплав на каяках, заняття парашутним спортом, може знадобитися спеціальний дозвіл та страховка [9] Також слід зазначити, що успішна організація спортивного туризму та активного відпочинку потребує залучення великої кількості

різноманітних ресурсів, таких як фінансові, людські та матеріальні ресурси. Тому, плануючи подібні спортивні заходи, необхідно враховувати витрати та можливості, а також розвивати партнерські відносини з місцевими органами влади, туристичними компаніями та іншими зацікавленими сторонами.

Організація спортивного туризму в Європі є важливою галуззю, яка забезпечує як місцевому населенню, так і туристам, можливість займатися різноманітними видами спорту в прекрасних природних умовах. Сьогодні Європа пропонує безліч видів спорту, які можуть бути доступні для туристів: 1) гірськолижні курорти; 2) скелелазіння; 3) велосипедні тури; 4) сплави на каяках; 5) піші прогулянки тощо. Більшість країн Європи мають розвинену спортивну інфраструктуру (спортивні майданчики, пішохідні та велосипедні доріжки, тренажерні зали, а також чудові готелі та ресторани для туристів.

Організація спортивного туризму в Європі дуже часто підтримується державою та місцевими владами, які створюють різноманітні програми та заходи для приваблення туристів. Наприклад, в Австрії та Швейцарії є багато гірськолижних курортів, які підтримуються державою та є привабливими для туристів з усього світу. У Франції, Німеччині, Італії є багато велосипедних турив, які пропонують туристам пройти через красиві місця країни [38].

У деяких країнах Європи також існують компанії, які спеціалізуються на організації спортивного туризму та активного відпочинку. Вони надають послуги навчання, оренди спортивного обладнання, організації туристичних маршрутів. Загалом, організація спортивного туризму в Європі є розвиненою галуззю, яка має великий потенціал для подальшого сталого зростання. Вона забезпечує можливість для туристів займатися улюбленими видами спорту в прекрасних природних умовах, де зацікавлені особи можуть відповідально насолоджуватися красою краєвидів та відчувати підвищену дозу адреналіну. Тобто, важливо звернути увагу на відповідальність туристів і організаторів спортивних заходів відносно збереження природи та довкілля. Надмірне використання природних ресурсів та забруднення природних місць може негативно позначитися на навколишньому середовищі, місцевому населенні

та індустрії туризму. Тому організатори повинні дотримуватися екологічних стандартів та забезпечувати безпеку та комфорт для туристів [45].

Організація спортивного туризму та активного відпочинку в Європі є важливим сегментом ринку туристичних послуг, який має великий потенціал для подальшого розвитку та приваблення туристів з усього світу. Зазначений сегмент надає можливість для любителів спортивного туризму та активного відпочинку насолоджуватися красою природи, займатися улюбленим видом спорту, допомагає підтримувати розвиток туризму в країнах Європи [52].

Крім того, спортивний туризм та активний відпочинок є важливим елементом розвитку місцевих економік, оскільки залежно від масштабу інфраструктури та пропонованих послуг, він може забезпечувати значні прибутки для місцевих підприємств і туристичної галузі. Також спортивний туризм сприяє розвитку туристичних об'єктів, створенню нових робочих місць та підвищенню рівня життя населення. Європейський спортивний туризм пропонує широкий спектр різних видів спорту, які можна займатися в різних місцевостях. Наприклад, гірськолижний туризм у Альпах, кайтсерфінг на Атлантичному узбережжі Франції, велосипедні маршрути в Голландії, каное на озерах Швейцарії та багато інших заходів. Також дуже популярним є екологічний туризм, який надає можливість туристам насолоджуватися красою природних ландшафтів і спостерігати за дикими тваринами. Загалом, спортивний туризм є однією з найпопулярніших форм туризму в Європі, яка надає можливість туристам займатися улюбленими видами сучасного спорту та насолоджуватися красою природи та культурних пам'яток. Також він сприяє розвитку місцевих економік та збереженню природних ресурсів [58].

Організація активного відпочинку Європи полягає у проведенні різних розважальних та пригодницьких активностей на воді й на суходолі: плавання, водні види спорту, туризм, кемпінг, риболовля, велосипедні тури, альпінізм тощо. Організація активного відпочинку має ключові переваги: забезпечує відпочинок від рутини, зайняття улюбленими видами активностей та спорту, знайомство з новими місцями та людьми, покращення психологічного й

фізичного здоров'я. Деякі з прикладів активного дозвілля в Європі: каякінг в Хорватії, пішохідні тури в Альпах, велосипедні маршрути в Нідерландах, рафтинг на Арді, екскурсії до історичних місць в Римі та Парижі. Активне дозвілля є досить популярним серед туристів в Європі, особливо серед сімей з дітьми й молоді, які шукають активностей для проведення часу разом [68].

Екотуризм також є популярною формою активного дозвілля в Європі, оскільки надає можливість дізнатися більше про місцеву природу і допомагає зберігати довкілля. Напр., велосипедні екскурсії в Ірландії, які пропонують відвідувати природні заповідники та озера, де можна побачити різноманітну фауну та флору, або піші екскурсії в Норвегії, де туристи можуть побачити вражаючі пейзажі Фьордів, відвідати водоспади та високогірні озера [69].

Зазвичай, організація активного відпочинку в Європі відбувається через туроператорів або різноманітних агенцій подорожей. Вони пропонують пакетні тури з різними видами активностей, які можуть бути підібрані відповідно до інтересів та побажань туристів. Окрім того, у Європі існують різноманітні спортивні клуби та асоціації, які спеціалізуються на різних видах спорту і активностей, і допомагають організувати змагання, інші події.

Сьогодні і активне дозвілля в Європі також може бути організоване самостійно, зокрема, шляхом взяття напрокат спорядження, автомобіля або велосипеда і вибору власного маршруту [38]. У таблиці 2.4 подано різні види активностей, які включено в організацію активного дозвілля в Європі.

Таблиця 2.4 – Сучасні види активного відпочинку в країнах Європи [62; 63]

Вид активного відпочинку	Місце проведення
Плавання	Греція, Іспанія
Рафтинг	Австрія, Швейцарія
Каякінг	Хорватія, Ірландія
Водні види спорту	Франція, Італія
Велосипедні тури	Нідерланди, Данія, Чехія
Альпінізм	Франція, Італія, Швейцарія
Екотуризм	Ірландія

Хоч організація спортивного туризму та активного відпочинку в Європі має дуже добрі перспективи для організації і розвитку, вона також стикається з сучасними проблемами, серед яких можна виділити основні (див. табл. 2.5).

Таблиця 2.5 – Сучасні проблеми активного відпочинку в країнах Європи [45]

Проблема активного відпочинку	Зміст проблеми
Екологічні проблеми	Зростаюча кількість туристів, особливо в гірських регіонах, може призвести до забруднення навколишнього середовища та знищення дикої природи.
Проблеми безпеки.	Спортивні туристи та активні відпочивальники залежно від виду діяльності можуть бути підвищеному ризику, що може призвести до травм або навіть смерті.
Недостатня розвиненість інфраструктури	Деякі регіони Європи не мають достатньої кількості спеціалізованих готелів, кемпінгів, ресторанів, станцій прокату обладнання та інших необхідних послуг для забезпечення комфортного перебування туристів.
Висока цінова політика	Деякі види спортивного туризму та активного дозвілля, особливо якщо вони потребують спеціального обладнання, можуть бути досить дорогими для відпочивальників.
Проблеми з правовими та адміністративними процедурами	Залежно від країни та виду діяльності, можуть бути необхідні спеціальні дозволи та страхування, що може призвести до складнощів у організації туру або підвищення витрат.
Сезонність.	Деякі види спортивного туризму та активного дозвілля, такі як лижний спорт або водні види спорту, можуть бути доступні лише протягом обмеженого періоду часу, що може призвести до збитків для бізнесу та обмеження можливостей для туристів.

Організація спортивного туризму та активного відпочинку в Україні також є досить розвинутою галуззю туризму, яка має великий потенціал для подальшого розвитку. Однак, з 2022 року після вторгнення росії в Україну перебували в зоні бойових дій усі області України, окрім Івано-Франківської області. В кінці 2023 року в зоні активних бойових дій перебували Донецька, Луганська, Запорізька, Херсонська, частково Харківська області. З початку 2024 року, в зоні активних бойових дій перебувають Донецька, Луганська, Запорізька, Херсонська області, в яких більшість територій є окупованими. За даних умов складно адекватно оцінити реальний стан справ в організації спортивного туризму та активного відпочинку в Україні та її регіонах.

Україна до початку повномасштабного вторгнення ворожої держави приваблювала туристів з усього світу різноманітним ландшафтом, багатою культурною спадщиною та неповторною природою [17]. Серед популярних видів спортивного туризму в Україні можна виділити: 1) гірські походи в Карпатах й на Кримських горах; 2) скелелазіння та альпінізм на високогірних вершинах; 3) велотуризм на веломаршрутах відповідної складності; 4) водний туризм (водний сплав на каное, рафтинг, каякінг) на водоймах, річках і озерах; 5) спортивні змагання з орієнтування на природних теренах; 6) зимовий спорт (гірськолижний туризм, скандинавська хода, ковзання та інші). Безумовно, у повоєнні роки всі зазначені види спортивного туризму буде відновлено.

Україна в довоєнні роки мала багато спортивних клубів, які до 2022 року пропонували організовані тури і окремі тренування для тих, хто бажає займатися спортивним туризмом [17]. В умовах війни в країні для організації і проведення спортивного туризму діють спеціалізовані туроператори та гірськолижні курорти, які пропонують повний спектр послуг для туристів. Так, український спортивний туризм має потенціал для подальшого розвитку шляхом використання новітніх технологій та підвищення рівня професійної підготовки фахівців у цій галузі [18]. Крім того, український спортивний туризм може сприяти підвищенню рівня здоров'я та фізичної активності населення, а також забезпечити розвиток сільського туризму та інших видів туризму в регіонах, де знаходяться об'єкти для спортивного туризму [29].

Таблиця 2.6 – Етапи організації спортивного туризму в Україні [12; 30]

Етап	Опис
Підготовка до подорожі	Включає в себе вибір маршруту, розробку програми, відбір учасників, планування маршруту, підготовку необхідного спорядження, медичних засобів і продуктів харчування
Проведення подорожі	Включає в себе організацію перевезень, розміщення, харчування, виконання програми туру, забезпечення безпеки, здоров'я, дотримання правил екології
Повернення з подорожі	Включає в себе аналіз та оцінку результатів туру, звітування перед клієнтами, вдосконалення програми та організації подібних турів у майбутньому

Етапи організації спортивного туризму України (див. табл. 2.6).

Крім того, у повоєнні роки організація спортивного туризму в Україні також може включати в себе різноманітні види спорту (див. табл. 2.7).

Таблиця 2.7 – Види спорту в організації спортивного туризму в Україні [49]

Види	Характеристика
Пішохідний туризм	Включає в себе прогулянки та походи в горах, лісах, на плато та інших важкодоступних місцевостях
Гірський туризм	Включає в себе високогірні відрядження зі скелелазінням, альпінізмом, гірським льодолазанням та іншими видами активного відпочинку в горах
Водний туризм	Включає в себе каякінг, веслування, рафтинг та інші види спорту на воді Велотуризм включає в себе велопохід.

Організація активного дозвілля в Україні теж має хороші перспективи, оскільки країна має великий повоєнний потенціал для розвитку туризму та активного відпочинку, серед яких є більш перспективні (див. табл. 2.8).

Таблиця 2.8 – Потенціал розвитку туризму та активного відпочинку [12; 69]

Потенціал розвитку спортивного туризму	Обґрунтування потенціалу
Природні ресурси.	Україна має різноманітну природну красу, яка створює чудові умови для різних видів активного відпочинку, таких як гірські лижі, велосипедний туризм, туризм на конях, водні види спорту тощо.
Культурна спадщина.	Україна має багату культурну спадщину, таку як замки, фортеці, музеї та інші історичні пам'ятки, що можуть приваблювати туристів з усього світу.
Розвиток інфраструктури.	Україна активно розвиває туристичну інфраструктуру, яка створює умови для зручного та комфортного перебування туристів. Наприклад, будуються нові готелі, ресторани, кемпінги, створюються нові туристичні маршрути.
Підвищення свідомості.	Серед молоді відбувається підвищення свідомості про важливість здорового способу життя та активного відпочинку, що сприяє зростанню інтересу до спортивного туризму та активного відпочинку в Україні.
Розвиток технологій.	Завдяки розвитку технологій, таких як мобільні додатки, соціальні мережі, туристичні портали, люди можуть з легкістю знайти інформацію про туристичні місця та послуги, що забезпечує зростання популярності активного відпочинку та активного способу релаксації в Україні.

Крім того, в Україні існує ряд громадських організацій, спрямованих на розвиток активного дозвілля та туризму. Наприклад, Федерація Спортивного Туризму України (НСТУ) є найбільшою громадською організацією в Україні, що займається розвитком туризму та спортивного туризму. Також є інші організації, такі як Федерація альпінізму та скелелазіння України, Федерація велосипедного спорту України тощо [63]. Уряд України також підтримує розвиток туризму. В 2021 році створено Міністерство економіки України, до компетенції якого входить розвиток туризму. Крім того, уряд впроваджує різні програми та проекти для підтримки розвитку спортивного туризму в Україні, зокрема програми «Big Construction» та «Готуймося до сезону!».

Україна має значний потенціал для розвитку активного відпочинку та спортивного туризму, особливо з урахуванням багатовидової природи та різноманітних ландшафтів. За наявною інфраструктурою та природними умовами Україна може конкурувати з іншими країнами у повоєнних роках.

Визнано, що організація спортивного туризму та активного відпочинку в Україні зустрічається з деякими проблемами, які потребують вирішення:

- недостатність інфраструктури. У багатьох регіонах України відсутній розвинений туристичний інфраструктурний потенціал. Бракує комфортних готелів, кемпінгів, гірськолижних трас, стежок та велосипедних маршрутів;
- проблеми з безпекою. Україна не займає лідируючі позиції у світі за безпекою туристів. Є ризики здоров'ю і життю при відвідуванні туристичних об'єктів, а також з приводу недостатнього контролю над відвідувачами;
- недостатність кваліфікованого персоналу. У сфері організації туризму (спортивного туризму та активного відпочинку) в Україні зараз недостатньо кваліфікованих фахівців, які б могли забезпечити безпеку, комфорт туристів;
- відсутність відповідального підходу. Україна ще не створила чіткої системи відповідальності за надання туристичних послуг. Нерідко оператори турів не несуть відповідальності за безпеку та комфорт туристів;
- екологічні проблеми. Відвідування туристами DESTINACIЙ виключно з економічних міркувань. Бракує інвестицій у розвиток екологічної складової.

Також важливою проблемою є низька рівень безпеки під час заняття активним дозвіллям та спортивним туризмом. Багато туристів та спортсменів не мають достатньої підготовки та досвіду в певних видах спорту, що може призвести до травм та інших небезпек. Крім того, не всі місцеві туристичні компанії та гідрометцентри мають достатню кваліфікацію та досвід надання відповідних порад та інформації щодо безпеки під час заняття спортом [16].

Серйозною проблемою постає відсутність сприятливого законодавства відносно спортивного туризму та активного відпочинку. На даний момент не існує одного чіткого закону, який би регулював діяльність у цій сфері.

Також в довоєнні роки в Україні недостатньою мірою популяризувався спортивний туризм та активне дозвілля серед населення. Ще одна проблема, з якою зіштовхуються організатори спортивного туризму та активного дозвілля в Україні – це відсутність достатньої кількості кваліфікованих інструкторів та гідів. Багато людей відчувають бажання займатися спортивним туризмом та активним відпочинком сьогодні, але часто не мають достатнього досвіду і знань, щоб робити безпечно і ефективно. Проблеми організації спортивного туризму та активного відпочинку в Україні зведено у таблиці 2.9.

Таблиця 2.9 – Основні проблеми організації спортивного туризму та активного відпочинку в Україні [35]

Основні проблеми	Характеристика
Недостатня розвиненість інфраструктури	Відсутність сучасних готелів, кемпінгів, тренажерних залів, спортивних майданчиків та іншої інфраструктури, необхідної для здійснення спортивного туризму та активного дозвілля.
Відсутність підтримки від держави	Недостатня фінансова підтримка з боку держави, відсутність законодавчої бази для розвитку спортивного туризму та активного дозвілля.
Недостатній рівень безпеки	Недостатня кількість кваліфікованих інструкторів, недостатній рівень знань учасників про можливі ризики під час занять спортом на відкритому повітрі.
Екологічні проблеми	Недостатній контроль за сміттєзвалищами, нерегулярне прибирання та збереження природних ресурсів.
Недостатній рівень освіти	Відсутність спеціалізованих шкіл та університетів, які підготовляють кадри для розвитку спортивного туризму та активного дозвілля.

Ці проблеми потребують комплексного підходу та вирішення на рівні держави, місцевих органів влади та самого суспільства одразу після війни.

Для вирішення проблем, які пов'язані з організацією спортивного туризму та активного відпочинку в Україні запропоновано такі заходи:

- підвищення кваліфікації та навчання персоналу, який займається організацією спортивного туризму та активного відпочинку;
- покращення інфраструктури для повоєнного відновлення й розвитку спортивного туризму та активного відпочинку, зокрема будівництво готелів, ресторанів, спортивних об'єктів, велосипедних доріжок тощо;
- підвищення рівня безпеки туристичних подорожей та забезпечення страхування учасників спортивного туризму та активного відпочинку;
- залучення більшої кількості інвестицій для розвитку галузі;
- збільшення PR та рекламного бюджету й популяризація спортивного туризму та активного відпочинку серед реальних та потенційних туристів;
- взаємодія з місцевими громадами та організаціями для покращення сприятливого середовища спортивного туризму та активного відпочинку;
- введення регулювання та контролю за дотриманням правил безпеки та екологічних норм під час проведення різних спортивних заходів;
- підтримка та сприяння взаємодії між різними галузями, такими як: туризм, спорт, освіта, наука, тощо, для забезпечення більш комплексного та інтегрованого розвитку спортивного туризму та активного дозвілля;
- залучення досвіду та експертизи з країн, де спортивного туризму та активного відпочинку розвинуто та більше, ніж в Україні, для впровадження найкращих практик у практику організації заходів в нашій країні після війни.

Також, не можна не згадати, що війна в Україні має серйозний вплив на туризм, загалом. Протягом 2022–2023 років туризм в Україні зменшився на кілька мільйонів людей, що призвело до дуже значного скорочення доходів від індустрії туризму та до втрат робочих місць [22]. Війна в Україні створює серйозні проблеми в організації спортивного туризму та активного дозвілля.

Основні проблеми, які виникають у галузі туризму через війну:

недостатня безпека. Організація спортивного туризму та активного відпочинку в регіонах, які знаходяться поблизу активних бойових дій, стає небезпечною для учасників. Загроза терористичних нападів, обстрілів та мін відлякує туристів від спортивних заходів, що впливає на дохідність галузі;

– обмеження доступу до окремих територій. Військові дії призвели до обмеження доступу до багатьох спортивних майданчиків і місць відпочинку. Це впливає на популярність спортивних заходів та знижує дохідність галузі;

– недостатня розвиненість інфраструктури. Чинна війна призвела до зниження розвитку інфраструктури для спортивного туризму та активного дозвілля. Більшість інвесторів відмовилися від інвестування в галузь, що призводить до зменшення обсягів туристичних послуг і втрати робочих місць;

– погіршення екологічної ситуації. Війна призвела до забруднення довкілля та руйнування природних ресурсів. Це вплинуло на можливість проведення спортивних заходів та активного відпочинку в певних регіонах;

– зменшення популярності. Війна призвела до зменшення популярності спортивного туризму та активного відпочинку в Україні та її регіонах.

Висновки до розділу 2.

Проведено аналіз стану та сучасних тенденцій в сегменті ринку спортивного туризму та активного відпочинку. Спортивний туризм є дуже важливим для людей, які прагнуть до здорового та активного способу життя. В цієї галузі є величезний потенціал для розвитку в Європі та Україні. Проте, є проблеми зі стандартизацією, безпекою, екологією, які слід враховувати для ефективної організації спортивного туризму та активного дозвілля.

Досліджено проблеми і перспективи в організації спортивного туризму та активного відпочинку. Оператори в сегменті ринку повинні знати потреби і очікування споживачів, динаміку попиту, рівень конкуренції. Використання інноваційних підходів і пропозицій може значно збільшити наповнення сфери туристичних послуг та розвивати туризм, в цілому, що принесе внесок в економіку через створення конкурентного середовища та просування послуг.

РОЗДІЛ 3. РЕКОМЕНДАЦІЇ З РОЗРОБКИ ТУРУ В СЕГМЕНТІ РИНКУ СПОРТИВНОГО ТУРИЗМУ ТА АКТИВНОГО ВІДПОЧИНКУ (НА ПРИКЛАДІ КАРПАТСЬКОГО РЕГІОНУ)

3.1. Перспективні напрямки повоєнного розвитку туризму в Карпатському регіоні

Екотуризм є перспективним напрямком повоєнного розвитку в сегменті ринку спортивного туризму та активного відпочинку регіону. У сучасному світі спостерігається зміщення масового туристичного інтересу від звичайних відпочинкових поїздок до більш змістовніших, пізнавальніших подорожей. На зміну концепції трьох «S» («Sun-Sea-Sand»); сонце, море, пісок; прийшла концепція трьох «L» («Landscape-Lore-Leisure») – пейзажі, традиції, дозвілля. Відтак, туристична мода піднімає на пік масової популярності екоподорожі.

На початку XXI ст. індустрія зеленого туризму визнається експертами ВТО як динамічно зростаючий сектор світової індустрії туризму. Обсяги надання агротуристичних екопослуг у постіндустріальних країнах практично в 2–4 рази перевищують нині обсяги зростання готельної бази і курортного сервісу. Щодо Європи, то відзначено вагому державну підтримку програм залучення сільських громад до зеленого туризму, агротуризму. ЄС вбачає в екотуризмі основний важіль економічного підйому сільських територій. За підрахунками експертів від Європейського банку реконструкції та розвитку облаштування в місті вихідця з сільської місцевості в 20 разів дорожче, ніж створення умов для життя і роботи в селі. Дохід, отриманий від одного ліжка-місця, еквівалентний річному доходу фермера від однієї корови. Популяризація відпочинку у селі в усіх країнах Європи має спільне коріння. З одного боку, це очікування туристів, які шукають відпочинку в тиші і спокою поряд з природою; з іншого – це очікування селян, яким типові сільськогосподарські заняття не приносять значних економічних результатів. Близько від сільських поселень мають перспективу спортивні маршрути.

Глобалізація у туристичній сфері, передусім, передбачає зникнення бар'єрів у міжнародних туристичних обмінах, туристичне «зменшення» земної кулі завдяки здешевленню трансконтинентальних авіаперельотів та створенню однорідної за рівнем сервісу туристичної інфраструктури у всіх без винятку країнах світу. Глобалізація в екотуризмі й агротуризмі набирає обертів через запровадження глобальних банків даних агротуристичної пропозиції планети та механізмів глобальної електронної торгівлі цими послугами. Насамперед, продукт екологічного туризму відповідає умовам інформаційного суспільства, новим запитам і потребам основного споживача туристичної продукції – середнього класу, враховує специфіку його способу життя, психологічні і культурні потреби, нову ціннісну орієнтацію.

Тобто, новий клієнт галузі туризму – середній клас постіндустріального суспільства; це людина, що живе у напруженому часовому графіку, мобільна, добре інформована, але значну частину свого часу обмежена «нездоровим» урбаністичним простором і умовами сучасного міста. У її життєвих установках домінує орієнтація на «екологічність» в усьому – місці та умовах проживання, харчуванні, дозвіллі; індивідуальний стиль проведення часу, автономність. Розвиток екотуризму в Україні в повоєнному періоді набуває особливого значення. Ще до війни туристична галузь виробляла 8% ВВП і 20% зовнішньоторговельного обороту України. У 2021 році кожен турист, що відвідував нашу державу, лишав 500 доларів США. До того ж, з урахуванням суміжних галузей, туризм давав роботу біля 1,8 мільйонам громадян України.

До складу Карпатського туристичного регіону входять чотири області Західної України: Львівська, Івано-Франківська, Закарпатська, Чернівецька. Територія Карпатського туристичного регіону охоплює 56,6 тис. кв. км. , що становить 9,4% території України. В межах проживає 6120 тис. населення (13% від загальноукраїнського показника), більша частина якого проживає у селах —51,4%. Карпатський туристичний регіон – це перлина екотуризму. Приклад програми розвитку екотуризму: програма ТАСІС Європейської спілки «Підтримка місцевого розвитку і туризму Карпатського регіону».

З урахуванням існуючих особливостей виробничого і господарсько-рекреаційного освоєння району, світового досвіду охорони природи в запропонованому проекті передбачаються такі межі і зони з різноманітним режимом заповідності. По-перше, заповідна зона суворого режиму охорони (резерват). Зона цілком закрита для провідин і будь-якого роду діяльності. Припускається тільки обмежена науково-дослідна діяльність, пов'язана з охороною природи. По-друге, зона режиму Національного парку. Оточує резерват. Дозволено обмежену рекреаційну діяльність, у першу чергу, прокладка регульованих туристичних маршрутів, водяний туризм, скелелазіння. Не припускаються будь-які види гідромеліоративних і будівельногосподарських робіт. По-третє, буферна зона. Створюється з метою запобігання і зниження негативного антропогенного впливу на прибережні екосистеми. Тут припускається функціонування вже існуючих об'єктів, вирішується в їх рамках будівництво об'єктів рекреаційного призначення, але тільки при узгодженні з дирекцією Національного парку і за наявності фундаментальних екологічних експертиз. Заборонено нове будівництво, освоєння нових земель і акваторій під будь-які потреби, що може негативно вплинути на стан природних комплексів району.

У повоєнному періоді фінансування такого парку може здійснюватися за рахунок державних дотацій, участі в міжнародних проектах, на основі міждержавних угод, спонсорства, різноманітних державних і недержавних фондів, добровільних пожертвувань юридичних і фізичних осіб, штрафних санкцій і інших фінансових надходжень, що узгодяться з правовим статусом Національного парку. Для залучення додаткових засобів треба практикувати: 1) використання платних екологічних маршрутів різної тривалості до унікальних пам'ятників природи, історії, архітектури; 2) притягнення засобів за рахунок організацій, що користуються орендою землі на основі диференціальної оцінки земель і принесеного від експлуатації збитку; 3) введення спеціального податку на організації й окремі особи, що не є постійними користувачами зазначених територій і акваторій, але разово

беруть участь у організації екскурсій; 4) розвиток екологічно безпечних видів водного туризму; 5) розвиток альпінізму, дельтапланеризму, спелеотуризму і т.п.; 6) розведення рідкісних видів, що зникають, тварин і рослин.

Аналіз туристичного потенціалу та можливостей розвитку туризму у Карпатському регіоні засвідчив, що Івано-Франківщина має доволі широкий спектр цікавих екопродуктів, які вигідно виокремлюють її серед туристів поміж з іншими областями Карпатського туристичного регіону. Саме такі послуги повинні бути в першочерговому полі зору власників агроосель та малого підприємництва при плануванні своєї туристичної діяльності.

Так, програма туру екологічна, якщо: 1) програма не планується дуже жорстко і припускає варіанти і зміни за бажанням туристів; розраховані програми як правило на невеликі, у тому числі на сімейні групи учасників, а також на індивідуальні поїздки; 2) поспішність, короткочасність відвідувань (уся Європа за 5 днів – такий, наприклад, девіз багатьох японських турфірм) не характерні для м'якого, екологічно орієнтованого туру; 3) метою м'якого, екологічного туру є не відвідування обов'язкових, стандартних «визначних пам'яток», а придбання глибоких вражень і знань, тому туристи заздалегідь готуються до подорожі, вивчаючи природу і культуру країни; 4) маршрути туристів і кваліфікованих гідів ведуть їх у цікаві й екологічно сприятливі природні і культурні ландшафти; 5) у програму туру включено відвідування навчальних екологічних стежок, екотехнологічних господарств, краєзнавчих, природознавчих музеїв, опанування місцевих екологічних проблем; 6) у програмі туру знайомство з природними об'єктами, «незайманою» природою сполучається з еколого-культурними сюжетами, що передбачають вивчення традиційних, аборигенних форм природокористування; 7) транспорт туристів екологічний (автомобільний туризм, напр., ніяким чином не відноситься до екологічних форм туризму); 8) їжа туристів екологічно чиста і корисна, при цьому в раціоні туристів присутні місцеві продукти; 9) сміття не викидається на загальний смітник, а збирається спеціальним чином і надходить потім на екотехнологічну переробку; так, організатори екологічних турів віддають

перевагу багаторазовим упакованням продуктів, а не одноразовим; 10) привали, бівуаки і багаття влаштовуються тільки в спеціально обладнаних місцях; 11) гриби, ягоди, квіти, лікарські рослини, будь-які природні сувеніри збираються тільки тоді і там, де дозволено; мисливські тури антиекологічні; 12) готелі, чи кемпінги притулки і хатини, у яких зупиняються туристи, і розташовані так, що не порушують нормальний, екологічно стійкий розвиток околиць ландшафту і не спотворюють його вигляд; 13) готелі і кемпінги побудовані з екологічно нешкідливих матеріалів, їх мешканці не витрачають надмірно енергію і воду, при цьому стоки і викиди очищуються, інші відходи утилізуються; 14) місцеві жителі залучені у туристичний бізнес та одержують можливість розвивати свої традиційні форми господарства; 15) туристи з повагою відносяться до місцевих культурних традицій, прагнуть вивчити і зрозуміти їх; 16) туристи доступними їм способами беруть участь у рішенні місцевих екологічних проблем; 17) доходи від туру в зазначену місцевість не вилучаються цілком з місцевого бюджету, а сприяють його наповненню.

Нажаль, більшість вітчизняних національних парків поки обмежуються популяризацією та просуванням еталонів природи шляхом екскурсійної діяльності, просвітницько-краєзнавчої роботи, іншими екотуристичними функціями. Проте, уже сьогодні (в умовах війни) успішно здійснюється така екотуристична діяльність: 1) екскурсії маркованими екологічними стежками з короткостроковим відпочинком (розбиття наметів і розкладання вогнищ у спеціально облаштованих місцях) у зонах регульованої та стаціонарної рекреації (НПП Карпатський і «Святі Гори»; 2) науково-пізнавальний туризм (Карпатський, Яворівський НПП); 3) піший спортивно-оздоровчий екотуризм (НПП «Вижницький» і Ужанський); 4) лижні подорожі, прогулянки (лижний, включаючи гірськолижний, екотуризм) (НПП «Вижницький», «Сколівські Бескиди»; 5) прогулянки, та подорожі на велосипедах (велосипедний екотуризм) (НПП «Синевир», Ужанський НПП); 6) прогулянки та подорожі на конях (кінний екотуризм) (НПП «Синевир», Шацький НПП); 7) водний екотуризм: спуск гірською річкою на надувних плотах, човнах, катамаранах

(рафтинг) – НПП «Вижницький»; подорож на яхті, катання на водних лижах, віндсерфінг, прогулянки на човнах – Швацький НПП; 8) екскурсії у карстові печери (спелеологічний екотуризм, спелеотуризм) – НПП «Вижницький»; 9) аматорське (спортивне) полювання (мисливський екотуризм) – Деснянсько-Старогутський, НПП «Синевир»; 10) підводне плавання з аквалангом, екскурсії до підводних печер і гротів (підводний екотуризм, дайвінг) – Азово-Сиваський НПП; 10) аматорське та спортивне рибальство – Шацький, Азово-Сиваський НПП; 11) прогулянки, подорожі на повітряних кулях (балунінг), прогулянки, подорожі на дельтаплані (дельтапланеризм) – НПП «Синевир»; 12) скелелазіння (альпінізм) – «Вижницький»; 13) екстремальний екотуризм.

Далі запропоновано та економічно обґрунтовано екотур по території Карпатського туристичного регіону. Формування якісного туру є безумовним фактором досягнення конкурентних переваг туристичного підприємства на ринку та підвищення міжнародного туристичного іміджу регіону загалом. В повоєнні роки важливо використовувати сучасні методика організації турів.

Сучасна методика створення міжнародних турів включає в себе сім етапів, а саме: 1) вибір точок маршруту; 2) ієрархізація цих точок; 3) підбір точок старту та фінішу маршруту; 4) розробку схеми маршруту; та 5) його оптимізацію; 6) програмне забезпечення маршруту; 7) розрахунок вартості. Визначено сутність зазначених етапів методики створення активних турів.

Перший етап це – підбір початкових точок маршруту. Основним критерієм вибору маршруту є привабливість того чи іншого місця, які б задовольнили основну мету подорожі туристів, можливість надавати різні програми на цьому маршруті, Зручність доїзду, проживання та харчування.

Другий етап – це ієрархія точок маршруту. Головна ціль цього етапу – розрізнити пункти маршруту відповідно до цілі поїздки, з виділенням пунктів дислокації та рівнем послуг з розміщення та громадського харчування за допомогою довготривалого програмного забезпечення, екскурсійних пунктів.

Третій етап передбачає – підбір точки старту та точки фінішу маршруту, який здійснюється за показником транспортної доступності, тобто

під'їздів та підходів до об'єктів з місця постійного перебування (проживання) туристів, взаємозамінних видів транспорту. Тобто, необхідно раціонально розподілити види транспорту згідно до туристичних маршрутів.

Четвертий етап передбачає розробку схеми маршруту. Схема маршруту залежить від мети відпочинку. Маршрут – це напрям переміщення туриста. За схемою маршрути поділяють на: лінійні; кільцеві; радіальні; комбіновані. Вибір маршруту узгоджується з відпочиваючим відповідно до виду туризму, терміну, класу обслуговування. Вибір схеми маршруту залежить від системи транспорту: 1) конфігурації транспортної мережі, густоти і технічного стану; 2) рівня розвитку окремих видів транспорту; 3) рівня розвитку транспортної інфраструктури, що забезпечує надійність та безпеку роботи транспорту.

П'ятий етап – це вдосконалення (оптимізація) маршруту. Цей етап полягає у встановленні ряду об'єктивних і суб'єктивних обмежень. Об'єктивні обмеження виходять з умов сегментації ринку, а суб'єктивні визначаються можливостями туроператора. Обмеження визначаються перш за все цільовим споживчим сегментом (вік, життєвий цикл сім'ї, стиль та рівень життя тощо). Часові обмеження стосуються сезонності та терміну подорожі. Основним обмеженням на початковому етапі розробки туру є обмеження в часі та засобах по забезпеченню комфортності подорожування. Часові обмеження визначають вибір засобів переміщення та їх тип під час проходження маршруту. Вибір засобу переміщення слід розглядати як введення певних обмежень в організаційні параметри туру (кількість туристів в групі і відповідно вибір форми туру впливають на його організацію та вартість).

Шостий етап – це програмне забезпечення туру, що є щоденним розпорядком, призначеним для реалізації та досягнення цілі подорожі. Відповідно до цілі, програми турів поділяються за тематикою на програми, що забезпечують: 1) активний відпочинок; 2) культурно-духовне пізнання. В турах одним з головних чинників є сезон подорожування, зрозуміло, що навіть складені за одним і тим самим маршрутом, літні, зимові та міжсезонні програми в місцях цілорічного використання будуть відмінні в деталях.

Сьомий етап – це організаційно-технічні заходи з забезпечення туру є наступним етапом в розробці туру. Організаційно-технічні об'єкти надання туристських послуг є етапом визначення класу обслуговування: добір засобів розміщення та організації дозвілля. Цей етап найбільш варіантний саме за класом обслуговування. Клас обслуговування визначається рівнем послуг.

Отже, зроблено висновок, що методика організації міжнародних турів дуже клопітка робота та потребує великої кількості часу для задоволення потреб туристів і реалізації мети подорожі. Тому охарактеризована методика організації міжнародних активних турів є притаманною для розробки різних міжнародних турів з активного туризму, яку буде використано при розробці екотуру в сегменті ринку спортивного туризму та активного відпочинку.

3.2. Розробка туру в сегменті ринку спортивного туризму та активного відпочинку та комплексу рекомендацій з його просування

В умовах війни та негативних змін на туристичному ринку, таких як геополітичні конфлікти, економічна криза і новий штам JN.1 пандемії Covid-19, туристичні компанії повинні шукати нові шляхи для збереження та підвищення своєї конкурентоспроможності [11]. Зокрема, важливо розвивати інноваційні форми туризму, які забезпечують не тільки нові можливості для туристів, але й сприяють підвищенню рівня конкуренції на ринку туристичних послуг. Застосування інноваційних технологій, форм організації спортивного туризму та активного відпочинку, креативних ідей для його активізації може допомогти туристичним компаніям залучати нових клієнтів та забезпечити їм високий рівень туристичного досвіду. Розробка інноваційних туристичних продуктів може допомогти туристичним компаніям адаптуватися до змін у вимогах туристів та підвищувати їх задоволення від подорожей [43].

Рекомендовані етапи створення туристичного продукту (туру):

- визначити цільову аудиторію туру (зацікавлені активні особи): любителі пішохідних походів, велосипедисти, альпіністи тощо;

- визначити тематику туру: наприклад, гірський туризм, велотуризм, водний туризм, екологічний туризм, скелелазіння тощо;
- обрати місце проведення туру: важливо врахувати доступність місця для учасників, ступінь складності маршруту, можливість надання допомоги у разі надзвичайних ситуацій, а також можливість безпечного пересування;
- створити програму туру, яка включає в себе: маршрут, перебування в ночівлях, харчування, розваги та інші додаткові можливості для учасників;
- підібрати відповідний транспорт для перевезення учасників до місця проведення туру, а також для перевезення їх під час туру;
- провести попередній огляд маршруту туру та оцінити можливі ризики;
- забезпечити інформаційну та технічну підтримку учасників туру;
- забезпечити безпеку учасників під час проведення туру;
- організувати послуги професійних інструкторів і гідів для підтримки учасників під час туру (за необхідності включити екскурсоводів);
- забезпечити безпечний, зручний та комфортний перебіг туру з метою задоволення потреб учасників та їхньої позитивної зворотної зв'язку;

З причин того, що в сучасному світі з кожним днем зростає увага до екології та збереження природи, а також до здорового способу життя та активного відпочинку, використано комбінований підхід до організації еко-туру, який поєднує екологічні заходи (див. дод. Г) та активності на природі, що може стати популярним серед любителів активного відпочинку [47].

Отже, для розробки такого туристичного продукту визначено елементи для любителів спортивного туризму та активного відпочинку в Україні.

Назва туру: Еко-кемпінг в Карпатах.

Аудиторія (цільові споживачі туристичного продукту): любителі пішохідних турів, екстремального туризму та проживання в наметах.

Тематика: гірський туризм, екологічний туризм, екстремальний туризм.

Місце проведення: Українські Карпати.

Транспорт: Mercedes Sprinter (автобус Mercedes Sprinter 412).

Тривалість туру: 3 дні.

Представлено план маршруту еко-туру для любителів спортивного туризму та активного відпочинку в Україні на 3 дні (див. табл. 3.1).

Таблиця 3.1 – Тур «Еко-кемпінг в Карпатах» (розроблено автором)

День	Подія	Опис проведення події	Час
День 1.	Приїзд до національного Карпатського парку	Екскурсія по Карпатському національному парку	11:00-13:00
	Екскурсія до водоспаду Шипіт	водоспад Шипіт, який знаходиться на гірській річці Прут.	13:00-14:00
	Обід	Обід в місцевому ресторані «Над Прутом» де подають страви з місцевих продуктів.	14:00-15:00
	Прогулянка до пункту кемпінгу та оселення	Лісний маршрут до пункту кемпінгу «Зелений Яр», розташований на березі річки Прут, в селі Яблуниця. Тут є наметове містечко, зона для барбекю, душі, туалети та інші зручності.	15:00-19:00
	Вечеря	Вечеря біля вогнища, з можливістю приготувати їжу на відкритому повітрі.	19:00-20:00
День 2	Ранкова йога та вправи на природі	Кемпінг	7:00-8:00
	Сніданок	Сніданок в кемпінгу	8:30-9:30
	Розваги	Каякінг на озері	10:00-12:00
	Пікнік на березі озера	Гірське озеро	12:00-13:00
	Вправи на виживання в лісі	Кемпінг	14:00-15:00
	Вечеря	Вечеря в місцевому кафе «Family»	19:00-20:00
День 3	Ранкова йога-вправи	Кемпінг	8:30-9:30
	Сніданок	Кемпінг	10:00-11:00
	Екскурсія до озера	Екскурсія до гірського озера Синевир.	11:00-13:00
	Розваги	Рафтинг на озері	13:00-14:30
	Обід	Обід в місцевому кафе «Павліна»	14:30-15:30
	Повернення	Повернення до місця відправлення	17:30-19:30

Склад групи: 10 туристів + 2 екскурсоводи-провідники (+ 1 водій).

Проживання: Кемпінг «Зелений Яр».

Харчування: 2 сніданки, 2 обіди, 1 пікнік, 3 вечері.

Екскурсії та розваги: Екскурсія по Карпатському національному парку, екскурсія до водоспаду Шипіт, прогулянка лісом, прогулянка до гірського озера, каное та каякінг на озері, екскурсія до озера Синевир.

Кошторис туру «Еко-кемпінг в Карпатах» представлено в таблиці 3.2.

Таблиця 3.2 – Кошторис туру «Еко-кемпінг в Карпатах» (складено автором)

№	Статті витрат	Сума, грн.
1.	Заробітна плата екскурсоводів	2000 x 2 = 4000
2.	Транспортні послуги (Mercedes Sprinter 412, 18 осіб)	3000
3.	Вартість квитків + проведення екскурсії + прокат спорядження	1500
4.	Харчування туристів + 2 провідників (за періодподорожі 3 дні) 2 сніданки x 150 грн x кількість осіб 2 обіди x 240 грн x кількість осіб 1 пікнік x 80 грн x кількість осіб 3 вечері x 250 грн x кількість Усього:	2x150x12=3600 2x240x12=5160 1x80x12= 960 3x250x12= 9000 18720
5.	Проживання туристів і супроводжуючих	2x 30 x 12 = 720
6.	Страховання туристів	120 x 10= 1200
7.	Собівартість туру	29 140 ,00
8.	Прибуток (10%)	2914
9.	Загальна ціна туру ЄСВ 22% від загальної вартості	32 054 7 051,88
10.	Вартість туру Ціна путівки на 1-го туриста	39 105,88 3 910,58

Інноваційність такого туру полягає в тому, що програма включає не лише активності на природі, але й екологічно-освітні заходи, які допоможуть учасникам зрозуміти важливість екології та природи в нашому житті.

Ось деякі екологічно-освітні заходи, що включені до туру:

- прогулянка в лісі з проведенням лісового експерименту, такого як, визначення видів дерев за листям, навчання розрізняти види грибів та трав, спостереження та обліку флори та фауни;
- проведення лекцій про екологію та довкілля від місцевих експертів;
- колективне збирання сміття на лісових ділянках, де проводиться еко-туризм (допоможе підтримувати чистоту і зберігати природне середовище);
- навчання сучасним технологіям енергоефективності та використання відновлюваної енергії – отримати знання і досвід, як заощаджувати енергію в кемпінгу, використовуючи сонячні панелі, вітряні турбіни та інші технології.

Складений тур є інноваційним завдяки тому, що містить інноваційні елементи, такі як використання каякінгу та рафтингу, як виду активного відпочинку, а організація пікніків у горах та на берегах річок дозволить насолодитися природою і подарувати новий досвід. Тур також передбачає проживання у кемпінгу (див. дод. Г) та екскурсійну програму, яка включає відвідування національного парку, де учасники зможуть побачити унікальні природні об'єкти, дивовижні ландшафти, ознайомитися з місцевою культурою та традиціями. Цей продукт пропонує не тільки спортивні завдання, а й дає можливість збагатити знання про природу та історію Карпатського регіону. Туроператори пропонують різноманітні опції та послуги: транспортування, проживання, харчування, оренду спорядження тощо. Тур є індивідуальним і гнучким, що дозволяє адаптувати його до потреб і побажань клієнтів.

Таким чином, пропонуються напрями використання інноваційних форм організації спортивного туризму й активного відпочинку. Тобто, йдеться про формування продуктових інновацій в туризмі. Інновації сприяють залученню більшої кількості туристів, збереженню природних ресурсів та зменшенню негативного впливу на довкілля. Інноваційний тур створено з урахуванням потреб і побажань клієнтів, а тому він може підвищити рівень задоволеності туристів і створити нові можливості для розвитку туристичного бізнесу. Також важливо забезпечити безпеку туристів і дотримуватися принципів екологічного туризму, щоб забезпечити сталий розвиток туризму в країні.

Важливим є розробка рекомендацій з просування туру. Так, комплекс маркетингових заходів в спортивному туризмі і активному відпочинку має бути спрямований на привертання уваги туристів та збільшення числа людей, які зацікавлені у спортивному відпочинку та активному дозвіллі. Для цього можна використовувати різноманітні маркетингові стратегії та інструменти, такі як: організація спортивних змагань, залучення впливових осіб, цифровий маркетинг, співпраця з місцевими громадами та участь у виставках [8].

В повоєнному періоді відновлення туризму з метою популяризації та просування туру «Еко-кемпінг в Карпатах» розроблено рекомендації щодо

побудови концепції для споживачів продукту у сегменті ринку спортивного туризму та активного відпочинку під слоганом «Гірський туризм у Карпатах».

Цільова аудиторія. Молоді активні люди віком 18-40 років, які люблять подорожувати і активно проводити час. Аматори екстремальних видів спорту і гірського туризму. Люди, які шукають нові враження, відпочинок в природі.

Підготовка контенту. Створити привабливий лендінг з представленням всіх деталей туру та якості послуг – привернути увагу потенційних клієнтів. Підготувати фото та відео про тур і його атракції, розмістити у соціальних медіа платформах, таких як Facebook, Instagram і YouTube. Підготувати блог-статті на тему «Якість туру» та «Незабутні враження від Карпатського туру». Провести прямі трансляції в соціальних мережах з місць, де проходять екстремальні види спорту, з обов'язковою організацією зворотного зв'язку.

Рекламні заходи. Зробити розсилку електронних листів клієнтам та партнерам. Рекламувати тур на сайтах подорожей та спортивного туризму:

- UkraineTravelNews.com – сайт зі статтями про туризм в Україні, в тому числі спортивний туризм;
- Vgorah.com.ua – сайт про гірський туризм в Україні з інформацією про маршрути, обладнання та інше;
- ActiveUkraine.com – сайт з пропозиціями спортивних турів в Україні;
- Ture.ua – сайт зі статтями про туризм в Україні та інші країни, включаючи інформацію про спортивний туризм;
- Lviv.travel – сайт туристичного інформаційного центру Львова з інформацією про різноманітні тури, включаючи спортивні.

Доцільно також зробити розміщення банерів на популярних сайтах з великою кількістю відвідувань. Провести промо-акції в соціальних мережах, де можна розігрувати подарунки і знижки на тур «Еко-кемпінг в Карпатах».

Партнерство. Укласти партнерську угоду з місцевими готелями, ресторанами, виробниками сувенірів та іншими підприємствами, які можуть забезпечити клієнтам додаткові послуги, знижки: готель «Карпатська Вежа», готель «Верховина», готель «Буковина», готель «Зелений Гай», ресторан

«Гуцульська садиба», ресторан «Козацька Ватага», ресторан «Водограй». Так, з виробниками сувенірів скоріше за все буде угода в усній формі.

Партнерство з туристичними агентствами та туроператорами:

- «Карпатські тури» (<https://karpaty-tour.com/>);
- «Імпреза Тур» (<https://impreza-tour.com.ua/>);
- «Альпініст» (<http://alpinist.com.ua/>);
- «Арголіс Тур» (<https://argolistravel.com.ua/>);
- «Єврокарпати» (<https://eurokarpaty.com.ua/>).

Використання інфлюенсерів. Залучити відомих українських людей, які підтримують спортивний дух і природу, до співпраці з компанією [13]. Вони можуть опублікувати фото і відео на своїх соціальних мережах про той час, коли вони брали участь в вашому турі. Були б корисними такі з цих людей:

- Андрій Малишко (@andriy_malishko) – засновник туристичного блогу «Треккінг Україна» та активний відвідувач Карпат;
- Ігор Петренко (@petrenkoigor) – популярний блогер та фотограф, який часто подорожує по Карпатах та іншим місцям України;
- Марія Безгінко (@mariabezghinka) – відома українська альпіністка та спікерка TEDxKyiv;
- Маркіян Матюк (@marcyjan) – популярний телеведучий, який часто подорожує та відвідує цікаві місця по всій Україні;
- Іван Федоров (@fedorov_ivan_) – український фотограф та підприємець, який часто подорожує та робить фотографії природи Карпат.

Так, висвітлено комплекс маркетингових заходів для просування туру (турпродукту) в спортивному туризмі у Карпатах [18]. Комплекс включає в себе: 1) створення візуальних матеріалів, таких як фото і відео; 2) співпрацю з місцевими готелями, ресторанами, турагентствами та туроператорами 3) організацію спеціальних заходів та знижок для приваблення потенційних клієнтів; 4) роботу з інфлюенсерами та блогерами спортивного туризму; 5) розміщення реклами в соціальних мережах та на туристичних сайтах. Такий комплекс заходів буде ефективним для туру «Гірський туризм у Карпатах».

Комплекс маркетингових заходів для туру «Еко кемпінг в Карпатах» ідентичний для туру «Гірський туризм у Карпатах», проте є деякі відмінності:

- вікові обмеження відсутні в турі «Еко кемпінг в Карпатах»;
- потрібно додати в соціальні мережі та на сайти красиві фото та відео з туру з хештегами про екотуризм та природу. Додати опис до кожного посту, щоб надихнути людей доєднатися до туру та зберегти природу;

- залучити до соціально відповідальних ініціатив («Чисте довкілля» та «Зелена Україна»). Взяти участь у благодійних заходах, щоб зібрати кошти на охорону довкілля і використати ці кошти для розміщення реклами про тур.

Залучити інфлюенсерів та блогерів, для популяризації туру, таких як:

- @ecotourism_ukraine – інфлюенсер, який присвячує свій профіль еко туризму в Україні та популяризації екологічних принципів;

- @geon_m – блогер, який подорожує Україною і показує найкрасивіші місця країни, зокрема гори та національні парки;

- @ukraineoutdoor – блогер, який ділиться фотографіями та відео з активного відпочинку в Україні;

- @traveler.ua – блогер, який ділиться своїми подорожами та досвідом з відпочинку в Україні та за кордоном (екотуризм та гірським туризмом);

- @adventurer.com.ua – блогер, що подорожує Україною і показує різні місця для активного відпочинку, зокрема, гірський туризм та екотуризм.

Налагодити співпрацю з українськими компаніями:

- «Eco-Tour Ukraine» – <http://www.ecotour.com.ua/>;

- «Carpathian Touristic Center» – <https://ctc-tour.com/>;

- «Ukraine Eco Tours» – <https://ukraineecotours.com/>;

- «Ecoexpeditions Ukraine» – <http://ecoexpeditions.com.ua/>;

- «Green Travel» – <http://www.greentravel.com.ua/>;

- «Tourclub» – <https://www.tourclub.com.ua/>;

- «Green Tours» – <http://www.greentours.com.ua/>;

- «Eco Land» – <https://eco-land.com.ua/>;

- «Karpaty Explorer» – <https://karpaty-explorer.com/>.

Ці компанії пропонують різні види еко-туризму в Україні, включаючи кемпінг, піші прогулянки, каякінг, сплави на байдарках та багато іншого.

Розглянуто рівень важливості факторів маркетингу в туризмі, зокрема в організації спортивного туризму та активного відпочинку (див. табл. 3.3).

Таблиця 3.3 – Важливість факторів маркетингу у туризмі (складено автором)

Фактор	Важливість
Конкуренція	Висока
Залучення нових клієнтів	Висока
Утримання клієнтів	Висока
Брендинг та імідж	Висока
Реклама та просування	Висока
Забезпечення безпеки туристів	Висока
Використання соціальних мереж	Висока
Маркетингові дослідження	Висока
Співпраця з місцевою владою	Середня
Взаємодія зі ЗМІ	Середня
Співпраця з туристичними фірмами та туристичними агентами	Середня

Ця таблиця показує важливість різних факторів маркетингу в туризмі. Найважливішими факторами є: конкуренція, залучення і утримання клієнтів, брендинг та імідж, реклама і просування, якість послуг, забезпечення безпеки туристів та підвищення продажів. Дослідження ринку та рекламні кампанії допомагають залучати нових клієнтів та зберігати існуючих. Окрім цього, для кращої маркетингової ефективності розроблено медіа-план (див. табл. 3.4).

Всього бюджет на просування туристичного продукту складає \$5450. Зазначено, що цифри можуть коливатись, зважаючи на бажане охоплення та терміни реклами. Плануючи медіа кампанію для туру, важливо враховувати особливості кожного каналу комунікації та вибирати формат реклами, що найбільше підходить для цільової аудиторії. Наприклад, для молодих людей можна обрати рекламу в Instagram, для любителів активного відпочинку – в YouTube, а для людей середнього віку - в Google Ads та Facebook.

Таблиця 3.4 – Медіа-план для просування туру «Еко кемпінг в Карпатах»

Медіа	Тип медіа	Мета	Бюджет
Facebook/Instagram	Соціальна мережа	Привернення уваги та реклама туру	\$250
Youtube	Відеохостинг	Привернення уваги та реклама туру	\$500
Блог-статті	Контент-маркетинг	Привернення уваги та реклама туру	\$700
Прямі трансляції	Соціальна мережа	Розширене бачення про тур та реклама туру	\$600
Розсилка електронних листів	Email-маркетинг	Розробка іміджу, запрошення на заходи та реклама туру	\$200
Реклама на сайтах (Google Ads)	Онлайн-реклама	Розробка іміджу, привертання уваги до туру	\$700
Банерна реклама	Онлайн-реклама	Привернення уваги та рекламатуру	\$700
Партнерство з готелями, ресторанами, виробниками сувенірів	Партнерство	Забезпечення клієнтів додатковими послугами та знижками	\$900
Партнерство з туристичними агентствами та турсоператорами	Партнерство	Ефективне просування товарів та послуг	\$900

Рекомендовано також кілька способів для безкоштовного рекламування туру в інтернеті: 1) розміщувати фото та відео на сторінці у соціальних мережах; 2) розмістити тур продукт на безкоштовних онлайн платформах; 3) фото та відгуки клієнтів. Таким чином, важливість комплексу маркетингових заходів для ефективного просування туристичного продукту є дуже високою.

Висновки до розділу 3.

Визначено перспективні напрямки повоєнного розвитку екологічного туризму в Карпатському регіоні. Екологічний туризм та просування екотурів в сегменті ринку спортивного туризму та активного відпочинку в регіоні є перспективними напрямками розвитку. Спостерігається зміщення масового інтересу до пізнавальніших подорожей. На зміну концепції трьох «S» (сонце, море, пісок); прийшла концепція трьох «L» (пейзажі, традиції, дозвілля).

Розроблено екотур в сегменті ринку спортивного туризму та активного відпочинку та комплекс рекомендацій з його просування.

ВИСНОВКИ

В результаті проведеного дослідження автором досягнуто основну мету кваліфікаційної (дипломної) роботи, яка полягає у формуванні рекомендацій з розробки туру в сегменті ринку спортивного туризму і активного відпочинку.

Визначено сутність спортивного туризму та активного відпочинку і основні принципи його організації. Спортивний туризм є об'єднуючим видом спорту та спортивно-оздоровчого туризму. Активне дозвілля може включати широкий спектр фізичної активності і може бути індивідуальною й груповою діяльністю. Історія спортивного туризму та активного відпочинку показує, що ці концепції були частиною людського життя з самого початку існування людства. У минулому спортивний туризм та активний відпочинок зазвичай пов'язували зі здоров'ям, фізичною підготовкою та відпочинком на природі. Однак, з роками концепції змінилися, і тепер спортивний туризм та активний відпочинок можуть містити всі види діяльності, екстремальні види спорту та культурно-освітні включно, а всі нововведення сприяють розвитку туризму та вносять внесок у економіку через створення конкурентного середовища.

Зазначено, що принципи спортивного туризму та активного відпочинку є важливими для розвитку туризму та виховання розвиненої особистості. Зазначені принципи спрямовані на фізичний, духовний, ментальний розвиток туристів, на охорону довкілля та розвиток туризму в конкретних регіонах. Хоча принципи мають відмінності, вони можуть доповнювати один одного для досягнення кращих результатів в організації спортивного туризму та активного відпочинку. Констатовано, що за змістом спортивний туризм і спортивно-оздоровчий туризм є однією формою діяльності пішого туризму.

Вивчено етапи розвитку спортивного туризму та активного відпочинку: ретроспективний аналіз, сучасний стан і перспективи. Розвиток спортивно-подієвого туризму є економічно виправданим для країн, де він проводиться. Україна має значний повоєнний потенціал для розвитку спортивно-подієвого

туризму, маючи багату спортивну культуру та історію. Проте, для досягнення успіху слід вдосконалювати інфраструктуру, забезпечувати безпеку туристів.

Проведено аналіз стану та сучасних тенденцій в сегменті ринку спортивного туризму та активного відпочинку. Спортивний туризм є дуже важливим для людей, які прагнуть до здорового та активного способу життя. В цієї галузі є величезний потенціал для розвитку в Європі та Україні. Проте, є проблеми зі стандартизацією, безпекою, екологією, які слід враховувати для ефективної організації спортивного туризму та активного дозвілля.

Організація спортивного туризму в Європі є важливою галуззю, яка забезпечує як місцевому населенню, так і туристам, можливість займатися різноманітними видами спорту в прекрасних природних умовах. Сьогодні Європа пропонує безліч видів спорту, які можуть бути доступні для туристів: 1) гірськолижні курорти; 2) скелелазіння; 3) велосипедні тури; 4) сплави на каяках; 5) піші прогулянки тощо. Більшість країн Європи мають розвинену спортивну інфраструктуру (спортивні майданчики, пішохідні та велосипедні доріжки, тренажерні зали, а також чудові готелі та ресторани для туристів.

Організація спортивного туризму в Європі дуже часто підтримується державою та місцевими владами, які створюють різноманітні програми та заходи для приваблення туристів. Наприклад, в Австрії та Швейцарії є багато гірськолижних курортів, які підтримуються державою та є привабливими для туристів з усього світу. У Франції, Німеччині, Італії є багато велосипедних турив, які пропонують туристам пройти через красиві місця країни.

Україна має значний потенціал для розвитку активного відпочинку та спортивного туризму, особливо з урахуванням багатовидової природи та різноманітних ландшафтів. За наявною інфраструктурою та природними умовами Україна може конкурувати з іншими країнами у повоєнних роках.

Досліджено проблеми і перспективи в організації спортивного туризму та активного відпочинку. Оператори в сегменті ринку повинні знати потреби і очікування споживачів, динаміку попиту, рівень конкуренції. Використання інноваційних підходів і пропозицій може значно збільшити наповнення сфери

туристичних послуг та розвивати туризм, в цілому, що принесе внесок в економіку через створення конкурентного середовища та просування послуг.

Визначено перспективні напрямки повоєнного розвитку екологічного туризму в Карпатському регіоні. Екологічний туризм та просування екотурів в сегменті ринку спортивного туризму та активного відпочинку в регіоні є перспективними напрямками розвитку. Спостерігається зміщення масового інтересу до пізнавальніших подорожей. На зміну концепції трьох «S» (сонце, море, пісок); прийшла концепція трьох «L» (пейзажі, традиції, дозвілля).

Сучасна методика створення міжнародних турів включає в себе сім етапів, а саме: 1) вибір точок маршруту; 2) ієрархізація цих точок; 3) підбір точок старту та фінішу маршруту; 4) розробку схеми маршруту; та 5) його оптимізацію; 6) програмне забезпечення маршруту; 7) розрахунок вартості. Визначено сутність зазначених етапів методики створення активних турів.

Розроблено екотур в сегменті ринку спортивного туризму та активного відпочинку та комплекс рекомендацій з його просування. Назва туру: Еко-кемпінг в Карпатах. Аудиторія (цільові споживачі туристичного продукту): любителі пішохідних турів, екстремального туризму і проживання в наметах. Тематика: гірський туризм, екологічний туризм, екстремальний туризм. Місце проведення: Українські Карпати. Транспорт: Mercedes Sprinter (автобус Mercedes Sprinter 412). Тривалість: 3 дні. Склад групи: 10 туристів, 2 гідів, 1 водій. Проживання: Кемпінг «Зелений Яр». Харчування: 2 сніданки, 2 обіди, 1 пікнік, 3 вечери. Екскурсії: Екскурсія по Карпатському національному парку, екскурсія до водоспаду Шипіт, прогулянка лісом, прогулянка до гірського озера, каное та каякінг на озері, екскурсія до озера Синевир.

Висвітлено комплекс маркетингових заходів для просування туру, який включає: 1) створення візуальних матеріалів (фото та відео); 2) співпрацю з місцевими готелями, ресторанами, агентствами, операторами 3) організацію спеціальних заходів та знижок; 4) роботу блогерами спортивного туризму; 5) розміщення реклами в соціальних мережах та на туристичних сайтах. Всього бюджет на просування туристичного продукту складає 5450 дол США.

ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ

1. Абрамов В. В. Проблеми удосконалення системи підготовки і менеджменту персоналу екскурсійної сфери туристської галузі України: наук. журн. Київ: Техніка, 2012. 203 с.
2. Абрамов В. В. Спортивний туризм. *Туризм і менеджмент організацій*. Харків: ХНАМГ, 2011. 367 с.
3. Абрамов В. В., Тонкошкур М. В. історія туризму: підручник. Харків: Харківська національна академія міського господарства, 2010. 169 с.
4. Ангелко І. Сучасний стан та перспективи розвитку туристичної галузі в Україні. *Український соціум*. 2014. 71 с.
5. Асоціації пригодницького туризму та експедицій України. URL: <http://www.adventure.org.ua> (дата звернення: 09.04.2024).
6. Басюк Д. І., Заєць В. С. Збірник нормативних документів з питань регулювання туристичного та готельно-ресторанного бізнесу. Кам'янець-Подільський: Абетка, 2011. 220 с
7. Бондаренко О. І. Спортивний туризм: підручник. Київ: Центр учбової літератури, 2013. 264 с.
8. Борисова О. В. Ефективність інноваційної політики підприємств в сфері туризму: навч. посібник Одеса: Вісник ОНУ, 2013. 18 с.
9. Бойко Н. Г., Гопкало Л. М. Організація готельного господарства. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006. 448 с.
10. Боднар І. В., Безкоровайна Г. В., Деркач О. В. Міжнародний туризм: маркетинг та організація. Київ: КНЕУ, 2018. 540 с.
11. Брич М. Розробка туристичного продукту для любителів активного відпочинку. *Економіка та суспільство*. 2020. 420 с.
12. Брезицька О. Організація спортивного туризму і активного дозвілля в Україні: проблеми та перспективи. *МНЖ «Інтернаука»*. 2019. 33 с.
13. Бриль К. Г. Місце стратегічних пріоритетів розвитку в підвищенні інвестиційної привабливості туристичної галузі. *Інвестиції та досвід*. 2015.

14. Віднева Л. В., Буданова О. С. Сучасні тенденції розвитку активного дозвілля в Україні. *Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка*. 2018. 18 с.
15. Гаврилова М. Г., Скляренко Н. В. Теорія та практика туризму. Київ: Центр учбової літератури, 2013.
16. Головченко Л. І., Зінченко А. В, Семеніхіна О. В. Туризм, означення, техніки, безпека. Київ: Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2014. 142 с.
17. Гонтаржевська Л. І. Ринок туристичних послуг в Україні: навчальний посібник. Донецьк: Східний видавничий дім, 2008. 180 с.
18. Глебова А. О. Інноваційні технології у туристичній галузі. *Економіка. Управління. Інновації*. 2012. № 2(8). URL: https://tourlib.net/statti_ukr/glebova2.htm (дата звернення: 18.04.2024).
19. Грабарь А. Г. Сертифікація туристичних послуг та захисті прав учасниківтуризму. *Туристичні фірми*. 2008. 226 с.
20. Даниленко І. Інновації в туризмі: світові тенденції та досвід країн-лідерів. Київ: Петрушівка, 2019. 23 с.
21. Державне агентство з питань туризму України. 2023. URL: <https://www.tourism.gov.ua> (дата звернення: 11.04.2024).
22. Економіка виробничого підприємства. навч. пос. Київ: Знання, 2001. 405 с.
23. Жураєва К. А. Інноваційні технології у туризмі. URL: <http://www.geograf.com.ua> (дата звернення: 30.04.2024).
24. Загальнодоступна вільна багатомовна онлайн-енциклопедія. URL: <https://uk.wikipedia.org> (дата звернення: 03.03.2024).
25. Закон України «Про Туризм» від 15.09.1995 р. № 324/95-ВР (у редакції Закону від 18.11.2003 р.). URL: <http://zakon.rada.gov.ua> (дата звернення: 27.03.2024).
26. Закон України «Про інноваційну діяльність» від 4 липня 2002 р. ВВР України. 2002. 266 с. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15#Text> (дата звернення: 07.04.2024).

27. Зварич В., Шумило В., Корабельник А. Тенденції розвитку спортивного туризму в Україні. *Вісник Чернівецького унів-ту*, 2019. 67 с.
28. Ільченко, В. Інноваційний розвиток туризму в Україні: проблеми та перспективи. *Вісник економіки транспорту та промисловості*. 2018. 54 с.
29. Іванова Ю. М., Гордієнко Т. В., Лещенко Н. М. Організаційно-економічний механізм розвитку спортивного туризму в Україні. *Економіка: реалії часу*. 2017. 12 с.
30. Колотуха О. В. Географія спортивного туризму та активної рекреації: Словник-довідник. Харків: Мачулін, 2019. 300 с.
31. Корнієнко О. М., Цвілий С. М. Сталий розвиток підприємств індустрії туризму в умовах прискорення євроінтеграційних процесів. *Міжнародні економічні відносини: сталий розвиток України в умовах глобалізації та європейської економічної інтеграції: проблеми, перспективи, ефективність. Фенікс 2023* : матер. міжн. наук.-пр. конф. (19 грудня 2023 року). Харків : НТУ «Харківський політехнічний інститут». 2023. С. 127–130.
32. Костенко О. В. Розробка туристичного продукту: теоретичні аспекти і практика застосування. *Туризм і розвиток територій*. 2018. 75 с.
33. Кузик С. П. Географія туризму: навчальний посібник: за ред. С.П. Кузик. Київ: Знання, 2011.
34. Конох А. П., Конох О. Є. Підготовка фахівців спортивного та оздоровчого туризму у вищих навчальних закладах. *Вісник Запорізького національного університету*. 2009. 55–60 с.
35. Кічук. О. С., Жовнір О. І., Матушенко В. І. Особливості розвитку спортивного туризму в Україні. *Технології та техніки зв'язків з громадськістю*, 2019. 46 с.
36. Крилов А.І., Крилов Ю. О, Курило Л. І. Туризм і рекреація. Київ: КНЕУ, 2006. 448 с.
37. Лисенко Ю. Актуальні проблеми та перспективи розвитку спортивного туризму та активного дозвілля в Європі. *Науковий вісник УжНУ: серія: Фізичне виховання та спорт*. 2019. 127 с.

38. Ліпова О. В. Спортивний туризм в Україні: історія та сучасність / за ред. О. В. Ліпова. Київ: Книгозбірня, 2018. 192 с.
39. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) / за ред. О. О. Любіцева. Київ: Альтерпрес, 2002. 436 с.
40. Мариняк Я. О. Туризмознавство. Вступ до спеціальності : навчальний посібник / за ред. Я. О. Мариняк. Тернопіль: Вектор, 2014. 168 с.
41. Матюх І. Особливості розвитку туризму в сучасних умовах. *Наукові праці Кам'янець-Подільського НУ ім. І. Огієнка. Геогр. науки*. 2016. 144 с.
42. Михальчук І. М., Червінська О. В., Холод Ю. В. Інноваційні технології в туризмі: світові тенденції та перспективи розвитку в Україні. *Системні дослідження та інформаційні технології*. 2020. 22 с.
43. Міністерство молоді та спорту України: 2024. URL: <http://www.msp.gov.ua> (дата звернення: 17.03.2024).
44. Мальська М. П., Худо В. В. Туристичний бізнес: теорія та практика: навч. посібник. 2-е вид. Київ: ЦУЛ, 2012. 368 с.
45. Маркетинг в туризмі : Навчальний посібник. / С. Цвілий, Т. Кукліна, В. Зайцева. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2022. 260 с.
46. Міжнародна програма «Green Key». 2018. URL: www.greenkey.global (дата звернення: 21.02.2024).
47. Організація та управління туристичною діяльністю. Київ: Центр учбової літератури, 2010. 352 с.
48. Поняття та види спортивного туризму. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/shahova.htm (дата звернення: 01.03.2024)
49. Покропивний С. Ф. Економіка підприємства. Підручник. Київ: КНЕУ, 20014. 56 с.
50. Петрова Л., Кучерук І. Туризм в Україні. Київ: КНЕУ, 2008. 312 с.
51. Седов А. В. Організація та управління туристичною діяльністю. Київ: Центр учбової літератури, 2010. 352 с.
52. Середюк Д., Бурячок О. Діджиталізація туризму: потенціал для України. *Науковий вісник МГУ. Серія: Економіка і менеджмент*. 2019. 103 с.

53. Ситник В. Ф. Основи інформаційних систем: навч. посібник. Київ: КНЕУ, 2001. 258 с.
54. Смаль І. В. Туристичні ресурси світу : навчальний посібник / за ред. І. В. Смаль. Ніжин: Ніжинський держ. ун-т ім. М. Гоголя. 2010. 336 с.
55. Спортивний туризм в світі. URL: https://knowledge.allbest.ru/sport/2c0a65635b3ad78a4d53b88421216d26_1.html (дата звернення: 21.02.2024).
56. Спортивно-подієвий туризм у світі. Міжнародний вісник: культурологія. 2019. 22–26 с.
57. Тищенко П. В. Науковий вісник Ужгородського університету / за ред. П.В. Тищенко. Серія Економіка, 2011. 124 с.
58. Тищенко П. В. Теоретичні аспекти та розвиток подієвого туризму регіону / П. В. Тищенко. URL: http://tourlib.net/statti_ukr/tyschenko.htm (дата звернення: 01.05.2024).
59. Туризм в ХХІ столітті: глобальні тенденції й регіональні особливості: Матеріали ІІ Міжнар. наук.-практ. конф., Київ: 10–11 жовт. 2001. Київ: Вид-во «КІТЕП», 2001. 235 с.
60. Туроперейтинг: навчальний посібник / за ред. проф. В. Я. Брича. Київ: Кондор-Видавництво, 2014. 276 с.
61. Українська Асоціація футболу. 2024 URL: <https://uaf.ua/> (дата звернення: 04.05.2024).
62. Український туристичний клуб. 2024 URL: <https://www.facebook.com/UkrainianTouristClub/> (дата звернення: 20.03.2024).
63. Федерація спортивного туризму України. 2024 URL: <https://www.fstu.com.ua/> (дата звернення: 04.05.2024).
67. World Tourism Organization UNWTO. 1990–2024. URL: <http://mkt.unwto.org/barometer> (дата звернення: 04.05.2024)
68. Кісь І. В. Розробка туру в сегменті ринку спортивного туризму та активного відпочинку. *Тиждень науки – 2024* : матер. наук.-пр. конф. викл., наук., мол. уч., асп., студ. НУ «Запорізька політехніка», 15 – 19 квітня 2024 р. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2024.

ДОДАТКИ

Додаток А

Спортивний похід



Спортивний туризм



Додаток Б

Порівняння базових термінів

№ з/п	Види туризму	Критерії			
		Мета	Форми	Види діяльності	Функції
1.	Спортивний туризм	Вдосконалення техніко-тактичної майстерності учасників, забезпечення безпеки майбутніх спортивних туристичних походів, виявлення найсильніших команд та учасників, виконання спортивних занять.	Спортивні туристичні походи та змагання з техніки спортивного туризму.	Випробування фізичних, психічних і духовних сил людини, підвищення туристичної майстерності туриста, виконання нормативів спортивних розрядів.	Фізичний розвиток та здоров'я. Розвиток навичок. Соціальна взаємодія. Охорона довкілля. Рекреація. Розвиток туризму.
2.	Спортивно-оздоровчий туризм	Підтримання організму людини і здорового фізичного стану, відновлення фізичних і духовних сил людини	Похід (подорож), туристській табір	Відновлення фізичних, психічних і духовних сил людини, вдосконалення туристських знань, умінь і навичок, активний відпочинок, оздоровлення з метою підготовки туристів до спортивних походів і змагань.	Фізичне здоров'я та релаксація. Зміцнення імунної системи. Розвиток навичок. Соціальна взаємодія. Охорона довкілля. Рекреація та відпочинок
3.	Рекреаційний туризм	Забезпечення комфортних умов для відпочинку. Створення умов для відновлення фізичного та психологічного здоров'я. Розвиток та підтримка інфраструктури Охорона природних та культурних ресурсів Розвиток регіону.	Пляжний туризм. Екскурсійний туризм. Спортивний туризм. Спортивно-оздоровчий туризм. Екотуризм. Релігійний туризм.	Відновлення емоційного та фізичного стану. Вироблення навичок в спортивному туризмі. Самопізнання. Саморозвиток в культурному та історичному середовищі. Навчальні та розважальні програми. Заповідники. Пізнавальний вид.	Фізичне та психічне відновлення. Збереження культурної спадщини. Охорона довкілля. Розвиток екологічної свідомості.

Джерело: систематизовано автором за матеріалами [2, 7, 16, 26, 30, 37, 40]

Додаток В

Подієвий туризм



Фанати спортивних видовищ



Олімпійські ігри



Додаток Г

Екологічні заходи



Кемпінг

