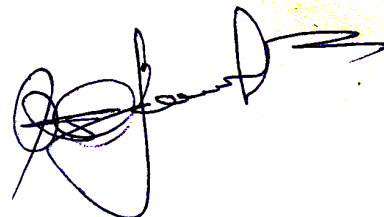


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ ПЕТРА ВАСИЛЕНКА**

ЯРОВИЙ Вадим Федорович



УДК: 338.43:63 (477)

**РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ ТУРИЗМУ ТА СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО
ТУРИЗМУ: ТЕОРІЯ, МЕТОДОЛОГІЯ, ПРАКТИКА**

08.00.04 – економіка та управління підприємствами
(за видами економічної діяльності)

**Автореферат
дисертації на здобуття наукового ступеня
доктора економічних наук**

Харків – 2018

Дисертацією є рукопис.

Робота виконана в Херсонському державному аграрному університеті Міністерства освіти і науки України.

Науковий консультант: доктор економічних наук, доцент
КИРИЛОВ Юрій Євгенович,
Херсонський державний аграрний університет,
ректор.

Офіційні опоненти: доктор економічних наук, професор,
академік НААН України
ЛУПЕНКО Юрій Олексійович,
Національний науковий центр «Інститут
аграрної економіки» НААН України,
директор;

доктор економічних наук, доцент
ІГНАТЕНКО Микола Миколайович,
Переяслав-Хмельницький державний
педагогічний університет імені Григорія
Сковороди, завідувач кафедри економіки
підприємства;

доктор економічних наук, доцент
КРЮКОВА Ірина Олександрівна,
Одеський державний аграрний університет,
завідувач кафедри обліку і оподаткування.

Захист відбудеться «02» березня 2018 р. о 10⁰⁰ годині на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 64.832.02 у Харківському національному технічному університеті сільського господарства імені Петра Василенка за адресою: 61002, м. Харків, вул. Алчевських (Артема), 44, конференц-зал.

З дисертацією можна ознайомитись у бібліотеці Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка за адресою: 61002, м. Харків, вул. Алчевських (Артема), 44, читальний зал.

Автореферат розісланий “01” лютого 2018 р.

Вчений секретар
спеціалізованої вченої ради



Гацько А.Ф.

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Підприємства туристичної сфери та сільського зеленого туризму в умовах посилення європейських та світових інтеграційних процесів набувають особливого статусу та змісту. Це визначають також і певні виклики та загрози – міжнародного тероризму, енергетична, продовольча та екологічна проблеми. В таких умовах туристичні підприємства несуть не тільки суто економічне функціональне навантаження – отримання прибутків, конкурентоспроможність на ринках, економічне зростання, але й соціальне, екологічне і навіть політичне. Їх діяльність направлена на забезпечення відпочинку та відновлення сил людей, зайнятості населення; збереження природи; встановлення добросусідських відносин між народами й країнами, взаєморозуміння; є проявом культурних обмінів і народної дипломатії. Проте, вона вимагає й забезпечення підвищених вимог до забезпечення безпеки від ризиків, проявів та загроз, які намагаються цю місію зірвати.

Третім унікальним аспектом, який актуалізує обрану тематику досліджень, є безпрецедентне зростання туристичних підприємств у світовому, європейському та національному вимірі. Це спричинено динамічним впровадженням інновацій у всі види життєдіяльності, вивільненням робочого часу в результаті підвищення продуктивності праці та зміною життєвих цінностей величезних мас населення. Крім роботи, пасивного відпочинку у звичних умовах, забезпечення інших базових потреб, люди прагнуть до особистісного зростання, пізнання, розширення світогляду, здорового способу життя й нових вражень.

По-четверте, підприємства сільського зеленого туризму в умовах дигіталізації агросфери виступають, по-суті, єдиним засобом диверсифікації сільської економіки, збереження сільського способу життя й відтворення сільських територій. Вони є джерелом зайнятості й доходів сільських жителів без необхідності попередніх значних інвестицій, спеціальної підготовки фахівців. Нарешті, в умовах прогресуючої урбанізації все більша кількість містян прагнуть відпочинку на природі. Так, в США, країнах Західної Європи кожен третій турист відпочиває в сільських умовах, тобто є клієнтом підприємств сільського зеленого туризму. Крім суто туристичних атракцій, вони забезпечують контакти з живою природою, родинний затишок, традиційну гостинність, органічне харчування.

Необхідно зазначити, що проблеми становлення й розвитку туристичних підприємств та сільських зелених в їх сукупності знаходяться в полі зору представників вітчизняної та зарубіжної економічної науки. Йдеться про роботи Ю. Данька, Л. Забуранної, М. Ігнатенка, Ю. Кирилова, О. Красноручького, І. Крюкової, Ю. Лупенка, Л. Мармуль, О. Марченко, І. Романюк, А. Руснак, О. Сарапіної, Д. Стеценка та інших авторів. В них висвітлюються питання форм і напрямів туристичної діяльності, організації та розвитку видів туризму; складових організаційно-економічного механізму й маркетингових стратегій їх здійснення; системного управління розвитком туристичних підприємств. Також йдеться про інституційне й інвестиційне

забезпечення середовища їх діяльності; моделювання й проектування на перспективу.

Проте, врахування впливу на туристичні підприємства європейських та світових соціально-економічних процесів здійснено недостатньо й потребує поглиблених досліджень. Мова йде не тільки про впровадження передового досвіду організації, оподаткування й категоризації малих підприємств сільського зеленого туризму, створення нових форм туристичної діяльності загалом (кластерів, дестинацій), але й про обґрунтування розвитку туристичних підприємств як суб'єктів важливого сектору економіки. Адже саме ці підприємства забезпечують найбільші надходження до бюджету у багатьох країнах світу. Також вони формують зайнятість населення, стимулюють до динамічного розвитку суб'єкти господарювання інших галузей та зайнятість в них. Йдеться про будівництво, меблеву, текстильну, швейну й інші галузі легкої промисловості, транспорт, готельно-ресторанне господарство, декор і дизайн, сільське господарство, виробництво сувенірів і народні промисли, сферу розваг, індустрію краси та ін. Тому важливе значення має впровадження інтеграційних процесів між ними; постійне оновлення пропонуваніх основних і супутніх продуктів і послуг; підвищення якості обслуговування; використання нових методів організації й управління на рівні світових стандартів. Вказане зумовило вибір теми, її актуальність, практичну й теоретичну значимість, наукову новизну та основні результати досліджень.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертаційна робота виконана у відповідності до науково-дослідної тематики Херсонського державного аграрного університету «Розробка напрямів розвитку економічних і фінансово-кредитних відносин й обліково-аналітичного забезпечення функціонування підприємницьких структур» (номер державної реєстрації 0111U003575). У її межах були виявлені нові змістовні особливості функціонування підприємств галузі туризму та сільського зеленого туризму зокрема, які формуються під впливом сучасних європейських та світових соціально-економічних процесів інтеграції, конкуренції, структурних зрушень у життєдіяльності суспільства.

Також були узагальнені методологічні засади щодо визначення ефективності й перспектив розвитку вказаних підприємств з урахуванням національних, європейських та глобальних зрушень у галузі. Розроблені рекомендації щодо підвищення їх конкурентоспроможності з урахуванням національних ресурсних джерел та конкурентних переваг. Обґрунтовані напрями застосування системного управління, маркетингових стратегій та впровадження інновацій і новітніх стандартів обслуговування з метою забезпечення фінансово-економічної стійкості, створення нових або підвищення привабливості існуючих туристичних дестинацій та їх сталого розвитку, особливо на рівні сільських територій, де проживає понад 30,0% населення країни.

Мета та завдання дослідження. Метою дисертаційної роботи полягає у виявленні та обґрунтуванні нових теоретичних і методологічних засад, а також розробці практичних пропозицій щодо підвищення конкурентоспроможності

функціонування й розвитку вітчизняних підприємств туристичної сфери та сільського зеленого туризму зокрема в умовах сучасних соціально-економічних процесів євроінтеграції та глобалізації.

Досягнення поставленої мети ґрунтувалося на постановці та вирішенні наступних **завдань**:

- визначити соціально-економічний зміст функціонування підприємств галузі туризму й сільського зеленого туризму та їх місце у структурі національного господарства;

- обґрунтувати вплив чинників євроінтеграції та глобалізації на розвиток суб'єктів вітчизняного туристичного бізнесу, у т.ч. на селі;

- виявити інституційні механізми та регулятори розвитку підприємств туристичної галузі загалом й сільського зеленого туризму зокрема;

- обґрунтувати закономірності, прояви та принципи розвитку підприємств галузі туризму та сільського зеленого туризму;

- визначити індикатори, показники та методи оцінки ефективності туристичної діяльності, у т.ч. на селі;

- обґрунтувати засоби планування, прогнозування та моделювання розвитку туристичних підприємств у цілому та сільського зеленого туризму зокрема;

- проаналізувати структуру, розміщення, особливості використання ресурсного потенціалу підприємств галузі туризму та сільського зеленого туризму;

- здійснити оцінку ефективності функціонування основних видів туристичної діяльності, у т.ч. на селі;

- виявити особливості формування вітчизняного ринку туристичних послуг та обґрунтувати організацію їх моніторингу;

- розробити напрями здійснення системного управління й інституційного забезпечення туристичної діяльності;

- обґрунтувати шляхи удосконалення туристичної діяльності на основі впровадження інновацій;

- визначити можливості та форми інтеграції підприємств галузі туризму й сільського зеленого туризму;

- розробити пропозиції щодо формування нових туристичних продуктів та брендів;

- визначити резерви та перспективи покращення діяльності підприємств сільського зеленого туризму;

- обґрунтувати засоби покращення інвестиційного та рекламно-інформаційного (маркетингового) забезпечення туристичних підприємств.

Об'єктом дослідження є процеси організації, функціонування та розвитку підприємств галузі туризму та сільського зеленого туризму.

Предметом дослідження є теоретичні, методичні та практичні аспекти підвищення ефективності й конкурентоспроможності функціонування вітчизняних підприємств галузі туризму та сільського зеленого туризму.

Методи дослідження. У дисертаційній роботі були використані загальнонаукові та спеціальні новітні економічні методи та підходи щодо

організації діяльності підприємств сільського зеленого туризму та управління їх розвитком. Методологічною основою дослідження є основоположні закони та категорії економічної теорії й економіки сільського господарства, економіки та управління підприємствами, нормативно-методичні акти Української держави щодо розвитку сільського зеленого туризму, підприємництва й зайнятості на селі, особистих господарств населення, сільських територій. У процесі дослідження використовувалися методи: монографічний, історичний, абстракції та узагальнення, – для визначення екологічної та соціальної й економічної сутності підприємств у сільському зеленому туризмі, аналізу й порівняння тенденцій розвитку туристичного бізнесу на селі в Україні, Європі та світі, залучення європейського досвіду категоризації агроосель; статистико-економічні, анкетування та опитування – для оцінки ефективності, вузьких місць і проблем розвитку туристичних підприємств на селі; моніторингу та маркетингових стратегій – для виявлення особливостей, якості продуктів, послуг підприємств у сільському зеленому туризмі та потреб споживачів у них на відповідному ринку; факторного, рейтингового та SWOT-аналізу – для оцінки чинників, що впливають на функціонування підприємств у сільському зеленому туризмі; системно-структурного аналізу та синтезу, проблемно-цільового підходу – для обґрунтування складників та структури системного тактичного стратегічного управління розвитку підприємств у сільському зеленому туризмі.

Інформаційну базу дослідження склали статистичні дані Державної служби статистики України, Управління статистики, Департаментів економіки та агропромислового розвитку Херсонської обласної державної адміністрації, дані річної звітності підприємств сільського зеленого туризму, громадських організацій, всесвітньої мережі Internet, особисті спостереження автора.

Наукова новизна одержаних результатів. Наукова новизна дисертаційного дослідження полягає в тому, що були розроблені теоретичні, методологічні, методичні положення щодо виявлення сутності, тенденцій і проблем розвитку туристичних підприємств загалом і підприємств сільського зеленого туризму зокрема, які формуються під впливом європейських і глобальних чинників, з метою підвищення їх ролі у національному господарстві й життєдіяльності населення, особливо на селі. Найбільш суттєвими результатами дисертації є наступні:

вперше:

- обґрунтовано принцип спільності місії та цілей вітчизняних туристичних підприємств та підприємств сільського зеленого туризму, який обумовлений їх функціональним призначенням щодо надання туристичних послуг на засадах прибутковості, без шкоди довкіллю й у відповідності до законодавства з урахуванням розмірів та масштабів діяльності, умов функціонування, атракцій, інвестиційного забезпечення, специфіки попиту та структури аудиторії споживачів, темпів розвитку та поширення діяльності;

- систематизовано позитивний (успішний досвід та позитивні приклади діяльності, впровадження інновацій, туристична мобільність, народна дипломатія, розвиток полікультурності) та негативний вплив чинників

євроінтеграції та глобалізації на розвиток суб'єктів вітчизняного туристичного бізнесу (втрата національної ідентичності; єдині стандарти й уніфікація послуг; загострення конкуренції й втрата конкурентних переваг, через нераціональне використання та управління наявним туристичним потенціалом, особливо для підприємств сільського зеленого туризму);

- визначено концептуальні засади розвитку підприємств галузі туризму та сільського зеленого туризму на основі ідентифікації спільних (надання послуг, отримання прибутків, прагнення до стійкого функціонування, набуття конкурентних переваг, інтеграції у формі дестинацій) та відмінних (обмеження ареалів розміщення, розмірів підприємств і масштабів їх діяльності на селі, використання специфічних аграрних атракцій) закономірностей з подальшим обґрунтуванням спільних (дохідності, соціальної направленості, екологічності, інноваційності, збереження національної самобутності) та відмінних (оподаткування, інвестиційного й трудових ресурсного забезпечення, інтеграційності й кластеризації, форм просторового розміщення, внутрішнього і зовнішнього попиту, системного управління, ринкових ніш і маркетингових стратегій, конкурентоспроможності) принципів;

удосконалено:

- засоби планування (індикативне (як цільове, з метою вирішення тих або інших проблем), тактичне, стратегічне (постійні види), бізнес-планування, інноваційно-інвестиційне проектування (здебільшого, при організації або впровадженні нових напрямів діяльності)), прогнозування (коротко-, середньо- та довгострокове; за оптимістичним, середнім і песимістичним сценаріями) та моделювання (динамічні, структурні, факторні моделі) розвитку туристичних підприємств, у т.ч. сільського зеленого туризму (із залученням, за потреби, до їх розробки на селі дорадчих служб);

- організаційно-управлінські засади управління розвитком туристичних підприємств та підприємств сільського зеленого туризму шляхом ідентифікації сутнісних характеристик сфер їх відомчої підпорядкованості; наявності спільних та відмінних інституційних регуляторів та механізмів; різних рівнів розвитку інституційного забезпечення з відставанням на селі та обґрунтування необхідності його однакового удосконалення у частині формування привабливого національного й туристичного іміджу країни, створення унікальних туристичних продуктів і дестинацій, впровадження інноваційних маркетингових стратегій їх просування на ринках туристичних послуг;

- особливості структури туристичного ресурсного потенціалу (наявність ресурсів для літнього приморського (південні області), гірськолижного зимового (західний регіон) та бальнеологічного цілорічного туризму, культурно-історичних ресурсів (міста, окремі архітектурно-ландшафтні ансамблі, археологічні пам'ятки, місця релігійного паломництва) для пізнавального туризму національного й міжнародного рівня; можливості для розвитку сільського зеленого туризму у тих або інших формах практично у всіх сільських поселеннях;

- напрями підвищення ефективності функціонування туристичних підприємств з визначенням як найбільш ефективних готелів і пансіонатів

сезонного відпочинку на морі та в горах, санаторно-курортних закладів як вітчизняного феномену, традиційного з радянських часів; нових видів туристичної діяльності, які розвиваються найбільш динамічно, у т.ч. із залученням іноземних туристів – паломницького або релігійного, медичного, ностальгійного, гастрономічного внутрішнього та навчально-наукового – зовнішнього; нових форм надання послуг сільського зеленого туризму як найбільш перспективного для організації дешевого й повноцінного відпочинку й вирішення соціальних проблем сільських територій;

- ідентифікацію складових формування вітчизняного ринку туристичних послуг та організацію їх моніторингу (за розміщенням та специфікою туристичних ресурсів; туристичних підприємств, дестинацій, курортів та продуктів і послуг, які вони надають; кількістю туристичних відвідувань, туристичними потоками; платоспроможним попитом, його структурою та динамікою; рівнем пропозиції та конкуренції; рентабельністю та прибутковістю видів туристичної діяльності; кількістю зайнятих; інвестиційним забезпеченням та рівнем окупності інвестицій; впровадженням інновацій);

- інституційне забезпечення туристичної діяльності на основі впровадження системного управління та контролінгу у функціонування туристичних підприємств (особливо великих інтегрованих); залучення більшої кількості громадських організацій та інших недержавних інститутів у підтримку їх розвитку; створення національного відомства (агенції) та його регіонального і місцевих відділень з питань розвитку сільського зеленого туризму; сертифікації туристичних агроосель;

набули подальшого розвитку:

- напрями удосконалення туристичної діяльності шляхом впровадження інновацій в: управлінні (через інтеграційні форми, об'єднання підприємств, розвиток готельних мереж); створенні нових видів продуктів і послуг, туристичних дестинацій і маршрутів, напрямів або видів туристичної діяльності та їх комбінуванні; маркетингу й рекламі (віртуальні продажі й реклама; нові бренди й товарні знаки); підготовці кадрів (тренінги, онлайн-навчання, дорадництво на селі);

- методичні засади визначення індикаторів (частка у ВВП, ресурсна забезпеченість, рентабельність, вартість наданих послуг, кількість туристів, екологічність і соціальна спрямованість, рейтинги й ранги), показників (собівартість послуг і продуктів, ємність підприємств, структура доходів і витрат, кількість зайнятих, рівень спеціалізації й диверсифікації) та здійснення оцінки ефективності туристичної діяльності на основі методів групувань, ранжування, статистико-економічних та соціометричних;

- визначення організаційно-економічних передумов створення інтегрованих об'єднань туристичних підприємств на засадах вертикальної й горизонтальної (створення готельних альянсів, мереж та кластерів, у т.ч. із залученням підприємств сільського зеленого туризму та підприємств інших галузей) інтеграції; диверсифікації малих підприємств сільського зеленого туризму із розміщенням їх підрозділів поблизу міст, пожвавлених шляхів сполучення;

- розробки з формування нових туристичних продуктів та брендів у тих видах туристичної діяльності, які популярні на національному, європейському та світовому туристичних ринках, але не відомі національним та іноземним споживачам (культурно-пізнавальному й мистецькому, паломницькому, екологічному, оздоровчо-лікувальному, освітньо-науковому, спортивному, гастрономічно-дегустаційному; сільському зеленому); окремих курортів, туристичних дестинацій і маршрутів); тематичного відпочинку;

- напрями та засоби розбудови й підтримки підприємств й агроосель сільського зеленого туризму шляхом їх сертифікації, диверсифікації й спеціалізації діяльності; інтеграції з іншими туристичними підприємствами; віртуальної реклами та продажів; удосконалення управління та посилення підтримки сільських громад, місцевих і центральних органів влади;

- джерела покращення інвестиційного та рекламно-інформаційного забезпечення туристичних підприємств через власні й залучені ресурси, державно-приватне партнерство, спеціальні ендаумент-фонди й агенції, волонтерство й меценатську діяльність, франшизу й фандрайзинг; рекламу й інформацію в інтернеті, а також на транспорті, закладах дорожньої інфраструктури, торгово-розважальних центрах (листівки, флайери, бонусні програми).

Практичне значення одержаних результатів полягає в розробці пропозицій та практичних рекомендацій щодо ефективного й конкурентоспроможного розвитку підприємств туристичної галузі й сільського зеленого туризму в умовах євроінтеграції та глобалізації.

Основні положення, висновки і пропозиції дисертаційної роботи доведено до рівня науково-методичних рекомендацій, які апробовано та прийнято до впровадження, що засвідчено відповідними актами і довідками. Результати дослідження, висновки та рекомендації, що містяться в дисертаційній роботі, схвалені та використовуються в практичній діяльності Департаменту агропромислового розвитку Херсонської обласної державної адміністрації (довідка № 17-612/0/08/016.4.2 від 18.07.2017 р.), аграрних підприємств і підприємств сільського зеленого туризму (довідки № 120 від 16.08.2017 р., № 179 від 19.09.2017 р. та № 086 від 27.09. 2017 р.).

Окремі результати дисертаційної роботи використовуються у науково-методичному забезпеченні навчального процесу в Херсонському державному аграрному університеті (довідка № 121/06 від 14.06.2017 р.) та Харківському національному технічному університеті сільського господарства імені Петра Василенка (довідка № 01-483 від 14.09.2017 р.)

Особистий внесок здобувача. Основні положення, висновки та пропозиції дисертаційного дослідження сформульовані та обґрунтовані автором самостійно. Вони спрямовані на підвищення ефективності й конкурентоспроможності вітчизняних туристичних підприємств в умовах впливу європейських та глобальних чинників. У спільних публікаціях використано тільки ті положення, які належать особисто автору. Дисертаційне дослідження не містить матеріалів кандидатської дисертації.

Апробація результатів дисертації. Підсумки наукового дослідження

доповідались автором і схвалені на: Всеукраїнському науково-практичному семінару «Рекреаційно-оздоровчий потенціал Півдня України» (м. Херсон, 27-28 листопада 2013 р.); Всеукраїнській науково-практичній інтернет-конференції «Актуальні процеси економічного розвитку в сучасних умовах» (м. Херсон, 22 квітня 2016 р.); міжнародна научна практична конференція «Динаміката на сьвременната наука – 2016» (Софія, 17-25 юли 2016 г.); international scientific and practical conference «Modern european science – 2016» (30 June – 7 July 2016 г.); Międzynarodowej naukowo-praktycznej konferencji «Dynamika naukowych badań – 2016» (Przemyśl, 07-15 lipca 2016 г.); International scientific and practical conference «Prospects of world science – 2016» (Sheffield, 30 July – 7 August, 2016); mezinárodní vědecko-praktická konference «Aplikované vědecké novinky – 2016» (Praha, 27 červenců – 05 srpna 2016 г.); Освітньому проекті Інституту Міжнародної Академічної та Наукової Співпраці, програмі Літнього стажування «Сталий розвиток 2020» (м. Байя-Доміція, Італія, 24 липня – 1 серпня 2016 р.); Міжнародному конгресі «Сталий розвиток: захист навколишнього середовища. Енергоощадність. Збалансоване природокористування» (м. Львів, 21-23 вересня 2016 р.); Міжнародній науково-практичній конференції студентів і молодих учених «Розвиток соціально-економічних систем у трансформаційних умовах» (м. Бердянськ, 1-2 лютого 2017 р.); Міжнародній науково-практичній інтернет-конференції «Економічний потенціал аграрного сектору України: наукові підходи та практика реалізації» (м. Херсон, 6-7 квітня 2017 р.); Міжнародній науково-практичній інтернет-конференції «Сучасні проблеми формування, розвитку і використання ресурсного потенціалу АПК» (м. Полтава, 30 березня 2017 р.); Міжнародній науково-практичній інтернет-конференції «Сучасні тенденції менеджменту в аграрному виробництві» (м. Дубляни, 16-17 травня 2017 р.).

Публікації. Основні положення дисертаційної роботи відображено у 40 наукових працях загальним обсягом 46,6 ум. др. арк., у т.ч. у 20 статтях у наукових фахових виданнях (12,7 ум. др. арк.), 5 – у науково-метричних виданнях інших держав (3,9 ум. др. арк.), 1 одноосібній монографії (15,4 ум. др. арк.), 4 колективних монографіях (9,8 ум. др. арк.) та 16 тезах доповідей (4,8 ум. др. арк.).

Структура і обсяг дисертації. Робота складається з вступу, п'яти розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків. Дисертацію викладено на 360 сторінках друкованого тексту. Робота включає 52 таблиці, 27 рисунків, 5 додатків. Список використаних джерел складається з 343 найменувань.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ ДИСЕРТАЦІЇ

У першому розділі «**Теоретичні засади розвитку підприємств галузі туризму та сільського зеленого туризму в умовах євроінтеграції та глобалізації**» визначено соціально-економічний зміст функціонування підприємств галузі туризму й сільського зеленого туризму та їх місце у структурі національного господарства; обґрунтовано вплив чинників

євроінтеграції та глобалізації на розвиток суб'єктів вітчизняного туристичного бізнесу, у т.ч. на селі; виявлено інституційні механізми та регулятори розвитку підприємств туристичної галузі загалом й сільського зеленого туризму зокрема.

Туристичні підприємства представляють самостійний вид діяльності, створюються з метою отримання доходів і не мають обмежень у розмірах й масштабах надання послуг, крім природних, а підприємства сільського зеленого туризму допомагають раціонально використовувати надлишкові ресурси домогосподарств на селі (отже, обмежені їх ресурсами), мають обмеження по кількості відпочивальників і, в залежності від цього, – податкові пільги або їх відсутність. Проте, на відміну від загальних туристичних, вони не потребують значних інвестицій для свого започаткування. Загалом, вказані суб'єкти господарювання мають й інші спільні та відмінні риси.

Так, якщо 20-30 років тому вони займали допоміжне значення в структурі національного господарства (а про підприємства сільського зеленого туризму в Україні взагалі не йшлося через їх відсутність) за часткою в обсязі валового внутрішнього продукту (ВВП), зайнятістю працівників, вартістю наданих послуг у провідних країнах світу, то на початку XXI ст. ситуація кардинально змінилася. Саме туристичні підприємства почали відігравати провідне значення серед інших суб'єктів господарювання за вказаними індикаторами, а також за участю у забезпеченні бюджетних та валютних надходжень. Безумовно, підвищення їх ролі не є конкурентним розвитку підприємств базових або новітніх галузей, які є основою функціонування економіки знань.

Такі кардинальні зміни стали можливими завдяки власне глобальним зрушенням у системі світового господарства та формуванням економіки знань та інновацій замість індустріальної. Вона характеризується постійним впровадженням нововведень у всі сфери суспільної життєдіяльності, підвищенням продуктивності праці, зростанням транспортної та інформаційної доступності. Як наслідок, зростає національне багатство провідних країн, добробут населення, інтелектуальний капітал.

Також значна частина населення вирішила житлові та інші базові проблеми, що дозволило зосередитись на вкладенні коштів в оздоровлення та відпочинок. З іншої сторони, інтенсивна розумова праця, динамічне життя в умовах урбанізації потребують й більш інтенсивного відновлення сил. Під впливом науково-технічного прогресу кардинально змінюються не тільки матеріальні, але й світоглядні аспекти розвитку населення, і вони також сприяють розвитку туризму.

Вказані тенденції та прояви повною мірою характерні і для туристичних підприємств України, особливо під впливом євроінтеграційних процесів останніх років. Однак у вітчизняних умовах вони здійснюються надто повільно з огляду на безліч об'єктивних та суб'єктивних причин. Маючи значний природний та соціально-економічний й культурно-історичний туристичний потенціал, унікальні національні традиції, доброзичливість і гостинність українського народу, країна вкрай недостатньо використовує ці надбання для економічного зростання, забезпечення зайнятості трудових ресурсів. Особливо нагально це стосується підприємств сільського зеленого туризму (рис. 1).



Рис. 1. Чинники формування та розвитку підприємств сільського зеленого туризму

Якщо підприємства туристичної галузі загалом забезпечують країні 20-е місце в розвитку туристичного бізнесу, то згідно офіційних даних, кількість малих підприємств, або агроосель, які здійснюють туристичну діяльність на селі, обчислюється сотнями і належного розвитку не набула. Між тим саме провідні європейські країни, країни колишнього соціалістичного табору демонструють їх провідний сталий розвиток. Туризм як вид діяльності за умов дигіталізації агросфери розглядається як основний у структурі сільської економіки, збереженні сільського способу життя, зайнятості населення, сільських територій загалом.

При цьому сукупність туристичних підприємств, які розміщуються на компактній території з відповідною інфраструктурою й туристичними ресурсами, формують туристичні дестинації. У теорії й практиці досліджень у європейських країнах саме туристичні дестинації розглядаються як первинні (базові) об'єкти досліджень, оскільки вони відразу відображають основні показники кількох споріднених туристичних підприємств; чинники, конкурентні переваги та ризики туристичної діяльності. Це дозволяє значно підвищувати її ефективність та конкурентоспроможність на основі обґрунтованих управлінських рішень, єдиної стратегії й маркетингової політики, моделювання, планування та прогнозування перспективних напрямів та шляхів розвитку.

Вкрай негативно на туристичному іміджі країни загалом позначилася війна на Донбасі, а також анексія найбільшого провідного туристичного регіону країни – Криму. Також, на відміну від сусідніх європейських країн, в Україні не набули належного поширення маркетингові стратегії розвитку туристичних підприємств. Про це свідчить відсутність або недостатня кількість належної реклами, промоцій загальнонаціональних іміджевих і туристичних брендів.

Так, до нематеріального культурного надбання світу рішенням ЮНЕСКО за клопотанням країн віднесені вокальне мистецтво й піца в Італії, танці в

Румунії та ін. Україна досить байдуже відноситься до своєї національної ідентичності. Народна обрядова пісня «Щедрик» в обробці композитора М.Д. Леонтовича стала гімном Різдва у всьому світі, але про його походження не всі знають навіть на Батьківщині. Відповідні шедеври світового значення є і в матеріальній, гастрономічній культурі, інших сферах мистецтва, які безумовно, будуть цікавими для туристів. Тому важливим є інституційне завдання всебічного розвитку національного туристичного продукту не тільки на підприємницькому, але й на державному рівні.

Для підприємств сільського зеленого туризму слід додати розроблений, але до цих пір не прийнятий закон про його розвиток, недостатнє державно-приватне партнерство та кредитне забезпечення його розвитку. Також практично відсутньою є соціальна відповідальність великого агробізнесу, сільських громад у їх підтримці. Це дозволяє зробити висновок про різні рівні та нерівномірність у здійсненні й темпах удосконалення інституційного забезпечення підприємств галузі туризму загалом та сільського зеленого туризму зокрема.

У другому розділі **«Методологічні засади розвитку підприємств туристичної галузі й підприємств сільського зеленого туризму та оцінки її ефективності»** обґрунтовано закономірності, прояви та принципи розвитку підприємств галузі туризму та сільського зеленого туризму; визначено індикатори, показники та методи оцінки ефективності туристичної діяльності, у т.ч. на селі; обґрунтовано засоби планування, прогнозування та моделювання розвитку туристичних підприємств у цілому та сільського зеленого туризму зокрема.

Методологія досліджень створення та розвитку туристичних підприємств загалом передбачає, насамперед, встановлення закономірностей та принципів їх функціонування, розробку показників та методів моніторингу діяльності, оцінку та діагностику її ефективності, моделювання, планування та проектування на перспективу. Нами визначено, що підприємства галузі туризму та сільського зеленого у її складі мають спільні та відмінні закономірності та принципи функціонування і розвитку. Це дає підстави для їх об'єднання та комплексного дослідження у вигляді туристичних дестинацій (рис. 2).

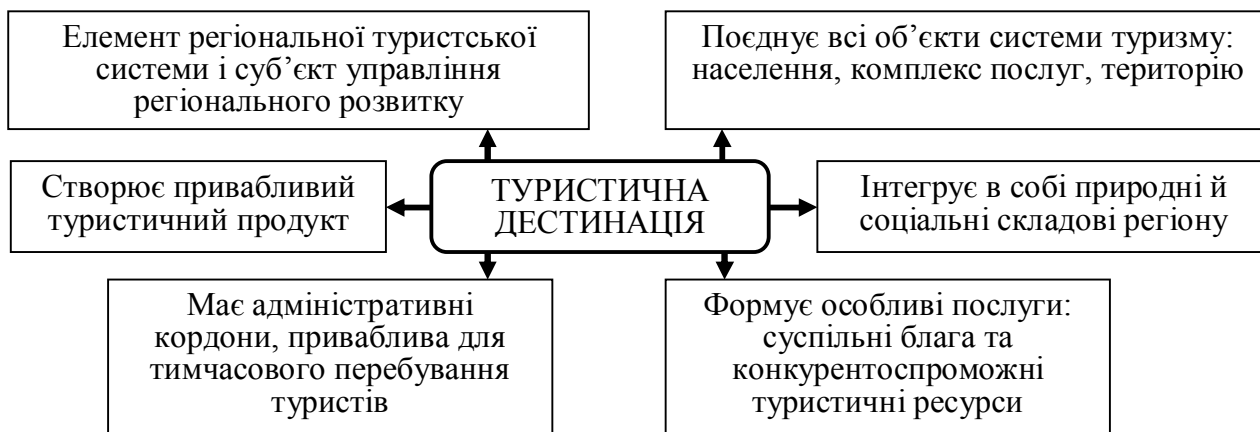


Рис. 2. Узагальнені характерні ознаки туристичної дестинації

До спільних закономірностей належить надання послуг туристам, забезпечення прибуткової діяльності, прагнення до стійкого фінансово-економічного становища, набуття конкурентних переваг. Підприємства сільського зеленого туризму у своєму функціонуванні мають не лише вказані, але й лише належні їм закономірності. Це обмеженість розміщення сільськими поселеннями й зосередження надання туристичних продуктів і послуг у сільській місцевості; використання переважно власних інвестиційних, трудових та інших ресурсів. Їм притаманна, таким чином, орієнтація на власні ресурси агроосель і сільськогосподарських підприємств, а також на необхідність відповідності вимогам застосування податкових пільг, що також обмежує масштаби діяльності. Підприємства сільського зеленого туризму використовують атракції, пов'язані з аграрною діяльністю та сільським укладом життя. Останнє спричиняє й сегментацію споживачів та виділення у їх структурі переважно міських жителів, які потребують відновлення сил та відпочинку на основі спілкування з живою природою.

Так, якщо діяльність туристичних підприємств оподатковується на загальних засадах, то у сільському зеленому туризмі за умови їх місткості до 10 осіб на добу (а переважна більшість з них є такими або значно меншими) воно взагалі відсутнє. Це свідчить про їх значну державну підтримку та сприйняття як суттєвого ресурсу забезпечення зайнятості та доходів сільських жителів. Якщо розвиток туристичних підприємств орієнтується на різні за обсягом і джерелами інвестиційні ресурси, то підприємства сільського зеленого туризму використовують власні ресурси, які, як правило, є на порядок меншими за середні їх обсяги по галузі.

Туристичні підприємства в останні роки діяльності, що характеризуються загостренням конкуренції на національному й європейському та світових туристичних ринках, з метою набуття додаткових конкурентних переваг, здійснюють постійний пошук напрямів співробітництва, інтеграції, утворення кластерів. Це стосується як внутрішньогалузевих, так і міжгалузевих форм інтеграції. Йдеться про готельні мережі, альянси; туристичні агенції у вигляді основне-дочірні підприємства; функціонуючі на засадах франшизи; міжгалузеві об'єднання та кластери, які охоплюють туристичні готелі, транспортні, страхові та ін. підприємства. Це дозволяє збільшувати капіталізацію, раціонально використовувати ресурси, впроваджувати інновації, охоплювати нові ринки.

Підприємства сільського зеленого туризму, орієнтовані на індивідуальну діяльність сільських родин, покликані сприяти підвищенню власне їх добробуту. Вони можуть об'єднувати лише окремі власні ресурси для здійснення окремих бізнесових операцій або надання окремих послуг (здебільшого, використовувати транспортні засоби для трансферту туристів) на засадах формування кластерів або неприбуткових обслуговуючих кооперативів. Також внутрішній попит на послуги підприємств сільського зеленого туризму є значно меншим, ніж на послуги інших туристичних підприємств.

Необхідно зазначити, що якщо статистика діяльності туристичних підприємств здійснюється тривалий час, то сільського зеленого туризму – починаючи з 2013 р. При цьому сукупність показників їх функціонування

обмежується, переважно, кількістю. Систему показників оцінювання економічної діяльності підприємств сільського зеленого туризму представлено в табл. 1.

Таблиця 1

**Показники оцінювання економічної діяльності підприємств (садиб)
сільського зеленого туризму**

Група	Фактичний показник	Відносний показник
Основні засоби	- кількість садиб, од. - кількість місць - загальна площа, м ² - житлова площа, м ²	- середня місткість, місць - загальна площа 1 садиби в середньому, м ² - житлова площа 1 садиби в середньому, м ²
Обсяг виробництва	- кількість розміщених осіб - кількість ночівель, од. - кількість днів роботи	- середня кількість розміщених осіб - середня кількість ночівель, од. - середня кількість днів роботи - середня тривалість перебування, діб - коефіцієнт використання місткості, %
Фінансово-економічна ефективність	- доходи, тис. грн. - витрати, тис. грн. - прибуток, тис. грн.	- середній доход, тис. грн. - середні витрати, тис. грн. - середній прибуток, тис. грн. - фактичні витрати на 1 людину-день, грн. - рентабельність, %

Це значно ускладнює здійснення теоретичних досліджень, практичні рекомендації, регулювання та управління. Тому ми вважаємо, що у статистичні дані необхідно включити традиційні показники собівартості людино-дня й вартості наданих послуг, структури їх утворення; кількості туристів, туристичних потоків; супутніх послуг; показники інновацій, обсяги інвестицій, трудових затрат; вартості наявних і потенційних ресурсів; частки у забезпеченні місцевих бюджетів.

Створенню туристичних підприємств передують розробка інвестиційно-інноваційних проектів або бізнес-планів. Їх діяльність супроводжується тактичним (повсякденним або короткостроковим) і стратегічним (довгостроковим) плануванням (рис. 3).

У випадку розвитку певного її напрямку або вирішення тих чи інших питань доцільно використовувати індикативне планування, де можна застосовувати обмежене коло показників. Прогнози можуть мати також коротко-, середньо- та довгостроковий характер, песимістичний, середній та оптимістичний варіанти і не обмежуватись лише власними підприємствами, але й стосуватися розвитку туристичних ринків або їх окремих сегментів та проявів (попиту, пропозиції, конкуренції). З цією метою можна використовувати різноманітні аналітичні огляди в Інтернет-мережі, науковій літературі, відомчі методичні рекомендації та розробки, періодичні видання, власні спостереження. При цьому міські підприємці мають кращу доступність до інформації, ніж сільські. Тому для них доцільно здійснювати дорадчу діяльність на безоплатних засадах, створюючи відповідні сайти, які б підтримували себе за рахунок реклами.



Рис. 3. Моделювання інноваційно-інвестиційного забезпечення розвитку підприємств галузі туризму на основі процесного підходу

У третьому розділі «Соціально-економічні особливості, ефективність функціонування й розвитку підприємств туристичної галузі й сільського зеленого туризму в Україні: оцінка та діагностика» проаналізовано структуру, розміщення, особливості використання ресурсного потенціалу підприємств галузі туризму та сільського зеленого туризму; здійснено оцінку

ефективності функціонування основних видів туристичної діяльності, у т.ч. на селі; виявлено особливості формування вітчизняного ринку туристичних послуг та обґрунтовано організацію їх моніторингу.

В Україні виявлено значний ресурсний потенціал для розвитку туристичних підприємств. Його основи формують мальовнича природа на всій території країни, м'який клімат, наявність різноманітних ландшафтів (від гірських до рівнинних і приморських), значна кількість унікальних пам'ятників природи та заповідних територій, національних парків, які дозволяють розвивати всі види туристичної діяльності (табл. 2). До цього слід додати культурно-історичні та соціально-економічні ресурси, мальовничу природу та атракції сільських територій, самобутність регіонів країни, наявність дешевого й сучасного житла та харчування, гостинність місцевих жителів.

Таблиця 2

Розподіл площі природно-заповідного фонду України за категоріями

Категорія	Площа	
	тис. га	% від загальної площі
Природні заповідники	210,5	5,1
Біосферні заповідники	252,2	6,4
Національні природні парки	1215,8	31,0
Заказники	1352,0	34,5
Пам'ятки природи	28,8	0,7
Регіональні ландшафтні парки	758,6	19,3
Заповідні урочища	95,7	2,4
Штучно створені об'єкти	17,4	0,4
Всього	3921,9	100

Надання туристичних послуг необхідне, перш за все, країнам, які стали на шлях ринкових перетворень. Саме таким способом досягли значних успіхів у розвитку туризму Греція, Єгипет, Туреччина, Іспанія. Світова тенденція до зростання сфери туристичних послуг свідчить про те, що туризм проголошується також пріоритетною галуззю і в Україні, про що свідчать статистики по підприємствах туризму (табл. 3).

Як видно з табл. 3, кількість громадян України, які виїжджали за кордон зростає за 2000-2016 рр. на 83,8%, іноземних громадян, які відвідали Україну, – на 107,3%, туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності України, – на 26,6%. На території Херсонської області розташовані родовища мінеральних вод, балансові запаси яких становлять 388 м³/добу. Переважають бромні води – це родовища сіл Залізний Порт та Хорли, запаси яких відповідно 181 та 207 м³/добу. Основним лікувальним ресурсом, окрім моря і чудових погодно-кліматичних умов, є мулисті грязі (пелоїди). Для курортно-санаторного лікування використовуються мінеральні лікувальні грязі родовища “Гопри” (оз. Соляне поблизу м. Гола Пристань), сумарні запаси якого становлять 83,2 тис. м³. Рекреаційне значення мають соляні озера Азово-Чорноморського узбережжя, ропа озер поблизу с. Чонгар (Генічеський район) та с. Геройське (Голопристанський район); мінеральні та термальні води північно-західних районів області.

Обсяги та динаміка туристичних потоків в Україні

Роки	Показники					
	Кількість громадян України, які виїжджали за кордон – усього, % ²	Кількість іноземних громадян, які відвідали Україну – усього, % ²	Кількість туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності України – усього, % ³	Із загальної кількості туристів ³ :		
				іноземні туристи, %	туристи-громадяни України, які виїжджали за кордон, %	внутрішні туристи, %
2000	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
2001	110,63	132,37	108,00	110,12	95,07	110,13
2002	109,74	151,74	112,48	110,55	106,06	114,38
2003	110,23	180,55	141,86	156,31	120,67	142,29
2004	115,39	225,50	93,86	115,47	154,83	74,94
2005	122,58	254,38	90,64	86,38	198,69	69,02
2006	125,73	273,21	109,56	79,16	304,26	76,92
2007	129,15	333,61	142,20	98,57	117,77	159,56
2008	115,47	367,18	151,02	98,65	449,28	102,67
2009	114,24	300,08	113,71	74,70	320,18	81,00
2010	128,00	305,92	113,25	88,88	454,04	48,07
2011	147,32	308,98	109,23	62,00	438,08	52,98
2012	159,68	332,03	148,99	71,47	685,70	57,30
2013	177,01	355,96	171,52	61,47	882,90	52,01
2014 ¹	167,21	183,40	120,41	4,51	730,77	23,89
2015 ¹	172,41	193,26	100,28	4,01	577,32	26,43
2016 ¹	183,79	207,33	126,59	9,28	722,25	33,58

¹ Без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини зони проведення антитерористичної операції.

² Включно з одноденними відвідувачами (за даними Адміністрації Держприкордонслужби України).

³ 2000-2010 рр. за даними Міністерства інфраструктури України, починаючи з 2011 р. за даними Державної служби статистики України. 2000 р. взято як базовий для розрахунків.

Разом з тим, для економіки Херсонської області санаторно-курортна галузь та туризм є традиційними видами діяльності. Саме вони, поряд з аграрними підприємствами, формують конкурентне середовище функціонування суб'єктів сільського зеленого туризму. Проведені нами дослідження свідчать про інтенсифікацію діяльності туристичних підприємств та активізацію виїзного туризму загалом.

На протязі останніх років спостерігається постійний розвиток власної туристично-рекреаційної бази області (табл. 4).

Як свідчать дані табл. 4, у Херсонській області зосереджено 1,8% санаторіїв, 5,5% пансіонатів з лікуванням, 14,6% пансіонатів та будинків відпочинку, 9,8% баз та ін. закладів відпочинку. Це означає четверте місце в Україні після Криму, Донецької та Одеської областей. Загалом лікувально-оздоровчі підприємства області забезпечили проведення в них 1,7 млн. людиноднів.

На Херсонську область загалом приходиться 7,1 % туристичних підприємств країни та 6,5% наданих ними послуг; 6,1% платежів до бюджету; 8,5% зайнятих у цій сфері діяльності; 9,8% обслугованих туристів, у т.ч. 2,0% іноземних, 0,9% виїзних, 6,1% внутрішніх, 3,5% екскурсантів. Рейтинг області

за основними показниками діяльності туристичних підприємств відповідає 9 - 11 місцю серед 24 областей. Зокрема, порівняно з 2005 р. кількість обслуговуваних туристів зросла на 14%, в т.ч. іноземних – на 38,0%; екскурсантів на 19,0% обсяг наданих послуг – у 1,7 разів; платежі до бюджету – на 54%; кількість зайнятих в галузі – на 59,8%, кількість туристичних підприємств-ліцензіатів збільшилася у 1,9 разів. Зазначимо, що у даній статистиці практично відсутній показник по приватному сектору приморських сіл та селищ, оскільки практично вся їх діяльність знаходиться у «тіні» і будь-яка інформація щодо її обсягів та результатів є відсутньою.

Таблиця 4

Кількість та місткість санаторіїв та закладів відпочинку в Херсонській області та в Україні

Тип санаторно-курортного (оздоровчого) закладу	Україна	Херсонська область		Частка Херсонської області у 2015 р. %
	2015 р.	2014 р.	2015 р.	
Кількість закладів	3012	233	247	8,2
у них ліжок	445251	30346	30847	6,9
у тому числі санаторії	453	8	8	1,8
у них ліжок	125867	1572	1562	1,2
з них дитячі	167	6	6	3,6
у них ліжок	32256	798	788	2,4
пансіонати з лікуванням	55	3	3	5,5
у них ліжок	14919	833	621	4,2
санаторії-профілакторії	224	5	5	2,2
у них ліжок	18584	635	620	3,3
Будинки і пансіонати відпочинку	280	36	41	14,6
у них ліжок	58518	9377	9539	16,3
Бази та інші заклади відпочинку	1947	179	190	9,8
у них ліжок	215521	17866	18450	8,6

* Розраховано за даними Головного управління статистики в Херсонській області, 2016 р.

На даному етапі розвитку національного господарства України підприємства сільського зеленого туризму у країні та в Херсонській області зокрема носять більше епізодичний, фрагментарний характер функціонування і ще не сформувалися в чітко окреслений самостійний напрям діяльності на селі. Це, перш за все, пов'язано з тим, що велика частина населення, яка проживає у містах, має родичів у селі або періодично навідується у сільську місцевість (розвинений дачний та садово-городній сектор) і часто займається там сільськогосподарськими роботами. Тому атракція у вигляді сільськогосподарської діяльності та агрооселі для даної категорії відпочиваючих, певна річ, не є найголовнішою, але для значного їх сегменту все ж залишається цікавою та потрібною, що актуалізує тематику досліджень.

Необхідно зазначити, що для України та для Херсонської області зокрема характерне значне поширення підприємств сільського зеленого туризму з частковими послугами. Переважно, це стосується винаймання кімнат або інших місць розміщення туристами, які приїхали відпочити на узбережжі морів, і не знайшли вільних місць на базах відпочинку а, отже, користувались послугами

приватних господарів. Цей вид діяльності цілком можна віднести до сільського зеленого туризму, оскільки туристи все ж таки оселяються у звичайних хатах (агрооселях) у сільській місцевості. В такому розумінні суто туристичні підприємства й підприємства сільського зеленого туризму доповнюють одні одних.

В сучасних умовах кількість відвідувачів-туристів Південного регіону загалом і Херсонщини зокрема збільшується (табл. 5). Основним показником цього твердження є кількість ночівель туристів в різних туристичних закладах та підприємствах розміщення, а також їх динаміка. В то й же час здійснено аналіз обсягів туристичної діяльності у районах спеціалізації.

Таблиця 5

Динаміка відвідування туристами колективних засобів розміщення в Херсонській області у 2015-2016 рр.

Місця розміщення	Юридичні особи		Фізичні особи		Всього	
	2015	2016	2015	2016	2015	2016
1. Кількість ночівель в засобах розміщення	1206367	1351428	146245	241731	1352612	1593159
2. Кількість ночівель у готельних підприємствах (готелі, мотелі, гуртожитки тощо)	51436	59549	72005	89498	123441	149047
3. Кількість ночівель у спеціалізованих засобах розміщення (санаторії, бази відпочинку, пансіонати)	1154931	1291879	74240	152233	1229171	1444112

Таким чином, в 2015 р. туристи віддавали перевагу саме підприємствам розміщення, які були юридичними особами. Статистичні дані підтверджують цей факт. У наступному 2016 р. спостерігається подібна тенденція у відвідуванні туристичних підприємств відпочивальниками, як з інших регіонів України, так і з-за кордону. Так, наприклад, у 2016 р. було зафіксовано приблизно на 481094 ночівель більше, ніж у попередньому році. Така ж тенденція відмічається в найбільш відвідуваних туристичних районах Херсонської області (табл. 6).

Таблиця 6

Тривалість перебування туристів у районах Херсонської області спеціалізації на туристичній діяльності, 2015-2016 рр.

Райони туристичної спеціалізації	Юридичні особи (кількість ночівель)		Фізичні особи (кількість ночівель)		Всього	
	2015	2016	2015	2016	2015	2016
1. Херсонська міська рада	77657	87726	9096	8218	86753	95944
2. Генічеський район	381179	445521	29688	66315	410867	511836
3. Голопристанський район	179265	214863	57825	99650	237090	314513
4. Скадовський район	447530	470102	34907	47602	482437	517704
5. Новокаховська міська рада	41720	50432	350	449	42070	50881

Як підтверджують дані табл. 6, найбільші обсяги туристичної діяльності за кількістю відвідувань зосереджують приморські туристичні регіони або дестинації – Генічеський та Скадовський. У спеціалізованому

Голопристанському районі відвідувачів обліковано у 1,5-2,0 разів менше, отже, є значні ресурси для їх збільшення. На порядок менше туристів приймають міста Херсон та Н.Каховка, хоча мають унікальні і туристичні ресурси, і місця розміщення для збільшення туристичної галузі.

Причина незадовільного становища цього криється, насамперед, у слабкому менеджменті та маркетингу туристичної діяльності. Вона потребує кардинального ребрендингу. Але той факт, що вже зараз кількість туристів у туристичний сезон у 1,5-2,0 разів перевищує населення області, свідчить про значний потенціал росту галузі. Продовження курортно-туристичного сезону дозволить збільшити цю цифру принаймні вдвічі. Використання ж існуючих житлових резервів розміщення людей зможе перетворити Херсонську область на найбільший туристичний регіон приморської спеціалізації у країні. Йдеться про активне залучення до туристичної діяльності на рівні сільського зеленого та прирічкового й приморського відпочинково-оздоровчого туризму підприємств і організацій Білозерського, Каланчацького, Новотроїцького, Цюрупинського, Чаплинського районів.

У четвертому розділі **«Концептуальні засади удосконалення структури та організації підприємств галузі туризму й сільського зеленого туризму»** розроблено напрями здійснення системного управління й інституційного забезпечення туристичної діяльності; обґрунтовано шляхи удосконалення туристичної діяльності на основі впровадження інновацій; визначено можливості та форми інтеграції підприємств галузі туризму й сільського зеленого туризму.

Основними формальними інститутами туристичної діяльності в Україні є нормативно-законодавче й методологічне забезпечення; спеціальні органи виконавчої влади; місцеві владні структури та сільські громади; неурядові організації; навчальні заклади; туристичні підприємства та окремі підприємства (агрооселі) й підприємці – фізичні особи; туристичні атракції й дестинації. До неформальних інститутів відносяться національні традиції, світогляд населення, сімейні устої.

Необхідно зазначити, що в Україні створене сприятливе нормативно-правове середовище для функціонування туристичних підприємств. На це вказують відповідні закони України (“Про туризм”, Податковий кодекс, Кодекс законів про працю, “Про особисте селянське господарство”) та підзаконні акти. Однак їх імплементація відбувається по-різному. Так, розроблено, але до цих пір не прийнято Закон України “Про сільський зелений туризм”. Проте окремі його положення у частині пільгового оподаткування прийняті як доповнення до закону України “Про особисте селянське господарство”. Разом з тим таке відставання певним чином дискримінувало розвиток туристичної діяльності на селі.

Як свідчить міжнародний досвід, у світі існує принаймні три моделі управління туристичними підприємствами на національному рівні. Йдеться про відсутність спеціального державного відомства з управління ними (США); про наявність спеціального міністерства у країнах з пріоритетним розвитком туризму (Єгипет, Туреччина, Таїланд та ін.); про виділення спеціальних

департаментів туризму у структурі багатoproфільних міністерств у більшості європейських країн. В Україні також реалізується остання модель.

Однак через нестійкі показники розвитку туристичних підприємств, значне відставання темпів організації підприємств сільського зеленого туризму на селі необхідне спеціальне управлінське відомство – Національна туристична агенція та її регіональні підрозділи з метою забезпечення сталого розвитку галузі в цілому. У її структурі мають бути підрозділи за основними туристичними напрямками, а також з обліку, моніторингу, оцінки і аналізу; інновацій та інвестицій; маркетингу; державних програм і міжнародного партнерства тощо. Це дозволить вирівняти інституційні можливості для розвитку для підприємств сільського зеленого туризму.

Важливою частиною інституційного забезпечення туристичних підприємств є стандартизація та сертифікація їх продуктів і послуг, особливо місць розміщення у випадку підприємств сільського зеленого туризму. Прийняття єдиних положень щодо них також сприятиме розвитку туристичної діяльності на селі, підтримки сільської економіки, зайнятості сільських жителів, відтворення сільських територій загалом. Також це підготовка кадрів вищої та середньої спеціальної кваліфікації для підприємств галузі.

У контексті євроінтеграції велике значення для розвитку виїзного туризму має надання Україні безвізового режиму. Згідно міжнародних рейтингів за 2017 р., країна займає 30 місце в світі у рейтингу паспортів або без віз українці можуть подорожувати у 119 країн світу. Це означає набуття нового досвіду та вражень для співвітчизників, однак і зростання конкуренції для вітчизняних туристичних підприємств, особливо на селі.

Тому важливе значення має не тільки розширення партнерських зв'язків з європейськими партнерами, але й популяризація національних іміджевих, інвестиційних і туристичних брендів. Вона передбачає зростання інформованості про туристичні унікальні пропозиції країни та її підприємств як для вітчизняних, так і міжнародних туристів. Також це оформлення унікального національного матеріального й нематеріального надбання (слов'янські городища і міста, пам'ятки трипільської культури; православні храми, архітектурно-ландшафтні ансамблі, замки, палаци; пам'ятки природи; щедрівки; вишиванки; національні танці; петриківський розпис; опішнянська кераміка; національна гастрономія й кулінарія).

Інноваційна діяльність у туризмі – це тісно пов'язані між собою процеси по формуванню, реалізації, просуванню і післяреалізаційному обслуговуванню суб'єктами інноваційної діяльності в туризмі інноваційного туристського продукту, а також дії по фінансовому забезпеченню цих процесів, що в результаті призводять до отримання економічного ефекту. Основні напрями інноваційної діяльності залежно від того, до якого процесу вони відносяться розглянуто в табл. 7.

Чинниками здійснення інновацій є потреби ринку, ресурси підприємств, рівень розвитку економіки, специфіка туристичної діяльності тощо. Як правило, інновації значною мірою направлені на виробництво та маркетинг туристичних продуктів і послуг. Значного поширення серед них набув

ребрендинг туристичних продуктів і послуг. Він дозволяє зберігати їх унікальність і/або традиційність за змістом й надання інноваційності за формою. Велике значення має поєднання несподіваних або різних та неможливих раніше туристичних напрямів і послуг, у т.ч. в підприємствах туристичної інфраструктури.

Таблиця 7

**Основні напрями інноваційної діяльності в туристичних підприємствах,
у т.ч. на селі**

Вид процесу/ інновації	Формування	Просування	Реалізація
радикальні	використання при виробництві інноваційних продуктів нових туристських ресурсів	використання нових технологій просування традиційних послуг	поява нового ринку збуту туристських послуг, нового споживача
комбіновані	впровадження в традиційний туристичний продукт окремих послуг з новими властивостями	просування традиційних туристських послуг з використанням нових для цих послуг маркетингових ходів	виявлення та використання нових ринків збуту туристичного продукту
удосконалювальні	зміни в організації процесу виробництва традиційних туристичних продуктів	поліпшення організації просування традиційних туристичних продуктів	збереження або посилення ринкових позицій туристських фірм

Йдеться про відкриття СПА-готелів, поєднання спортивного або медичного й пізнавального туризму (курорти Андорри, Ізраїлю та ін.); пізнавального, гастрономічного й оздоровчого (Італія, Франція); трансфер туристів з використанням чартерних рейсів, аеропортів-хабів; застосування Pull-систем або технологій у формуванні туристичних продуктів. В останній час у туристичній діяльності найбільшого впровадження набувають електронні технології здійснення бізнес-процесів, продажів, маркетингових стратегій за системою 7 P. Також це GPS-технології, інновації в управлінні й організації туристичних підприємств стосуються формування не лише їх кластерів, а туристичних дестинацій. На відміну від кластерів, вони ґрунтуються не лише на взаємодії близько розташованих підприємств, але й різних туристичних атракцій, насамперед, природного походження та мають, отже, природну й екологічну складову. Про комбіновані послуги йдеться й у підприємствах сільського зеленого туризму. Інноваційними заходами в управлінні їх розвитком також будуть кооперування та інтеграція, у т.ч. з туристичними підприємствами, які надають послуги пізнавального, оздоровчого, екологічного й спортивного туризму, екскурсійні тощо.

Доцільно виділити такі підходи до удосконалення управління туристичною галуззю, подані у табл. 8. Удосконалення діяльності туристичних підприємств і підприємств сільського зеленого туризму, як свідчить зарубіжний досвід, ґрунтується на подальшому розвитку їх інтеграційних формувань – створенні багатопрофільних туристичних корпорацій, готельних мереж і альянсів. Це дозволяє набувати додаткових конкурентних переваг за рахунок акумуляції ресурсів і капіталів.

Інноваційні підходи до удосконалення управління основними складовими туристичної діяльності

Складові туристичної діяльності	Інноваційні підходи до удосконалення управління
Туристичний продукт	- організація управління випуском нових видів туристичних продуктів (послуг) із забезпеченням комплексного управління якістю; - управління пошуком новітніх розробок і технологій для використання у туризмі, систематичний пошук і впровадження найкращого досвіду (бенчмаркінг)
Сфери діяльності, пов'язані з туризмом	- використання під час управління виробництвом інноваційних туристичних продуктів і послуг нових ресурсів (зокрема ІТ-ресурсів і технологій); - навчання кадрів з метою ефективної реалізації їх інтелектуального потенціалу, високотехнологічного опрацювання процесу обслуговування;
Організатор (юридична особа або приватний підприємець, який здійснює реалізацію туристичного продукту)	- реорганізація та укрупнення; об'єднання конкуруючих суб'єктів на основі використання сучасних технологій; - управління діяльністю туроператора з укладання і виконання договорів з третіми особами, що надають окремі нові або вдосконалені послуги, що входять до складу інноваційного туристичного продукту; - удосконалення кадрової політики (оновлення та заміна кадрового складу, система підвищення кваліфікації, перепідготовки працівників, впровадження стимулюючих мотиваційних систем, переведення співпраці у колективі на якісно новий рівень); - раціональна економічна та фінансова діяльність; - управління організацією активної рекламної діяльності; - поглиблене використання комунікаційних технологій та продуктів, створення та обробка баз даних;
Учасник	- управління пошуком і використанням нових споживачів і нових ринків збуту туристичних послуг

У сільській місцевості це може бути об'єднання туристичних підприємств та агросадиб з метою підвищення ефективності. З метою отримання інвестиційних надходжень доцільно застосовувати механізми франшизи та фандрайзингу, а також форми кластерів як інтеграційних утворень. Проте, найбільш ефективною формою розвитку туристичних підприємств й підприємств сільського зеленого туризму є формування туристичних дестинацій. Туристичні дестинації визначаються як компактні території з визначними природними та/або культурно-історичними й соціально-економічними пам'ятками. Їх виділення відповідає організаційним інноваціям за принципом Pull-підходу, дозволяє економити інвестиції й комплексно використовувати наявні природні та інші ресурси, отже, більш ефективно. Нами обґрунтовано, що туристичні дестинації можуть мати різну спеціалізацію – екологічні, оздоровчі приморські, гірські та ін. Так, у Херсонській області сформовані причорноморські (Скадовськ, Лазурне, Залізний Порт) та приазовські (Генічеськ) курортні дестинації та як перспективні визначені Хорли, Чорноморське, Берислав, Нова Каховка.

У п'ятому розділі «Стратегічні напрями розвитку підприємств туризму та сільського зеленого туризму» розроблено пропозиції щодо формування нових туристичних продуктів та брендів; визначено резерви та перспективи покращення діяльності підприємств сільського зеленого туризму; обґрунтовано засоби покращення інвестиційного та рекламно-інформаційного

(маркетингового) забезпечення туристичних підприємств.

У процесі досліджень було виявлено виняткове значення національних і туристичних брендів у розвитку у підвищенні ефективності вітчизняних туристичних підприємств і підприємств сільського зеленого туризму на ринку туристичних послуг. Це пояснюється наступними чинниками: брендовість підприємств і товарних марок означає високу ділову репутацію й конкурентоспроможність підприємств; вищу якість продуктів і послуг, які пропонуються; користування брендовими послугами означає статусність та престиж споживачів; формування постійних багаторічних клієнтів; забезпечення більших ринкових часток у структурі ринку. Нами обґрунтовано алгоритм та етапи створення туристичних брендів (рис. 4), який складається з 11 етапів.

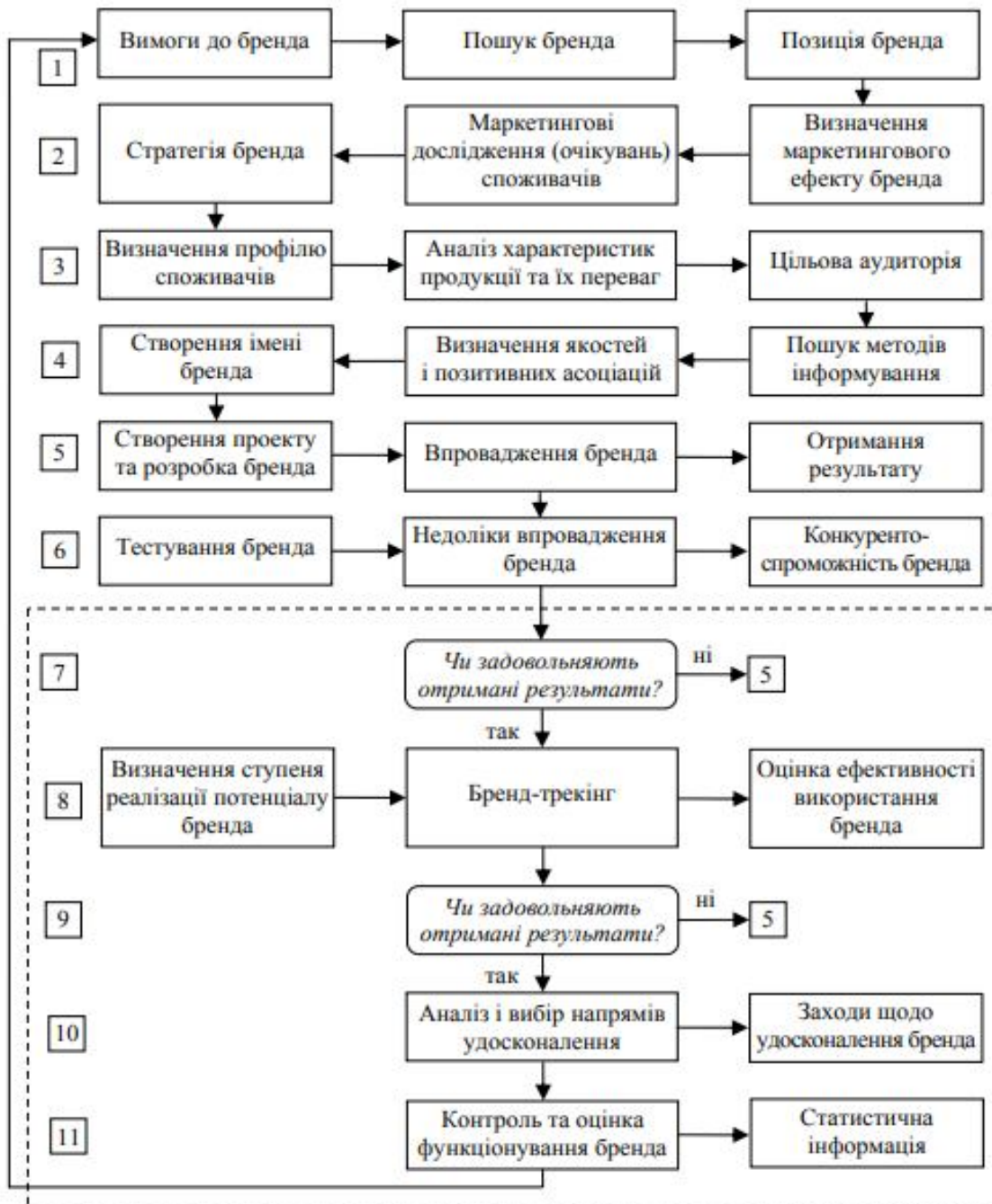


Рис. 4. Алгоритм формування туристичного бренду

До них належать позиціонування бренду; розробка стратегії; обґрунтування ідеї; бренднеймінг; тестування бренду; бренд-трекінг. При цьому туристичні підприємства можуть використовувати методи моделювання для створення брендів. Серед них найбільше значення має модель «Колесо бренду», де бренд розглядається як сукупність 5 елементів – ядро, центральна ідея, індивідуальність, переваги, атрибути. Вона орієнтується у розробці бренду його відповідності очікуванням споживачів.

Для збереження конкурентоспроможності підприємств або посилення динаміки їх ринкового розвитку доцільно використовувати стратегію ребрендингу. Вона означає повну або часткову зміну бренду у зв'язку із зміною ідеології або стратегії розвитку підприємств. Ребрендинг часто має більш ефективні результати, ніж великі обсяги інвестицій у високовартісні проекти. Необхідно зазначити, що найбільш впізнаваними на вітчизняному туристичному ринку є бренди великих туристичних підприємств – Tez tour, Turtess, Pegas touristik, Coral Travel, Anex tour та ін. (рис. 5).

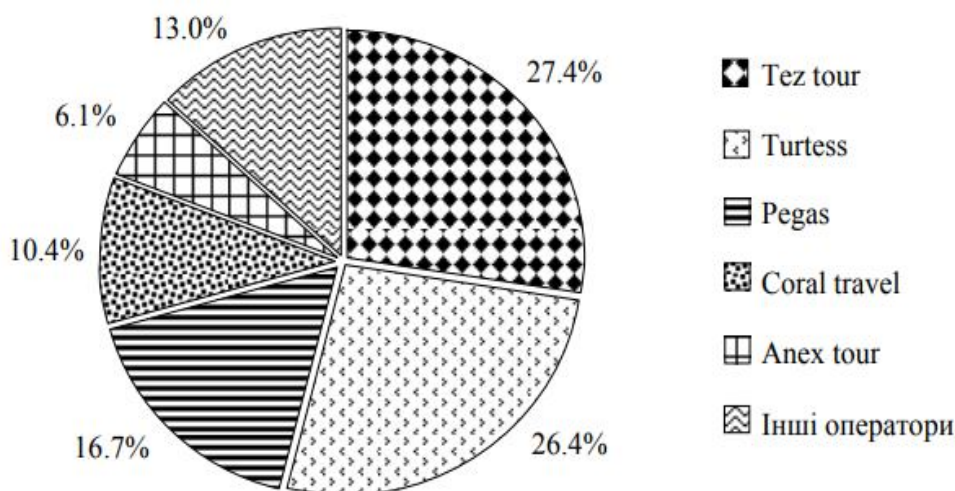


Рис. 5. Рейтинг туроператорів на ринку туристичних послуг України в 2016 році

Вітчизняні туристичні підприємства не мають таких відомих брендів. Це помітно зменшує їх конкурентні можливості. Ще гіршою є ситуація з підприємствами сільського зеленого туризму. На нашу думку, їх бренди мають бути розроблені з орієнтацією не лише на окремі підприємства, але й на туристичні дестинації їх розміщення. Тому пропонуються бренди «Таврійські зорі», «Зелені хутори Таврії» для підприємств сільського зеленого туризму у Херсонській області, «Козацьке село», «Рідне село» на Черкащині тощо.

Підприємства сільського зеленого туризму мають значно менші темпи розвитку, ніж підприємства інших напрямів туристичної галузі. Це пояснюється певною інертністю сільських жителів як підприємців; не відповідністю значної частини житла вимогам прийому туристів; недостатнім попитом на ці послуги та недостатньою їх рекламою. Проте, саме туристичні підприємства на селі в умовах різкого скорочення зайнятості в аграрному виробництві можуть бути основою відтворення сільської економіки та сільських територій.

Підприємства сільського зеленого туризму мають не тільки економічне

але й визначне соціальне та екологічне значення. Вони забезпечують відпочинок за помірними цінами; особистісний розвиток членів родин приймаючої сторони; відродження національних культурно-мистецьких традицій і промислів, підприємств та закладів соціальної інфраструктури; пізнавально-освітню діяльність; культурні обміни між людьми, розвиток сільських громад і громадських організацій на селі.

В екологічному плані сільські зелені туристичні підприємства сприяють зменшенню господарських впливів на довкілля; раціональному використанню та збереженню природних ресурсів; екологічному вихованню населення; організації та облаштуванню сільських територій загалом. Також вони сприяють залученню додаткових коштів у розвиток агроосель, впровадженню інновацій, у т.ч. у сфері відпочинку та оздоровлення, підвищенню кваліфікації та підготовці кадрів.

Впровадження інновацій має стосуватися, насамперед, туристичних продуктів і послуг, а також управління й маркетингу, планування й прогнозування туристичної діяльності. Також вони стосуються організації й управління підприємств сільського зеленого туризму, реклами й маркетингових стратегій розвитку, їх інформаційного забезпечення. Велике значення має підготовка кадрів для організації й здійснення туристичного бізнесу на селі. Також це здійснення інтеграційних процесів на рівні власне підприємств та агроосель сільського зеленого туризму на засадах вертикальної та горизонтальної інтеграції, кооперування, формування кластерів, а також з іншими туристичними та супутніми підприємствами. При цьому сучасній передовій європейській та світовій практиці має відповідати формування туристичних дестинацій на селі. Саме вони забезпечують конкурентні переваги на засадах комплексного надання послуг, створення брендів, орієнтованих на унікальні атракції та пам'ятки дестинацій та сільських територій загалом.

Зроблений висновок не заперечує рекомендацій про утворення нових форм надання туристичних послуг на селі з просторовим відокремленням певних підрозділів (кафе, закладів громадського харчування, виробництва товарів ужитково-прикладного мистецтва) та їх розміщенням поблизу поживлених автомагістралей, залізничних станцій, водойм, у приміських зонах, поблизу культурно-історичних, архітектурно-ландшафтних та інших пам'яток.

Інформаційне забезпечення діяльності туристичних підприємств та підприємств сільського зеленого туризму ґрунтується на використанні віртуальних та Інтернет-технологій. Проте, міські підприємства мають переваги у їх використанні через доступність, наявність кадрів та значне поширення. На селі вони впроваджуються досить повільно, що негативно впливає на розвиток туристичного бізнесу. При цьому інформаційне забезпечення стосується: споживачів про туристичні продукти й послуги; туристичних підприємств – як збільшити власну ефективність й конкурентоспроможність; владних та контролюючих структур; інших підприємств – партнерів. Однак сайти вітчизняних туристичних підприємств, у т.ч. на селі, є не досить інформативними. Тому з метою удосконалення діяльності туристичних

підприємств, у т.ч. на селі, необхідним є посилення інформованості про унікальні вітчизняні туристичні ресурси, підприємства, курорти, атракції, дестинації, продукти й послуги. Велике значення має інформація про безпеку здійснення туристичної діяльності й страхове забезпечення, цінову політику, систему знижок, бонусів і заохочень. Враховуючи європейський вектор розвитку України, велике значення має участь країни у роботі європейських організацій з соціально-економічного розвитку загалом і туризму зокрема. Це дозволить змінити місце у рейтингу країн за розвитком туризму з 50-го на більш престижні.

Інвестиції мають іншу економічну природу в туристичних підприємствах і підприємствах сільського зеленого туризму за масштабами та джерелами. Втім, вони в обох випадках є дуже вигідними через швидку окупність. Прогнози розвитку туристичних підприємств є оптимістичними і свідчать про необхідність їх залучення у значних масштабах вже у найближчій перспективі. Інвестиційні джерела обґрунтовуються як власні, місцеві та бюджетні, спеціальних фондів, вітчизняні та іноземні. Їх надходження має стосуватися не тільки власне туристичних підприємств, але й підприємств туристичної інфраструктури. При цьому інвестиційна діяльність повинна супроводжуватись вихованням у населення потреб у якісному відпочинку, здоровому способі життя та іншими заходами соціальної відповідальності.

ВИСНОВКИ

У дисертаційній роботі здійснені теоретичні, методологічні й практичні розробки напрямів удосконалення організації, стійкого розвитку, підвищення ефективності й конкурентоспроможності туристичних підприємств і підприємств та агроосель у сільському зеленому туризмі з опорою на вперше обґрунтовані формування туристичних дестинацій; інтеграційні й кооперативні процеси між ними; раціональне ресурсокористування; інноваційні туристичні продукти й послуги; використання віртуальних технологій у системному управлінні та маркетингових стратегіях поширення туристичних продуктів. Це дозволяє зробити наступні висновки теоретичного, методичного та прикладного змісту:

1. Підприємства туристичної галузі, незалежно від спеціалізації на видах або напрямках туристичної діяльності, мають єдину місію та соціально-економічну сутність – організації та здійснення задоволення потреб людей у відпочинку, оздоровленні й набутті нових позитивних вражень та емоцій, пов'язаних з відвідуванням місць, відмінних від їх звичного середовища проживання з умовою присутності, бережного ставлення до довкілля та уникнення всіляких інших суспільних порушень. Підприємства сільського зеленого туризму при цьому мають певні відмінності та значно виділяються за своєю сутністю. Насамперед, вони функціонують виключно на сільських територіях, використовують ресурси сільських домогосподарств, працю незайнятого сільського населення й атракції, пов'язані з аграрною діяльністю та сільським способом життя.

2. Прискореному розвитку вітчизняних туристичних підприємств та підприємств сільського зеленого туризму у їх складі сприяли наступні глобальні та європейські чинники: набуття самостійності, зростання відкритості національної економіки; всебічне вітання підприємницької ініціативи та сприяння їй; розвиток транспортної доступності туристичних місць; використання інтернет-технологій у здійсненні туристичних послуг; збільшення вільного часу, грошових засобів для туристичних подорожей у споживачів. Проте, на відміну від європейських країн, Україна є менш урбанізованою, жителі традиційно займаються садівництвом та городництвом або мають родичів на селі. Це значно зменшує внутрішній попит на послуги підприємств сільського зеленого туризму, отже, й на їх кількість. Не сприяє їх розвитку й нижчий рівень комфорту і санаторно-побутових умов сільських агроосель, відсутність їх сертифікації, згорання інфраструктури загального користування, гірша транспортна доступність сільських поселень.

3. У країні досить добре розвинуті інституційні засади розвитку підприємств туристичної галузі. Йдеться про нормативно-законодавче забезпечення, яке представлено, насамперед, Законом України “Про туризм”(1998 р.), іншими нормативно-законодавчими документами; страхування та забезпечення безпеки туристів; стандарти обслуговування; порядок перетину кордонів і безвізовий режим з ЄС, отриманий у 2017 р.; належний рівень підготовки кадрів та освіти фахівців. Проте негативний вплив справляють випадки корупції, недостатня кількість пропускних пунктів на західних кордонах, сучасних аеропортів та лоукостів на внутрішніх авіалініях.

4. Закономірності функціонування підприємств впливають на формування принципів або правил, за якими вони здійснюють подальший розвиток. Такими принципами для підприємств всієї галузі є дохідність, соціальна направленість, екологічність, інноваційність, національна самобутність. Відмінними визначені принципи оподаткування, інвестиційного забезпечення, інтеграційності й кластеризації, внутрішнього й зовнішнього попиту, ринкових ніш і маркетингових стратегій, конкурентоспроможності. Якщо спільні принципи не вимагають додаткових пояснень, то відмінні з метою врахування в управлінні розвитком підприємств галузі та підгалузі в умовах європейських і глобальних впливів повинні мати поглиблене трактування.

5. За однакових індикаторів та показників конкурентоспроможності (ринкова частка, рентабельність, частка в обсязі ВВП та ін.) як бази порівнянь туристичні підприємства мають значно вищі показники, ніж підприємства сільського зеленого туризму. Маючи відношення до одного виду діяльності, вони у більшості випадків займають конкурентне положення одні відносно одних. Між тим інтеграція та спільна (комбінована) діяльність між ними могла б сприяти підвищенню конкурентоспроможності внаслідок урізноманітнення туристичних продуктів і послуг, подовження туристичних сезонів, забезпечення органічного харчування, раціонального використання трудових ресурсів та ін.

6. Моніторинг діяльності туристичних підприємств повинен охоплювати спостереження за світовими, європейськими й вітчизняними

туристичними тенденціями, вподобаннями і навіть модою на ті або інші види подорожей та відпочинку. Це стосується й створення нових або інноваційних туристичних продуктів і послуг, формування туристичних дестинацій. Значна увага має приділятися виявленню та оцінці загроз невизначеності, всіляких ризиків та можливих перешкод. Йдеться про природні явища й катаклізми, загрози фінансово-економічного характеру, випадки тероризму, військово-політичні конфлікти. Особливий інтерес у методології досліджень представляє моделювання, планування й прогнозування туристичної діяльності, які здійснюються на засадах використання зазначених показників та індикаторів. Серед моделей виділяються факторні, структурні, динамічні.

7. Навіть негативні чинники безробіття й низьких доходів населення, особливо сільського, спонукають до розвитку туристичної діяльності. Адже її суб'єкти призводять до організації 11 підприємств додаткових та/або супутніх галузей проти 4 у сільському господарстві. Проте слід звернути особливу увагу на чинники, які перешкоджають організації та функціонуванню туристичних підприємств, знижують їх конкурентоспроможність. Це недостатній розвиток підприємств та закладів виробничої й соціальної інфраструктури, швидкісного наземного транспорту й авіаційного сполучення, слабка популяризація культурно-мистецьких та історико-археологічних надбань. Також це погане знання іноземних мов населенням старших та середніх вікових груп (крім прикордонних регіонів), недостатня підприємницька ініціатива, недостатня увага органів місцевого самоврядування й управління до регулювання й підтримки розвитку туристичних підприємств на селі.

8. Встановлено, що Херсонська область займає 6 місце в країні за наявністю туристично-рекреаційних ресурсів, але тільки 22 – за ефективністю їх використання. Зважаючи на те, що тут зосереджено 15,5% всіх українських морських пляжів, а приймається близько 5,0% туристів, їх кількість може бути збільшена втричі. Вже це свідчить про великий нереалізований туристично-рекреаційний потенціал території. Крім цього, Херсонщина має значний потенціал забезпечення потреб відпочинку, рекреації та подорожей поза межами морського узбережжя. Басейн Дніпра (216 км), Інгульця (180 км), 19 малих рік, Каховське водосховище, Дніпровський лиман, оз. Сиваш, чисельні невеликі озера (прісні, солоні, грязьові), магістральні канали, лісові масиви, мінеральні джерела, гейзери (найбільший біля с. Бехтери Голопристанського р-ну).

9. Конкурентною перевагою Херсонщини у галузі туризму є не тільки приморські, але й придніпровські території-дестинації. Саме завдяки їх мальовничим та різноманітним природним ландшафтам-атракціям, в регіоні представлені суб'єкти сільського зеленого туризму. Йдеться про такі з них, як відпочинково-розважальний комплекс “Зелені хутори Таврії”, комплекс сімейного відпочинку “Кардашинські гайки”, спортивно-готельно-розважальний комплекс “Збур'ївський кут”, туристичні агросадиби “Чайка”, “Любашин хуторок”, база сільського зеленого туризму «Чумацька криниця» та інші туристично-рекреаційні об'єкти. Вони пропонують своїм відвідувачам унікальний та неповторний інтер'єр, спеціальні послуги та різні форми

організації відпочинку. Отже, розвиток цього напрямку може стати однією з унікальних особливостей галузі, приваблювати своєю специфікою та колоритом.

10. Державна підтримка як основа інституційного забезпечення перспектив розвитку туристичних підприємств, у т.ч. підприємств сільського зеленого туризму має наступні напрями: удосконалення існуючих та прийняття нових нормативно-законодавчих актів регулювання відносин між суб'єктами туристичної та інших видів діяльності; удосконалення економічних важелів регулювання та управління (ціни, податки, мито, страхування, інвестиції, кредити, тарифи та ін.); удосконалення організаційних інструментів (сертифікація послуг і житла; впровадження інновацій і стратегій; організація громадських організацій; розробка програм, бізнес-планів, проектів, моделей, стратегій розвитку, маркетингу, управління, регулювання; імплементація у європейські туристичні організації, програми, а також представлення унікальних національних активів матеріальної й нематеріальної культури для здобуття статусу світового визнання або значення.

11. Провідну роль у підвищенні ефективності та конкурентоспроможності туристичних підприємств й підприємств сільського зеленого туризму відіграють інновації. В залежності від направленості їх доцільно поділити на ресурсні, продуктові, технологічні, маркетингові, організаційно-управлінські. Вони стосуються забезпечення раціонального ресурсокористування; удосконалення або розробки нових туристичних продуктів і послуг, їх виробництва; маркетингових стратегій та реклами, організації бізнес-процесів та управління ними. За рівнем впровадження виділяються радикальні, удосконалювальні та комбіновані інновації.

12. Перспективною формою раціонального використання туристичних ресурсів, залучення інвестицій та впровадження інновацій, задоволення ринкового попиту на туристичні послуги є туристичні дестинації. Туристичні підприємства, які функціонують у межах дестинацій, можуть користуватися єдиними інтернет-сайтами, веб-порталами, рекламою, інфраструктурою й, пропонуючи більшу кількість послуг, залучати значну (на порядок і більше) кількість туристів. У межах дестинації в умовах постійної конкуренції підвищується конкурентоспроможність туристичних підприємств, у т.ч. на селі, якість послуг зростає, а попит туристів на них задовольняється на більш високому рівні.

13. Важливим напрямом удосконалення діяльності й сталого розвитку туристичних підприємств і підприємств сільського зеленого туризму та підвищення їх конкурентоспроможності на ринках є формування брендів. Алгоритм їх створення охоплює стадії від розробки концепції до впровадження й перевірки ефективності. Відповідно до змісту вирішуваних проблем використовуються моделі з орієнтацією на смаки споживачів; властивості продукту; цільову аудиторію й конкурентів; з комплексним або комбінованим підходом. При цьому вітчизняним підприємствам туристичної галузі доцільно використовувати всі моделі. Для підприємств сільського зеленого туризму доцільно розвивати брендинг туристичних дестинацій свого розміщення, у т.ч.

й сільських територій.

14. Виявлено, що унікальний ресурсний потенціал та інші конкурентні переваги розвитку підприємств сільського зеленого туризму використовуються вкрай недостатньо та нераціонально. Їх кількість є на порядок меншою, ніж у сусідніх європейських країнах. Між тим в умовах дигіталізації аграрного виробництва вони розглядаються як основа збереження сільських територій, сільського способу життя, підвищення його престижу. З огляду на ці особливості метою удосконалення діяльності й забезпечення сталого розвитку підприємств сільського зеленого туризму необхідне створення державної управлінської структури у складі відповідного міністерства або національної агенції; забезпечення їх брендингу на національному рівні; впровадження інновацій у продукти й послуги, рекламу, продажі й маркетингові стратегії в цілому. Також це здійснення інтеграційних процесів, створення туристичних дестинацій та нових форм надання туристичних послуг на селі.

15. Інформаційні технології є основою функціонування будь-яких видів діяльності, в т.ч. туристичних в умовах економіки знань. Проте в підприємствах сільського зеленого туризму вони впроваджуються менш динамічно. Тому необхідно їх прискорення у частині розробки веб-сайтів, порталів, агентств продажів, зв'язків з клієнтами та громадськістю. В інвестиційному забезпеченні спостерігаються також значні відмінності між туристичними підприємствами і підприємствами сільського зеленого туризму. Якщо в першому випадку необхідні й отримуються значні власні й залучені грошові кошти, то у другому здійснюється розвиток туризму з опорою на власні ресурси й можливості. Доцільно також створювати спеціальні державні та місцеві програми їх підтримки з бюджетними ресурсами, а також за підтримки громадських організацій, сільських громад.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Монографії:

1. Яровий В.Ф. Розвиток підприємств туризму та сільського зеленого туризму в умовах євроінтеграції та глобалізації: [монографія] / В.Ф. Яровий. – Херсон: Айлант, 2017. – 362 с.

2. Яровий В.Ф. Кластерна організація сільського зеленого туризму та її конкурентні переваги / В.Ф. Яровий // Стратегічні напрями соціально-економічного розвитку аграрного сектору економіки України: [колективна монографія] / За заг. ред. А.В. Руснак. – Херсон: ТОВ «ВКФ «СТАР» ЛТД», 2017. – С. 331-340.

Статті у наукових фахових виданнях:

3. Яровий В.Ф. Умови розвитку міжнародного туризму та його значення для зростання національної економіки / В.Ф. Яровий // Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. – Вип. 2 (11). – Полтава: ПДАА. – 2015. – С. 272-277.

4. Яровий В.Ф. Критерії визначення екотуристичних дестинацій у галузі туризму / В.Ф. Яровий // Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. – Спец. вип. Ч. 2. – Полтава : РВВ ПДАА. – 2015. – С. 108-113.

5. Яровий В.Ф. Глобальні чинники організації та синергетичні стратегії управління розвитком галузі туризму / В.Ф. Яровий // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – 2016. – № 2 (34). – С. 40-43.
6. Яровий В.Ф. Правове регулювання економічних відносин туристичних підприємств в Україні / В.Ф. Яровий // Вісник Запорізького національного університету. Економічні науки. – Запоріжжя. – № 1 (29). – 2016. – С. 36-42.
7. Яровий В.Ф. Євроінтеграція та вітчизняний туризм: основні аспекти / В.Ф. Яровий // Науковий вісник ХДУ. Серія «Економічні науки». Херсон. – Вип. 17. – Ч. 4. – 2016. – С. 21-23.
8. Яровий В.Ф. Удосконалення інститутів та перспективи кластеризації галузі туризму у процесі євроінтеграції / В.Ф. Яровий // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – 2016. – № 4(36). – С. 17-20.
9. Яровий В.Ф. Управління розвитком галузі туризму на основі злиття та поглинання підприємств і організацій / В.Ф. Яровий // Економіка і менеджмент культури. – № 2. – 2016. – С. 57-62.
10. Яровий В.Ф. Сутність та удосконалення інституційного забезпечення розвитку туристичної галузі на регіональному, національному та міжнародному рівні / В.Ф. Яровий // Глобальні та національні проблеми економіки: електронне наукове видання. – Вип. 15. – 2017. – С. 156-159. – Режим доступу: <http://global-national.in.ua/archive/15-2017/30.pdf>
11. Яровий В.Ф. Проблеми розвитку галузі туризму в Україні й механізми їх вирішення шляхом використання наявних ресурсів і конкурентних переваг / В.Ф. Яровий // Інфраструктура ринку: електронний наук.-практ. жур. – Вип. 3. – Одеса. – 2017. – С. 29-32. – Режим доступу: http://www.market-infr.od.ua/journals/2017/3_2017_ukr/8.pdf
12. Яровий В.Ф. Оцінка обсягів туристичної діяльності та напрямів її удосконалення у Херсонській області / В.Ф. Яровий // Причорноморські економічні студії: наук. жур. – Вип. 15. – 2017. – С. 68-71.
13. Яровий В.Ф. Вплив інформаційних та комунікаційних стратегій на підвищення інвестиційної привабливості туристичних підприємств та дестинацій / В.Ф. Яровий // Агросвіт: наук. жур. – № 19-20. – 2017. – С. 42-46.
14. Яровий В.Ф. Ефективна цінова політика як складова конкурентоспроможності суб'єктів туристичного ринку / В.Ф. Яровий // Інвестиції: практика та досвід: наук. жур. – № 20. – 2017. – С. 29-32.
15. Яровий В.Ф. Стан та перспективи розвитку підприємств і дестинацій галузі туризму Південного регіону / В.Ф. Яровий // Економіка та держава: наук. жур. – № 11. – 2017. – С. 25-28.
16. Романюк І.А. Формування мотивів здійснення туристичної діяльності аграрними підприємствами / І.А. Романюк, В.Ф. Яровий // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – 2017. – № 3(39). – С. 62-64 (*автору належить висвітлення мотивів здійснення підприємницької туристичної діяльності агроформуваннями*).
17. Яровий В.Ф. Теоретичні засади функціонування підприємств та організацій галузі туризму в умовах європейської інтеграції та глобалізації / В.Ф. Яровий // Економіка і менеджмент культури. – № 2. – 2017. – С. 96-99.

18. Мармуль Л.О. Методологічні засади управління брендами підприємств і організацій у галузі туризму / Л.О. Мармуль, В.Ф. Яровий // Проблеми інноваційно-інвестиційного розвитку: наук.-практ. жур. – Серія економіка та менеджмент. – Вип. 12. – 2017. – С. 57-63 (*автору належить обґрунтування необхідності ребрендингу та його напрямів*).

19. Яровий В.Ф. Формування організаційно-економічного механізму функціонування підприємств галузі туризму на засадах інтеграції / В.Ф. Яровий // Проблеми системного підходу в економіці: зб. наук. пр. – Вип. 6 (62). – 2017. – С. 131-134.

20. Яровий В.Ф. Вплив соціальних маркетингових стратегій підприємств на цивілізовані аспекти функціонування ринку туристичних послуг / В.Ф. Яровий // Вісник Одеського національного університету. Серія: Економіка: наук. жур. – Т. 22. – Вип. 10 (63). – 2017. – С. 106-110.

21. Яровий В.Ф. Теоретичні аспекти дослідження інноваційно-інвестиційних стратегій туристичних підприємств / В.Ф. Яровий // Причорноморські економічні студії: наук. жур. – Вип. 24. – 2017. – С. 133-137.

22. Романюк І.А. Соціально-економічна ефективність функціонування підприємств сільського зеленого туризму та галузі туризму загалом / І.А. Романюк, В.Ф. Яровий // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – 2017. – № 4(40). – С. 72-75 (*автору належить виявлення особливостей функціонування підприємств сільського зеленого туризму й галузі туризму в цілому*).

У зарубіжних та вітчизняних періодичних виданнях, включених до міжнародних наукометричних баз:

23. Marmul L.A. Management tradernorton potential of the tourism industry and to motivate the employees of tourist enterprises / L.A. Marmul, V.F. Yarovy // Prospects for development of education and science: Collection of scientific articles. – Academic Publishing House of the Agricultural University Plovdiv, Bulgaria, 2016. – С. 269-272 (*автору належить обґрунтування критеріїв оцінки через якість туристичних послуг*).

24. Yarovy V.F. Financial and investment support sustainable development and the improvement of the structure of the tourism industry / V.F. Yarovy // Trends in der Entwicklung der nationalen und internationalen Wissenschaft: Sammelwerk der wissenschaftlichen artikel. – Verlag SWG imex GmbH, Nürnberg, Deutschland, 2016. – С. 237-241.

25. Yarovy V.F. Features of innovation in tourism / V.F. Yarovy // Topical questions of contemporary science: Collection of scientific articles. – Aspekt Publishing, Taunton, MA, United States of America, 2017. – С. 366-369.

26. Yarovy V.F. Laws, manifestations and principles of development of enterprises in the field of tourism / V.F. Yarovy // Science and society: Collection of scientific articles. – Edizioni Magi, Roma, Italy, 2017. – С. 337-342.

27. Yarovy V.F. Planning, forecasting and modeling of enterprises development in the field of tourism / V.F. Yarovy // Science and education: Collection of scientific articles. – Verlag SWG imex GmbH Nürnberg, Deutschland, 2017. – С. 314-318.

Матеріали конференцій:

28. Яровий В.Ф. Розвиток структури туристичного ринку Херсонської області: стан, проблеми та перспективи / В.Ф. Яровий // Рекреаційно-оздоровчий потенціал Півдня України: зб. наук. пр. всеукр. наук.-практ. семінару (27-28 листопада 2013 р., м. Херсон) / Херсон: ПП Вишемирський. – С. 112-117.

29. Яровий В.Ф. Інституційні засади формування туристичних кластерів в Україні / В.Ф. Яровий // Актуальні процеси економічного розвитку в сучасних умовах: матер. Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф. (м. Херсон, 22 квітня 2016 р.). – Херсон. – С. 247-249.

30. Яровий В.Ф. Тенденції й перспективи розвитку туристичного ринку в Україні / В.Ф. Яровий // Динаміката на съвременната наука – 2016: Матеріали за 12-а международна научна практична конференция (София, 17-25 юли 2016 г.). – Т. 1. Икономики. Закон. София. «Бял ГРАД-БГ» ООД. – С. 63-66.

31. Яровий В.Ф. Сучасний стан та перспективи розвитку туристичної галузі в Україні / В.Ф. Яровий // Modern european science – 2016: Materials of the XII international scientific and practical conference (30 June – 7 July 2016). – Volume 3. Economic science. Public administration. Political science. – Sheffield. – Science and education LTD. – 2016. – С. 3-5.

32. Яровий В.Ф. Принципи структуризації туристичного ринку / В.Ф. Яровий // Dynamika naukowych badań – 2016: Materiały XII Międzynarodowej naukowo-praktycznej konferencji (Przemyśl, 07-15 lipca 2016 r). – Volume 1. Ekonomiczne nauki: Przemyśl. Nauka i studia. – С. 62-64.

33. Яровий В.Ф. Основні чинники та процеси глобалізації у галузі туризму й тенденції їх проявів / В.Ф. Яровий // Prospects of world science – 2016: Materials of the XII International scientific and practical conference (Sheffield, 30 July – 7 August, 2016). – Volume 2. Sheffield. Science and education LTD. – С. 3-6.

34. Яровий В.Ф. Використання механізму франчайзингу в управлінні розвитком галузі туризму в Україні / В.Ф. Яровий // Aplikované vědecké povínky– 2016: Materiály XII mezinárodní vědecko-praktická konference (Praha, 27 červenců – 05 srpna 2016 r). – Díl 1. Ekonomické vědy: Praha. Publishing House «Education and Science» s.r.o. – С. 92-94.

35. Яровий В.Ф. Утворення стратегічних альянсів у галузі туризму / В.Ф. Яровий // Освітній проект Інституту Міжнародної Академічної та Наукової Співпраці, програма Літнього стажування «Сталий розвиток 2020» (м. Байя-Доміція, Італія, 24 липня – 1 серпня 2016 р.). Збірник тез доповідей. – С. 49-52.

36. Яровий В.Ф. Сучасний стан екологічного туризму в Херсонській області / В.Ф. Яровий // Сталий розвиток: захист навколишнього середовища. Енергоощадність. Збалансоване природокористування: матер. Міжнар. конгресу (м. Львів, 21-23 вересня 2016 року). Збірник матеріалів. – Львів. НУ «Львівська політехніка». – С. 227.

37. Яровий В.Ф. Формування пропозиції та попиту у сільському зеленому туризмі / В.Ф. Яровий // Розвиток соціально-економічних систем у трансформаційних умовах : матер. VI Міжнар. наук.-практ. конф. студентів і

молодих учених (м. Бердянськ, 1-2 лютого 2017 р). – Бердянськ : Видавець Ткачук О.В., 2017. – С. 242-243.

38. Яровий В.Ф. Розвиток сільського зеленого туризму на основі споживчого попиту / В.Ф. Яровий // Економічний потенціал аграрного сектору України: наукові підходи та практика реалізації: матер. Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (м. Херсон, 6-7 квітня 2017 р.). – Херсон: ДВНЗ «ХДАУ». – 2017. – С. 168-170.

39. Яровий В.Ф. Опосередкований вплив процесів глобалізації на розвиток галузі сільського зеленого туризму / В.Ф. Яровий // Сучасні проблеми формування, розвитку і використання ресурсного потенціалу АПК: матер. Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (м. Полтава, 30 березня 2017 р.). – Полтава : кафедра економіки підприємства ПДАА, 2017. – С. 111-113.

40. Яровий В.Ф. Перспективи розвитку сільського зеленого туризму для відродження сільських територій / В.Ф. Яровий // Сучасні тенденції менеджменту в аграрному виробництві: матер. Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (м. Дубляни, 16-17 травня 2017 р.). – Львів. – 2017. – С. 69-71.

АНОТАЦІЯ

Яровий В.Ф. Розвиток підприємств туризму та сільського зеленого туризму: теорія, методологія, практика. – Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності). – Харківський національний технічний університет сільського господарства ім. Петра Василенка, Харків, 2018.

У дисертаційній роботі визначено соціально-економічний зміст функціонування підприємств галузі туризму й сільського зеленого туризму та їх місце у структурі національного господарства; обґрунтовано вплив чинників євроінтеграції та глобалізації на розвиток суб'єктів вітчизняного туристичного бізнесу, у т.ч. на селі; виявлено інституційні механізми та регулятори розвитку підприємств туристичної галузі загалом й сільського зеленого туризму зокрема. Обґрунтовано закономірності, прояви та принципи розвитку підприємств галузі туризму та сільського зеленого туризму; визначено індикатори, показники та методи оцінки ефективності туристичної діяльності, у т.ч. на селі; обґрунтовано засоби планування, прогнозування та моделювання розвитку туристичних підприємств у цілому та сільського зеленого туризму зокрема. Проаналізовано структуру, розміщення, особливості використання ресурсного потенціалу підприємств галузі туризму та сільського зеленого туризму; здійснено оцінку ефективності функціонування основних видів туристичної діяльності, у т.ч. на селі; виявлено особливості формування вітчизняного ринку туристичних послуг та обґрунтовано організацію їх моніторингу. У дисертації розроблено напрями здійснення системного управління й інституційного забезпечення туристичної діяльності; обґрунтовано шляхи удосконалення туристичної діяльності на основі впровадження інновацій; визначено можливості та форми інтеграції підприємств галузі туризму й сільського зеленого туризму. Розроблено пропозиції щодо формування нових туристичних продуктів та брендів;

визначено резерви та перспективи покращення діяльності підприємств сільського зеленого туризму; обґрунтовано засоби покращення інвестиційного та рекламно-інформаційного (маркетингового) забезпечення туристичних підприємств.

Ключові слова: підприємства туризму, підприємства сільського зеленого туризму, розвиток, відмінності, спільні риси, дестинації, конкурентоспроможність, послуги, продукти, інновації, маркетингові стратегії, управління.

АННОТАЦІЯ

Яровой В.Ф. Развитие предприятий туризма и сельского зеленого туризма: теория, методология, практика. – Рукопись.

Диссертация на соискание ученой степени доктора экономических наук по специальности 08.00.04 – экономика и управление предприятиями (по видам экономической деятельности). – Харьковский национальный технический университет сельского хозяйства им. Петра Василенко, Харьков, 2018.

В диссертационной работе определены социально-экономическое содержание функционирования предприятий отрасли туризма и сельского зеленого туризма и их место в структуре национального хозяйства; обосновано влияние факторов евроинтеграции и глобализации на развитие субъектов отечественного туристического бизнеса, в т.ч. на селе; выявлено институциональные механизмы и регуляторы развития предприятий туристической отрасли в целом и сельского зеленого туризма в частности. Определено, что отечественные туристические предприятия в целом и предприятия сельского зеленого туризма в частности имеют единые социально-экономическую миссию и сущность – предоставление туристических услуг на основе доходности, без ущерба окружающей среде и в соответствии с законодательством и отличные – размеры и масштабы деятельности, условия функционирования, аттракционы, инвестиционное обеспечение, специфический спрос и потребителей, темпы развития и распространения деятельности. Обоснованы закономерности, проявления и принципы развития предприятий отрасли туризма и сельского зеленого туризма; определены индикаторы, показатели и методы оценки эффективности туристической деятельности, в т.ч. на селе; обоснованно средства планирования, прогнозирования и моделирования развития туристических предприятий в целом и сельского зеленого туризма в частности. Проанализирована структура, размещение, особенности использования ресурсного потенциала предприятий отрасли туризма и сельского зеленого туризма; осуществлена оценка эффективности функционирования основных видов туристической деятельности, в т.ч. на селе; выявлены особенности формирования отечественного рынка туристических услуг обоснованно организацию их мониторинга. В диссертации разработаны направления осуществления системного управления и институционального обеспечения туристической деятельности; обоснованы пути совершенствования туристической деятельности на основе внедрения инноваций; определены возможности и

формы интеграции предприятий отрасли туризма и сельского зеленого туризма. Получили дальнейшее развитие разработки по формированию новых туристических продуктов и брендов в тех видах туристической деятельности, которые популярны на национальном, европейском и мировом туристических рынках, но не известны национальным и иностранным потребителям отдельных курортов, туристических дестинаций и маршрутов; тематического отдыха.

Ключевые слова: предприятия туризма, предприятия сельского зеленого туризма, развитие, различия, общие черты, дестинации, конкурентоспособность, услуги, продукты, инновации, маркетинговые стратегии, управление.

SUMMARY

Yarovyĭ V.F. Development of tourism enterprises and rural green tourism: theory, methodology, practice. – Manuscript.

The thesis for the degree of doctor of economic sciences, specialty 08.00.04 – economics and management of enterprises (by economic activity). – Kharkiv Petro Vasylenko National Technical University of Agriculture, Kharkiv, 2018.

The thesis describes the socio-economic content of the functioning of enterprises of the tourism industry and rural green tourism and their place in the structure of the national economy; the influence of factors of eurointegration and globalization on the development of subjects of domestic tourism business, including in the village; Institutional mechanisms and regulators of development of enterprises of the tourist industry in general and rural green tourism in particular are revealed. The patterns, manifestations and principles of development of enterprises of the tourism industry and rural green tourism are substantiated; Indicators, indicators and methods for evaluating the effectiveness of tourism activity, including in the village; the means of planning, forecasting and modeling the development of tourist enterprises in general and rural green tourism in particular are substantiated. The structure, placement, features of the use of resource potential of enterprises of the tourism industry and rural green tourism are analyzed, the efficiency of the main types of tourism activity functioning, including in the village; the peculiarities of the formation of the domestic market of tourist services are revealed and the organization of their monitoring is substantiated. In the dissertation the directions of implementation of system management and institutional provision of tourism activity are developed; the ways of improvement of tourist activity on the basis of introduction of innovations are substantiated; the possibilities and forms of integration of enterprises of the tourism industry and rural green tourism are determined. Proposals for the formation of new tourist products and brands have been developed; defined reserves and prospects for improving the activities of rural green tourism enterprises; the means of improvement of investment and advertising-informational (marketing) support of tourist enterprises are substantiated.

Key words: tourism enterprises, enterprises of rural green tourism, development, differences, common features, distinctions, competitiveness, services, products, innovations, marketing strategies, management.

Підписано до друку 28 грудня 2017 р. Формат 60x84/16.
Папір 80 г/м². Гарнітура Times New Roman.
Друк офсетний. Обсяг: 0,9 ум.-друк. арк.; 0,9 обл.-вид.арк.
Наклад 100 прим. Замовлення № 335

Видавництво ТОВ «Щедра садиба плюс»
Свідоцтво суб'єкта виробничої справи:
серія ДК № 4666 від 18.12.2013 р.
61052, Україна, м. Харків, вул. Ярославська, 11
(057) 754-49-42

Надруковано у ТОВ «Смугаста типографія»
Україна, 61002, Харків, вул. Чернишевського, 28а.

«Zebrine printing office» Ltd