

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу**  
**Інститут економіки та менеджменту**  
**Кафедра прикладної економіки**

**Блошко Олександр Юрійович**

УДК \_\_\_\_\_

# **МАГІСТЕРСЬКА РОБОТА**

Перспективи розвитку туристичної діяльності Карпатського національного  
природного парку

**Бізнес-економіка**

(назва освітньої програми)

**051 - Економіка**

(шифр і назва спеціальності)

**Блошко О.Ю.**

(підпис ініціали та прізвище здобувача освітнього ступеня)

**Науковий керівник**

**к.е.н., доц. Мельничук Іванна Василівна**

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

**Допущено до захисту**

**Завідувач кафедри**

**Бережницька У.Б.**

(підпис) (дата) (ініціали та прізвище)

**Рецензент**

**Паневник Т.М.**

(підпис) (дата) (ініціали та прізвище)

Робота містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

Івано-Франківськ – 2024

Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу

Інститут Економіки і менеджменту Кафедра прикладної економіки  
Спеціальність 051 Економіка

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри \_\_\_\_\_

“ \_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 2024 року

# ЗАВДАННЯ

## НА МАГІСТЕРСЬКУ РОБОТУ

Студенту

Блошкові Олександрю Юрійовичу

(прізвище, ім'я, по-батькові)

**Тема магістерської роботи** Перспективи розвитку туристичної діяльності  
Карпатського національного природного парку

1. затверджена наказом ректора університету від “ \_\_\_ ” 2023 р. №  
/\_\_\_
2. Термін здачі студентом закінченої роботи 08 січня 2024 р.
3. Вихідні дані роботи статистична та звітна інформація Карпатського НПП,  
Державної служби статистики України
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, що їх належить  
розробити)  
*Вступ*  
*Розділ 1. Теоретико-методичні основи розвитку туристичної діяльності*  
*Розділ 2. Аналіз туристичної діяльності України і карпатського національного природного  
парку*  
*Розділ 3. Напрями розвитку туристичної діяльності*  
*Висновки*  
*Список використаних джерел*
5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)

## КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

Номер і назва етапів дипломної роботи	Термін виконання етапів магістерської роботи	Примітка
ВСТУП	28.09.2023	
Розділ 1. Теоретико–методичні основи розвитку туристичної діяльності	28.09.2023	
Розділ 2. Аналіз туристичної діяльності України і карпатського національного природного парку	22.10.2023	
Розділ 3. Напрями розвитку туристичної діяльності	10.12.2023	
ВИСНОВКИ	10.12.2023	

Студент \_\_\_\_\_  
(підпис)

Блошко О.Ю.  
(розшифровка підпису)

Керівник роботи \_\_\_\_\_  
(підпис)

Мельничук І.В  
(розшифровка підпису)

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b> .....	7
<b>РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИКО–МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ</b> .....	9
1.1 Теоретичні основи туристичної діяльності .....	9
1.2 Фактори формування туристичного ринку.....	13
1.3 Функціонування і підтримка національних парків в США .....	20
1.4 Показники оцінки туристичної діяльності .....	25
<b>РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНИ І КАРПАТСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО ПРИРОДНОГО ПАРКУ</b> ... ..	31
2.1 Характеристика туристичної діяльності України.....	31
2.2 Характеристика національних парків України .....	36
2.3 Загальна характеристика підприємства .....	42
2.4 Аналіз показників фінансово-економічної діяльності Карпатського національного парку .....	47
2.5 SWOT аналіз роботи національних парків .....	52
<b>РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ</b> .....	59
3.1 Інформаційні технології для розвитку туристичної діяльності .....	59
3.2 Розвиток туристичних маршрутів як напрям екотуризму .....	61
<b>ВИСНОВКИ</b> .....	67
<b>ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ НА ДЖЕРЕЛА</b> .....	72

					МР.ЕКм — 30 .00.00.000 ПЗ					
Змн.	Лист	№ докум.	Підпис	Дата	Перспективи розвитку туристичної діяльності Карпатського національного природного парку			Літ.	Арк.	Акрушів
Розроб.		Блошко О.Ю.						5	79	
Перевір.		Мельничук І.В.								
Реценз.		Паневник Т.М.								
Н. Контр.		Паневник Т.М.								
Затверд.		Бережницька У. Б.			ІФНТУНГ, ЕКм-22-1					

## РЕФЕРАТ

Магістерська робота містить дослідження туристичної індустрії України, зокрема природно-заповідного фонду і Карпатського національного природного парку.

Метою даної роботи є аналіз та прогнозування перспектив розвитку туристичної індустрії у межах Карпатського національного природного парку. Зокрема, досліджуються можливості збалансованого поєднання туристичних потреб та збереження екосистем, сприяючи сталому розвитку регіону.

Об'єктом дослідження є туристична діяльність у межах Карпатського національного природного парку.

Предметом є перспективи та фактори, що впливають на розвиток туризму в даному регіоні.

Завдання Дослідження:

- Визначення основних понять туристичної індустрії, класифікація видів туризму;
- Вивчення зовнішніх і внутрішніх факторів, що впливають на розвиток туристичної діяльності;
- Вивчення досвіду США в фінансуванні і функціонуванні національних парків;
- Провести аналіз показників туристичної діяльності України та природно-заповідного фонду України
- Охарактеризувати роботу Карпатського національного природного парку;
- Проаналізувати показники оцінки туристичних послуг парку;
- Провести SWOT аналіз для визначення спірних питань;
- Розробка рекомендацій для сприяння туристичної індустрії в Карпатському національному природному парку.

**Методи дослідження.** Для аналізу використано: графічне відображення, прогнозування, порівняння, статистико-економічний.

**Ключові слова:** туристична діяльність, екотуризм, природно-заповідний фонд

## ABSTRACT

The master's thesis contains a study of the tourism industry of Ukraine, in particular the nature reserve fund and the Carpathian National Nature Park.

The purpose of this work is to analyze and forecast the prospects for the development of the tourism industry within the Carpathian National Nature Park. In particular, the possibilities of a balanced combination of tourism needs and the preservation of ecosystems, contributing to the sustainable development of the region, are being explored.

The object of the study is tourist activity within the Carpathian National Nature Park.

The subject is prospects and factors influencing the development of tourism in this region.

Objectives of the study:

- Definition of the main concepts of the tourism industry, classification of types of tourism;
- Study of external and internal factors affecting the development of tourist activity;
- Study of US experience in financing and functioning of national parks;
- Conduct an analysis of indicators of tourism activity of Ukraine and nature reserve fund of Ukraine
- Describe the work of the Carpathian National Nature Park;
- Analyze the evaluation indicators of the park's tourist services;
- Conduct a SWOT analysis to determine controversial issues;
- Development of recommendations to promote the tourism industry in the Carpathian National Natural Park.

Research methods. The analysis used: graphic display, forecasting, comparison, statistical and economic.

Keywords: tourist activity, ecotourism, nature reserve fund

## ВСТУП

Туристична діяльність у природних резерватах та національних парках є актуальною сферою, яка об'єднує природоохоронні та економічні інтереси. Серед унікальних регіонів, які привертають увагу туристів, особливе місце займають Карпати — регіон з багатою природною спадщиною та культурною специфікою.

Магістерська робота "Перспективи розвитку туристичної діяльності Карпатського національного природного парку" спрямована на вивчення та аналіз факторів, що визначають та впливають на розвиток туризму у цьому унікальному природному регіоні.

Метою даної роботи є аналіз та прогнозування перспектив розвитку туристичної індустрії у межах Карпатського національного природного парку. Зокрема, досліджуються можливості збалансованого поєднання туристичних потреб та збереження екосистем, сприяючи сталому розвитку регіону.

Об'єктом дослідження є туристична діяльність у межах Карпатського національного природного парку.

Предметом є перспективи та фактори, що впливають на розвиток туризму в даному регіоні.

Завдання Дослідження:

- Визначення основних понять туристичної індустрії, класифікація видів туризму;
- Вивчення зовнішніх і внутрішніх факторів, що впливають на розвиток туристичної діяльності;
- Вивчення досвіду США в фінансуванні і функціонуванні національних парків;
- Відображення показників різних груп, які дозволяють оцінити туристичну діяльність на різних рівнях;
- Провести аналіз показників туристичної діяльності України;
- Провести аналіз природно-заповідного фонду України

- Охарактеризувати роботу Карпатського національного природного парку;
- Проаналізувати показники оцінки туристичних послуг парку;
- Провести SWOT аналіз для визначення спірних питань;
- Розробка рекомендацій для сприяння туристичної індустрії в Карпатському національному природному парку.

Інформаційна база дослідження. У роботі використані наукові дослідження з впливу туризму на соціально-економічний розвиток регіону, законодавчо-нормативні джерела, дані Державної служби статистики України статистики Івано-Франківської області, Інтернет-джерела, науково-практична література з основних проблем роботи

Магістерська робота складатиметься з вступу, літературного огляду, методології дослідження, результатів, висновків та рекомендацій, охоплюючи широкий спектр аспектів, пов'язаних із розвитком туризму в Карпатах.

## **РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО–МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

### **1.1 Теоретичні основи туристичної діяльності**

Індустрія туризму відіграє важливу роль в економіці країни та справляє відчутний вплив на світове господарство: розвиває національні економіки та економіки інтеграційних об'єднань, сприяє формуванню іміджу регіону, дозволяє загострити увагу на проблемах розвитку суспільства. Світова криза останніх років обумовила необхідність кардинального перегляду акцентів у формуванні туристичних послуг, що насамперед вимагає ґрунтовного аналізу категоріального апарату і методологічних концепцій. Незважаючи на те, що історія розвитку туризму бере свій початок від давніх часів, питання теоретико-методологічного базису неодноразово підіймалося в наукових колах й викликало чимало дискусій у розрізі географії, економіки, соціології, філософії, медицини, екології.

Туристична діяльність - це широкий спектр дій, пов'язаних з організацією, продажем, маркетингом та наданням послуг у сфері туризму. Це включає в себе створення туристичних пропозицій, пакетних турів, бронювання готелів та транспорту, екскурсій, послуги туристичних гідів, культурно-розважальні програми, гастрономічні пропозиції та багато іншого. Туристична діяльність займається створенням та забезпеченням досвіду для туристів, забезпеченням їх потреб та задоволенням очікувань під час подорожей.

Туристична діяльність базується на кількох теоретичних основах та включає ряд понять і типів туризму. Основні з них включають:

Туризм - це сукупність подорожей, проживання та інших активностей, які люди здійснюють поза своїм звичайним місцем проживання з метою відпочинку, розваг, пізнання культур та інших цікавих місць. Він охоплює

масові масові поїздки, індивідуальний туризм, бізнес-подорожі, паломництва та інші форми подорожей.

Турист - це особа, яка здійснює подорожі та перебуває поза своїм звичайним місцем проживання на певний період часу з метою відпочинку, рекреації або пізнання нових місць та культур.

Особливий інтерес викликає класифікація видів туризму, серед яких виділяють два основні: рекреаційний та діловий [1]. Розмаїття туризму за формами і видами, постійне створення нових тенденцій та зміна туристичних уподобань практично унеможлиблює деталізовану класифікацію видів туризму. Основні характеристики і класифікація туризму за ознаками мети, форми організації, сезоном та терміном перебування, класом обслуговування, способом подорожування, формою розрахунків, територіальною спрямованістю представлено в наукових роботах вітчизняних і зарубіжних учених: О. Любіцевої [1, с. 101–104], В. Герасименка [15], А. Александрової [2, с. 19–29], В. Квартальнова [13, с. 34–35].

На основі вивчених досліджень наведено узагальнене бачення класифікації видів туризму (рис. 1)

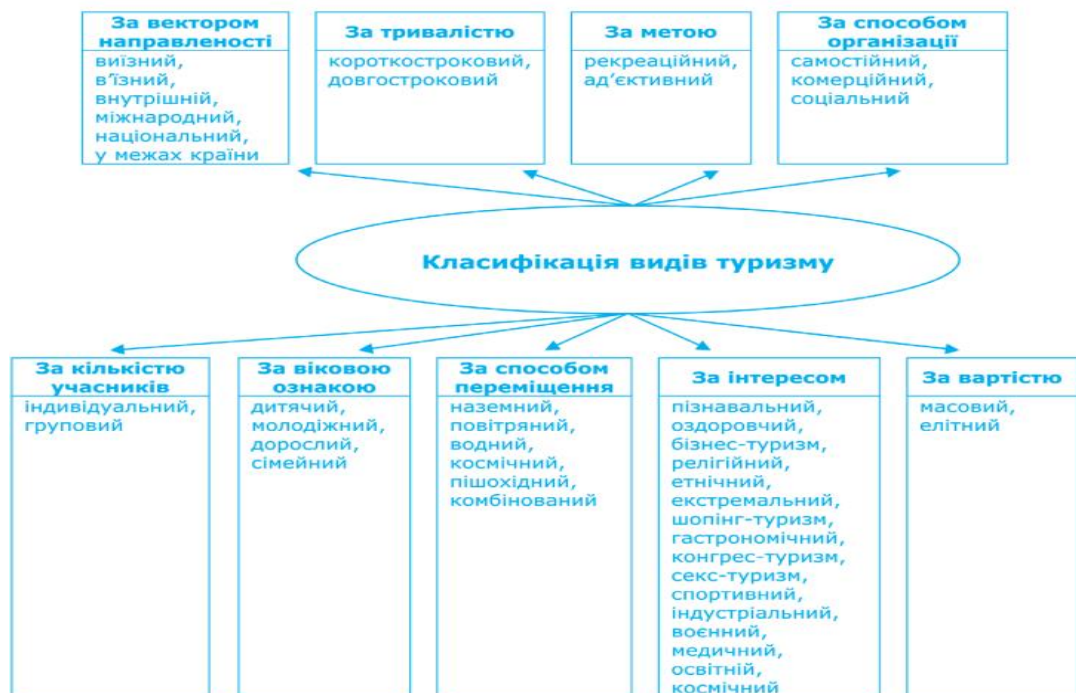


Рисунок 1 - Класифікація видів туризму

Рекреаційний туризм - орієнтований на відпочинок, релаксацію та відновлення сил. Це може включати відпочинок на пляжах, в гірських курортах, спа-центрах та інших місцях для фізичного і психологічного відновлення.

Культурний туризм - орієнтований на пізнання культури, історії, мистецтва та традицій місцевих спільнот. Включає відвідування музеїв, пам'яток, фестивалів, традиційних селищ та інших культурних об'єктів.

Екологічний (екотуризм) - орієнтований на відвідування природних заповідників, національних парків, джунглів та інших екологічно важливих місць з метою ознайомлення з біорізноманіттям, збереження природи та сталого розвитку.

Пригодницький туризм - орієнтований на активний відпочинок та викликання адреналінових вражень. Включає такі види активності, як альпінізм, скелелазіння, рафтинг, спелеологія та інші.

Медичний туризм - орієнтований на отримання медичних послуг або лікування в інших країнах. Це може включати медичну консультацію, естетичну хірургію, стоматологію, реабілітацію та інші медичні процедури.  
[34]

Це лише кілька основних типів туризму, існує багато інших спеціалізованих форм і комбінацій туристичної діяльності, які відповідають різним інтересам та потребам подорожуючих.

Туристична діяльність є важливою галуззю глобальної економіки, яка охоплює подорожі, відпочинок та інші види активності, пов'язані з пересуванням людей між різними місцями. Вона включає в себе організацію, планування, продаж та послуги, пов'язані з подорожами для задоволення туристичних потреб. Вона має значний вплив на економіку, соціальну сферу та природне середовище.

Основні характеристики туристичної діяльності включають:

Подорожі. Туристи пересуваються з одного місця до іншого, часто перетинаючи національні та міжнародні кордони. Подорожі можуть бути внутрішніми (в межах однієї країни) або міжнародними.

Тимчасовість. Туристичні подорожі зазвичай є тимчасовими і мають певну тривалість, включаючи короткострокові відпустки, вікенд-подорожі або тривалі туристичні поїздки.

Відпочинок та рекреація. Туристи шукають відпочинок від рутинної роботи та стресу, знаходяться в природних ландшафтах, відвідують пляжі, гірські курорти, спа-центри та інші місця для відновлення фізичного та емоційного здоров'я.

Культурний обмін. Туристи вступають у контакт з різними культурами, традиціями, мовами та звичаями, що сприяє взаєморозумінню та толерантності. Вони відвідують музеї, історичні пам'ятки, фестивалі, місця культурної спадщини, щоб отримати нові знання та розширити свої горизонти.

Економічний вплив. Туризм є суттєвим джерелом доходу для багатьох країн. Він стимулює економіку шляхом створення робочих місць у туристичній індустрії, залученням інвестицій у готельно-ресторанний бізнес, транспортну інфраструктуру та інші суміжні галузі.

Соціальні наслідки. Туризм може сприяти зміцненню міжнародного співробітництва, покращенню взаєморозуміння між різними культурами та сприяти миру. Він також може мати вплив на місцеве населення, змінюючи його спосіб життя, культурні цінності та інші аспекти.

Екологічний аспект. Туризм може мати позитивний вплив на охорону природного середовища, стимулюючи розумне використання природних ресурсів та збереження біологічного різноманіття. Однак, неконтрольована масова туристична діяльність може впливати на деградацію природи та екосистем.

Загальна характеристика туристичної діяльності відображає її складність та багатогранність. Туристична діяльність має різноманітні

форми, включаючи масовий туризм, екологічний туризм, пригодницький туризм, культурний туризм, медичний туризм та інші. Вона впливає на економіку, культуру, соціальність та природу, сприяючи розвитку та збагаченню суспільства.

Наша увага буде зосереджена на роботі національних природних парків. Національні природні парки – природоохоронні, рекреаційні, культурно-освітні, науково-дослідні установи загальнодержавного значення, що створюються з метою збереження, відтворення і ефективного використання природних комплексів та об'єктів, які мають особливу природоохоронну, оздоровчу, історикокультурну, наукову, освітню та естетичну цінність.

## **1.2 Фактори формування туристичного ринку**

Фактори, що впливають розвиток туризму, різноманітні і багатогранні. Наявність сприятливих факторів призводить до лідерства окремих регіонів, країн у світовому туризмі, і навпаки, небажані чинники знижують туристичний потік.

Знаючи основні фактори формування туристичного ринку кожна держава має можливість визначати цілі державного регулювання та пріоритетні напрямки розвитку туристичного бізнесу.

Усі фактори формування туристичного ринку можна представити трьома групами: фактори попиту (споживачі); фактори кон'юнктури ринку та нормативно-правові фактори; фактори пропозиції (туристичні послуги, туристичний продукт) (табл. 1.2).

Фактори, що впливають на формування туристичного ринку, згідно із класифікацією Всесвітньої туристичної організації, включають 7 великих груп:

– робочий час і час для відпочинку, наявність і тривалість відпустки, рівень і традиції сфери освіти, охорони здоров'я та відпочинку;

- різноманітні блага та послуги, транспорт і обладнання, які складають специфічну інфраструктуру сфери відпочинку і природні багатства;
- енергетичні багатства;
- «людські фактори», які розглядаються з погляду демографічних даних, умов життя, звичок населення щодо туристичних послуг, а також із погляду даних про різні аспекти культури;
- інституційні, політичні, юридичні й адміністративні аспекти;
- соціальні аспекти, особливо соціальна структура країни, участь населення в управлінні державою, співвідношення між розвагами;
- економічна і фінансова діяльність.

Таблиця 1.2 – Фактори формування туристичного ринку

Назва фактора	Складові елементи
1. Фактори попиту (споживачі)	Якість та стиль життя
	Соціальний та професійний статус
	Демографічні дані
	Потреба у відпочинку
	Цілі, мотиви
	Індивідуальні особливості рекреантів
	Атрактивність мети
	Атрактивність дестинації
	Якість реклами
	Сезонні вимоги
	Нераціональні фактори попиту, ризик
	Рівень заміщення продукту
	Ступінь віддаленості
	2. Фактори кон'юнктури ринку та нормативно- правові фактори
Міжнародне право	
Глобалізація та регіоналізація	
Нормативно-правове регулювання бізнесу	
Підтримка держави	
Фактори адміністративного впливу центральних та місцевих органів влади	
Природоохоронні нормативи	
Конкуренція	
Кон'юнктура ринку	

3. Фактори пропозиції (туристичні послуги, туристичний продукт)	Багатоаспектність, невідчутність турпродукту до моменту реалізації
	Нематеріальний прояв турпродукту
	Національні особливості турпродукту
	Рекреаційне навантаження на дестинацію та туристичний об'єкт
	Якість інформаційної кампанії
	Якість реклами

Важливий вплив на ефективність формування туристичного ринку також здійснюють: доступність туристичного регіону, його природа та клімат, ставлення місцевого населення до туристів; інфраструктура туристичного регіону; рівень цін; стан роздрібної торгівлі; спортивні, рекреаційні та освітні можливості; культурні та соціальні характеристики.

З погляду рівнів впливу фактори формування туристичного ринку можна подати двома складовими:

– зовнішні (екзогенні) фактори – впливають на туризм за допомогою демографічних та соціальних змін; економічного та фінансового розвитку; змін політичного та правового регулювання; технологічних змін; торговельного розвитку; транспортної інфраструктури та безпеки подорожей. До них належать: географічне положення регіону, політичні відносини між країнами, міжнародний поділ праці, рівень цін на міжнародному ринку та в різних країнахтощо;

– внутрішні фактори – природно-географічні особливості та кліматичні умови країни, наявність та якість природних ресурсів та можливість їхнього зручного використання, економічна ситуація в країні, внутрішня політика країни, політична стабільність, суспільний устрій, рівень розвитку продуктивних сил, структура та рівень добробуту населення, можливість отримання пільг та знижок на туристичні послуги за рахунок держави та громадських організацій, підприємств та установ, стан розвитку туристичної інфраструктури, транспортних мереж, рівень життя у суспільстві, освітній та культурний рівень населення.

З погляду впливу на туристичну діяльність всі фактори поділяються

на фактори залучення (спонукають до подорожі – природні, культурні та соціальні умови в країні, де формуються туристичні потоки) та фактори диференціації попиту (впливають на вибір місця подорожі – туристичні ресурси, розвиток інфраструктури, рівень соціально-економічного розвитку). З погляду механізму впливу на розвиток туризму можна визначити фактори об'єктивні, вже сформовані історичним розвитком суспільства, що цілеспрямовано регулюють саме туристичну діяльність. До другої відносяться державна політика в туризмі, наявність та зміст туристичного законодавства, туристична освіта у суспільстві тощо.

Ще одним видом факторів, що впливають на розвиток ринку туристичних послуг, є особистісно-поведінкові фактори. Варто зазначити, що з усіх чинників, які впливають на розвиток туризму, особистісно-поведінкові чинники відіграють провідну роль у сучасному світі. Вони складаються з мотивів, які забезпечують бажання споживачів подорожувати, відповідати вимогам туриста. Аналізуючи роль психологічних факторів у формуванні ринку туристичних послуг, доведено, що лише деякі з туристів приїжджають знову в ті місця, де вони вже були раніше, за винятком випадків присутності економічних, лікувально-профілактичних або сентиментальних мотивів. У міру зростання доходів людина починає надавати перевагу психологічним мотивам при виборі нової подорожі. Думка про якість спожитого туристичного продукту формується через деякий час після поїздки, оскільки до поїздки споживач може лише змодельовати очікування на основі наявної інформації. Тому важливість ситуації полягає і в тому, що уявлення про продукт породжує у споживача певні очікування, і якщо вони не виправдані реальною якістю продукту, споживач легко розчарується в ньому. Метою туризму є раціональна організація вільного часу споживача. Відповідно до цього розвиток туризму може бути обумовлений наявністю двох основних моментів: вільного часу та фінансових засобів для його раціональної організації.

Підходів до класифікації факторів формування туристичного ринку існує багато. Важливо усвідомлювати, як той чи інший фактор впливає – позитивно чи негативно. До позитивних факторів розвитку ринку туристичних послуг відносять: стабільність та відкритість політики та економіки; зростання суспільного багатства та доходів населення; збільшення вільного часу; розвиток транспорту, засобів комунікацій та інформаційних технологій; заохочення національних та іноземних інвестицій у розвиток індустрії туризму; зміцнення позицій кожної країни на світовому туристичному ринку; спрощення та гармонізація податкового, валютного, митного, прикордонного та інших форм регулювання; стимулювання туризму для дітей, молоді, людей похилого віку, інвалідів та малозабезпечених сімей шляхом надання пільг та ін. У той же час до негативних факторів розвитку ринку туристичних послуг зараховують: погіршення епідеміологічної обстановки; напруженість у міжнародних відносинах; нестабільність політики та закритість економіки; стагнація економіки та падіння добробуту населення; нераціональне використання культурно-історичної та культурної спадщини та навколишнього середовища; низький рівень доходів населення та нестача вільного часу; забруднення навколишнього середовища та екологічна небезпека; недооцінка ролі туристичного бізнесу в наповненні бюджету тощо.

Функціонування туристичного ринку знаходиться під впливом сезонних коливань попиту на туристичний продукт.

**Сезонність** – це стійка закономірність внутрішньорічної динаміки того чи іншого явища, яка проявляється у внутрішньорічних підвищеннях або зниженнях рівнів того чи іншого показника протягом низки років.

Виробничо-обслуговуючий процес туризму має яскраво виражену залежність від сезонних коливань. **Сезонний туризм** – це такі відвідування туристичних регіонів, частота яких залежить від кліматичних умов регіону та суб'єктивних характеристик туристичного об'єкта.

**Сезонні коливання** – підвищення чи зниження рівня економічної

активності, масштабів економічної діяльності внаслідок зміни сезонів. Сезонні коливання різні для окремих видів та форм туризму.

Сезонність у туризмі характеризується такими ознаками:

1) період максимальної інтенсивності туристського потоку називається основним туристичним сезоном;

2) туристичний регіон, туристичне підприємство, залежно від розвитку виду туризму, може мати один чи кілька туристських сезонів. Розрізняють чотири сезони за ступенем інтенсивності туристських поїздок: «пік» – період, найбільш сприятливий для організації рекреаційної діяльності, що характеризується максимальною щільністю туристів та найбільш комфортними умовами для рекреації; «високий» – найбільша ділова активність на туристичному ринку, вплив найвищих тарифів на туристичний продукт та послуги; «низький» – сезон зниження ділової активності на туристичному ринку, для якого характерні найнижчі ціни на туристичний продукт та послуги;

«мертвий» – період, максимально несприятливий для організації рекреаційної діяльності;

3) розвинені у туристичному відношенні країни, регіони, центри, підприємства мають більш тривалий головний туристичний сезон, а інтенсивність туристичного потоку немає яскраво вираженої сезонної нерівномірності, тобто значні сезонні коливання притаманні невисокого рівня розвитку туристичної пропозиції;

4) сезонні коливання у туризмі різні окремих видів туризму за часом. Види туризму щодо сезонності:

1) схильні до сезонних коливань (оздоровчий і купально-пляжний туризм);

2) не схильні до сезонних коливань (культурно-пізнавальний туризм, фототуризм, подієвий тощо).

До первинних факторів сезонних коливань належать фактори, що формуються під впливом природно-кліматичних умов, кількості та якості

специфічних благ для розвитку спортивного, оздоровчого, пізнавального та інших видів туризму. Природно-географічні умови є визначальними у виборі туристами тієї чи іншої району відвідування.

До вторинних факторів сезонних коливань належать: економічні (структура споживання товарів та послуг, формування платоспроможності попиту за допомогою пропозиції); демографічні (диференційований попит за статево складом та іншими ознаками); психологічні (традиції, мода, наслідування); матеріально-технічні (розвиток мережі розміщення, харчування, транспорту, культурно-оздоровчого обслуговування); технологічні (комплексний підхід у наданні якісних послуг); політична обстановка та міжнародне оточення.

Обсяг реалізованих послуг туризму має явно виражений сезонний характер, який обумовлений багатьма факторами (порою року, періодом відпустки, канікулами тощо). Тому в процесі аналізу та планування обсягу реалізованих послуг туристичного підприємства необхідно враховувати закономірність відхилень показників окремих місяців від середньорічних показників. З цією метою проводиться статистичне вивчення сезонних коливань.

Сезонні коливання вимірюються за допомогою індексів сезонності, які розраховуються як відсоткове відношення середніх місячних рівнів за кілька років до загального середньомісячного обсягу реалізованих послуг за весь розрахунковий період.

Сезонність туризму веде до сезонного характеру зайнятості працівників туристичної індустрії. Це має свої позитивні і негативні сторони. З одного боку, туризм породжує нерівномірний розподіл робочого часу (надурочні в туристичний сезон і недостатня завантаженість робітників у міжсезоння) і, як наслідок, значну питому вагу в повному обсязі зайнятих працівників і плинність кадрів. З іншого боку, сезонність туризму стимулює багатопрофільний характер робочих місць, коли один і той же працівник виконує різні функції в залежності від сезонних особливостей.

Крім того, сезонна робота вигідна для багатьох категорій населення як джерело додаткового доходу.

Сезонність туризму впливає на структуру зайнятості працівників у туристичній індустрії, особливостями якої є:

- значна питома вага неповної зайнятості;
- сезонні коливання обсягу зайнятості та трудового навантаження;
- низька питома вага кваліфікованого персоналу;
- обмежені можливості професійного зростання;
- значна питома вага жіночої праці.

Наразі на туристичному ринку розвинених країн простежується тенденція до зниження сезонної нерівномірності.

Подовження головного туристичного сезону впливає на ефективність роботи туристичних підприємств:

- по-перше, «консервація» або зниження завантаження матеріально-технічної бази веде до прямих збитків в основній діяльності туристичного підприємства;
- по-друге, забезпечується більш повна зайнятість населення і ліквідується безробіття;
- по-третє, підвищується рівень використання основних засобів інших галузей – транспорту, харчування, комунально-побутового господарства та ін.;
- по-четверте, згладжування сезонних коливань веде до більш раціонального використання природних ресурсів.

### **1.3 Функціонування і підтримка національних парків в США**

1 березня 1872 року Конгрес проголосував за створення Єллоустонського національного парку, першого національного парку. Сьогодні існує понад 400 національних парків і понад 20 000 співробітників Служби національних парків.

## Служба національних парків

Національні парки були ще до того, як з'явилася Служба національних парків. Національні парки, створені в роки після того, як Єллоустоун був проголошений у 1872 році, перебували під управлінням Міністерства внутрішніх справ, Військового відомства або Лісової служби, залежно від парку.

Потім, у 1916 році за допомогою Органічного акту, Вудро Вільсон створив Службу національних парків у Міністерстві внутрішніх справ (МВС) і поклав на СЛУЖБА НАЦІОНАЛЬНИХ ПАРКІВ відповідальність за управління національними парками та пам'ятками, якими вже керувала МВС.

Пізніше, у 1933 році, СЛУЖБИ НАЦІОНАЛЬНИХ ПАРКІВ передали усі парки та пам'ятники, якими раніше керували Військове відомство та Лісова служба, об'єднавши Службу національних парків у тому вигляді, в якому ми її знаємо.

Станом на 2020 рік існує 85 мільйонів акрів території національних парків у 50 штатах і в окрузі Колумбія, Американському Самоа, Гуамі, Пуерто-Ріко, Сайпані та Віргінських островах.

## Економіка національних парків

У певному сенсі кожен американець, який платить федеральний податок на прибуток, робить внесок у бюджет національних парків. Це тому, що федеральний уряд оплачує рахунки Службі національних парків. Детально ознайомитися з бюджетом Служби національних парків можна подивившись бюджет Зеленої книги бюро на кожен фінансовий рік.

Бюджет національного парку поділяється на дві категорії: дискреційні та обов'язкові. Щороку Служби національних парків подає бюджетну пропозицію, яка включається в бюджет Міністерства внутрішніх справ і виконавчої влади в цілому. Цей запропонований бюджет потім направляється до Конгресу на перегляд.

На кінець першого кварталу 2022 фінансового року Служба національних парків оцінила 21,8 мільярда доларів США на ремонт споруд і

об'єктів, включаючи дороги, будівлі та комунальні системи на території національного парку.

Хоча національні парки стягують плату, цих зборів недостатньо для фінансування системи національних парків, тому Служби національних парків так сильно залежить від бюджетних асигнувань Конгресу.

Іншим важливим джерелом фінансування національних парків є федеральний фонд охорони землі та води. У 1965 році Конгрес створив Фонд збереження землі та води. Ідея полягала в тому, щоб взяти гроші від видобувних галузей морської нафти та газу та спрямувати ці гроші на збереження землі та води через громадські парки.

Фонд отримує 900 мільйонів доларів роялті на рік, але значна частина цих грошей спрямовується на інші витрати, не пов'язані з парком. Оскільки Служба національних парків не отримує повних 900 мільйонів доларів з року в рік, фінансування є непередбачуваним. З 1965 року Конгрес спрямував понад 20 мільярдів доларів доходу від програми на інші цілі.

Фонд має надавати кошти на придбання нових земель під національні парки, національні заповідники, національні ліси та системи стежок. Також планувалося надати 50-50 відповідних грантів, щоб допомогти державним і місцевим органам влади зберегти паркову землю у партнерстві з Службою національних парків

#### Державно-приватне партнерство

Чи знаєте ви, що багато національних парків мають приватні концесії? Або що на території державного національного парку є приватні анклавні (так звані «володіння»)? Це все правда. За повідомленнями, у національних парках США є 11 640 ділянок приватної землі, що дорівнює 3% території парків. Ось чому ви можете натрапити на приватний будинок у національному парку Сіон.

Більше того, розмивання межі між державним і приватним може зростати. Президент Обама закликав до розширення приватних інвестицій у наші національні парки, щоб допомогти зібрати кошти до 100-річчя Служби

національних парків. Деякі сенатори закликали надати штатам повноваження захоплювати паркові землі та здавати їх в оренду для буріння, лісозаготівлі та видобутку корисних копалин.

Зараз приватні компанії отримують концесії на управління обслуговуванням відвідувачів у національних парках і збирають плату за відвідувачів. Цим керує відділ комерційних послуг Служби національних парків.

Згідно з веб-сайтом підрозділу, «Спільно з іншими підрозділами Служби національних парків Програма комерційних послуг керує більш ніж 500 концесійними контрактами, які загалом складають понад 1 мільярд доларів США щорічно. Концесіонери Служби національних парків наймають понад 25 000 людей у різних галузях у пік сезону, надаючи послуги, починаючи від харчування та проживання, до рафтингу та турів на автобусах».

Служба національних парків надає 575 концесійних контрактів, але 60 контрактів генерують 85% загального валового доходу. 75% контрактів на суму менше 500 000 доларів. Концесіонери сплачують франшизу федеральному уряду на основі вартості контракту. Ця комісія за франшизу становить у середньому 5% від усіх контрактів.

#### Ефект мультиплікатора

Економіка національних парків полягає не лише в самих парках. Це також про вплив цих парків на навколишню місцеву економіку. Відповідно до звіту Служби національних парків за 2014 рік «Ефекти витрат відвідувачів національних парків», відвідувачі національних парків стимулюють мільярдну економічну діяльність і підтримують сотні тисяч робочих місць по всій країні.

У 2021 році система національних парків отримала понад 297 мільйонів рекреаційних відвідувань, що все ще нижче рівня до пандемії, ніж в розпал сезону 2014-2015 років. Служба національних парків підрахувала, що відвідувачі витратили «20,5 мільярдів доларів у місцевих вхідних регіонах

під час відвідування земель Служби національних парків по всій країні». І «ці витрати підтримали загалом 323 тисячі робочих місць, 14,6 мільярда доларів доходу від праці, 24,3 мільярда доларів доданої вартості та 42,5 мільярда доларів економічного виробництва в національній економіці».

Окрім впливу на економіку в цілому, національні парки також впливають на вуглецевий бюджет країни. Природні території національних парків країни вловлюють викиди CO<sub>2</sub>, зменшуючи внесок країни в глобальне потепління.

За даними вчених DOI, 78% досліджуваних національних парків були чистими поглиначами вуглецю, тобто вони накопичували більше CO<sub>2</sub>, ніж викидали. За даними МВС, «Національний парк Грейт-Смокі-Маунтінс щороку зберігає найбільшу кількість CO<sub>2</sub>, 1,6 мільйона метричних тонн, вартістю 64,4 мільйона доларів США».

Найпопулярніші національні парки Америки

Служби національних парків оприлюднив статистику 10 найбільш відвідуваних парків у 2021 році:

Blue Ridge Parkway (15 948 148 відвідувань)

Національний парк Грейт-Смокі-Маунтінс (14 161 548 відвідувань)

Golden Gate NRA (13 712 614 відвідувань)

Національна зона відпочинку Gateway (9 060 807 відвідувань)

Національна зона відпочинку Лейк Мід (7 603 474 відвідування)

Меморіальний парк Джорджа Вашингтона (6 821 179 відвідувань)

Natchez Trace Parkway (6 401 346 відвідувань)

Меморіал Лінкольна (5 792 331 відвідування)

Національне узбережжя островів Мексиканської затоки (5 458 816 відвідувань)

Сіон НП (5 039 835 відвідувань)

За словами директора Служби національних парків, «національні парки повертають більше 10 доларів США за кожен 1 долар, який американський платник податків інвестує в Службу національних парків». У 2021 році

загальна кількість відвідувань національних парків склала понад 297 мільйонів відвідувань, 50% яких припадає на 25 парків.

#### **1.4 Показники оцінки туристичної діяльності**

Система показників оцінки туризму представлена сукупністю наступних показників:

I група – показники, які характеризують туристичні ресурси:

– кількість природних об'єктів: ландшафтні, бальнеологічні (лікувальні грязі, мінеральні води);

– кількість історико-культурних об'єктів: археологічні, архітектурні, техногенні;

– кількість об'єктів туристичної інфраструктури: туристичні підприємства, засоби розміщення, транспортні перевезення.

II група – показники фінансово-економічної діяльності суб'єктів у туризмі:

– обсяг реалізованих послуг або виручка від реалізації послуг туризму;

– показники використання робочої сили (продуктивність праці, рівень витрат на оплату праці);

– показники використання виробничих фондів (фондовіддача, оборотність оборотних коштів);

– собівартість послуг туризму;

– прибуток;

– рентабельність;

– фінансові показники (платоспроможність, ліквідність, фінансова стійкість).

III група – показники моніторингу туристичного ринку:

– обсяг туристичного потоку (кількість іноземних туристів, громадяни України, які виїжджали за кордон, внутрішні туристи);

- туристичні витрати (сума коштів, витрачених туристами в період поїздки на території країни, регіону);
- обсяг платних послуг, що надається підприємствами туріндустрії;
- інші показники моніторингу (розмір середньої заробітної плати в різних галузях туріндустрії, зайнятість, обсяг інвестицій у сферу туризму).

IV група – показники ефективності туристичної діяльності:

- кількість працюючих у сфері туризму;
- кількість суб'єктів туристичної діяльності;
- кількість туристів, обслуговуваних суб'єктами туристичної діяльності;
- показники роботи суб'єктів туристичної діяльності;
- витрати суб'єктів туристичної діяльності на послуги сторонніх організацій, що використовуються під час виробництва туристичного продукту;
- чистий прибуток суб'єктів туристичної діяльності;
- коефіцієнт покриття витрат;
- коефіцієнт окупності витрат.

V група – показники впливу на національну економіку:

- експорт та імпорт товарів, пов'язаних із туризмом;
- вплив показників на платіжний баланс;
- наявність та рух основного капіталу;
- туристичний мультиплікатор.

Перелічені показники можуть використовуватися для статистичного аналізу туристичної діяльності та забезпечать визначення економічної ролі туризму в житті країни чи туристичного регіону.

Серед конкретних кількісних показників ефективності на макрорівні в насамперед варто відзначити: сумарні надходження від іноземного туризму в календарному році;

частка надходжень від іноземного туризму у ВВП;

частка надходжень від іноземного туризму у платіжному балансі країни;

дохід від одного прибуття іноземного туриста в країну;

розмір доходу від туризму, що припадає на душу населення країни, що приймає;

різниця доходів і витрат на міжнародний туризм у календарному році та ін.

З метою планування, обліку й калькулювання повна собівартість готельних послуг має включати такі статті витрат:

1. оплата праці обслуговуючого персоналу;
2. відрахування на соціальне страхування;
3. амортизація основних засобів;
4. електроенергія;
5. водопостачання й каналізація;
6. поточний ремонт;
7. опалення;
8. телефонізація, радіомовлення;
9. інші витрати на утримання будівель, території;
10. загальновиробничі витрати;
11. адміністративні витрати;
12. витрати на збут.

Статті 1–10 становлять виробничу собівартість туристичних послуг, тобто безпосередньо пов'язані з виробничим процесом; 1–12 – повну собівартість.

Діяльність з надання різноманітних туристичних послуг – це туристична діяльність. Діяльність по організації подорожей, що не перевищують 24 години у супроводі фахівця-екскурсовода за заздалегідь складеними маршрутами з метою ознайомлення з пам'ятками історії, культури, природи, музеями, з визначними місцями тощо, – це екскурсійна діяльність.

Статті витрат при екскурсійному обслуговуванні туристів:

Витрати на розробку екскурсії.

Оплата праці організатора екскурсії, екскурсовода, гідів–перекладача.

Відрахування на соціальні заходи з фонду оплати праці.

Сума пунктів 1–9 складає собівартість екскурсійного обслуговування.

Сума пунктів 10,11 – вартість екскурсійних послуг.

Відрахування і обов'язкові платежі (комунальний податок, відрахування у Фонд охорони навколишнього середовища, інші місцеві податки та збори).

Податок на додану вартість.

Сума пунктів 12–14 – вартість екскурсії. Ціна екскурсії для одного туриста визначається шляхом розподілення вартості екскурсії на кількість туристів у групі.

Ефективність туристичної діяльності проявляється в мінімізації сукупних витрат і підвищенні прибутковості туристичних підприємств, а також в отриманні додаткових вигод суб'єктами підприємництва поза туристичною сферою діяльності.

Особливого значення набуває нині оцінка якості обслуговування туристів, побудована на основі таких вимог: комфортність перевезень та інших послуг; широта асортименту та рівень якості послуг на всьому шляху подорожування.

### **Висновок до 1 розділу**

У першому розділі роботи наведено теоретичні основи туристичної діяльності, зокрема нами спочатку наведено визначення, що таке туристична діяльність, турист, туризм, а також наведена класифікація видів туризму. Серед яких виділяють два основних рекреаційний та діловий. Науковці багато приділяли увагу класифікації туризму за різними ознаками. В роботі ми навели узагальнене бачення класифікації видів туризму за різними класифікаційними ознаками. Наприклад за вектором направленості, за

тривалістю, за метою, за способом організації, за кількістю учасників, за віковою ознакою та інше.

Дано визначення основним видам туризму, зокрема нас буде цікавити далі саме екотуризм (екологічний туризм), який орієнтований на відвідування природних заповідників, національних парків та інших екологічно важливих місць з метою ознайомлення з біорізноманіттям, збереженням природи та сталого розвитку, оскільки базою нашого дослідження виступає Карпатський національний природний парк.

Наведено основні характеристики туристичної діяльності, які включають подорожі, тимчасовість відпочинок та рекреацію, культурний обмін, економічний вплив екологічний вплив, соціальні наслідки. Також нами наведено фактори формування туристичного ринку і згідно з класифікацією Всесвітньої туристичної організації фактори, що впливають на формування туристичного ринку поділено на сім великих груп. Також подано рівні впливу факторів формування туристичного ринку, зокрема за двома складовими – це є зовнішні фактори та внутрішні фактори.

Існує багато підходів до класифікації факторів формування туристичного ринку, але важливо розуміти чи це позитивний фактор чи негативний.

Окремо розглянуто питання функціонування ринку з врахуванням сезонності, оскільки сезонність - це є закономірність внутрішньорічної динаміки того чи іншого явища, яке проявляється у внутрішньорічних підвищеннях або зниження рівнів того чи іншого показника років. Сезонність характеризується ознаками, які описані у роботі.

Наведено цікаву інформацію про функціонування національних парків у США. Про те, як вони фінансуються, як співпрацюють з приватними компаніями, який вони мають величезний вклад поглинаючи неймовірну кількість CO<sub>2</sub>.

В останньому підрозділі роботи наведено система показників для оцінки туризму. Показники поділяються на кілька груп в першій групі це

показники, які загалом характеризують туристичні ресурси, друга група показників - це показники фінансово-економічної діяльності суб'єктів у туризмі, третя - це є показники моніторингу туристичного ринку, четверта група - це є показники ефективності туристичної діяльності, п'ята це показники впливу на національну економіку. Показники цих груп допомагають вести статистичний аналіз туристичної діяльності і забезпечують визначення економічної ролі туризму в житті країни регіон. У другому розділі роботи наша увага буде зосереджена на показниках саме другої групи, яка дозволить проаналізувати фінансово-економічну діяльність нашого Карпатського національного парку.

## РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНИ І КАРПАТСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО ПРИРОДНОГО ПАРКУ

### 2.1 Характеристика туристичної діяльності України

На сьогоднішній день туристична діяльність є важливою складовою суспільного та економічного розвитку багатьох країн. Аналіз поточного стану туристичної галузі виявляє декілька основних викликів і тенденцій, які мають значний вплив на її конкурентоспроможність.

Внутрішній туризм набуває все більшої популярності. Багато людей віддають перевагу подорожам усередині своєї країни замість виїзду за кордон. Це пов'язано зі зручністю, меншими витратами, підтримкою локальної економіки та незручностями або неможливістю відвідувати певні країни через обмеження пов'язані пандемією. Світова пандемія COVID-19 суттєво вплинула на туристичну діяльність. Введення обмежувальних заходів, закриття кордонів та обмеження пересування призвели до значного зниження туристичного попиту та зупинки багатьох туристичних підприємств. Однак, з поступовим відновленням туризму після пандемії очікується поступове відновлення туристичної діяльності. [2]

Також хочеться зазначити, що наразі змінюються попит і поведінка туристів. Туристи стають більш вимогливими і обізнаними, шукаючи унікальний та персоналізований досвід. Вони більше зацікавлені в аутентичних культурних враженнях, сталому туризмі та екологічній відповідальності.[14] Наприклад, культурний туризм збільшує свою популярність, оскільки туристи більше цікавляться пізнавальними та культурними аспектами подорожей. Відвідування історичних пам'яток, музеїв, фестивалів, гастрономічний туризм та інші культурні події стають привабливими для подорожуючих.[47]

Як було зазначено, зростає інтерес до екологічного туризму та сталих форм відпочинку. Туристи все більше звертають увагу на екологічну

освіченість та відповідальність, шукають способи подорожувати, мінімізуючи негативний вплив на природу та культурну спадщину. [3]

Відомо всім, що паралельно з розвитком інформаційних технологій та більшою обізнаністю в них людей зростає популярність онлайн-бронювання. Завдяки розвитку технологій та доступу до Інтернету, онлайн-бронювання туристичних послуг стає все поширенішим явищем. Туристи мають можливість самостійно забронювати готелі, авіаквитки, екскурсії та інші послуги, використовуючи різноманітні онлайн-платформи, сервіси, додатки та застосування.

Ще одним важливим фактором формування сучасного стану туристичної діяльності є збільшення ролі соціальних медіа. Соціальні медіа відіграють значну роль у формуванні туристичних уподобань та вибору місць відпочинку. Туристи активно використовують соціальні мережі для пошуку рекомендацій, обміну враженнями, поширення своїх подорожей та взаємодії з туристичними брендами. І часто це являється появою нових актуальних та цікавих напрямків в розвитку турів та різноманітних пропозицій на туристичному ринку.[46]

Це лише загальний огляд сучасного стану туристичної діяльності, і конкретні тенденції можуть варіюватися залежно від регіону та країни.

Проаналізуємо кількісні та вартісні показники діяльності туроператорів і турагентів в Україні протягом 2018–2020 рр. (табл. 2.1). Кількість реалізованих туристичних пакетів за цей період стало зростала. У 2019 році порівняно з 2017 роком вона зросла у 2,1 разу, а з 2018 роком – в 1,4 разу. За аналізований період також зростала і вартість реалізованих туристичних пакетів (з урахуванням ПДВ).

Таблиця 2.1 - Кількість і вартість реалізованих туроператорами та турагентами України туристичних пакетів у 2017–2020 рр.

Показник	2017 р.		2018 р.		2019 р.		2020р.	
	факт	Трб,%	факт	Трб,%	факт	Трб,%	факт	Трб,%
Кількість реалізованих туристичних пакетів, од	1568945	100	2406139	153,36	3345172	213,21	1418030	90,38
Вартість реалізованих туристичних пакетів (з урахуванням ПДВ), тис. грн	27715937,7	100	51077643	184,289	69760685,8	251,69	32756888,3	118,18
Кількість ночівель туристів, що включені до реалізованих туристичних пакетів, од	19677732	100	29076197	147,7	32295035	164,1	14955259	76,0
Витрати суб'єктів туристичної діяльності на послуги сторонніх організацій, що використовуються при виробництві туристичного продукту, тис. грн	18391564,5	100	22759370	123,74	32404332,1	176,19	18338938,4	99,71

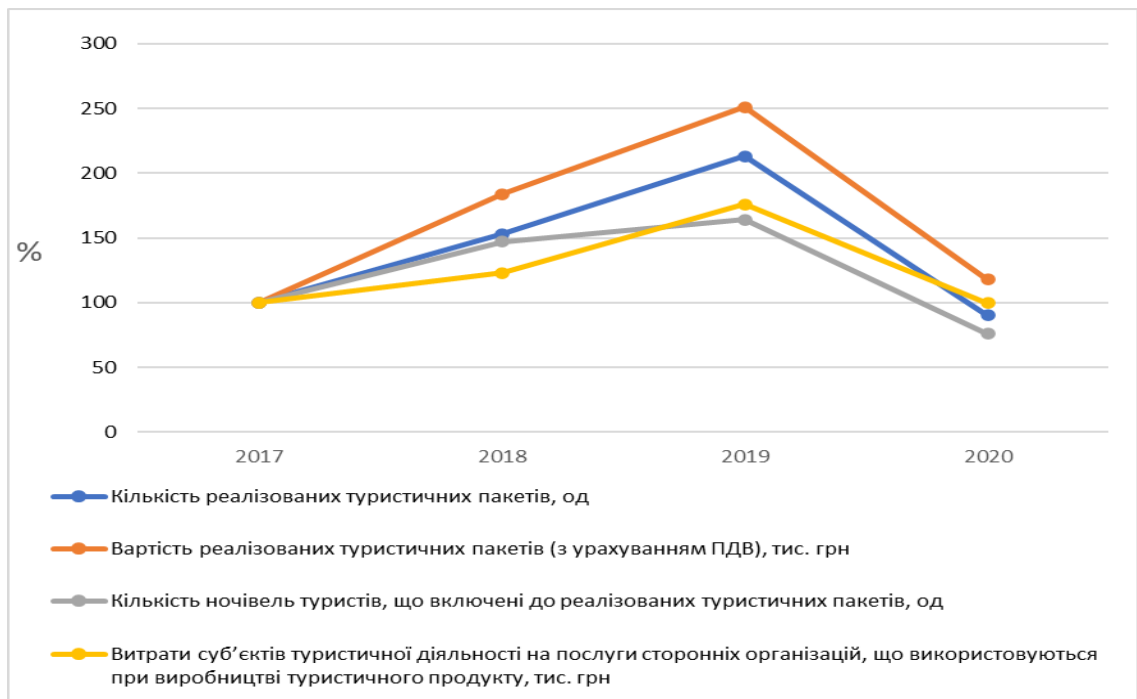


Рисунок 2.1 Кількість і вартість реалізованих туроператорами та турагентами України туристичних пакетів у 2017–2020 рр.

Кількість реалізованих туристичних пакетів зростала протягом аналізованого періоду темпи росту у 2018 році склав 153% в порівнянні з 2017 роком, у 2019 році темп росту склав 213% , у 2020 році показник зменшився на 10% у порівнянні з 2017 роком.

Така сама тенденція і спостерігалися по вартості реалізованих туристичних пакетів. У 2018 році показник зріс на 84% в порівнянні з 2017 роком, а максимального значення набув у 2019 році. У 2020 році вартість реалізованих туристичних пакетів склала 118% в порівнянні з 2017 роком. Кількість ночівель туристів, що включені до реалізованих туристичних пакетів зростала до 2019 року, і максимального значення набула у 2019 році, темп приросту склав 64%. Мінімальне значення було отримане у 2020 році, спад склав 24% в порівнянні з 2017 роком.

Витрати суб'єктів туристичної діяльності на послуги сторонніх організацій зростали так само до 2019 року. Мінімальне значення було в 2020 році 99% до 17-го року. Найбільша частка оплата стороннім організаціям це оплата за послуги з розміщення туристів (близько 80%) і приблизно 19% займає оплата за послуги пасажирського транспорту (повітряного, водного, наземного).

Наступним кроком аналізу туристичної діяльності здійснимо по показнику вартості туристичних пакетів туроператорами і турагентами у 2020 році за регіонами.

Таблиця 2.2 – Вартість туристичних пакетів, реалізованих туроператорами та турагентами у 2020 році за регіонами, тис.грн

	Вартість туристичних пакетів (з урахуванням ПДВ), усього	У тому числі туристичних пакетів, реалізованих				
		іншим туроператорам або турагентам для їх подальшої реалізації туристам	туристам, усього	з них		
				внутрішнім туристам для подорожі по Україні	виїзним туристам для подорожі за кордон	в'їзним (іноземним) туристам для подорожі по Україні
<b>Україна</b>	<b>27617877,3</b>	<b>5474342,8</b>	<b>22143534,5</b>	<b>817627,9</b>	<b>21254016,9</b>	<b>71889,7</b>
Вінницька	52536,8	–	52536,8	7710,3	44826,5	–
Волинська	34676,5	1248,3	33428,2	1046,7	32173,6	207,9
Дніпропетровська	344970,6	59,0	344911,6	19236,5	325675,1	–
Донецька	105291,1	–	105291,1	6851,3	98439,8	–
Житомирська	67425,7	55,0	67370,7	337,4	67033,3	–
Закарпатська	70859,9	–	70859,9	7006,9	63853,0	–
Запорізька	240077,1	12,9	240064,2	30108,8	209826,7	128,7
Івано-Франківська	262272,0	360,1	261911,9	206958,9	48715,0	6238,0
Київська	228751,0	34268,2	194482,8	3783,4	190061,2	638,2

Кіровоградська	32987,7	–	32987,7	50,6	32937,1	–
Луганська	6057,2	–	6057,2	18,0	6039,2	–
Львівська	486502,9	100406,5	386096,4	146492,1	236679,7	2924,6
Миколаївська	54945,4	–	54945,4	638,4	54307,0	–
Одеська	196519,6	26,4	196493,2	6396,0	189914,5	182,7
Полтавська	31809,7	–	31809,7	700,1	31109,6	–
Рівненська	63927,0	291,7	63635,3	9383,8	54249,5	2,0
Сумська	44850,3	–	44850,3	7386,5	37463,8	–
Тернопільська	23853,7	–	23853,7	240,9	23612,8	–
Харківська	243994,3	2848,4	241145,9	18536,6	222588,8	20,5
Херсонська	12643,7	–	12643,7	5483,2	7160,5	–
Хмельницька	52111,1	101,4	52009,7	264,6	51745,1	–
Черкаська	22551,5	–	22551,5	2158,4	20393,1	–
Чернівецька	52989,4	–	52989,4	1161,8	51827,6	–
Чернігівська	66871,6	–	66871,6	510,0	66361,6	–
м.Київ	24818401,5	5334664,9	19483736,6	335166,7	19087022,8	61547,1

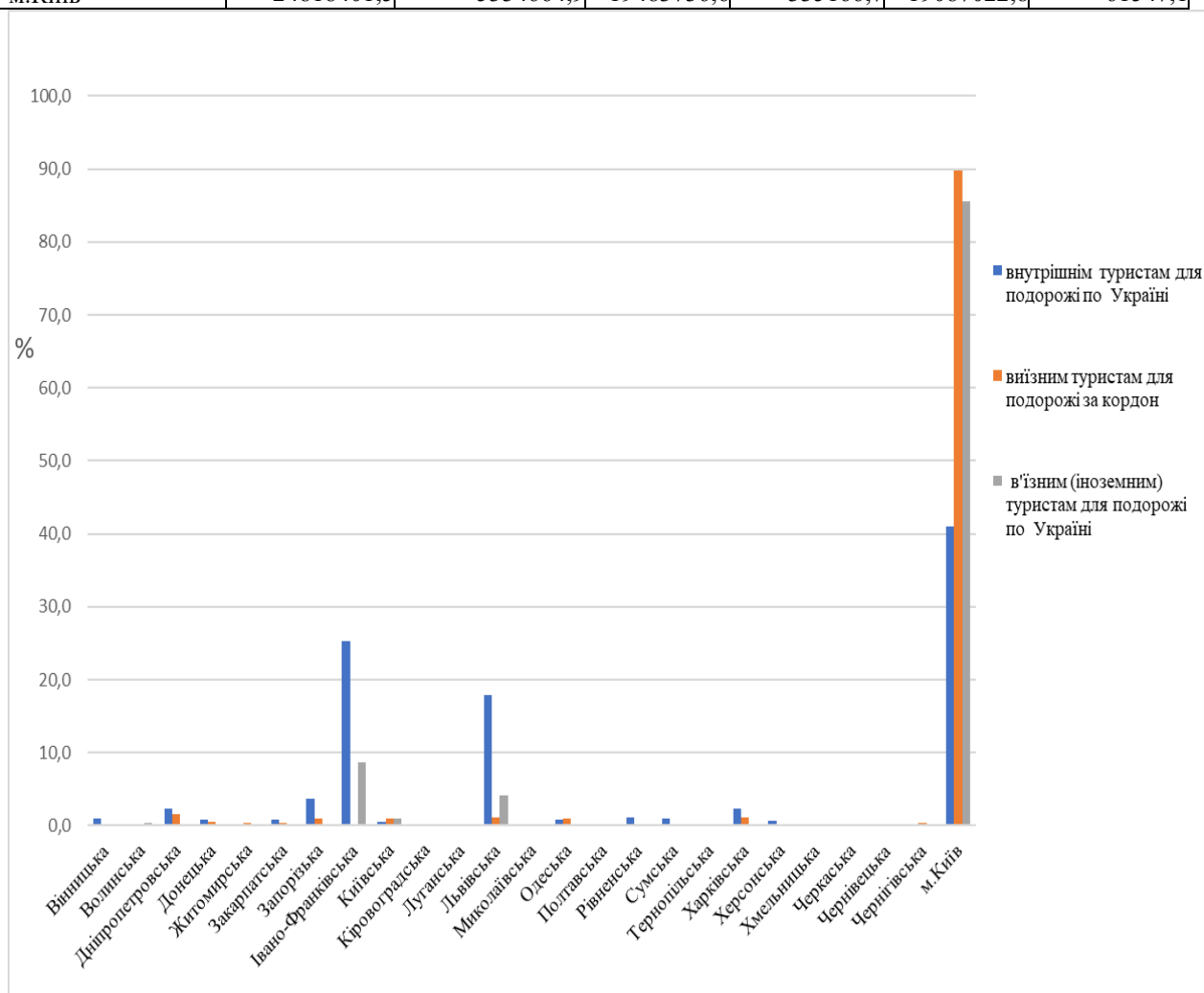


Рисунок 2.2 – Структура вартості туристичних пакетів, реалізованих туристам у 2020 році за регіонами,%

Загальна вартість туристичних пакетів по Україні склала 27617877тис.грн, туристам всього реалізовано 22143334,5тис.грн загалом.

Якщо подивитися в розрізі груп, то є група внутрішні туристи для подорожі по Україні, є виїзні туристи для подорожі за кордон і іноземні туристи для подорожі по Україні. Найбільша частка відповідно це є виїзні туристи для подорожі за кордон. Якщо подивитися в розрізі регіонів України, то внутрішнім туристам для подорожі Україною було реалізовано 40% - це місто Київ, на другому місці Івано-Франківська область і на 3-му Львівська. Виїзним туристам за кордон, аналогічно частка найбільша - це є 90% місто Київ, на всі ніші регіони припало решту 10%. І іноземним туристам для подорожі Україною, місто Київ – частка реалізованих пакетів 85,6%, 8% - це є Івано-Франківська область, близько 4% знов-таки Львівська область.

Тобто, не зважаючи на пандемію, спостерігаємо спад основних показників туристичної сфери, проте вдалось втриматись на плаву. І з осені 2020 року вдалось не швидкими темпами підвищити показники до рівня 2017 року. Серед реалізованих пакетів туристам, беззаперечно лідирує Київ, при чому в розрізі усіх груп туристів. На другому місці Івано-Франківська область і на третьому Львівська область.

## **2.2 Характеристика національних парків України**

Згідно з базовим Законом у сфері заповідної справи "Про природно-заповідний фонд України", природно-заповідний фонд становлять ділянки суші і водного простору, природні комплекси та об'єкти яких мають особливу природоохоронну, наукову, естетичну, рекреаційну та іншу цінність і виділені з метою збереження природної різноманітності ландшафтів, генофонду тваринного і рослинного світу, підтримання загального екологічного балансу та забезпечення фонового моніторингу навколишнього природного середовища, які охороняються як національне надбання. Цей фонд є складовою частиною світової системи природних територій та об'єктів, що перебувають під особливою охороною.

Ресурсна база об'єктів ПЗФ достатньо велика, як на місцевому рівні, так і на національному, що надає усі можливості для розвитку екологічного туризму в усіх регіонах України. Лідерами за кількістю природно-заповідних територій є Чернігівська область, що налічує 665 одиниць, Тернопільська обл. – 639 од., Черкаська обл. – 540 од., Хмельницька обл. – 522 од. та Закарпатська обл. – 468 од.

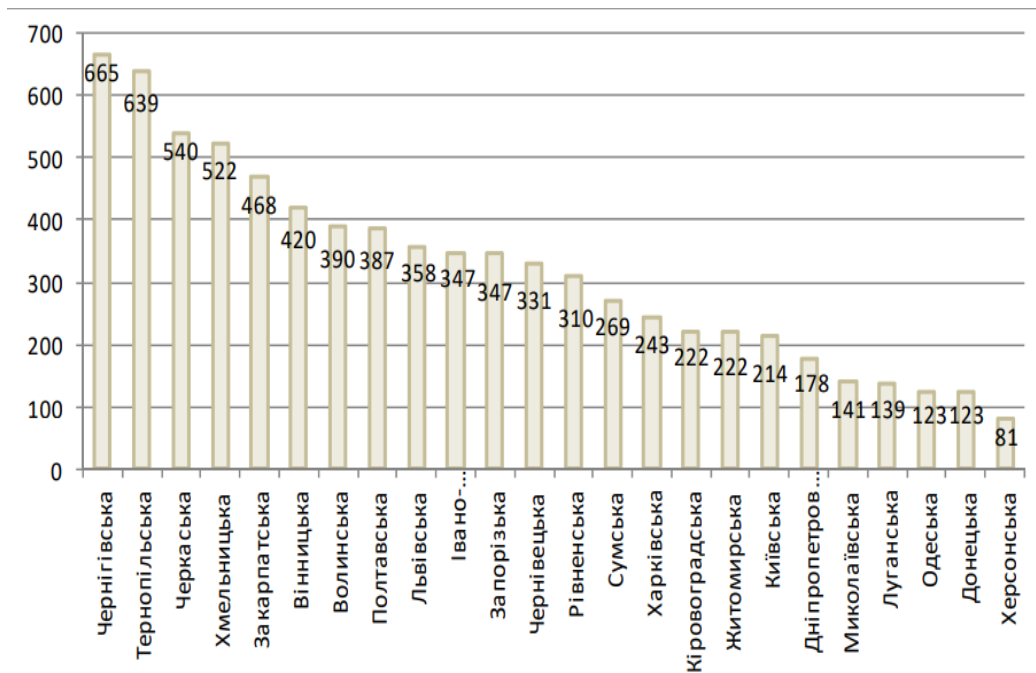


Рисунок 2.3 – Кількість природно-заповідних територій в кожній області України, 2020р.

На державний бюджет припадає від 64% до 82% всіх видатків зведеного бюджету України на охорону навколишнього природного середовища. Протягом 2011-2020 років структура видатків державного бюджету на охорону навколишнього природного середовища в Україні за функціональною класифікацією видатків змінювалася. Фінансування природно-заповідних фондів здійснюється в більшій мірі за рахунок Державного бюджету. Частка такого фінансування може сягати 80% . На рис 2.4 наведено структура видатків державного бюджету України на охорону навколишнього природного середовища за функціональною класифікацією видатків за період з 2011-2020 років. Фінансування заходів щодо охорони

навколишнього природного середовища за рахунок бюджетних коштів в Україні здійснюється в основному через Фонд охорони навколишнього природного середовища (Фонд), який створено на державному та місцевому рівнях у складі відповідних бюджетів. Фонд охорони навколишнього природного середовища формується за рахунок (1) частини коштів, що надійшли від сплати екологічного податку, (2) частини грошових стягнень за шкоду, заподіяну порушенням законодавства про охорону навколишнього природного середовища в результаті господарської та іншої діяльності; (3) цільових та інших добровільних внесків підприємств, установ, організацій та громадян. Основним джерелом формування Фонду охорони навколишнього природного середовища є надходження екологічного податку. Концепція екологічного податку передбачає, що його повинно бути джерелом фінансування природоохоронних заходів, його обсяги мають бути достатніми для компенсації шкоди, яку нанесли навколишньому природному середовищу «забруднювачі». Проте прямого зв'язку між фінансуванням природоохоронних заходів і надходженням екологічного податку до бюджету не спостерігається. Протягом усього періоду існування екологічного податку (з 2011 року), видатки зведеного бюджету на охорону навколишнього природного середовища перевищують обсяги надходжень екологічного податку. З 2014 року екологічний податок розподіляється між спеціальним та загальним фондами. Причому частка екологічного податку передана з спеціального фонду бюджету, з якого і здійснюються видатки на природоохоронні заходи, до загального фонду зросла до 46% [17]. Тобто значна частина надходжень екологічного податку не формує Фонд охорони навколишнього природного середовища.

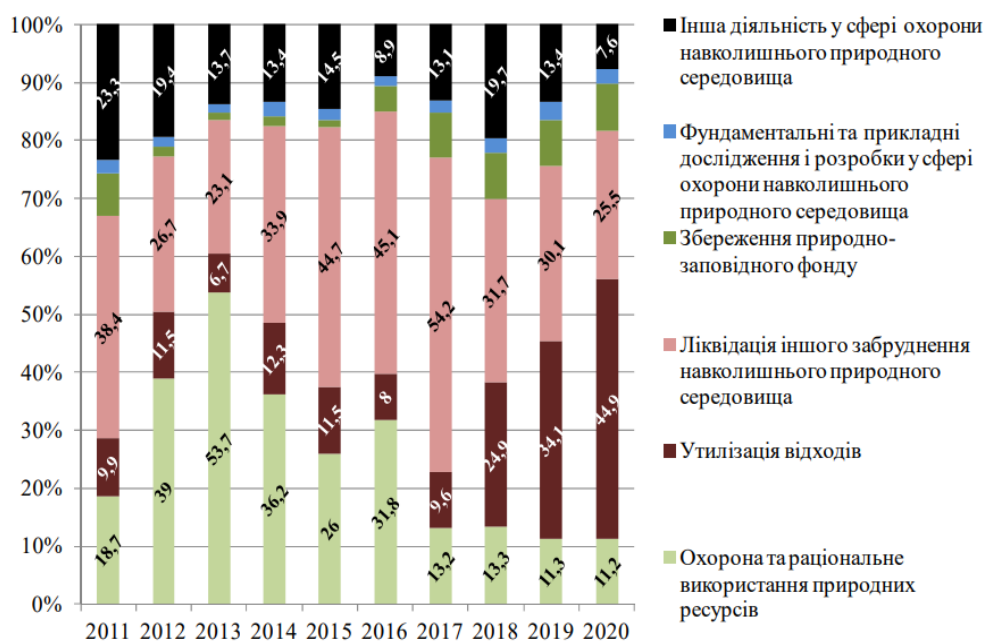


Рисунок 2.4 – Структура видатків державного бюджету України на охорону навколишнього природного середовища за функціональною класифікацією видатків

Як видно на рисунку, то приблизно тільки 10% припадає фінансування заходів зі збереження природно-заповідного фонду та на фундаментальні прикладні дослідження і розробки у сфері навколишнього природного середовища. Хоча, позитивним є те, що фінансування ПЗФ з 2017 року зберігається на рівні 7% і до 2020 року. До 2017 року ця частка була не вище 4 %.

Території та об'єкти природно-заповідного фонду України класифікуються за одинадцятьма категоріями:

- сім природного походження – природні заповідники, біосферні заповідники, національні природні парки, регіональні ландшафтні парки, заказники, пам'ятки природи і заповідні урочища
- та чотири рукотворні (штучного походження) – ботанічні сади, зоологічні парки, дендрологічні парки; і парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва.

Національним парком вважають природоохоронну територію, на якій діяльність людини обмежена для збереження природи. На відміну від заповідників, де людське втручання заборонене взагалі чи зведене до мінімуму, у національних парках дозволяється господарська діяльність, відпочинок, збирання грибів тощо.

На території області діють 5 природоохоронних територій загальнодержавного значення

- Карпатський національний природний парк
- Національний природний парк «Гуцульщина»
- Галицький національний природний парк
- Національний природний парк «Синьогора»
- Верховинський національний природний парк

В Україні перший національний парк – Карпатський – було засновано 3 червня 1980 року. Сьогодні 56 природоохоронні території мають цей статус. Найбільше НПП розташовано в Івано-Франківській і Херсонській областях (по 5), в Хмельницькій області – 2, в Волинській області – 3, а Дніпропетровська й Кіровоградська області не мають на своїй території жодного (таблиця 2.3).

Таблиця 2.3 – Кількість і площа національних парків в Україні і в окремих областях

Показник	2018		2019		2020		2021		2022	
	факт	%	факт	%	факт	%	факт	%	факт	%
<b>НПП України, одиниць</b>	49	100	52	100	53	100	53	100	56	100
НПП Волинська обл, одиниць	3	6,1	3	5,8	3	5,7	3	5,7	3	5,4
НПП Херсонській обл, одиниць	5	10,2	5	9,6	5	9,4	5	9,4	5	8,9
НПП Хмельницької обл, одиниць	2	4,1	2	3,8	2	3,8	2	3,8	2	3,6
НПП Івано-Франківської обл, одиниць	5	10,2	5	9,6	5	9,4	5	9,4	5	8,9
<b>Площа</b>	1311637,8	100	1378124	100	1387121	100	1388816,5	100	1431416,4	100

НПП України, га										
Площа НПП в Івано-Франківській обл, га	120339,7	9,2	120339,7	8,7	120339,7	8,7	122035,2	8,8	122035,2	8,53
Площа НПП в Волинській обл, га	121767,9	9,3	121767,9	8,8	121767,9	8,8	121767,8	8,8	121767,8	8,51
Площа НПП в Херсонській обл, га	150780,9	11,5	166692,8	12,1	166692,8	12,0	166692,8	12	166692,8	11,6
Площа НПП в Хмельницькій обл, га	270078,7	20,6	270078,7	19,6	270078,7	19,5	270078,7	19,4	270078,7	18,9

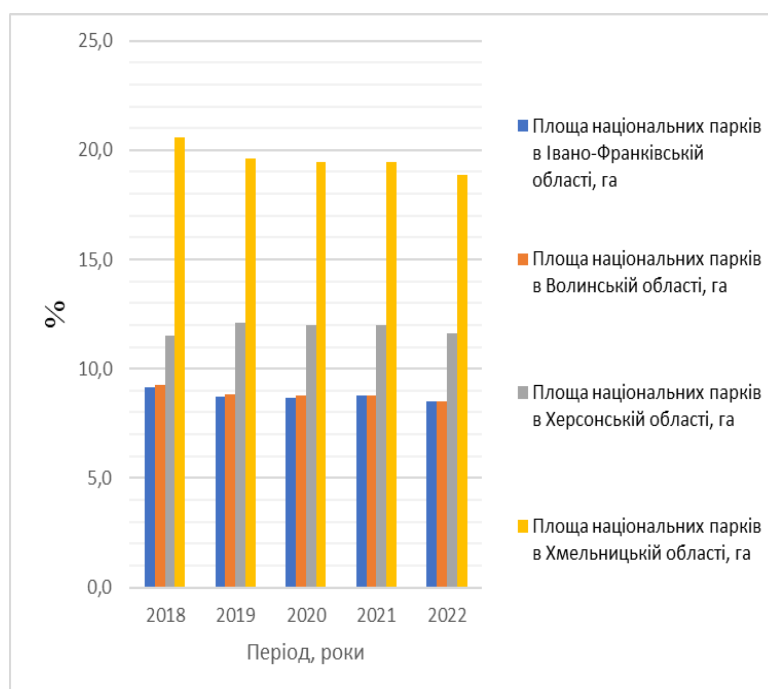


Рисунок 2.5 – Частка національних природних парків окремих областей за площею до загальної площі національних парків України

Природно-заповідний фонд Хмельницької області станом на 1 січня 2021 року налічував 536 об'єктів загальною площею 313084,3963 га. Відсоток заповідності складає 15,18%. Національні природні парки «Подільські Товтри» та «Мале Полісся» (площа – 270078,7 га). Природно-заповідний фонд Херсонської області станом на 1 січня 2021 року налічував 84 об'єкти загальною площею 319315,9841 га. Відсоток заповідності складає 11,22%. ПЗФ області представляють 5 національних природних парків (площа – 166692,7441 га). Природно-заповідний фонд Волинської області

нараховує 393 об'єкти природно-заповідного фонду загальнодержавного і місцевого значення загальною площею 220231,5 га, або 10,93% від площі області. ПЗФ області представляють зокрема 3 національні природні парки площею 121767,84 га. В Івано-Франківській області створено 560 об'єктів природно-заповідного фонду загальнодержавного і місцевого значення загальною площею 222382,5145 га, що становить 15,97% її території. ПЗФ області представляють зокрема 5 національних природних парки. В подальшому зосередимо нашу увагу на роботі Карпатського національного парку.

### **2.3 Загальна характеристика підприємства**

У 1980 році, згідно Постанови Ради Міністрів УРСР, у Івано-Франківській області створено Карпатський державний природний національний парк на площі 50,3 тисячі гектарів.

Загальна площа Карпатського НПП складає 50495 га. В тому числі землі лісового фонду постійного користування 38322 га та земель інших землекористувачів 12173 га, які входять до складу парку і на яких здійснюється традиційна господарська діяльність з додержанням загальних вимог щодо охорони навколишнього природного середовища.

В своїй діяльності парк керується Положенням про Карпатський національний природний парк, затвердженим Міністерством довкілля і природних ресурсів від 30.08.2024. Фінансування заходів пов'язаних із функціонуванням парку здійснюється відповідно до законодавства за рахунок коштів загального та спеціального фондів державного бюджету. Можуть залучатися кошти місцевих бюджетів, благодійних фондів, кошти підприємств, установ і інших джерел фінансування, які не заборонені законодавством. Кошти отримані в результаті надання платних послуг згідно з переліком затвердженим постановою Кабміну від 28.12.2000 року №1913 “Про затвердження переліку платних послуг, які можуть надаватися

бюджетними установами природно-заповідного фонду” є власними коштами парку і вилученню не підлягають.

До основних напрямів діяльності належить охорона природи, екоосвіта, науково-дослідна діяльність і рекреаційна.

Охорона і збереження природної екосистеми парку є одним з головних завдань. Цю функцію в національному парку виконує служба державної охорони, яка створена відповідно до Постанови Кабінету Міністрів України від 14.07.2000 р. №1127 «Про службу державної охорони природно-заповідного фонду України».

Служба державної охорони:

- забезпечує дотримання режиму охорони територій та об’єктів природно заповідного фонду України;
- попереджає та припиняє порушення природоохоронного законодавства.

Служба державної охорони організовує і забезпечує:

- охорону природних комплексів парку;
- порядок використання природних ресурсів;
- заходи щодо запобігання виникнення та поширення пожеж і інших надзвичайних ситуацій;
- реалізація заходів з профілактики та захисту природних комплексів від шкідників та хвороб;
- підтримання в належному стані межових та охоронних знаків, інформаційних аншлагів, кварталних та ділянкових стовпів, протипожежних та інших споруд;
- відтворення корінних насаджень шляхом створення лісових культур та природному поновленню;
- організацію та проведення рубок пов’язаних з веденням лісового господарства;
- охорону тваринного світу від порушників природоохоронного режиму;

- попередження пошкоджень лісових насаджень внаслідок незаконних рубок;
- контроль спеціального використання природних ресурсів на території природно-заповідного фонду.

Службу державної охорони КНПП очолює директор парку. До складу служби державної охорони Карпатського НПП входять: головний природоохоронець, начальник Відділу державної охорони та збереження природних екосистем (ВДОЗПЕ), заступник начальника ВДОЗПЕ, провідний інженер з охорони і захисту лісів, провідний інженер з охорони природи, провідний інженер-мисливознавець, провідний інженер з лісовідновлення, провідний інженер-лісопатолог, інженер-піролог, інженер з заповідних територій, начальники ПОНДВ, заступники начальників ПОНДВ, майстри з охорони природи, інспектори.

Напрямок екоосвіти покликаний сприяти розвитку природоохоронного та екологічного руху, для того щоб більше людей були свідомими у питаннях важливості збереження природи.

Відділ еколого-освітньої роботи:

- впроваджує інноваційні концепції в програми екологічного виховання навчальних та навчально-виховних закладів, поширює нові методики екологічного виховання, розробляє рекомендації з формування екологічної етики та естетики;
- підвищує рівень екологічної культури, екологічної інформованості населення, гостей оздоровчих закладів через засоби масової інформації, випуск друкованої поліграфічної продукції і дидактичних матеріалів;
- популяризує екологічні знання, сприяє екологічній просвіті та поліпшенню поінформованості громадськості щодо проблем навколишнього середовища та інших існуючих екологічних проблем;
- сприяє формуванню позитивної громадської думки зі збереження різноманіття в усіх видах суспільно-трудової діяльності на основі головних критеріїв екоосвіти: знання, переконання, поступки;

- сприяє в організації та проведенні лекцій, семінарів, круглих столів, консультацій, інших заходів з широкого кола питань екологічного спрямування;
- проводить екоосвітні заходи в екотуристичному візит-центрі парку;
- допомагає створювати інформаційні центри, екологічні школи, гуртки, клуби, товариства, табори тощо;

Відділ з еколого-освітньої роботи організовує та здійснює свою діяльність під керівництвом заступника директора з наукової роботи. В процесі роботи співпрацює з усіма відділами та виробничими підрозділами парку. Відділ належить до основних відділів парку.

Напрями науково-дослідницької діяльності визначаються у наукових програмах, темах і окремих планах.

Науковий відділ:

- інвентаризує флору, фауну, а також усі природні комплекси і окремі природні об'єкти на його території;
- виявляє природні комплекси, що найбільш характерні для парку, визначає еталонні геосистеми і вишукує їх аналоги на прилеглих територіях з метою організації спільних досліджень;
- вивчає міжсистемні зв'язки, структури і закономірності функціонування природних комплексів, діяльності окремих видів і груп організмів, впливу на них факторів навколишнього природного середовища;
- здійснює комплексні наукові дослідження з питань збереження унікальної та типової флори і фауни парку.

Науковий відділ організовує та здійснює свою діяльність під безпосереднім керівництвом заступника директора з наукової роботи. Відділ належить до основних відділів парку і поділяється на чотири лабораторії – географічних досліджень, виміральної аналітичного контролю та моніторингу, лісівничо-ботанічної та зоологічної, які структурно сформовані у 2003 році.

Ведеться Літопис природи - це основна форма узагальнення результатів наукових досліджень та спостережень за станом і змінами природних комплексів на території парку. Згодом, матеріали Літопису природи використовуються для того, аби оцінити стан навколишнього природного середовища в регіоні, розробити заходи щодо його охорони, ефективно використати природні ресурси, забезпечити екологічну безпеку тощо.

Наукові підрозділи також ведуть первинний облік кадастрових відомостей на території Парку.

Координацію наукових досліджень на території парку здійснює Український науково-дослідний інститут гірського лісівництва ім. П.С. Пастернака разом з Міністерством екології та природних ресурсів України.

Згідно функціонального зонування на території Парку виділено такі зони:

- Заповідна зона - площа 11401,4 га (22,6%) - призначена для охорони та відновлення найбільш цінних природних комплексів, режим якої визначається відповідно до вимог, встановлених для природних заповідників;
- Зона регульованої рекреації - площа 25964,2 га (51,4%) - в її межах проводяться короткостроковий відпочинок та оздоровлення населення, огляд особливо мальовничих і пам'ятних місць; у цій зоні дозволяється влаштування та відповідне обладнання туристичних маршрутів і екологічних стежок; забороняється рубки лісу головного користування, промислове рибальство й мисливство, інша діяльність, яка може негативно вплинути на стан природних комплексів та об'єктів заповідної зони;
- Зона стаціонарної рекреації - площа 96,2 га (0,2%) - призначена для розміщення готелів, мотелів, кемпінгів, інших об'єктів обслуговування відвідувачів парку;
- Господарська зона – площа 13033,2 га (25,8%) - в її межах проводиться господарська діяльність, спрямована на виконання покладених на парк завдань, знаходяться населені пункти, об'єкти комунального призначення парку, а також землі інших землевласників та

землекористувачів, включені до складу парку, на яких господарська діяльність здійснюється з додержанням загальних вимог щодо охорони навколишнього природного середовища. На цих землях дозволяється будівництво житлових, культурно-побутових, виробничих, адміністративних, рекреаційних та інших об'єктів у відповідності з генеральними планами населених пунктів і проектів районного планування.

Розроблені є маршрути-стежки, об'єкти, які можна відвідати на платній основі, зокрема: "На гору Маковиця" - "На гору Говерла" - "На стежку Довбуша", "Урочище Вередівський - гора Хом'як", "На водоспад Дівочі сльози", "Урочище Женець - водоспад Гук", "Вольєрне господарство", "На гору Піп Іван".

#### **2.4 Аналіз показників фінансово-економічної діяльності Карпатського національного парку**

В підрозділі 1.3 ми навели систему показників для оцінки туризму, які поділяються на групи. За даними підприємства спочатку проведемо аналіз фінансово-економічних показників, що входили до групи II. Зокрема, обираємо дохід від реалізованої продукції і наданих послуг, їх собівартість, валовий прибуток і продуктивність праці. Для аналізу обираємо показники, які висвітлює компанія у звіті про фінансові результати.

У таблиці 2.3 наведено дані по Карпатському національному парку.

Також порахована динаміка цих показників у таблицях 2.4 з використанням методу рядів динаміки

Таблиця 2.3 - Фінансово-економічні показники Національного природного парку

Показники	Роки				
	2018	2019	2020	2021	2022
Доходи від реалізованих послуг, продукції, грн	5799094	5662345	4551798	6003809	5558400
Собівартість реалізованої продукції, послуг, грн	5740212	5609112	4515785	5930033	5508110
Валовий прибуток, грн	58882	53233	36013	73776	50290
Продуктивність праці персоналу, грн/ос	18122	17694	14224	18761	17370
Фондовіддача, грн/грн	1,04	1,16	0,97	1,22	1,15

Таблиця 2.4 – Динаміка фінансово-економічних показників Національного природного парку

Показники	Роки	Факт. знач.	Абсолютні прирости		Темпи росту, %		Темпи приросту, %	
			Ланц.	Базис.	Ланц.	Базис.	Ланц.	Базис.
Дохід від реалізованої продукції, послуг, грн	2018	5799094				100		
	2019	5662345	-136749	-	97,64	97,64	-2,36	-2,36
	2020	4551798	-1110547	1247296	80,39	78,49	-19,61	-21,51
	2021	6003809	452011	204715	131,90	103,53	31,90	3,53
	2022	5558400	-445409	-	92,58	95,85	-7,42	-4,15
Собівартість реалізованої, продукції, послуг, грн	2018	5740212				100		
	2019	5609112	-131100	-	97,72	97,72	-2,28	-2,28
	2020	4515785	-1093327	-1224427	80,51	78,67	-19,49	-21,33
	2021	5930033	414248	189821	131,32	103,31	31,32	3,31
	2022	5508110	-421923	-	92,88	95,96	-7,12	-4,04
Валовий прибуток, грн	2018	58882				100		
	2019	53233	-5649,0	-5649,0	90,41	90,41	-9,59	-9,59
	2020	36013	-17220	-22869	67,65	61,16	-32,35	-38,84
	2021	73776	37763,0	14894	204,86	125,29	104,86	25,29
	2022	50290	-23486,0	-8592,0	68,17	85,41	-31,83	-14,59
Продуктивність праці персоналу, грн/ос	2018	18122				100		
	2019	17694	-428,0	-428,0	97,64	97,64	-2,36	-2,36
	2020	14224	-3470,0	-3898,0	80,39	78,49	-19,61	-21,51
	2021	18761	4537,0	639,0	131,90	103,53	31,90	3,53
	2022	17370	-1391,0	-752,0	92,59	95,85	-7,41	-4,15
Фондовіддача, грн/грн	2018	1,04				100,00		
	2019	1,16	0,1	0,1	111,54	111,54	11,54	11,54
	2020	0,97	-0,2	-0,1	83,62	93,27	-16,38	-6,73
	2021	1,22	0,3	0,2	125,77	117,31	25,77	17,31
	2022	1,15	-0,1	0,1	94,26	110,58	-5,74	10,58

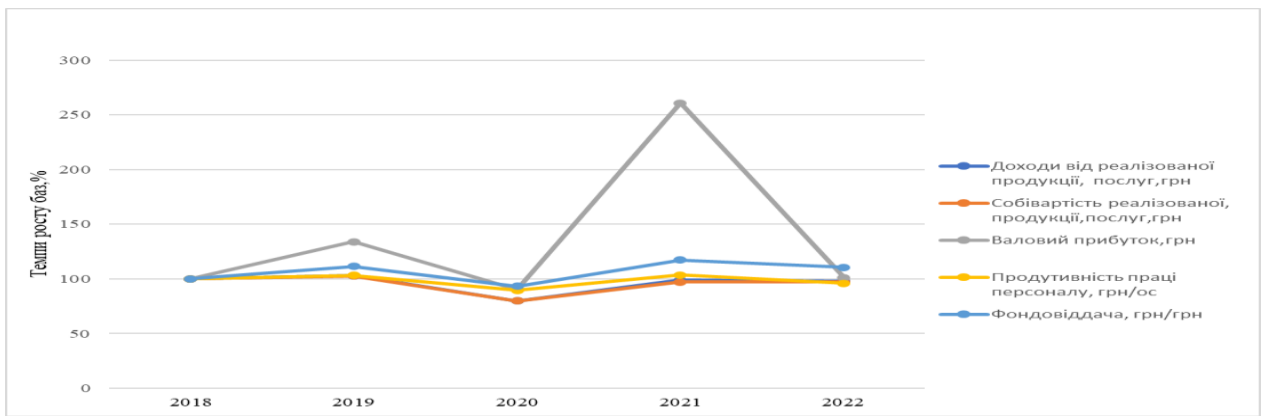


Рисунок 2.6 – Динаміка фінансово-економічних показників Національного природного парку

Перший аналізований показник це дохід від реалізованої продукції, послуг. У 2019 році показник зріс на 2,3% в порівнянні з 2018 роком, у 2020 році зниження було значнішим і склало 21,5% порівняння з 2018 роком. У 2021 році вдалось перевищити значення доходу 2018 року на 204 715 грн. У 2022 році зниження склало 4,15% в порівнянні з 2018 роком. Мінімальне значення було у 20-му році у зв'язку з карантинними обмеженнями внаслідок пандемії і туристичний потік був значно менше ніж попередні періоди. Так само зниження доходу у 2022 року, оскільки сезон кінець зими і початок весни був зірваний через вторгнення росії. Загалом дохід від реалізованої продукції послуг - це в основному дохід від квитків, які оплачуються туристами, що хочуть піти обраною стежкою, яких налічується близько 10, а також це вхідні квитки у Вольєрне господарство. Крім того, дохід є від лісової продукції, реалізації вовни, м'яса, сувенірної продукції.

Показник собівартості знижувався до 2020 приблизно такими ж темпами як дохід від реалізованої продукції. Мінімальне значення було у 2020 році 4515500 грн, що на 21% менше ніж у 2018 році. У 2021 році собівартість зросла на 189821 гривень і у 2022 році знизилася на 4% порівняно з 2018 роком. Собівартість продукції, послуг включала витрати по обробці деревини. Підприємство залучає підприємців, які мають спеціальну техніку для обробки деревини для приведення її у відповідний вигляд до

реалізації. Також сюди входять витрати на благоустрій території, облаштування відпочинкових зон, на паливо.

Валовий прибуток знижувався до 2020 року і склав 36100 грн, що на 38,8% менше ніж у 2018 році. У 2021 році вдалося збільшити величину валового прибутку до 73760 гривень, що зумовлено збільшенням кількості туристів і відповідно доходу від реалізованої продукції після періоду пандемії. У 2022 році знизився на 14 % в порівнянні з 2018 роком. Зниження пов'язане з зменшенням доходу від наданих послуг, оскільки внаслідок війни потік туристів на початку 2022 року був меншим ніж зазвичай в зимовий період.

Продуктивність праці на підприємстві приблизно мало тенденцію так як попередні показники. Показник був найменшим у 2020 році і склав 14 224 грн на особу. У 2021 році показник збільшився на 3,5% і склало 18 761 грн, в 2022 році зниження склало 4% в порівнянні з 2018 роком. До причин зниження продуктивності може впливати відсутність стимулюючих програм, низька оплата, відсутність можливостей для професійного росту, нестабільність в управлінні, відсутність чітких стратегій розвитку та планування можуть спричинити неефективність. Ситуації, такі як пандемія вплинули на робочий режим та здоров'я працівників, призводячи до падіння продуктивності. А також деякі види робіт і послуг у національних парках можуть бути сезонними, а погодні умови могли вплинути на продуктивність.

Фондовіддача зросла у 2019 році в порівнянні з 2018 роком, у 2020 році – була найменшою і склала 0,97 грн/грн, у 2021 році була найбільшою, зросла на 17% в порівнянні з 2018 роком. У 2022 році показник дещо знизився і склав 1,15, що на 5 % менше ніж у 2021 році. Причинами таких коливань є зміна обсягів наданих послуг і продукції, а також збільшувалась середньорічна вартість основних засобів, бо було придбано комп'ютерну техніку для науково дослідного відділу, а також оновлено транспортний парк підприємства, для того щоб бути більш мобільними.

Ще одним показником, який дозволяє оцінити ефективність здійснення туристичної діяльності є показник покриття витрат. Виходячи з наших даних, показник був більший 1 протягом аналізованого періоду (таблиця 2.5). Цей коефіцієнт вказує на те, скільки грошей витрачено на туристичну діяльність можна покрити за рахунок доходів від цієї діяльності. Якщо коефіцієнт більше 1, то доходи покривають витрати, що вказує на прибутковість. Якщо менше 1, то витрати перевищують доходи, що може вказувати на фінансові труднощі.

Таблиця 2.5 – Розрахунок коефіцієнта покриття туристичних послуг

Показники	Роки				
	2018	2019	2020	2021	2022
Чистий дохід від реалізації туристичних послуг, тис.грн	4639275,2	4529876	3641438,4	4803047,2	4446720
Собівартість туристичних послуг, тис.грн	4305159	4206834	3386839	4556325	4231083
Коефіцієнт покриття	1,07760833	1,076789814	1,0751732	1,0541494	1,050965

Проаналізована ситуація підприємства, вказує про доцільність спрогнозувати коефіцієнт покриття, для того щоб бачити тенденцію його зміни. До 2022 року коефіцієнт був більшим 1, проте це перевищення є дуже не високим, тому необхідно бачити як може мінятись цей показник і сприяти його підвищенню. Користуючись даними розрахованого коефіцієнта, що наведені у табл. 2.6 спрогнозуємо показники на 2023 рік Результат відобразимо на рисунку 2.7

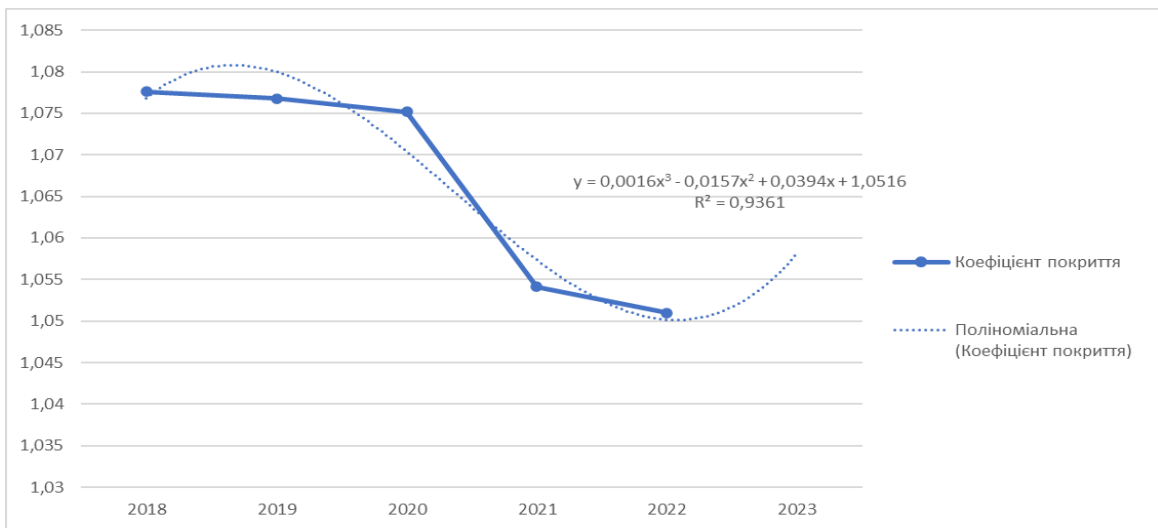


Рисунок 2.7 – Прогнозування показника коефіцієнта покриття

Як видно, з рис. 2.7 показник має тенденцію до збільшення, проте не досягне рівня 2018 за прогностичними даними. На основі отриманих рівнянь наведених на рис. 2.7 визначимо прогностичне значення показника у 2023 році. Отже, коефіцієнт покриття у 2023 році становитиме:

$$y = 0,0016x^3 - 0,0157x^2 + 0,0394x + 1,0516$$

$$K_{\text{пок}_{2023}} = 0,0016 * 216 - 0,0157 * 36 + 0,0394 * 6 + 1,0516 = 1,0684$$

Незначне зростання коефіцієнт покриття у 2023 році говорить про необхідність стимулювання підвищення рівня туристичної діяльності, щоб підвищити зацікавленість у туристів до об'єкта дослідження.

## 2.5 SWOT аналіз роботи національних парків

SWOT -аналіз показує взаємозв'язки сформульованих факторів через матрицю SWOT та дозволяє визначити, як саме виявлені комбінації цих факторів впливають на вибір тої чи іншої стратегії, які “точки зростання” формують ті чи інші “кластери” комбінацій факторів SWOT, які конкурентні переваги території та зовнішні виклики мають стратегічне значення для парку. Саме ці взаємозв'язки дозволяють сформулювати порівняльні переваги, виклики і ризики, які є основою для стратегічного вибору —

формулювання стратегічних та операційних цілей розвитку на довгострокову перспективу. Суцільна лінія символізує сильний взаємозв'язок, пунктирна — слабкий (рис. 1–3).

Таблиця 2.6 Можливі сильні сторони національних природних парків

Чинник	Сильні сторони
1. Географічне положення	Прикордонне положення; розмаїття ландшафтів; близькість до транспортних коридорів, великих населених пунктів
2. Населення, ринок праці	Активність і підприємливість населення; велика чисельність кваліфікованих людей (наука і технологія, мистецтво)
3. Просторова організація	Наявність ділянок, доступних для зелених інвестицій у господарській зоні парку; великі територіальні ресурси у власності адміністрації парку
4. Екологія	Кількість об'єктів ПЗФ на території парку та їх цінність; природні резервати; унікальність ландшафтів
5. Житлова сфера	Різноманітна, естетично приваблива та інфраструктурно облаштована житлова забудова; порівняно висока житлова забезпеченість
6. Інженерна інфраструктура	Забезпеченість водою, електроенергією; модернізація і розширення телекомунікацій; наявність нових очисних споруд
7. Соціальна інфраструктура	Культурно-архітектурна спадщина (пам'ятки архітектури, релігії, музеї); багате культурне життя; розвинена система медичних закладів
8. Економіка	Центр економічного життя, пов'язаного з географічним положенням; потенціал наукоємного інвестиційно-спроможного виробництва

Таблиця 2.7 Можливі слабкі сторони національних природних парків

Чинник	Слабкі сторони
1. Географічне положення	Природна обмеженість території; периферійне положення в країні; віддаленість від магістральних доріг
2. Населення, ринок праці	Високий рівень безробіття, висока частка непрацевдатних, висока частка погано адаптованих прошарків населення
3. Просторова організація	Обмеженість територіальних ресурсів НПП
4. Екологія	Забруднене навколишнє середовище, промислові відходи, акустичний дискомфорт
5. Житлова сфера	Дефіцит житлових помешкань, поганий технічний стан будинків, особливо комунальних
6. Інженерна інфраструктура	Поганий стан вулиць, доріг між населеними пунктами, включаючи під'їзні шляхи, застаріла система збору й переробки відходів, неефективна система опалення, низький рівень розвитку телекомунікацій, погане функціонування зв'язку, висока аварійність на комунальних інженерних комунікаціях
7. Соціальна інфраструктура	Поганий стан матеріальних ресурсів охорони здоров'я, соціального забезпечення, дитячих ясел і садків, шкіл, мистецтва й культури, спорту й дозвілля; низький рівень соціальної безпеки, відсутність коштів на соціальний розвиток
8. Економіка	Відсутнє готельне господарство, слабка система побутового обслуговування, недостатня матеріальна база рекреацій, традиційні низькоконкурентоздатні галузі промисловості

Таблиця 2.8 Можливості для розвитку НПП

Чинник	Можливості
1 Демографічні процеси	Покращення показників природного відтворення населення
2 Економіка	Економічне піднесення в регіоні, країні й у світі; стабілізація ринкових механізмів трансформації власності; зміцнення фондового ринку капіталу
3 Комунікації і туризм	Будівництво міжнародних транспортних коридорів, телекомунікацій, національної мережі швидкісного транспорту; розвиток місцевого й міжнародного туризму
4 Регіональні та міжнародні контакти	Співробітництво з іншими містами; розширення міжнародних контактів; регіональне співробітництво
5. Місцеве самоврядування	Зростання самостійності місцевого рівня; децентралізація і розвиток місцевого самоврядування

Таблиця 2.9 Можливі загрози в роботі НПП

Чинник	Загрози
1. Демографічні процеси	Старіння громади і, як наслідок, збільшення фінансового навантаження на працюючих
2. Економіка	Конкуренція з боку інших вітчизняних і іноземних економічних центрів
3. Комунікації і туризм	Зростання транспортних потоків; загроза навколишньому середовищу; конкуренція з іншими парками як усередині країни, так і за її межами
4. Регіональні та міжнародні контакти	Конкуренція з боку більш сильних партнерів
5. Місцеве самоврядування	Обмеження самоврядування національною політикою (у т.ч. бюджетною)

Таблиця 2.10 – SWOT аналіз

Сильні сторони	Слабкі сторони
<p>1. Велика площа НПП;</p> <p>2. Високий ступінь збереженості багатьох природних комплексів та їхніх окремих елементів;</p> <p>3. Значна кількість раритетних видів флори і фауни.</p> <p>4. НПП включає існуючі природно-заповідні об'єкти</p> <p>5. Наявність у межах парку та прилеглих до нього територіях добре збережених історико-архітектурних пам'яток.</p> <p>6. Високий рекреаційний потенціал території</p>	<p>1. Незаконні полювання на землях НПП;</p> <p>2. Недостатня кількість фахових спеціалістів.</p> <p>3. Недостатня забезпеченість спецтехнікою для охорони та гасіння лісових пожеж.</p> <p>4. Порушення заповідного режиму внаслідок незаконних лісозаготівель.</p> <p>5. Низький рівень екологічної свідомості місцевого населення</p>
Можливості	Загрози
<p>1. Зацікавленість діяльністю НПП науково-дослідними організаціями: ЗВО, галузевими та академічними НДІ.</p> <p>2. Участь парку в міжнародних наукових проектах.</p> <p>3. Зацікавленість місцевої влади, інших</p>	<p>1. Недосконалість природоохоронного законодавства.</p> <p>2. Недостатність фінансування НПП.</p> <p>3. Потенційно висока ймовірність знищення екосистем унаслідок пожеж.</p> <p>4. Трансформація ландшафтів під</p>

<p>організацій і установ у розвитку НПП. 4. Зростання популярності зеленого екологічного туризму. 5. Міжнародна співпраця парку із природоохоронними установами.</p>	<p>впливом антропогенних чинників та змін клімату. 5. Загострення військового конфлікту</p>
--	---

### Порівняльні переваги

- Завершення війни, розширення євроінтеграційних процесів і реформ в Україні сприятимуть участі парку в міжнародних наукових проєктах, оскільки окремі його ділянки належать до Смарагдової мережі.
- Зросте зацікавленість науково-дослідних організацій роботою Нобельського національного парку, з урахуванням високого ступеня збереження природних комплексів, раритетних видів флори та фауни.
- Серед населення України та Європи зростає популярність сільського, зеленого, туризму, чим може скористатися Карпатський НПП, який має високий рекреаційний потенціал.

### Виклики

- Недостатня сигналітика території, незабезпеченість спецтехнікою та фаховими спеціалістами в середньостроковій перспективі можуть бути частково усунуті завдяки зацікавленості місцевої влади до діяльності парку.
- Міжнародна співпраця парку може сприяти підвищенню матеріального забезпечення парку, покращенню кадрового забезпечення.
- Зацікавленість діяльністю Нобельського національного парку зі сторони науково-дослідницьких організацій буде сприяти підвищенню рівня екологічної свідомості місцевого населення, зменшенню полювань.

### Ризики

- Недостатнє фінансове забезпечення діяльності Карпатського парку і, як наслідок, відсутність спецтехніки посилять ймовірність лісових пожеж, порушення заповідного режиму.
- Трансформація ландшафтів під впливом антропогенних факторів і зміни клімату сприятиме зменшенню раритетних видів флори та фауни.

- Продовження війни негативно відобразиться на прикордонних територіях парку.

## **Висновки до розділу 2**

У другому розділі роботи спочатку проаналізовано туристичну діяльність України загалом. Особлива увага приділена змінам, які були внаслідок пандемії, яка призвела до підвищення кількості туристів, які подорожують всередині країни. Також проаналізовані кількісні і вартісні показники діяльності туроператорів і турагентів України протягом 2018-2020 років за тою інформацією, яка була доступна за даними Державної служби статистики. До 2019 року показники всі зростали, а саме кількість реалізованих туристичних пакетів, вартість реалізованих туристичних пакетів, кількість ночівель туристів, які включені до реалізованих туристичних пакетів і витрати суб'єктів туристичної діяльності на послуги сторонніх організацій. Також проведено дослідження у розгляді регіонів України за 2020 рік, це дослідження мало на меті подивитись, яким туристам було реалізовано найбільше туристичних пакетів і у яких регіонах лідером за всіма трьома категоріями виступає місто Київ проте на другому місці ЕМРТУ виступає івано-франківська область як і за реалізованих туристичних пакетів внутрішнім туристам виїзним туристам і в'їзним туристам. Також наступним було проаналізовано природно-заповідний фонд України, зокрема зосереджено увагу на природних парках, наведено кількість природно-заповідних територій в кожній області, наведена структура видатків державного бюджету у фінансуванні збереження природно-заповідного фонду. Хочеться відмітити, що частка фінансування роботи національних парків і природно-заповідного фонду приблизно 80% належить державному бюджету, також може йти фінансування роботи за рахунок місцевого бюджету і за рахунок спеціальних фондів.

Проаналізовано кількість і площу національних парків в Україні в окремих областях, де знаходиться найбільша кількість парків і де площа є

найбільшою в Івано-Франківській області, знаходиться 560 об'єктів природно-заповідного фонду, як і державного так і місцевого значення, що становить 15,97% території області. Природно-заповідний фонд області представляють п'ять національних природних парків.

В наступному підрозділі охарактеризовано роботу і основні види діяльності, саме Карпатського національного парку. Щодо основних напрямів діяльності належить охорона природи, екоосвіта, науково-дослідна діяльність, і рекреаційна діяльність. Щодо показників, які будуть характеризувати саме туристичну діяльність Карпатського національного парку обрано показники доходи від реалізованих послуг, собівартість цих послуг, валовий прибуток продуктивність праці та фондівіддачу. Показники відповідно до рівня 2018 року змінювалися, але не критично. Навіть в період пандемії вдалося втриматись на плаву, хоча доходи від реалізованих послуг зменшилися більше ніж на 20%.

Особлива увага зосереджена на показнику коефіцієнт покриття туристичних послуг, оскільки в чистому доході приблизно 80% це є дохід якраз від надання туристичних послуг, так як ми казали це оплата квитків і в собівартості реалізованої продукції послуг приблизно 60% - це є витрати пов'язані саме з туристичною діяльністю. Проаналізувавши коефіцієнт покриття бачимо, що тенденція йде до зменшення. Хоча коефіцієнт покриття більшої одиниці, що є позитивним проте як бачимо, спрогнозувавши показник що у 2023 році він зросте порівняно з 2022 роком проте не зможе досягнути рівня 2018 року, тому є необхідність переглянути яким чином можна збільшити обсяги реалізованих туристичних послуг у діяльності парку також проведено SWOT аналіз проаналізовано

Проведення SWOT-аналізу роботи НПП при розробленні його проєкту організації із залученням стейкхолдерів надасть можливість краще оцінити можливості парку. SWOT-аналіз допомагає визначити взаємозв'язок факторів при розробленні стратегічних цілей розвитку парку. Розроблений SWOT аналіз допоможе Каопатського національному природному парку

сформувати стратегічні та операційні цілі розвитку на довгострокову перспективу.

## **РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

### **3.1 Інформаційні технології для розвитку туристичної діяльності**

Використання інформаційних технологій є ключовим елементом в сучасній туристичній діяльності. Це охоплює використання різних інструментів і систем, таких як веб-сайти, онлайн-бронювання, мобільні додатки, соціальні медіа, геолокаційні послуги та інше. Інформаційні технології допомагають покращити доступність та зручність для туристів, забезпечити швидке та ефективне бронювання послуг, надати корисну інформацію про місцеві пам'ятки, події та інші туристичні можливості.[30]

Використання інформаційних технологій в туристичній діяльності є дуже важливим і має значний потенціал для поліпшення ефективності та конкурентоспроможності туристичних підприємств. Інформаційні технології надають можливості для автоматизації багатьох процесів, полегшення комунікації з клієнтами, просування продуктів і послуг та забезпечення зручності та персоналізації для туристів.

Одним з основних переваг використання інформаційних технологій є можливість залучати та зберігати великий обсяг інформації про туристичні продукти, послуги, клієнтів та ринок. Це дозволяє збирати та аналізувати дані про поведінку туристів, їхні вподобання та потреби, що може бути використано для покращення стратегій маркетингу та розвитку продуктів.[16]

Також, інформаційні технології допомагають у поліпшенні комунікації з клієнтами. За допомогою веб-сайтів, соціальних медіа, електронної пошти та інших каналів, туристичні підприємства можуть ефективно спілкуватись зі своїми клієнтами, надавати інформацію про свої послуги, відповідати на запитання та забезпечувати підтримку.[28]

Крім того, інформаційні технології дозволяють забезпечити зручність та персоналізацію для туристів. Онлайн-бронювання готелів, авіаквитків та

інших послуг дозволяють туристам зручно та швидко планувати свою подорож. Технології штучного інтелекту та аналізу даних можуть допомогти в рекомендаціях туристичних маршрутів та послуг, враховуючи індивідуальні вподобання туристів.

Загалом, використання інформаційних технологій в туристичній діяльності є ефективним і має потенціал покращити якість обслуговування, збільшити конкурентоспроможність туристичних підприємств та покращити задоволення туристів.

Інформаційні технології широко використовуються в туристичній діяльності для поліпшення процесів, комунікації та задоволення потреб клієнтів. Ось декілька прикладів застосування ІТ в туризмі:

- Онлайн-бронювання. Веб-платформи та мобільні додатки дозволяють туристам бронювати готелі, авіаквитки, тури та інші послуги в режимі реального часу. Прикладами є популярні онлайн-тревел-агентства та майданчики для бронювання, такі як Booking.com, Expedia та Airbnb.

- Електронний квиток та мобільний чек-ін. Туристи можуть отримати електронні квитки на авіаперельоти, автобуси, відвідування атракцій та інші подорожні послуги. Мобільні додатки дозволяють зберігати квитки в електронному вигляді та здійснювати чек-ін без необхідності друкувати фізичний квиток.

- Віртуальна реальність (VR) та доповнена реальність (AR). Туристичні компанії використовують VR та AR для створення іммерсивних вражень та віртуального огляду місць, атракцій та готелів. Такі технології дозволяють туристам зазирнути в світ подорожей ще до фактичного відвідування.

- Штучний інтелект (AI) і машинне навчання. AI використовується для аналізу даних, прогнозування туристичних потреб і пропозицій, автоматизації процесів бронювання та обробки запитів, а також для створення персоналізованих рекомендацій та індивідуального обслуговування.

- Мобільні додатки туристичного супроводу. Існує багато мобільних додатків, які надають туристам інформацію про визначні місця, маршрути, рекомендації щодо ресторанів та магазинів, а також допомагають навігуватися під час подорожі. Прикладами є додатки TripAdvisor, Google Maps та Airbnb Experiences.

- Аналіз даних та персоналізовані рекомендації. Туристичні компанії використовують аналітичні інструменти для обробки великих обсягів даних про туристичні пристрасті, попередні відвідування та переваги. З цими даними вони можуть створювати персоналізовані рекомендації та пропозиції, які відповідають індивідуальним потребам туристів.

- Інтернет речей (IoT). IoT може забезпечити зв'язок між різними пристроями та системами, що використовуються в туристичній галузі. Наприклад, "розумні" готелі можуть мати датчики, які контролюють енергоефективність та безпеку, а також надають гостям зручність управління номером через мобільні додатки.

- Блокчейн. Блокчейн може бути використаний для забезпечення безпеки та надійності транзакцій, збереження туристичної інформації, такої як бронювання та відгуки, а також для покращення системи ідентифікації та контролю.

Це лише кілька прикладів застосування ІТ в туристичній галузі, але ця сфера продовжує розвиватися, впроваджуючи нові технології та інновації для поліпшення досвіду подорожей.[29]

### **3.2 Розвиток туристичних маршрутів як напрям екотуризму**

Розробка нових цікавих маршрутів, може стати перспективним напрямом, що буд стимулювати туристів приїхати до парку. Як тих що вже були, так і нових. При розробці маршрутів враховувати смаки туристів. Наприклад, одні маршрути можуть бути як для піших прогулянок з дітьми і

по дорозі будуть розміщені об'єкти, які можуть зацікавити дітей (наприклад, невеликі мотузкові парки, дитячі майданчики). Інший маршрут може бути більш екстремального характеру, наприклад, сходження на гору чи гори і бути різний за тривалістю. Якщо маршрут передбачає ночівлю, то облаштувати невелике наметове містечко з необхідним для ночівлі інвентарем. Окремо розглянемо можливість будівництва або прокладання веломаршрутів.

Маршрути можуть включати і бути унікальними у спостереженні наприклад:

### 1.1. Різноманітності Природних Пейзажів

1.1.1. Гірські Вершини та Панорами: Пропонування маршрутів, які дозволяють туристам насолоджуватися найкращими видами на гірські вершини та панорами, що розкривають велич і красу Карпат.

1.1.2. Доступності до річок та водоспадів: Включення в маршрути мальовничих річок, водоспадів та водойм, де туристи можуть не лише освіжитися, але і насолоджуватися унікальністю природних ландшафтів.

### 1.2. Екологічна Чистота та Спостереження за Тваринами

1.2.1. Екологічно Чисті Зони: Створення маршрутів, що проходять через екологічно чисті території, де туристи можуть насолоджуватися природними багатствами без впливу на довкілля.

1.2.2. Спостереження за Тваринами: Розробка маршрутів, що надають можливість туристам спостерігати за місцевими видами тварин, розвиваючи екотуризм та відповідальне спілкування з природою.

### 1.3. Культурно-Історичні Об'єкти та Традиції

1.3.1. Замки та Музеї: Введення в маршрути замків, історичних місць та музеїв, щоб туристи мали можливість дізнатися про культурну спадщину регіону.

1.3.2. Фольклор та Традиції: Включення у програму маршрутів подій, які дозволяють туристам поглибити своє розуміння та взаємодію з традиціями та фольклором місцевого населення.

#### 1.4. Активні Види Відпочинку та Розваги

1.4.1. Туристичні Майданчики: Створення спеціальних майданчиків для активних видів відпочинку, таких як велосипедні та піший туризм, що робить маршрути доступними для різних груп туристів.

1.4.2. Екстримальні Види Спорту: Залучення туристів, які цінують екстримальні види відпочинку, шляхом створення маршрутів для альпінізму, сплавів на байдарках, для велосипедів тощо.

Територією лісових насаджень можна прокласти веломаршрути. Також розробляються міжнародні велосипедні маршрути, перебуваючи на яких туристи зможуть побачити цікаві природні та історико-культурні об'єкти. Отже, потрібно і надалі збільшувати кількість різноманітних екотуристичних маршрутів, широко репрезентуючи їх у різноманітних інтернет-джерелах. Такий підхід дасть змогу збільшити потік туристів, що приносить користь місцевим органам влади, державним агентствам, підприємцям у сфері туризму, туристичним інформаційним центрам, туристам і, насамперед, резидентам цільових регіонів, сприятиме формуванню у туристів позитивного іміджу регіону, забезпечуватиме надходження до місцевих бюджетів за рахунок отримання додаткових прибутків від проведення екологічних екскурсій, відвідання об'єктів природного та історико-культурного значення

Привабливість та унікальність туристичних маршрутів в Карпатському національному природному парку визначається різноманітністю природних ландшафтів, екологічною чистотою, культурно-історичним спадком та можливістю активного відпочинку. Оптимізація цих факторів сприятиме підвищенню привабливості регіону серед туристів.

Економічна Ефективність Туристичних Маршрутів в Карпатському національному природному парку

#### Туристичний Прибуток та Зростання Господарської Активності

1.1. Туристичний Прибуток: Створення привабливих та різноманітних туристичних маршрутів сприяє збільшенню туристичного потоку, що в свою

чергу призводить до зростання туристичного прибутку для місцевих підприємств та послуг.

1.2. Розвиток Малого Бізнесу: Запуск та розвиток малих туристичних підприємств, таких як магазини, ресторани, готелі та гідські послуги, сприяє розквіту місцевого бізнесу та забезпеченню нових робочих місць.

#### Інвестиції та Збереження Природи

2.1. Інвестиції у Інфраструктуру: Збільшення туристичного потоку може привести до інвестицій у розвиток та покращення туристичної інфраструктури, такої як шляхи, паркові зони, інформаційні таблички тощо.

2.2. Фінансування Заходів Збереження: Частина туристичного прибутку може бути використана для фінансування проєкцій та заходів з охорони природи та реставрації екосистем.

#### Розвиток Локальної Економіки та Співпраця з Спільнотою

3.1. Підтримка Місцевих Виробників: Розвиток туризму може сприяти співпраці з місцевими виробниками та ремісниками, що підсилює локальну економіку.

3.2. Ефект Множникової Дії: Збільшення туристичного руху може викликати ефект множникової дії, що розширюється на інші галузі економіки, такі як торгівля, транспорт, освіта тощо.

#### Стимулювання Інвестицій в Інфраструктуру Туризму

4.1. Залучення Приватних Інвесторів: Привабливі маршрути можуть викликати інтерес приватних інвесторів, що буде сприяти розвитку туристичної інфраструктури.

4.2. Створення Інвестиційних Програм: Розробка та просування інвестиційних програм спрямованих на розвиток туризму для покращення якості та привабливості маршрутів.

Туристичні маршрути в Карпатському національному природному парку можуть стати економічно ефективними через збільшення туристичного прибутку, інвестицій у розвиток, співпрацю з місцевим бізнесом та заходи зі збереження природи.

Для ефективного розвитку екотуризму Карпатському НПП потрібне залучення державних і недержавних джерел фінансування, що дасть змогу створити сприятливі умови для відпочинку та формування вагомого туристичного іміджу регіону. Для охорони рідкісних ендемічних видів, що мають виняткове значення для збереження біорізноманіття, доцільно збільшити площу заповідної зони Карпатського НПП. У післявоєнний період територія Карпатського НПП матиме виняткове значення для розвитку екотуризму, забезпечить активний відпочинок туристів, пізнання ними пам'яток природи, а також сприятиме покращенню фінансової ситуації для сільських громад, що розташовані на території Парку.

### **Висновки до розділу 3**

У третьому розділі роботи акцент зроблено на двох важливих перспективних напрямках розвитку національного природного парку. Перший напрямок стосується використання інформаційних технологій для розвитку туристичної діяльності національного парку для того, щоб забезпечити зручність для туристів обирати і оплачувати послугу, яку вони збираються отримувати в національному парку. Зокрема це стосується можливості бронювання онлайн якогось маршруту, щоб можна було підготувати провідника і зібрати групу, другий - це є електронний квиток та мобільний чек ін, для того щоб не стояти в черзі і без необхідності друкувати фізичний квиток. Також в перспективі розглядається розробка віртуальних маршрутів, віртуальних турів по території парку, які також можуть бути доступними для туристів. Це можуть бути як і короткі ролики для того, щоб зацікавити туриста, щоб він приїхав подивитися особисто, а також повноцінні тури, які за оплату можна буде спостерігати не виходячи з дому. Також в перспективі очікується розробка мобільних додатків, які дозволять так само отримувати інформацію про місцезнаходження, про флору і фауну тої чи іншої території, історичну довідку, можливо навіть легенду. Ця інформація може бути доступною на різних мовах у випадку якщо турист обирає йти самостійно без користування послугами гіда.

Щодо наступного напрямку це є тенденція, яка сьогодні у Європі привілює над всіма іншими видами туризму - це розвиток екотуризму, тобто бути максимально близьким до природи і щоб це було достатньо зручно. Тобто це є розробка нових маршрутів як піших, так і велосипедних. Вони можуть бути різними, для різної вікової категорії і для різних цілей. Звичайно це буде і стимулювати інвестиції в інфраструктуру, це буде стимулювати туристів приїжджати на відпочинок, і якщо це будуть нові об'єкти то відповідно навіть ті що були уже приїдуть вдруге для того щоб відвідати і маршрути

## ВИСНОВОК

У першому розділі роботи наведено теоретичні основи туристичної діяльності, зокрема нами спочатку наведено визначення, що таке туристична діяльність, турист, туризм, а також наведена класифікація видів туризму. Серед яких виділяють два основних рекреаційний та діловий. Науковці багато приділяли увагу класифікації туризму за різними ознаками. В роботі ми навели узагальнене бачення класифікації видів туризму за різними класифікаційними ознаками. Наприклад за вектором направленості, за тривалістю, за метою, за способом організації, за кількістю учасників, за віковою ознакою та інше.

Дано визначення основним видам туризму, зокрема нас буде цікавити далі саме екотуризм (екологічний туризм), який орієнтований на відвідування природних заповідників, національних парків та інших екологічно важливих місць з метою ознайомлення з біорізноманіттям, збереженням природи та сталого розвитку, оскільки базою нашого дослідження виступає Карпатський національний природний парк.

Наведено основні характеристики туристичної діяльності, які включають подорожі, тимчасовість відпочинок та рекреацію, культурний обмін, економічний вплив екологічний вплив, соціальні наслідки. Також нами наведено фактори формування туристичного ринку і згідно з класифікацією Всесвітньої туристичної організації фактори, що впливають на формування туристичного ринку поділено на сім великих груп. Також подано рівні впливу факторів формування туристичного ринку, зокрема за двома складовими – це є зовнішні фактори та внутрішні фактори.

Існує багато підходів до класифікації факторів формування туристичного ринку, але важливо розуміти чи це позитивний фактор чи негативний.

Окремо розглянуто питання функціонування ринку з врахуванням сезонності, оскільки сезонність - це є закономірність внутрішньорічної

динаміки того чи іншого явища, яке проявляється у внутрішньорічних підвищеннях або зниження рівнів того чи іншого показника років. Сезонність характеризується ознаками, які описані у роботі.

Наведено цікаву інформацію про функціонування національних парків у США. Про те, як вони фінансуються, як співпрацюють з приватними компаніями, який вони мають величезний вклад поглинаючи неймовірну кількість CO<sub>2</sub>.

В останньому підрозділі роботи наведено система показників для оцінки туризму. Показники поділяються на кілька груп в першій групі це показники, які загалом характеризують туристичні ресурси, друга група показників - це показники фінансово-економічної діяльності суб'єктів у туризмі, третя - це є показники моніторингу туристичного ринку, четверта група - це є показники ефективності туристичної діяльності, п'ята це показники впливу на національну економіку. Показники цих груп допомагають вести статистичний аналіз туристичної діяльності і забезпечують визначення економічної ролі туризму в житті країни регіон. У другому розділі роботи наша увага буде зосереджена на показниках саме другої групи, яка дозволить проаналізувати фінансово-економічну діяльність нашого Карпатського національного парку.

У другому розділі роботи спочатку проаналізовано туристичну діяльність України загалом. Особлива увага приділена змінам, які були внаслідок пандемії, яка призвела до підвищення кількості туристів, які подорожують всередині країни. Також проаналізовані кількісні і вартісні показники діяльності туроператорів і турагентів України протягом 2018-2020 років за тою інформацією, яка була доступна за даними Державної служби статистики. До 2019 року показники всі зростали, а саме кількість реалізованих туристичних пакетів, вартість реалізованих туристичних пакетів, кількість ночівель туристів, які включені до реалізованих туристичних пакетів і витрати суб'єктів туристичної діяльності на послуги сторонніх організацій. Також проведено дослідження у розгляді регіонів

України за 2020 рік, це дослідження мало на меті подивитись, яким туристам було реалізовано найбільше туристичних пакетів і у яких регіонах лідером за всіма трьома категоріями виступає місто Київ проте на другому місці ЕМРТУ виступає івано-франківська область як і за реалізованих туристичних пакетів внутрішнім туристам виїзним туристам і в'їзним туристам. Також наступним було проаналізовано природно-заповідний фонд України, зокрема зосереджено увагу на природних парках, наведено кількість природно-заповідних територій в кожній області, наведена структура видатків державного бюджету у фінансуванні збереження природно-заповідного фонду. Хочеться відмітити, що частка фінансування роботи національних парків і природно-заповідного фонду приблизно 80% належить державному бюджету, також може йти фінансування роботи за рахунок місцевого бюджету і за рахунок спеціальних фондів.

Проаналізовано кількість і площу національних парків в Україні в окремих областях, де знаходиться найбільша кількість парків і де площа є найбільшою в Івано-Франківській області, знаходиться 560 об'єктів природно-заповідного фонду, як і державного так і місцевого значення, що становить 15,97% території області. Природно-заповідний фонд області представляють п'ять національних природних парків.

В наступному підрозділі охарактеризовано роботу і основні види діяльності, саме Карпатського національного парку. Щодо основних напрямів діяльності належить охорона природи, екоосвіта, науково-дослідна діяльність, і рекреаційна діяльність. Щодо показників, які будуть характеризувати саме туристичну діяльність Карпатського національного парку обрано показники доходи від реалізованих послуг, собівартість цих послуг, валовий прибуток продуктивність праці та фондівіддачу. Показники відповідно до рівня 2018 року змінювалися, але не критично. Навіть в період пандемії вдалося втриматись на плаву, хоча доходи від реалізованих послуг зменшилися більше ніж на 20%.

Особлива увага зосереджена на показнику коефіцієнт покриття туристичних послуг, оскільки в чистому доході приблизно 80% це є дохід якраз від надання туристичних послуг, так як ми казали це оплата квитків і в собівартості реалізованої продукції послуг приблизно 60% - це є витрати пов'язані саме з туристичною діяльністю. Проаналізувавши коефіцієнт покриття бачимо, що тенденція йде до зменшення. Хоча коефіцієнт покриття більшої одиниці, що є позитивним проте як бачимо, спрогнозувавши показник що у 2023 році він зросте порівняно з 2022 роком проте не зможе досягнути рівня 2018 року, тому є необхідність переглянути яким чином можна збільшити обсяги реалізованих туристичних послуг у діяльності парку також проведено SWOT аналіз проаналізовано

Проведення SWOT-аналізу роботи НПП при розробленні його проєкту організації із залученням стейкхолдерів надасть можливість краще оцінити можливості парку. SWOT-аналіз допомагає визначити взаємозв'язок факторів при розробленні стратегічних цілей розвитку парку. Розроблений SWOT аналіз допоможе Каопатському національному природному парку сформуванню стратегічних та операційних цілей розвитку на довгострокову перспективу.

У третьому розділі роботи акцент зроблено на двох важливих перспективних напрямках розвитку національного природного парку. Перший напрямок стосується використання інформаційних технологій для розвитку туристичної діяльності національного парку для того, щоб забезпечити зручність для туристів обирати і оплачувати послугу, яку вони збираються отримувати в національному парку. Зокрема це стосується можливості бронювання онлайн якогось маршруту, щоб можна було підготувати провідника і зібрати групу, другий - це є електронний квиток та мобільний чек ін, для того щоб не стояти в черзі і без необхідності друкувати фізичний квиток. Також в перспективі розглядається розробка віртуальних маршрутів, віртуальних турів по території парку, які також можуть бути доступними для туристів. Це можуть бути як і короткі ролики для того, щоб зацікавити

туриста, щоб він приїхав подивитися особисто, а також повноцінні тури, які за оплату можна буде спостерігати не виходячи з дому. Також в перспективі очікується розробка мобільних додатків, які дозволять так само отримувати інформацію про місцезнаходження, про флору і фауну тої чи іншої території, історичну довідку, можливо навіть легенду. Ця інформація може бути доступною на різних мовах у випадку якщо турист обирає йти самостійно без користування послугами гίδα.

Щодо наступного напрямку це є тенденція, яка сьогодні у Європі привілює над всіма іншими видами туризму - це розвиток екотуризму, тобто бути максимально близьким до природи і щоб це було достатньо зручно. Тобто це є розробка нових маршрутів як піших, так і велосипедних. Вони можуть бути різними, для різної вікової категорії і для різних цілей. Звичайно це буде і стимулювати інвестиції в інфраструктуру, це буде стимулювати туристів приїжджати на відпочинок, і якщо це будуть нові об'єкти то відповідно навіть ті що були уже приїдуть вдруге для того щоб відвідати і маршрути.

## ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ НА ДЖЕРЕЛА

1. Алієва-Барановська В. М. Міжнародний туризм : навч. посібник-довідник / В. М. Алієва-Барановська, І. І. Дахно. – Київ : Центр учбової літератури, 2013. – 344 с.
2. Апопій В. В. Основи підприємництва : навч. посібник / В. В. Апопій, Н. О. Шутовська, С. А. Серєда. – Київ : Ліра-К, 2014. – 324 с.
3. Артамонова Н. С. Управління витратами : навч. посібник / Н. С. Артамонова. – Київ : Центр навчальної літератури, 2018. – 116 с.
4. Артус М. М. Формування механізму ціноутворення в умовах ринкової економіки : монографія / М. М. Артус. – Тернопіль : Економічна думка, 2002. – 354 с. 154
5. Бойчик І. М. Економіка підприємства : підручник / І. М. Бойчик. – Київ : Кондор. Видавництво, 2016. – 378 с.
6. Газуда М.В., Дяченко І.Б. Регіональний менеджмент збереження і відтворення природно-заповідних територій: монографія. Ужгород: Видавництво ФОП Бреза А.Е., 2014. 248 с.
7. Галаченко О.О. Регіональна політика розвитку санаторно-курортних послуг: досвід та практика. Економічний розвиток держави та її соціальна стабільність: матеріали міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (Полтава, 11 трав. 2017 р.). Ч. 1. Полтава, 2017. С. 71–73.
8. Гальчинський А. С. Основи економічних знань : навч. посібник / А. С. Гальчинський, П. С. Єщенко, Ю. І. Палкін. – Київ : Вища школа, 1998. – 544 с.
9. Гаркуша Н. М. Аналіз господарської діяльності методичні вказівки у схемах, формулах та таблицях. – Харків: ТОВ «Видавництво «Форт», 2018. – 109 с.
10. Герасимчук З. В. Регіональна політика розвитку рекреаційної сфери: механізми формування та реалізації : монографія / З. В. Герасимчук, М. Глядіна. – Луцьк : Надстир'я, 2006. – 161 с.

11. Гетьман О. О. Економіка підприємства : навч. посібник / О. О. Гетьман, О. О. Шаповал. – 2-ге вид. – Київ : Центр учбової літератури, 2010. – 488 с.
12. Голод А. Безпека регіональних туристичних систем: теорія, методологія та проблеми гарантування : монографія / А. Голод. – Львів : ЛДУФК, 2017. – 340 с.
13. Городня Т. А. Економіка туризму: теорія і практика : навч. посібник / Т. А. Городня, А. Ф. Щербак. – Київ : Кондор, 2012. – 436 с.
14. Державна податкова служба України. URL: <https://tax.gov.ua> 8. Радченко О. П., Горбаченко С. А. Стратегія розвитку туристичної галузі України в умовах невизначеності. Економіка та суспільство. Туризм. 2021. Вип. 24. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/204>
15. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
16. Дідківська Л. І. Державне регулювання економіки : навч. посібник / Л. І. Дідківська. – Київ: Патерик, 2014. – 119 с.
17. Дмитрієв І. А. Економіка підприємства : навч. посібник для практичних занять і самостійної роботи студентів вищих навчальних закладів / І. А. Дмитрієв, І. Ю. Шевченко. – Харків : ХНАДУ, 2018. – 292 с.
18. Дребот О.І. Система державного управління природно-заповідним фондом України та її регіонів. Регіональна економіка. 2011. № 4. С. 205–209.
19. Дядечко Л. П. Економіка туристичного бізнесу / Л. П. Дядечко. – Київ : Центр учбової літератури, 2007. – 224 с.
20. Економіка підприємства : навч. посібник / [Є. О. Мішенін, Є. О. Балацький, О. М. Дутченко, Г. М. Шамота, М. М. Гузь, О. О. Дутченко]. – Харків : Диса Плюс, 2015. – 336 с.
21. Економіка підприємства: підручник / За заг. та наук. ред. Г. О. Швиданенко ; М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київський нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана». – Київ : КНЕУ, 2009. – 598 с.

22. Жук П. Територіальний розвиток, природне довкілля, економіка: наукові розвідки: монографія. ДУ “Інститут регіональних досліджень імені М.І. Долішнього НАН України”, 2023 р. 257 с.

23. Кошелюк Т.В. Інституційна система управління національними природними парками в Україні. Актуальні проблеми вдосконалення чинного законодавства України. 2020. № 54. С. 74–89.

24. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 16.03.2017 № 168-р. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-p>

25. Третяк В.М., Юрченко А.Д., Лобунько Ю.В. Проблеми удосконалення інституціональної бази управління природно-заповідним фондом України. Землеустрій, кадастр і моніторинг земель. 2015. № 1. С. 65–73.

26. Шамара І. М., Азарова К. І. Сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку ринку туристичних послуг України. Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія : Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм. 2018. Вип. 8. С. 196–203. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKhMv\\_2018\\_8\\_25](http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKhMv_2018_8_25)

27. Шершун М.Х., Касюхнич В.Ю. Економічна складова розвитку лісової галузі в умовах воєнного стану. Збалансоване природокористування. 2023. № 1. С. 45–52.