

ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
 Факультет управління, адміністрування та туризму
 Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

Інноваційні підходи до формування туристично-рекреаційного продукту
 за матеріалами ЗС «Дім мандрівника»,
 с. Гораївка, Кам'янець-Подільський район

Рівень вищої освіти другий (магістерський)

Галузь знань 24 «Сфера обслуговування»

Спеціальність 242 «Туризм і рекреація»

Освітня програма «Туризм»

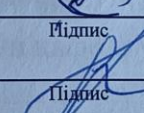
Шифр 24222

Виконав: студент 2 курсу
 група ТУРМ-24-1


 Підпис

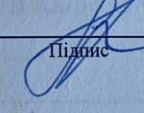
Олег ТАРЯНСЬКИЙ
 Ім'я, Прізвище

Керівник


 Підпис

Ігор ЖУРБА
 Ім'я, Прізвище

Нормоконтролер


 Підпис

Оксана ГРИНДІЙ
 Ім'я, Прізвище

До захисту допускаю:
 Зав. кафедри
 туризму та готельно-
 ресторанної справи


 Підпис

Ігор ЖУРБА
 Ініціали, прізвище

20 12 2025 р.

ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет управління, адміністрування та туризму
Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи
Рівень вищої освіти другий (магістерський)
Галузь знань 24 «Сфера обслуговування»
Спеціальність 242 «Туризм і рекреація»
Освітня програма Туризм

ЗАТВЕРДЖУЮ

зав. кафедри туризму та
готельно-ресторанної справи

Ігор ЖУРБА

do 12 2024 р.

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

Гаряньського Олега Ігорьовича

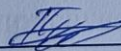
Прізвище, ім'я, по батькові студента

- Тема роботи Інноваційні підходи до формування туристично-рекреаційного продукту за матеріалами ЗС «Дім мандрівника», с. Гораївка, Кам'янець-Подільський район
керівник роботи Журба Ігор Євгенович
затверджена Наказом по університету від «25» серпня 2025 р. №65
 - Строк подання студентом роботи на кафедру 17-12 2025 р.
 - Вихідні дані до роботи: посібники, періодичні видання, статистичні звіти, Інтернет джерела
 - Зміст пояснювальної записки (перелік питань, що їх належить розробити)
У першому розділі розглянути теоретичні основи визначення сутності туристично-рекреаційного продукту, інноваційні підходи та зарубіжний та вітчизняний досвід впровадження. У другому розділі провести аналіз діяльності зеленою садибою «Дім Мандрівника», стратегічний та туристично-рекреаційного продукту. У третьому розділі представити розробку інноваційних туристично-рекреаційних програм і пакетів послуг, оцінити їх економічну та соціальну ефективність.
 - Перелік графічного матеріалу: обґрунтування поняття «туристично-рекреаційний продукт». Основні складові туристично-рекреаційного продукту. Класифікація інновацій у туризмі в контексті формування туристично-рекреаційного продукту. Вплив інновацій на розвиток сільського зеленого туризму в країнах Європи.
5. Дата видачі завдання 01 09 2025 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН ВИКОНАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

Назва етапу виконання КР	Термін виконання етапу роботи	Примітка
1. Вибір теми і складання бібліографії	01.09.2025	Виконано
2. Вивчення стану проблеми за темою «Інноваційні підходи до формування туристично-рекреаційного продукту за матеріалами ЗС «Дім мандрівника», висвітлення її в науковій літературі, нормативних документах, мережі Інтернет	15.09.2025	Виконано
3. Збір фактичного матеріалу	22.10.2025	Виконано
4. Уточнення мети, завдань і обґрунтування концепції роботи	06.10.2025	Виконано
5. Вибір методів аналізу матеріалів. Попереднє формулювання гіпотез, припущень тощо	13.10.2025	Виконано
6. Обробка зібраного матеріалу	27.10.2025	Виконано
7. Виявлення тенденцій, схем розвитку проблемної ситуації, прогнозування та формулювання підходів до розв'язання проблеми	10.11.2025	Виконано
8. Підготовка тексту Основної частини роботи. Формулювання висновків за розділами	24.11.2025	Виконано
9. Підготовка тексту виступу та загальних висновків, проходження попереднього захисту	01.12.2025	Виконано
10. Здача роботи на кафедрі	15.12.2025	Виконано

Студент-дипломник



Підпис,

Олег ТАРЯНСЬКИЙ

Ім'я, Прізвище

Керівник роботи



Підпис,

Ігор ЖУРБА

Ім'я, Прізвище

АНОТАЦІЯ

на кваліфікаційну роботу Тарянського Олега Ігорьовича

Тема роботи: Інноваційні підходи до формування туристично-рекреаційного продукту за матеріалами ЗС «Дім мандрівника», с. Гораївка, Кам'янець-Подільський район

Спеціальність 242 «Туризм і рекреація»

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

Науковий керівник, д-р.екон. наук, професор Ігор Журба

м. Хмельницький, 2025 р.

Кваліфікаційна робота виконана на 57 с., містить 14 таблиць, 6 рисунків, з перелік джерел посилань складається із 25 найменувань.

Актуальність роботи. Сучасний етап розвитку туристичної галузі характеризується зростанням ролі інновацій як ключового чинника підвищення конкурентоспроможності туристичних підприємств та забезпечення сталого розвитку територій. Особливої актуальності інноваційні підходи набувають у сфері сільського зеленого туризму, який поєднує економічні, соціальні, культурні та екологічні функції і водночас виступає ефективним інструментом розвитку сільських територій. В умовах трансформації туристичного попиту, орієнтації споживачів на індивідуалізований, досвідний та екологічно відповідальний відпочинок зростає значення формування конкурентоспроможного туристично-рекреаційного продукту, здатного забезпечити довгострокову стійкість суб'єктів туристичної діяльності.

Перший розділ роботи присвячений розгляду теоретичних основ визначення сутності туристично-рекреаційного продукту, інноваційні підходи та зарубіжний та вітчизняний досвід впровадження.

У другому розділі проаналізовано діяльності зеленою садибою «Дім Мандрівника», стратегічний та туристично-рекреаційного продукту.

У третьому розділі пропонується розробка інноваційних туристично-рекреаційних програм і пакетів послуг, оцінка їх економічної та соціальної ефективності.

Ключові слова: інновації, зелена садиба, туристично-рекреаційний продукт, туристичний ринок, туристична діяльність, розробка, ефективність.

ANNOTATION

for the qualification work Taryansky Oleg Igorevich

Topic of the work: Innovative approaches to the formation of a tourist and recreational product based on the materials of the "Traveler's House" educational institution, village of Gorayivka, Kamianets-Podilskyi district

Specialty 242 "Tourism and Recreation"

Department of Tourism and Hotel and Restaurant Business

Scientific supervisor, Doctor of Economics, Professor Igor Zhurba

Khmelnyskyi, 2025

The qualification work is 57 pages long, contains 14 tables, 8 figures, and the list of references consists of 25 items.

Relevance of the work. The current stage of development of the tourism industry is characterized by the growing role of innovation as a key factor in increasing the competitiveness of tourism enterprises and ensuring sustainable development of territories. Innovative approaches are particularly relevant in the field of rural green tourism, which combines economic, social, cultural and environmental functions and at the same time acts as an effective tool for the development of rural areas. In the context of the transformation of tourism demand, consumer orientation towards individualized, experiential and environmentally responsible recreation, the importance of forming a competitive tourism and recreational product that can ensure the long-term sustainability of tourism entities is increasing.

The first section of the work is devoted to the consideration of the theoretical foundations of defining the essence of a tourism and recreational product, innovative approaches and foreign and domestic experience of implementation.

The second section analyzes the activities of the green estate "Traveler's House", strategic and tourism and recreational product.

The third section proposes the development of innovative tourist and recreational programs and service packages, assessing their economic and social efficiency.

Keywords: innovation, green estate, tourist and recreational product, tourist market, tourist activity, development, efficiency.

ЗМІСТ

ВСТУП	7
1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОГО ПРОДУКТУ	10
1.1 Теоретичні основи визначення сутності туристично-рекреаційного продукту	10
1.2 Інноваційні підходи у формуванні туристично-рекреаційного продукту	15
1.3 Зарубіжний та вітчизняний досвід впровадження інновацій у сільському зеленому туризмі	18
2 АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОЇ ЗЕЛЕНОЇ САДИБИ «ДІМ МАНДРІВНИКА»	25
2.1 Загальна характеристика зеленої садиби «Дім мандрівника» та особливості її функціонування	25
2.2 Стратегічний аналіз розвитку діяльності сільської зеленої садиби «Дім мандрівника»	32
2.3 Аналіз туристично-рекреаційного продукту садиби «Дім мандрівника» та рівня його конкурентоспроможності	35
3 РОЗРОБКА ІННОВАЦІЙНИХ ПІДХОДІВ ДО ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОГО ПРОДУКТУ САДИБИ «ДІМ МАНДРІВНИКА»	40
3.1 Обґрунтування напрямів інноваційного розвитку туристично-рекреаційного продукту садиби	40
3.2 Розробка інноваційних туристично-рекреаційних програм і пакетів послуг	43
3.3 Оцінка економічної та соціально-культурної ефективності впровадження запропонованих інновацій	47
ВИСНОВКИ	52
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	54

ВСТУП

Сучасний етап розвитку туристичної галузі характеризується зростанням ролі інновацій як ключового чинника підвищення конкурентоспроможності туристичних підприємств та забезпечення сталого розвитку територій. Особливої актуальності інноваційні підходи набувають у сфері сільського зеленого туризму, який поєднує економічні, соціальні, культурні та екологічні функції і водночас виступає ефективним інструментом розвитку сільських територій. В умовах трансформації туристичного попиту, орієнтації споживачів на індивідуалізований, досвідний та екологічно відповідальний відпочинок зростає значення формування конкурентоспроможного туристично-рекреаційного продукту, здатного забезпечити довгострокову стійкість суб'єктів туристичної діяльності.

Актуальність теми дослідження зумовлена необхідністю наукового обґрунтування інноваційних підходів до формування туристично-рекреаційного продукту сільських зелених садиб, які функціонують в умовах обмежених ресурсів, сезонності попиту та зростаючої конкуренції. Особливо це стосується туристичних локацій із високим рекреаційним потенціалом, таких як Бакотський регіон, де розвиток сільського зеленого туризму потребує поєднання локальної автентичності з сучасними інноваційними форматами туристичного обслуговування.

Проблематика формування туристично-рекреаційного продукту та впровадження інновацій у туризмі широко висвітлена у працях вітчизняних і зарубіжних науковців. Значний внесок у дослідження теоретичних засад туристичного продукту, інноваційних процесів і сталого розвитку туризму зробили В. Кифяк, О. Любіцева, М. Мальська, Т. Ткаченко, Н. Фоменко, а також зарубіжні дослідники Р. Kotler, J. Bowen, J. Makens, B. Lane, E. Kastenholtz, D. Buhalis та інші. Водночас, попри значну кількість наукових публікацій, питання практичної адаптації інноваційних підходів до формування туристично-

рекреаційного продукту на рівні конкретних сільських зелених садиб потребують подальшого поглибленого дослідження.

Метою кваліфікаційної роботи є обґрунтування та розробка інноваційних підходів до формування туристично-рекреаційного продукту сільської зеленої садиби «Дім мандрівника» з урахуванням сучасних тенденцій розвитку туристичного ринку та принципів сталого розвитку.

Для досягнення поставленої мети в роботі передбачено розв'язання таких завдань:

- дослідити теоретичні підходи до визначення сутності та структури туристично-рекреаційного продукту;
- узагальнити інноваційні підходи у формуванні туристично-рекреаційного продукту;
- проаналізувати зарубіжний та вітчизняний досвід упровадження інновацій у сільському зеленому туризмі;
- здійснити аналіз діяльності та туристично-рекреаційного продукту сільської зеленої садиби «Дім мандрівника»;
- провести стратегічний аналіз розвитку діяльності садиби;
- обґрунтувати напрями інноваційного розвитку туристично-рекреаційного продукту;
- розробити інноваційні туристично-рекреаційні програми та пакети послуг;
- оцінити економічну та соціально-культурну ефективність упровадження запропонованих інновацій.

Об'єктом дослідження є процес формування туристично-рекреаційного продукту сільської зеленої садиби на основі інноваційних підходів.

Предметом дослідження є теоретичні та практичні рекомендації впровадження інноваційного туристично-рекреаційного продукту в діяльність зеленої садиби «Дім мандрівника».

У процесі дослідження використано такі методи: аналіз і синтез, системний і структурно-функціональний підхід, порівняльний аналіз, SWOT- та

PEST-аналіз, економіко-статистичні методи, табличні та графічні методи, прогнозування й узагальнення.

Практичне значення отриманих результатів полягає у можливості використання запропонованих інноваційних туристично-рекреаційних програм, підходів до формування продукту та оцінки їх ефективності в діяльності сільських зелених садиб, а також у навчальному процесі закладів вищої освіти туристичного профілю.

Структура роботи визначається метою та завданнями дослідження і складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел. У роботі наведено таблиці та рисунки, що ілюструють результати дослідження.

1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОГО ПРОДУКТУ

1.1 Теоретичні підходи до визначення сутності туристично-рекреаційного продукту

У сучасних умовах розвитку туристичного ринку категорія туристично-рекреаційного продукту посідає ключове місце в теорії та практиці туризму, оскільки саме вона відображає інтегрований результат взаємодії природних, соціально-економічних, культурних і організаційних чинників. Посилення конкуренції між туристичними дестинаціями, зростання ролі нематеріальних цінностей та орієнтація на індивідуалізовані потреби споживачів зумовлюють необхідність теоретичного переосмислення змісту та структури туристично-рекреаційного продукту.

У наукових дослідженнях останнього десятиліття туристично-рекреаційний продукт розглядається як комплекс матеріальних і нематеріальних елементів, що формуються в межах певної території та спрямовані на задоволення рекреаційних, пізнавальних, оздоровчих і культурних потреб туристів. Зокрема, В. Кифяк визначає туристичний продукт як поєднання послуг, ресурсів і вражень, що створюють цінність для споживача в процесі подорожі, наголошуючи на його комплексному та системному характері [4]. Подібної позиції дотримується і Н. Фоменко, яка підкреслює територіальну зумовленість туристично-рекреаційного продукту та його залежність від рекреаційного потенціалу регіону [14].

Таблиця 1.1 - Підходи до визначення поняття «туристично-рекреаційний продукт» у наукових дослідженнях

Автор, рік	Визначення туристично-рекреаційного продукту	Акцент підходу
Кифяк В. Ф., [4]	Туристично-рекреаційний продукт – це комплекс туристичних послуг, ресурсів і умов, що формуються на певній території та спрямовані на задоволення рекреаційних і пізнавальних потреб туристів.	Комплексність, територіальна зумовленість
Любіцева О. О., [5]	Туристично-рекреаційний продукт є сукупністю матеріальних і нематеріальних елементів туристичної діяльності, які формують цілісний туристичний досвід і споживчу цінність для туриста.	Досвід, споживча цінність
Фоменко Н. В., [14]	Туристично-рекреаційний продукт визначається як результат використання рекреаційного потенціалу території з метою організації відпочинку, оздоровлення та відновлення працездатності людини.	Ресурсний, оздоровчий аспект
Мальська М. П., Худо В. В., [8]	Туристично-рекреаційний продукт – це економічна категорія, що відображає взаємодію туристичних послуг, інфраструктури та управлінських рішень у межах туристичного ринку.	Економічний, ринковий підхід
Ткаченко Т. І., [12]	Туристично-рекреаційний продукт розглядається як інструмент сталого розвитку територій, що поєднує рекреаційні ресурси, культурну спадщину та соціальну відповідальність.	Сталий розвиток
Kotler P., Bowen J., Makens J., [19]	A tourism product is a combination of tangible and intangible elements, including services, experiences and emotions consumed before, during and after travel.	Маркетинговий, емоційний
Lane B., Kastenholtz E., [20]	Rural tourism products integrate local resources, culture and lifestyle into a holistic recreational experience for visitors.	Локальність, автентичність

У працях сучасних українських дослідників туристично-рекреаційний продукт дедалі частіше ототожнюється не лише з набором туристичних послуг, а й з емоційно-ціннісним досвідом, який отримує турист. Так, О. Любіцева акцентує увагу на тому, що туристично-рекреаційний продукт включає не тільки транспортні, розміщувальні та екскурсійні послуги, але й атмосферу гостинності, локальну культуру, автентичність середовища та рівень сервісу, що в сукупності формують унікальні враження від подорожі [5].

Зарубіжні дослідження також підтримують розширене трактування туристично-рекреаційного продукту. Зокрема, у працях Р. Kotler, J. Bowen та J. Makens туристичний продукт визначається як «сукупність фізичних об'єктів,

послуг, подій, інформації та досвіду, які турист споживає до, під час і після подорожі» [19]. У межах такого підходу туристично-рекреаційний продукт розглядається як динамічна категорія, що змінюється відповідно до очікувань і поведінки споживачів.

Важливим аспектом теоретичного осмислення є відмежування понять «туристична послуга», «туристичний пакет» і «туристично-рекреаційний продукт». Туристична послуга трактується як окремий елемент діяльності (проживання, харчування, екскурсійне обслуговування), тоді як туристичний пакет є стандартизованою комбінацією таких послуг. Натомість туристично-рекреаційний продукт має ширший зміст, оскільки охоплює природні ресурси, інфраструктуру, культурну спадщину, інноваційні формати відпочинку та нематеріальні складові споживчої цінності [5].

У контексті розвитку сільського зеленого туризму туристично-рекреаційний продукт набуває особливих рис. Як зазначає Т. Ткаченко, для таких форм туризму характерною є інтеграція рекреаційних ресурсів із традиційним укладом сільського життя, локальною гастрономією, етнокультурними практиками та екологічною орієнтацією, що суттєво розширює зміст туристично-рекреаційного продукту [12]. Таким чином, продукт сільської зеленої садиби формується не лише як набір послуг, а як цілісний туристичний досвід.

З економічної точки зору туристично-рекреаційний продукт являє собою сукупність туристичних послуг і благ, що мають споживчу вартість і реалізуються на туристичному ринку з метою отримання економічного ефекту. Він виступає об'єктом купівлі-продажу, формує доходи суб'єктів туристичної діяльності, створює робочі місця та стимулює розвиток суміжних галузей економіки. Як зазначає М. П. Мальська, туристично-рекреаційний продукт є основним носієм економічних відносин у туризмі, оскільки саме через нього реалізуються фінансові потоки, інвестиції та податкові надходження [8].

Водночас туристично-рекреаційний продукт має виразну соціокультурну сутність, оскільки процес його споживання пов'язаний із пізнанням культури,

традицій, способу життя місцевого населення та формуванням міжкультурної комунікації. За підходом О. О. Любіцевої, туристичний продукт є носієм культурних смислів і цінностей, що сприяють збереженню культурної спадщини, популяризації локальної ідентичності та розвитку соціального капіталу територій [5]. Особливо чітко ця складова проявляється у туристично-рекреаційних продуктах сільського зеленого туризму, де турист безпосередньо залучається до автентичного соціокультурного середовища.

У сучасних наукових дослідженнях туристично-рекреаційний продукт розглядається як структурно складна система, що включає взаємопов'язані елементи (рисунок 1.1).

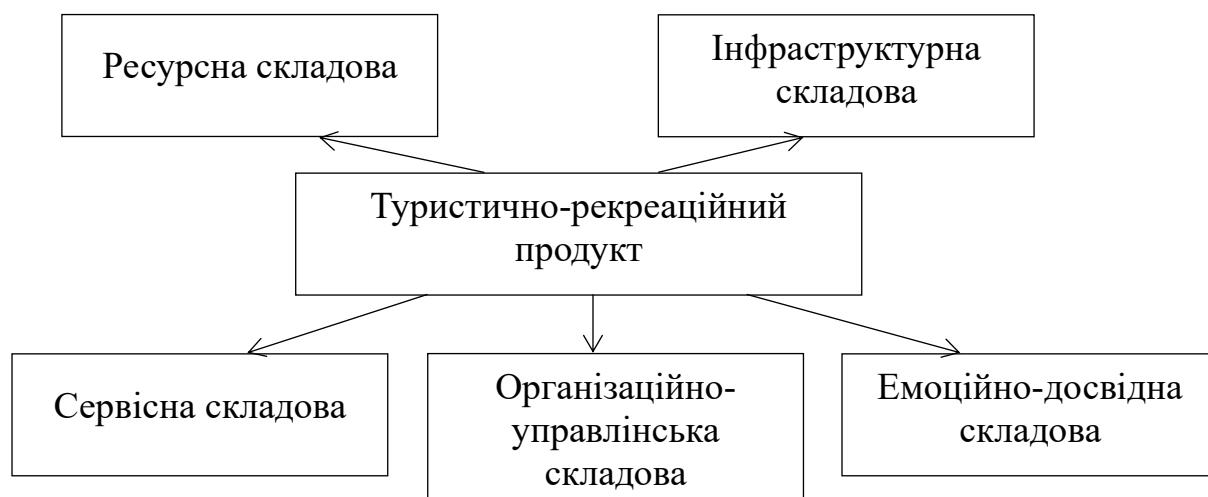


Рисунок 1.1 - Основні складові туристично-рекреаційного продукту

Узагальнення підходів дозволяє виокремити такі основні складові туристично-рекреаційного продукту:

- ресурсну складову, що охоплює природні, історико-культурні та рекреаційні ресурси території;
- інфраструктурну складову, яка включає засоби розміщення, транспорт, об'єкти харчування та дозвілля;
- сервісну складову, представлену сукупністю туристичних і супутніх послуг;

- організаційно-управлінську складову, що забезпечує координацію та якість надання послуг;
- емоційно-досвідну складову, яка формує враження, спогади та загальну оцінку туристичного продукту [20].

Функціонування туристично-рекреаційного продукту в системі туристичного ринку реалізується через низку ключових функцій (рисунок 1.2).

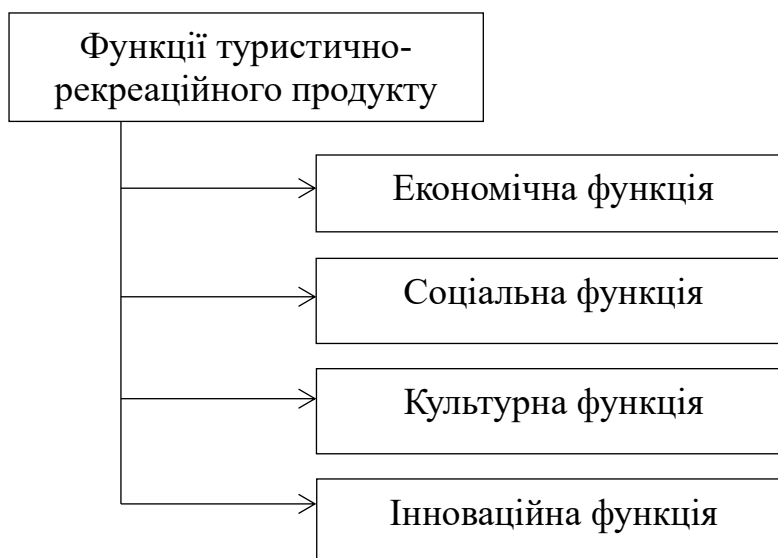


Рисунок 1.2 – Ключові функції туристично-рекреаційного продукту

Передусім це економічна функція, яка полягає у формуванні доходів і забезпеченні фінансової стійкості суб'єктів туристичної діяльності. Соціальна функція проявляється у задоволенні рекреаційних потреб населення, підвищенні якості життя та розвитку людського капіталу. Культурна функція спрямована на збереження та популяризацію культурної спадщини, традицій і звичаїв. Інноваційна функція пов'язана з упровадженням нових форм відпочинку, сервісних рішень і цифрових технологій, що підвищують конкурентоспроможність продукту [13].

Отже, узагальнення сучасних теоретичних підходів дозволяє зробити висновок, що туристично-рекреаційний продукт є багатовимірною, комплексною та інноваційно-орієнтованою категорією, яка поєднує матеріальні ресурси, послуги, нематеріальні враження та територіальні особливості.

1.2 Інноваційні підходи у формуванні туристично-рекреаційного продукту

Сучасний етап розвитку туристичного ринку характеризується високим рівнем конкуренції, динамічними змінами споживчих уподобань та зростанням вимог до якості й унікальності туристичних пропозицій. За таких умов інновації виступають ключовим чинником формування конкурентоспроможного туристично-рекреаційного продукту та забезпечення сталого розвитку туристичних дестинацій. У наукових дослідженнях останнього десятиліття інноваційний розвиток туризму розглядається як необхідна умова адаптації галузі до глобалізаційних процесів, цифровізації та зміни моделей туристичної поведінки.

У теоретичному вимірі інновації в туризмі трактуються як упровадження нових або суттєво вдосконалених продуктів, послуг, процесів, маркетингових рішень чи організаційних форм, що забезпечують створення додаткової споживчої цінності та підвищення ефективності туристичної діяльності. Т. І. Ткаченко підкреслює, що інновації в туризмі мають комплексний характер і охоплюють не лише технологічні зміни, а й соціальні, культурні та управлінські трансформації, які безпосередньо впливають на зміст туристично-рекреаційного продукту [13].

У сучасних наукових підходах виділяють кілька основних напрямів інноваційного формування туристично-рекреаційного продукту (таблиця 1.2).

Передусім це продуктні інновації, що полягають у створенні нових видів туристичних програм, маршрутів, форматів відпочинку та рекреаційних послуг. Такі інновації орієнтовані на індивідуалізацію туристичного досвіду, поєднання відпочинку з пізнанням, оздоровленням і культурною взаємодією. За висновками О. О. Любіцевої, саме продуктні інновації формують унікальність туристичної пропозиції та сприяють диференціації дестинацій на ринку туристичних послуг [6].

Таблиця 1.2 - Класифікація інновацій у туризмі в контексті формування туристично-рекреаційного продукту

Вид інновацій	Характеристика	Основний зміст інновацій	Приклад у туристично-рекреаційному продукті
Продуктні інновації	Спрямовані на створення нових або вдосконалених туристичних пропозицій	Розробка нових турів, програм відпочинку, рекреаційних і культурних заходів	Авторські тури, етнофестивалі, тематичні вікенди
Процесні інновації	Пов'язані з удосконаленням процесів надання туристичних послуг	Використання цифрових технологій, автоматизація сервісу, оптимізація бізнес-процесів	Онлайн-бронювання, електронні платежі, CRM-системи
Маркетингові інновації	Орієнтовані на нові методи просування туристичного продукту	Брендинг, цифровий маркетинг, контент-стратегії, соціальні мережі	SMM-просування, сторітелінг, відеоконтент
Організаційно-управлінські інновації	Спрямовані на зміну моделей управління та взаємодії	Кластерні об'єднання, партнерство, мережеві структури	Туристичні кластери, співпраця з громадами
Соціальні інновації	Орієнтовані на підвищення соціальної відповідальності	Залучення місцевого населення, інклюзивність, розвиток людського капіталу	Локальні ініціативи, майстер-класи для туристів
Екологічні інновації	Спрямовані на зменшення негативного впливу на довкілля	Енергоефективність, екологічні практики, «зелений» менеджмент	Екосадиби, сортування відходів, локальні продукти
Цифрові інновації	Пов'язані з використанням ІКТ у туризмі	Мобільні застосунки, цифрові платформи, smart-рішення	Віртуальні тури, цифрові гіді, AR/VR

Важливу роль у формуванні туристично-рекреаційного продукту відіграють процесні інновації, які пов'язані з удосконаленням технологій надання туристичних послуг, оптимізацією бізнес-процесів і підвищенням якості сервісу. В умовах цифровізації туристичної галузі процесні інновації все частіше реалізуються через використання онлайн-бронювання, автоматизованих систем управління, електронних платіжних сервісів та платформ взаємодії з клієнтами. На думку D. Buhalis, цифрові процесні інновації сприяють

формуванню інтегрованого туристичного продукту, орієнтованого на зручність і персоналізацію споживання [15].

Окрему групу становлять маркетингові інновації, які передбачають застосування нових методів просування туристично-рекреаційного продукту, брендингу територій і комунікації зі споживачами. Сучасні маркетингові інновації базуються на використанні соціальних мереж, контент-маркетингу, сторітелінгу, цифрових платформ і user-generated content. Як зазначають Р. Kotler, J. Bowen та J. Makens, ефективний маркетинг туристичного продукту сьогодні орієнтований не стільки на продаж послуг, скільки на формування емоційної прив'язаності туриста до дестинації та бренду [19].

Не менш важливими є організаційно-управлінські інновації, які пов'язані з новими моделями управління туристичними підприємствами, партнерською взаємодією суб'єктів ринку та залученням місцевих громад до формування туристично-рекреаційного продукту. У контексті сільського зеленого туризму такі інновації проявляються у створенні кластерів, кооперативів, мережових форм співпраці та розвитку локальних туристичних ініціатив. За результатами досліджень В. Lane та Е. Kastenholtz, саме організаційні інновації забезпечують інтеграцію локальних ресурсів, культури та стилю життя у цілісний туристичний продукт [20].

Водночас формування інноваційного туристично-рекреаційного продукту потребує дотримання певних вимог, серед яких ключовими є орієнтація на потреби споживачів, економічна доцільність, екологічна безпека та соціокультурна відповідальність. Особливої актуальності ці вимоги набувають у контексті концепції сталого розвитку туризму, де інновації мають сприяти не лише зростанню доходів, а й збереженню природної та культурної спадщини територій [24].

Таким чином, інноваційні підходи у формуванні туристично-рекреаційного продукту охоплюють продуктні, процесні, маркетингові та організаційно-управлінські інновації, які в сукупності забезпечують створення конкурентоспроможної, стійкої та орієнтованої на туриста пропозиції.

Застосування цих підходів є особливо перспективним для розвитку туристично-рекреаційного продукту сільських зелених садиб, що обґрунтовує доцільність їх подальшого практичного аналізу на прикладі садиби «Дім мандрівника».

1.3 Зарубіжний та вітчизняний досвід впровадження інновацій у сільському зеленому туризмі

Розвиток сільського зеленого туризму в умовах глобалізації та трансформації туристичного попиту дедалі більше ґрунтується на впровадженні інноваційних підходів, які забезпечують підвищення конкурентоспроможності туристично-рекреаційного продукту, диверсифікацію послуг і сталий розвиток сільських територій. Аналіз зарубіжного та вітчизняного досвіду дозволяє виявити найбільш ефективні практики інноваційного розвитку, адаптовані до специфіки малих туристичних підприємств садибного типу.

У країнах Європейського Союзу сільський зелений туризм розглядається як важливий інструмент регіонального розвитку та збереження сільських територій. Провідне місце посідають інновації, орієнтовані на досвідний, екологічний та культурно-орієнтований туризм. Зокрема, у Франції, Італії та Іспанії поширеною є практика створення agriturismo- та gîte-об'єктів, де туристично-рекреаційний продукт формується на основі інтеграції проживання, локальної гастрономії, сільськогосподарської діяльності та культурних подій. Інноваційність таких продуктів полягає не стільки у використанні нових технологій, скільки у створенні унікального туристичного досвіду та персоналізації перебування [22].

У країнах Північної Європи (Швеція, Фінляндія, Норвегія) значного поширення набули екологічні та цифрові інновації. Сільські туристичні садиби активно впроваджують енергоефективні технології, екологічні стандарти обслуговування, системи «зеленого сертифікування», а також цифрові

платформи бронювання та комунікації з туристами. За дослідженнями D. Buhalis та U. Gretzel, саме поєднання екологічних практик і цифрових інструментів сприяє формуванню стійкого туристично-рекреаційного продукту, орієнтованого на нові сегменти споживачів [15,18].

Окремої уваги заслуговує досвід Австрії та Німеччини, де інновації в сільському зеленому туризмі реалізуються через кластерний підхід. Туристичні садиби об'єднуються з локальними виробниками, ремісниками та культурними інституціями, формуючи комплексні туристично-рекреаційні продукти регіонального рівня. Такий підхід дозволяє зменшити витрати, підвищити якість послуг і посилити туристичний бренд території [24].

Для підтвердження вище наведених впливів інновацій на розвиток сільського зеленого туризму в країнах Європи за останні три роки проведемо аналіз зміни основних показників даного сектору туризму (таблиця 1.3)

Таблиця 1.3 - Вплив інновацій на розвиток сільського зеленого туризму в країнах Європи (2022-2024 рр.)

Показник	2022 р.	2023 р.	2024 р.	Абсолютна зміна 2024/2022	Відносна зміна, %	Домінуючі інновації
Кількість сільських туристичних об'єктів, тис.	620	655	690	+70	+11,3	Організаційні
Частка об'єктів з онлайн-бронюванням, %	72	80	86	+14	+19,4	Цифрові
Середня завантаженість, %	58	63	68	+10	+17,2	Маркетингові
Кількість туристів, млн осіб	56	61	66	+10	+17,9	Досвідні
Середня тривалість перебування, днів	3,1	3,3	3,5	+0,4	+12,9	Продуктні
Середні витрати туриста, євро	420	455	490	+70	+16,7	Персоналізація
Частка сертифікованих «зелених» об'єктів, %	48	54	61	+13	+27,1	Екологічні
Частка об'єктів з тематичними програмами, %	46	52	58	+12	+26,1	Досвідні
Рівень повторних відвідувань, %	34	38	43	+9	+26,5	Якість сервісу
Дохід сектору, млрд євро	68	74	81	+13	+19,1	Комплекс інновацій

Аналіз показників розвитку сільського зеленого туризму в країнах Європи за 2022–2024 рр. свідчить про стабільний, еволюційний характер зростання, що ґрунтується на системному впровадженні інновацій та високому рівні зрілості туристичного ринку. Зростання кількості сільських туристичних об'єктів на 11,3 % упродовж досліджуваного періоду є помірним, однак відображає насиченість ринку та його орієнтацію на якісні, а не кількісні зміни.

Високий рівень цифровізації є однією з ключових відмінностей європейського підходу: частка об'єктів з онлайн-бронюванням зросла до 86 % у 2024 р., що забезпечує високий рівень доступності та прозорості туристичних послуг. Це безпосередньо вплинуло на стабільне зростання завантаженості та ефективне управління туристичними потоками.

Показники середньої тривалості перебування та витрат туристів у Європі демонструють стабільне зростання, що свідчить про орієнтацію на високоякісний, досвідний туристично-рекреаційний продукт. Особливу увагу приділено екологічним інноваціям: понад 60% сільських туристичних об'єктів мають «зелену» сертифікацію, що є важливим чинником довіри туристів та міжнародної конкурентоспроможності.

Високий рівень повторних відвідувань (43% у 2024 р.) свідчить про якість сервісу та ефективність інноваційних підходів до управління туристичним досвідом. Зростання доходів сектору має поступовий, але стабільний характер, що підтверджує економічну стійкість європейської моделі розвитку сільського зеленого туризму.

Таким чином, видно, що в європейських країнах інновації виконують функцію якісного вдосконалення та стабілізації туристично-рекреаційного продукту, забезпечуючи його високу конкурентоспроможність і відповідність принципам сталого розвитку.

В Україні сільський зелений туризм перебуває на етапі активного становлення, а інноваційні підходи мають переважно адаптивний характер, зумовлений обмеженістю фінансових ресурсів і домінуванням малих форм підприємництва. Водночас у працях вітчизняних науковців наголошується, що

саме інновації є ключовою умовою підвищення конкурентоспроможності українських сільських садиб [7, 11].

Найбільш поширеними інноваціями в українському сільському зеленому туризмі є продуктні та маркетингові інновації, зокрема створення авторських туристичних програм, тематичних вікендів, гастрономічних турів, майстер-класів і локальних подієвих заходів. Такі форми дозволяють розширити туристично-рекреаційний продукт без значних капіталовкладень і підвищити його привабливість для внутрішніх туристів.

Важливу роль відіграють також цифрові інновації, пов'язані з використанням соціальних мереж, туристичних платформ та онлайн-бронювання. За даними українських досліджень, саме активна присутність у цифровому середовищі дозволяє сільським зеленим садибам розширювати географію попиту та формувати власний бренд [6]. Прикладом таких підходів є використання контент-маркетингу, сторітелінгу та user-generated content для просування туристично-рекреаційного продукту.

Також для підтвердження зазначених впливів проведемо аналіз основних показників розвитку сільського зеленого туризму в Україні (таблиця 1.4)

Таблиця 1.4 - Вплив інновацій на розвиток сільського зеленого туризму в Україні (2022-2024 рр.)

Показник	2022 р.	2023 р.	2024 р.	Абсолютна зміна 2024/2022	Відносна зміна, %	Домінуючі інновації
Кількість сільських зелених садиб, од.	2350	2620	2910	+560	+23,8	Продуктні, організаційні
Частка садиб з онлайн-бронюванням, %	38	52	67	+29	+76,3	Цифрові
Середня завантаженість садиб, %	42	50	58	+16	+38,1	Маркетингові
Кількість туристів, млн осіб	3,2	3,9	4,6	+1,4	+43,8	Досвідні
Середня тривалість перебування, днів	2,2	2,4	2,6	+0,4	+18,2	Продуктні
Середні витрати туриста, грн	1850	2050	2280	+430	+23,2	Персоналізація
Частка екологічно орієнтованих садиб, %	21	28	36	+15	+71,4	Екологічні

Частка садиб з тематичними програмами, %	25	37	49	+24	+96,0	Досвідні
Рівень повторних відвідувань, %	18	24	31	+13	+72,2	Сервісні
Дохід сектору, млрд грн	6,4	8,1	10,3	+3,9	+60,9	Комплекс інновацій

Аналіз узагальнених показників розвитку сільського зеленого туризму в Україні за 2022–2024 рр. свідчить про стійку позитивну динаміку, зумовлену активним упровадженням інновацій, насамперед у продуктній, маркетинговій та цифровій сферах. Збільшення кількості сільських зелених садиб на 23,8 % за досліджуваний період вказує на зростання підприємницької активності у сільських територіях та підвищення привабливості даного виду туристичної діяльності.

Особливо показовим є зростання частки садиб, що використовують онлайн-бронювання: з 38% у 2022 р. до 67% у 2024 р. Це свідчить про прискорену цифрову трансформацію сектору та підвищення його доступності для туристів. Упровадження цифрових інновацій безпосередньо вплинуло на зростання середньої завантаженості садиб, яка підвищилася на 16 в.п., що вказує на більш ефективне використання номерного фонду та зменшення втрат від сезонності.

Зростання кількості туристів на 43,8% у 2024 р. порівняно з 2022 р. підтверджує підвищення попиту на внутрішній та сільський туризм, що значною мірою зумовлено розвитком досвідних та тематичних туристично-рекреаційних продуктів. Це підтверджується майже дворазовим зростанням частки садиб із тематичними програмами (з 25% до 49%), які стимулюють збільшення середньої тривалості перебування туристів.

Позитивним результатом інноваційного розвитку є також зростання середніх витрат туриста та доходів сектору, що свідчить про підвищення сприйнятої цінності туристично-рекреаційного продукту. Водночас збільшення частки екологічно орієнтованих садиб на 71,4% демонструє поступове

впровадження принципів сталого розвитку, хоча їх рівень ще залишається нижчим порівняно з європейськими стандартами.

Отже, результати аналізу таблиці 1.10 дозволяють зробити висновок, що інновації в Україні виконують роль каталізатора кількісного зростання сільського зеленого туризму, водночас потребують подальшої інституціоналізації та системної підтримки для переходу до якісно нового рівня розвитку.

Водночас вітчизняний досвід свідчить про наявність низки проблем, зокрема недостатню інституційну підтримку, фрагментарність інновацій та обмежене використання кластерних моделей. Це зумовлює необхідність адаптації зарубіжних практик до українських реалій із урахуванням локальних ресурсів, соціокультурних особливостей і потенціалу громад. За допомогою таблиця 1.5 розглянемо порівняльну характеристику зарубіжного та вітчизняного досвіду впровадження інновацій у сільському зеленому туризмі.

Таблиця 1.5 - Порівняльна характеристика зарубіжного та вітчизняного досвіду впровадження інновацій у сільському зеленому туризмі

Критерій порівняння	Зарубіжний досвід (ЄС, Скандинавія)	Вітчизняний досвід (Україна)
Модель розвитку	Системна, інтегрована в регіональну політику	Фрагментарна, ініціативна
Основні типи інновацій	Екологічні, цифрові, організаційні	Продуктні, маркетингові
Роль держави	Активна підтримка, грантові програми	Обмежена, точкова підтримка
Рівень цифровізації	Високий (онлайн-сервіси, smart-рішення)	Середній (соцмережі, платформи)
Кластерний підхід	Широко застосовується	Обмежено використовується
Орієнтація на сталий розвиток	Системна, сертифікована	Частково реалізована
Персоналізація продукту	Високий рівень	Середній – високий
Конкурентоспроможність	Висока, міжнародна	Переважно регіональна

Отже, зарубіжний досвід впровадження інновацій у сільському зеленому туризмі характеризується системністю, інтеграцією екологічних, цифрових і організаційних рішень та активною державною підтримкою. Вітчизняна

практика, попри обмежені ресурси, демонструє значний потенціал розвитку через продуктивні, маркетингові та досвідні інновації. Узагальнення цього досвіду створює методологічну основу для обґрунтування інноваційних підходів до формування туристично-рекреаційного продукту сільської зеленої садиби «Дім мандрівника», що буде реалізовано у подальших розділах дипломної роботи.

РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОЇ ЗЕЛЕНОЇ САДИБИ «ДІМ МАНДРІВНИКА»

2.1 Загальна характеристика зеленої садиби «Дім мандрівника» та особливості її функціонування

Садиба «Дім мандрівника» розташована поблизу туристичної локації Бакота - унікального природно-історичного регіону на березі р. Дністер, що є популярним об'єктом зелено-активного туризму.

Адреса: вул. Центральна, 14, с. Гораївка, Кам'янець-Подільський район, Хмельницька область, Україна [2].

Сільська зелена садиба «Дім мандрівника» є суб'єктом малого туристичного підприємництва, що функціонує у сфері сільського зеленого туризму та орієнтована на надання туристично-рекреаційних послуг з урахуванням принципів екологічності, автентичності та індивідуалізації туристичного досвіду. Діяльність садиби здійснюється в межах сільської території, що характеризується наявністю природно-рекреаційних ресурсів, сприятливих ландшафтно-кліматичних умов та збереженого традиційного укладу життя місцевого населення.

Сільська зелена садиба «Дім мандрівника» була створена як відповідь на зростаючий попит на альтернативні, екологічно орієнтовані та автентичні форми туристичного відпочинку в регіоні Поділля. Її становлення відбувалося в контексті активізації сільського зеленого туризму в Хмельницькій області, зокрема в районі Бакоти, що в останні роки перетворився на одну з провідних туристично-рекреаційних локацій регіону. Ідея створення садиби ґрунтувалася на прагненні поєднати природно-рекреаційний потенціал території з концепцією гостинності, орієнтованої на індивідуального мандрівника та невеликі туристичні групи [2].

На початковому етапі діяльності «Дім мандрівника» функціонував переважно як засіб тимчасового розміщення туристів, однак із часом відбулося розширення спектра послуг та трансформація садиби у комплексний туристично-рекреаційний продукт. Цей процес супроводжувався поступовим упровадженням елементів досвідного та екологічного туризму, що відповідає сучасним тенденціям розвитку туристичного ринку та рекомендаціям міжнародних туристичних організацій щодо диверсифікації туристичних пропозицій у сільських територіях.

Особливості функціонування садиби визначаються її малим масштабом та сімейною формою управління, що забезпечує високий рівень гнучкості в організації туристичного обслуговування. Така модель дозволяє оперативно адаптувати послуги до індивідуальних потреб туристів, формувати персоналізовані програми перебування та підтримувати безпосередню комунікацію з клієнтами. У результаті туристично-рекреаційний продукт садиби набуває рис індивідуалізованого та емоційно насиченого досвіду.

Таблиця 2.1 - Аналіз техніко-економічних показників діяльності сільської зеленої садиби «Дім мандрівника» за 2022–2024 рр.

Показник	2022 р.	2023 р.	2024 р.	Абсолютне відхилення 2023/2022	Відносне відхилення 2023/2022, %	Абсолютне відхилення 2024/2023	Відносне відхилення 2024/2023, %
Кількість туристів, осіб	420	560	680	+140	+33,3	+120	+21,4
Кількість днів проживання, днів	980	1320	1580	+340	+34,7	+260	+19,7
Середня тривалість перебування, днів	2,3	2,4	2,3	+0,1	+4,3	-0,1	-4,2
Дохід від реалізації послуг, тис. грн	820	1120	1380	+300	+36,6	+260	+23,2
Операційні витрати, тис. грн	540	710	860	+170	+31,5	+150	+21,1
Прибуток, тис. грн	280	410	520	+130	+46,4	+110	+26,8

Рентабельність діяльності, %	34,1	36,6	37,7	+2,5	–	+1,1	–
Середній дохід на 1 туриста, грн	1950	2000	2030	+50	+2,6	+30	+1,5
Середня завантаженість місць, %	48	60	68	+12	+25,0	+8	+13,3

Проведений аналіз техніко-економічних показників діяльності сільської зеленої садиби «Дім мандрівника» за 2022–2024 рр. свідчить про сталу позитивну динаміку розвитку підприємства та поступове зміцнення його позицій на регіональному туристичному ринку.

Зростання кількості туристів упродовж аналізованого періоду має стійкий висхідний характер. У 2023 р. приріст становив 33,3% порівняно з 2022 р., а у 2024 р. – ще 21,4 %. Така тенденція відображає зростаючу привабливість садиби, підвищення її впізнаваності та відповідність туристично-рекреаційного продукту сучасним запитам туристів. Аналогічну динаміку демонструє показник кількості діб проживання, що свідчить не лише про збільшення кількості відвідувачів, а й про зростання інтенсивності використання номерного фонду.

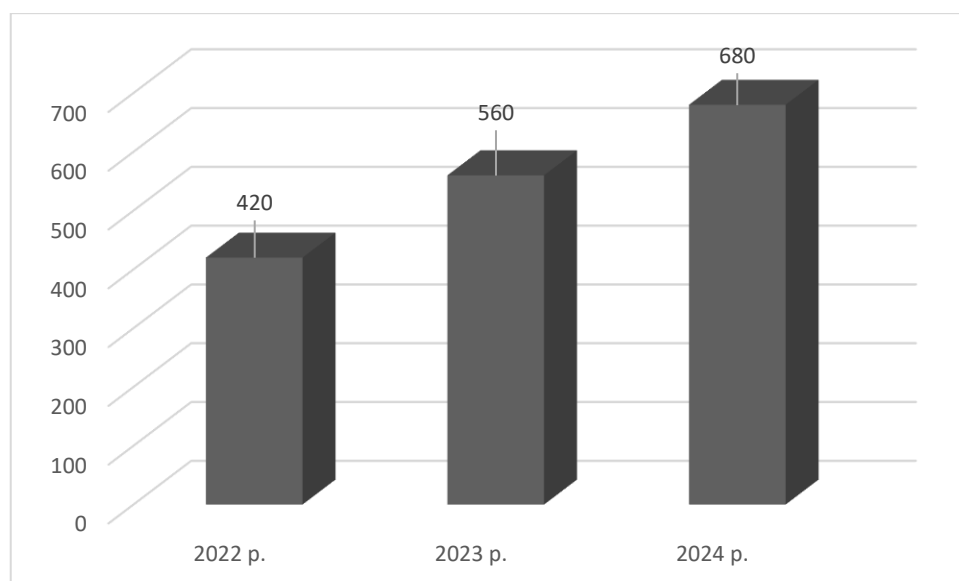


Рисунок 2.1 – Динаміка зміни кількості туристів, які проживали в сільській зеленої садиби «Дім мандрівника» на протязі 2022-2024 рр.

Середня тривалість перебування туристів у садибі залишається відносно стабільною (2,3–2,4 доби), що є типовим для сільського зеленого туризму та короткострокових рекреаційних поїздок. Незначні коливання показника не мають критичного характеру, однак вказують на потенціал для його підвищення шляхом запровадження багатоденних тематичних програм та пакетних пропозицій.

Динаміка доходів садиби має виражений позитивний тренд, що підтверджується зростанням показника з 820 тис. грн у 2022 р. до 1380 тис. грн у 2024 р. (приріст 68,3 %). При цьому операційні витрати зростали повільнішими темпами, що забезпечило випереджальне зростання прибутку. Така тенденція свідчить про підвищення ефективності управління витратами та раціональне використання ресурсів.

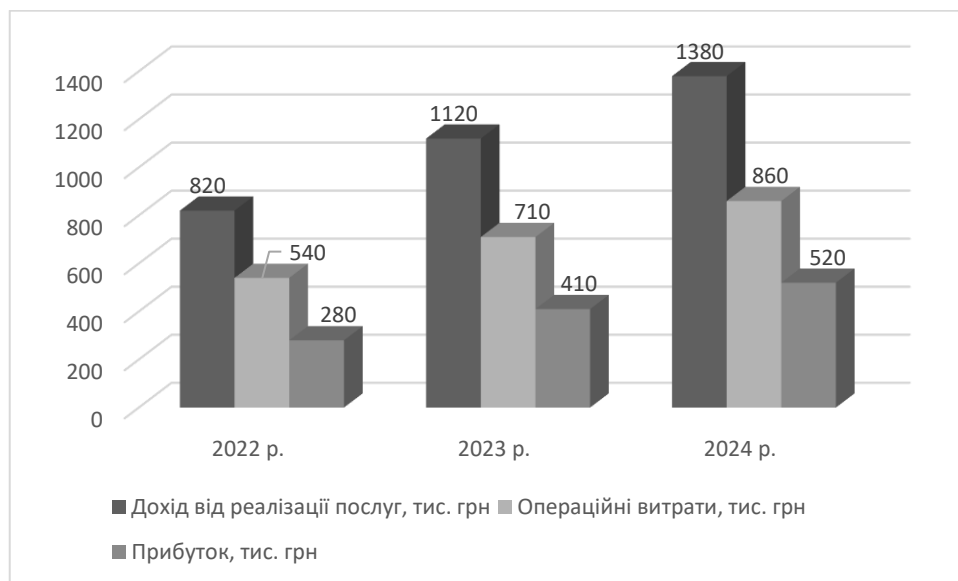


Рисунок 2.2 – Динаміка доходів, витрат та прибутку садиби на протязі 2022-2024 рр.

Зростання прибутку у 2024 р. на 240 тис. грн порівняно з 2022 р. супроводжується підвищенням рівня рентабельності з 34,1 % до 37,7 %. Це свідчить про посилення економічної стійкості садиби та формування фінансової бази для подальших інвестицій у розвиток туристично-рекреаційного продукту.

Графік рентабельності демонструє плавну позитивну динаміку без різких коливань, що є ознакою збалансованої фінансової політики.

Середня завантаженість місць зросла з 48% у 2022 р. до 68% у 2024 р., що є одним із найважливіших показників ефективності діяльності засобів розміщення. Така динаміка свідчить про зменшення втрат від сезонності, покращення планування туристичних потоків і зростання попиту на послуги садиби впродовж року.

Отже, результати техніко-економічного аналізу та їх графічна інтерпретація дозволяють зробити висновок, що сільська зелена садиба «Дім мандрівника» перебуває на етапі стійкого зростання та підвищення ефективності діяльності. Позитивна динаміка ключових показників створює сприятливі передумови для реалізації інноваційних стратегій розвитку, диверсифікації туристично-рекреаційного продукту та зменшення впливу сезонних чинників, що стане предметом детального розгляду у третьому розділі дипломної роботи.

Функціонування «Дому мандрівника» ґрунтується на активному використанні локальних ресурсів і нематеріальної культурної спадщини. У межах туристичних програм застосовуються елементи традиційного побуту, локальної гастрономії, природоорієнтованого дозвілля та неформальних пізнавальних активностей, що сприяє формуванню автентичного туристичного середовища. Такий підхід відповідає принципам сталого розвитку туризму та сприяє інтеграції садиби у соціально-економічний простір місцевої громади.

Важливою особливістю функціонування садиби є сезонний характер туристичної діяльності, з піковими навантаженнями у весняно-літній період, що обумовлено природно-кліматичними умовами та рекреаційною привабливістю регіону. Водночас адміністрація садиби поступово впроваджує заходи з диверсифікації туристичної пропозиції з метою зменшення сезонних коливань, зокрема шляхом розвитку тематичних вікендів, камерних заходів та рекреаційних програм міжсезоння [2].

Відповідно до підходів, сформульованих у працях українських науковців, сільська зелена садиба розглядається як форма організації туристичної діяльності, що поєднує функції розміщення туристів, організації дозвілля, рекреації та культурного пізнання [6, 11]. У цьому контексті «Дім мандрівника» позиціонується не лише як засіб тимчасового розміщення, а як комплексний туристично-рекреаційний продукт, що інтегрує проживання, харчування, дозвілля та елементи нематеріального туристичного досвіду.

Основними видами діяльності садиби є надання послуг коротко- та середньострокового проживання, організація рекреаційного відпочинку, ознайомлення туристів із місцевими культурними традиціями, а також створення умов для активного та пізнавального туризму. Функціонування садиби орієнтоване на індивідуальних туристів, сімейні групи та невеликі організовані колективи, що відповідає сучасним тенденціям зростання попиту на персоналізовані та камерні форми туристичного відпочинку [21].

Особливістю діяльності сільської зеленої садиби «Дім мандрівника» є її локальна інтегрованість у соціально-економічне та культурне середовище громади. У процесі формування туристично-рекреаційного продукту використовуються місцеві природні ресурси, елементи нематеріальної культурної спадщини, традиційна гастрономія та побутові практики, що відповідає концепції сталого розвитку туризму та рекомендаціям Всесвітньої туристичної організації щодо розвитку сільських територій [22]. Такий підхід сприяє підвищенню автентичності туристичного продукту та формуванню позитивного іміджу дестинації.

Організаційна модель функціонування садиби ґрунтується на поєднанні сімейного управління та гнучкої системи обслуговування туристів, що дозволяє швидко адаптувати пропозицію до змін споживчого попиту. У практиці діяльності «Дому мандрівника» застосовуються елементи цифрової комунікації з клієнтами, зокрема використання соціальних мереж та онлайн-платформ для інформування і бронювання, що відповідає сучасним тенденціям цифровізації туристичного ринку [15].

Згідно з відкритими інформаційними джерелами та матеріалами офіційних туристичних порталів, сільські зелені садиби в Україні дедалі активніше орієнтуються на створення унікальних тематичних пропозицій, заснованих на концепції «досвідного туризму» [7]. У цьому аспекті «Дім мандрівника» вирізняється прагненням сформувавши не стандартизований туристичний пакет, а індивідуалізований туристично-рекреаційний продукт, орієнтований на занурення туриста у локальний простір і спосіб життя.



Рисунок 2.3 – Конкурентні переваги сільської зеленої садиби «Дім мандрівника»

Отже, сільська зелена садиба «Дім мандрівника» є прикладом малого туристичного підприємства, діяльність якого поєднує економічні, соціокультурні та рекреаційні функції. Особливості її функціонування полягають у локальній орієнтації, персоналізації туристичних послуг, використанні природно-культурного потенціалу території та поступовому

впровадженні інноваційних підходів до формування туристично-рекреаційного продукту, що створює передумови для подальшого аналітичного дослідження та розробки напрямів інноваційного розвитку садиби.

2.2 Стратегічний аналіз розвитку діяльності сільської зеленої садиби «Дім мандрівника»

З метою обґрунтування перспектив розвитку діяльності сільської зеленої садиби «Дім мандрівника» доцільно застосувати інструменти стратегічного аналізу, які дозволяють комплексно оцінити як внутрішній потенціал підприємства, так і вплив зовнішнього середовища. У межах даного дослідження використано SWOT-аналіз для ідентифікації сильних і слабких сторін садиби, а також можливостей і загроз зовнішнього середовища, та PEST-аналіз для оцінювання макросередовищних чинників розвитку.

Таблиця 2.2 – SWOT-аналіз сільської зеленої садиби «Дім мандрівника»

Сильні сторони (Strengths)	Слабкі сторони (Weaknesses)
Вигідне розташування поблизу Бакоти та НПП «Подільські Товтри»	Виражена сезонність туристичного попиту
Унікальна концепція досвідного та екологічного туризму	Обмежена місткість і номерний фонд
Високий рівень персоналізації обслуговування	Обмежені фінансові ресурси для масштабування
Автентичність та локальна інтеграція	Низький рівень формалізації туристичних програм
Позитивний імідж і відгуки туристів	Обмежена диверсифікація послуг у міжсезоння
Можливості (Opportunities)	Загрози (Threats)
Зростання попиту на зелений і внутрішній туризм	Посилення конкуренції з боку інших садиб регіону
Розвиток досвідного та slow-tourism	Нестабільна економічна ситуація
Цифрові канали просування та онлайн-бронювання	Зниження купівельної спроможності населення
Партнерство з локальними громадами та гідами	Екологічні ризики та перевантаження локації
Державні та регіональні програми підтримки туризму	Зміни у нормативно-правовому регулюванні

Результати SWOT-аналізу свідчать, що сільська зелена садиба «Дім мандрівника» характеризується домінуванням сильних сторін над слабкими, що створює сприятливі передумови для стратегічного розвитку. Найбільш вагомою внутрішньою перевагою є унікальне географічне розташування поблизу Бакотської затоки та природоохоронних територій, яке формує стійкий попит з боку туристів, орієнтованих на природо- та рекреаційно-досвідні форми відпочинку. Цей чинник практично не може бути відтворений конкурентами та є довгостроковою конкурентною перевагою.

Важливу роль відіграє концептуальна унікальність туристично-рекреаційного продукту, що ґрунтується на поєднанні автентичності, персоналізації та екологічної орієнтації. Такий формат відповідає сучасним трендам розвитку внутрішнього туризму та дозволяє садибі ефективно диференціюватися від стандартних засобів розміщення. Високий рівень індивідуального обслуговування та безпосередня комунікація з туристами сприяють формуванню позитивного іміджу та повторних відвідувань.

Водночас SWOT-аналіз виявив структурні обмеження, зумовлені малим масштабом діяльності. Обмежена місткість номерного фонду та ресурсна база не дозволяють суттєво нарощувати обсяги обслуговування, що знижує потенціал швидкого економічного зростання. Найбільш критичною слабкою стороною є виражена сезонність туристичного попиту, яка негативно впливає на стабільність доходів і завантаженість у міжсезонний період.

Аналіз можливостей засвідчує, що зовнішнє середовище загалом є сприятливим для розвитку садиби. Зростання інтересу до внутрішнього, екологічного та досвідного туризму, а також посилення ролі цифрових каналів комунікації створюють умови для розширення туристично-рекреаційного продукту без значних капіталовкладень. Особливо перспективними є можливості партнерської взаємодії з місцевими гідами, ремісниками та громадами, що дозволяє посилити досвідну складову продукту та підвищити його сприйняту цінність.

Разом із тим наявні загрози зовнішнього середовища, серед яких домінують економічна нестабільність, зниження купівельної спроможності населення та зростання конкуренції з боку інших садиб у регіоні. За відсутності активних інноваційних рішень ці загрози можуть призвести до зниження туристичних потоків і втрати частини ринку.

Узагальнюючи результати SWOT-аналізу, можна стверджувати, що стратегічний розвиток садиби має бути спрямований на максимальне використання сильних сторін для реалізації зовнішніх можливостей, зокрема через диверсифікацію туристично-рекреаційного продукту, формування тематичних програм і зменшення впливу сезонності.

PEST-аналіз дозволит оцінити макросередовище функціонування сільської зеленої садиби «Дім мандрівника» та виявити ключові чинники, що формують довгострокові умови її розвитку. Аналіз політичних факторів показує, що державна політика у сфері туризму та регіонального розвитку має переважно стимулюючий характер, зокрема через підтримку внутрішнього туризму та розвиток сільських територій. Водночас нестабільність нормативно-правового середовища може ускладнювати довгострокове планування діяльності малих туристичних підприємств (таблиця 2.3).

Таблиця 2.3 - PEST-аналіз розвитку діяльності сільської зеленої садиби «Дім мандрівника»

Чинник	Зміст впливу	Характер впливу
Р – Політичні	Державна підтримка внутрішнього туризму, децентралізація, регіональні програми розвитку	Переважно позитивний
Е – Економічні	Інфляція, зниження доходів населення, зростання витрат	Переважно негативний
S – Соціальні	Зростання попиту на екологічний, безпечний та локальний туризм	Позитивний
T – Технологічні	Цифровізація туризму, онлайн-платформи бронювання, SMM	Позитивний

Економічні чинники є найбільш ризикогенними для функціонування садиби. Інфляційні процеси, зростання витрат на енергоресурси та обмежені фінансові можливості споживачів знижують попит на туристичні послуги,

особливо у сегменті середнього цінового рівня. У таких умовах особливої актуальності набуває стратегія підвищення сприйнятої цінності туристично-рекреаційного продукту без суттєвого зростання цін.

Соціальні чинники, навпаки, формують позитивне тло для розвитку садиби. Зміна туристичних пріоритетів на користь безпечного, локального та екологічно відповідального туризму посилює попит саме на такі форми відпочинку, які пропонує «Дім мандрівника». Зростає значення автентичності, спокою, немасовості та індивідуального підходу, що повністю відповідає концепції діяльності садиби.

Технологічні фактори створюють додаткові можливості для підвищення конкурентоспроможності без значних фінансових інвестицій. Розвиток цифрових платформ, соціальних мереж і онлайн-бронювання дозволяє малим туристичним підприємствам ефективно комунікувати з цільовою аудиторією та розширювати географію попиту. Для садиби «Дім мандрівника» це означає можливість активізації маркетингової діяльності та формування власного бренду на регіональному рівні.

Таким чином, результати PEST-аналізу свідчать, що зовнішнє середовище загалом є сприятливим, проте потребує адаптивної та гнучкої стратегії розвитку. Найбільший потенціал зростання пов'язаний із соціальними та технологічними чинниками, тоді як економічні ризики зумовлюють необхідність пошуку інноваційних підходів до формування туристично-рекреаційного продукту.

2.2 Аналіз туристично-рекреаційного продукту садиби «Дім мандрівника» та рівня його конкурентоспроможності

Туристично-рекреаційний продукт сільської зеленої садиби «Дім мандрівника» формується як комплексна пропозиція, що поєднує матеріальні та нематеріальні складові туристичного досвіду і орієнтована на сучасні тенденції

розвитку сільського зеленого та досвідного туризму. Аналіз даного продукту доцільно здійснювати з урахуванням його структури, змістового наповнення, цільової аудиторії та відповідності ринковому попиту.

Оснoву туристично-рекреаційного продукту садиби становлять послуги розміщення, які характеризуються камерним форматом, обмеженою кількістю місць та домашньою атмосферою. Такий формат відповідає запитам туристів, які прагнуть спокійного відпочинку, усамітнення та індивідуального підходу, і водночас знижує ознаки масовості, характерні для традиційних засобів розміщення. Важливою складовою є також рекреаційне середовище, сформоване завдяки природному ландшафту, близькості до Бакотської затоки та можливості безпосереднього контакту з природою.



Рисунок 2.4 – Структура туристично-рекреаційного продукту садиби «Дім мандрівника» [2]

Аналіз структури туристично-рекреаційного продукту дозволяє виокремити такі ключові елементи:

– ресурсну складову, представлену природно-рекреаційним потенціалом Бакотського регіону;

- сервісну складову, що включає проживання, побутовий комфорт та комунікацію з туристами;
- організаційну складову, яка забезпечує гнучкість і персоналізацію перебування;
- емоційно-досвідну складову, пов'язану з атмосферою гостинності, автентичністю та унікальністю туристичного досвіду.

Представлена цінова політика свідчить, що сільська зелена садиба «Дім мандрівника» позиціонується у середньому ціновому сегменті, що є характерним для об'єктів сільського зеленого туризму з орієнтацією на індивідуальний і сімейний відпочинок. Диференціація цін залежно від типу розміщення та рівня комфорту забезпечує доступність послуг для різних категорій туристів і водночас дозволяє формувати гнучку продуктову пропозицію.

Таблиця 2.4 - Цінова політика проживання в сільській зеленій садибі «Дім мандрівника»

Вид розміщення	Характеристика номера	Вартість проживання, грн/доба	Ціновий сегмент	Коментар
Двомісна кімната	Базовий рівень комфорту, спільні зони відпочинку	700–900	Середній	Орієнтований на індивідуальних туристів і пари
Двомісна кімната з покращеними умовами	Підвищений комфорт, окрема ванна кімната	1000–1200	Середній	Найбільш затребуваний формат
Сімейна кімната	Розміщення 3–4 осіб	1200–1800	Середній	Оптимальний для сімейного відпочинку
Оренда всієї садиби	Повне користування об'єктом	Договірна	Середній	Використовується для групового або подієвого туризму

Варто зазначити, що цінова політика садиби поєднує доступність та персоналізовану цінність, оскільки у вартість проживання інтегруються нематеріальні складові туристично-рекреаційного продукту: атмосфера гостинності, автентичність середовища, близькість до унікальних природних

локацій та індивідуальний підхід до туристів. Це підвищує конкурентоспроможність садиби порівняно з традиційними засобами розміщення регіону.

Суттєвим елементом туристично-рекреаційного продукту «Дому мандрівника» є дозвіллево-пізнавальна складова, яка включає піші прогулянки, екскурсійні маршрути, знайомство з природними та історико-культурними об'єктами регіону, а також неформальні пізнавальні активності. Саме ця складова формує емоційно-досвідний компонент продукту, що набуває особливої цінності в умовах зростання попиту на нематеріальні враження та автентичність туристичного середовища.

Цільова аудиторія туристично-рекреаційного продукту садиби представлена переважно індивідуальними мандрівниками, сімейними парами та малими групами, які орієнтовані на екологічно відповідальний, спокійний та змістовний відпочинок. Така орієнтація дозволяє садибі займати чітко окреслену нішу на регіональному туристичному ринку та уникати прямої конкуренції з великими готельними комплексами.

Важливою характеристикою туристично-рекреаційного продукту «Дому мандрівника» є його персоналізований характер. На відміну від стандартизованих туристичних пакетів, продукт садиби формується з урахуванням індивідуальних запитів туристів, тривалості перебування, сезонності та мотивації подорожі. Такий підхід підвищує суб'єктивну цінність продукту та сприяє формуванню позитивного туристичного досвіду.

Разом з тим, аналіз виявляє й певні обмеження туристично-рекреаційного продукту, зокрема залежність від сезонності, обмеженість інфраструктурних можливостей та недостатню формалізацію окремих туристичних програм. Водночас ці особливості можуть розглядатися як потенційні напрями інноваційного розвитку, що дозволяють розширити продуктову лінійку та підвищити її конкурентоспроможність.

Отже, туристично-рекреаційний продукт сільської зеленої садиби «Дім мандрівника» характеризується комплексністю, орієнтацією на досвід і

автентичність, високим рівнем персоналізації та тісним зв'язком із природно-культурним середовищем регіону.

3 РОЗРОБКА ІННОВАЦІЙНИХ ПІДХОДІВ ДО ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОГО ПРОДУКТУ САДИБИ «ДІМ МАНДРІВНИКА»

3.1 Обґрунтування напрямів інноваційного розвитку туристично-рекреаційного продукту садиби

Сучасні умови функціонування ринку туристичних послуг, зокрема зростання конкуренції, трансформація споживчих уподобань і посилення ролі внутрішнього туризму, зумовлюють необхідність упровадження інноваційних підходів до розвитку туристично-рекреаційного продукту сільської зеленої садиби «Дім мандрівника». Результати теоретичного аналізу та емпіричного дослідження діяльності садиби свідчать про наявність значного потенціалу для інноваційного оновлення продукту з метою підвищення його конкурентоспроможності, економічної ефективності та стійкості до зовнішніх викликів.

Обґрунтування напрямів інноваційного розвитку ґрунтується на результатах SWOT- та PEST-аналізів, техніко-економічних показників діяльності, а також узагальненні зарубіжного і вітчизняного досвіду впровадження інновацій у сільському зеленому туризмі. Аналіз показав, що ключовими сильними сторонами садиби є вигідне розташування поблизу Бакоти, автентичність туристичного середовища, високий рівень персоналізації послуг та позитивний імідж серед туристів. Водночас основними обмеженнями залишаються сезонність попиту, обмеженість ресурсів і недостатня диверсифікація туристично-рекреаційного продукту. Саме тому постає необхідність формування інноваційних напрямів розвитку туристично-рекреаційного продукту сільської злої садиби «Дім мандрівника» (таблиця 3.1).

Таблиця 3.1 - Напрями інноваційного розвитку туристично-рекреаційного продукту

№	Напрямок інноваційного розвитку	Зміст напрямку	Проблеми, на вирішення яких спрямований	Очікуваний результат
1	Диверсифікація туристично-рекреаційного продукту	Розробка тематичних, досвідних, гастрономічних та еко-програм перебування	Сезонність попиту, обмежена продуктова пропозиція	Збільшення тривалості перебування, зростання доходів
2	Розвиток досвідного (experience-based) туризму	Формування унікального туристичного досвіду, занурення в локальну культуру	Низька диференціація від конкурентів	Підвищення сприйнятої цінності продукту
3	Персоналізація туристичних послуг	Індивідуальні програми, гнучкі пакети, клієнтоорієнтований сервіс	Стандартизованість послуг	Зростання задоволеності та лояльності туристів
4	Цифровізація та інноваційний маркетинг	Онлайн-бронювання, SMM, контент-маркетинг, сторітелінг	Обмежена впізнаваність бренду	Розширення ринків збуту, зростання попиту
5	Екологічні інновації та сталий розвиток	Використання локальних ресурсів, екологічні практики	Зростання екологічних вимог туристів	Формування «зеленого» іміджу

У цьому контексті першочерговим напрямом інноваційного розвитку є диверсифікація туристично-рекреаційного продукту шляхом створення нових тематичних та досвідних програм перебування. Розробка авторських маршрутів, гастрономічних вікендів, еко-та slow-tourism програм дозволить збільшити середню тривалість перебування туристів, підвищити споживчу цінність продукту та зменшити вплив сезонних коливань. Такий підхід відповідає сучасним тенденціям розвитку досвідного туризму та європейським практикам, орієнтованим на формування унікального туристичного досвіду.

Другим важливим напрямом є поглиблення персоналізації та сервісних інновацій. З урахуванням невеликого масштабу діяльності садиби, персоналізація може стати ключовою конкурентною перевагою. Запровадження індивідуальних програм перебування, гнучких пакетів послуг і клієнтоорієнтованих сервісних рішень сприятиме зростанню рівня

задоволеності туристів та формуванню їх лояльності, що підтверджується результатами аналізу повторних відвідувань у розділі 2.

Наступним напрямом інноваційного розвитку є цифровізація процесів формування та просування туристично-рекреаційного продукту. Розширення використання онлайн-каналів бронювання, соціальних мереж, контент-маркетингу та елементів сторітелінгу дозволить підвищити впізнаваність бренду садиби, розширити географію попиту та оптимізувати комунікацію з потенційними клієнтами. Цифрові інновації є особливо актуальними для малих туристичних підприємств, оскільки не потребують значних капіталовкладень і забезпечують швидкий маркетинговий ефект.

Важливим напрямом інноваційного розвитку є також посилення екологічної та соціальної складової туристично-рекреаційного продукту. Упровадження екологічно відповідальних практик, використання локальних ресурсів, співпраця з місцевими громадами та ремісниками сприятимуть підвищенню автентичності продукту й відповідності принципам сталого розвитку. Це відповідає як європейським стандартам сільського зеленого туризму, так і зростаючому попиту на екологічно орієнтовані туристичні послуги в Україні.

Отже, обґрунтовані напрями інноваційного розвитку туристично-рекреаційного продукту сільської зеленої садиби «Дім мандрівника» охоплюють диверсифікацію та досвідне оновлення продукту, поглиблення персоналізації сервісу, цифровізацію маркетингових і організаційних процесів, а також посилення екологічної та соціокультурної складових. Реалізація зазначених напрямів створює методологічну основу для розробки конкретних інноваційних заходів, які будуть детально обґрунтовані у наступних підпунктах третього розділу дипломної роботи.

3.2 Розробка інноваційних туристично-рекреаційних програм і пакетів послуг

З урахуванням результатів стратегічного аналізу, техніко-економічних показників та обґрунтованих напрямів інноваційного розвитку, доцільним є перехід від концептуальних підходів до практичної розробки конкретних інноваційних туристично-рекреаційних продуктів і програм, адаптованих до умов функціонування садиби «Дім мандрівника». Запропоновані інновації орієнтовані на підвищення споживчої цінності туристичного продукту, зменшення сезонності, зростання доходів та формування стійкої конкурентної переваги (та блиця 3.2).

Таблиця 3.2 - Інноваційні продукти та програми садиби «Дім мандрівника»

№	Назва інноваційного продукту / програми	Зміст та основні елементи	Цільова аудиторія	Інноваційна складова	Очікуваний ефект
1	EcoSlow Weekend	Повільний відпочинок, цифровий детокс, прогулянки природою, йога	Міські мешканці, digital-workers	Екологічний, сервісний	Зменшення сезонності
2	Авторські маршрути «Невідома Бакота»	Екскурсії маловідомими локаціями	Активні туристи	Інноваційно-контентний	Диференціація продукту
3	Сімейний еко-відпочинок	Програми для дітей, екологічні ігри	Сім'ї з дітьми	Соціальний, освітній	Розширення цільових сегментів
4	Зелена школа вихідного дня	Освітні еко-програми, локальна культура	Молодь, студенти	Освітній	Іміджевий ефект

Розглянемо запропоновані інноваційні продукти більш детально.

Програма EcoSlow Weekend. Метою програми є формування туристично-рекреаційного продукту, орієнтованого на концепцію slow tourism, психологічне відновлення, зниження стресу та екологічно відповідальний відпочинок у природному середовищі Бакотського регіону. Тривалість: 2-3 доби (переважно міжсезоння: весна, осінь). Цільовою аудиторією можуть бути міські мешканці,

професійно зайняті особи, digital-workers, туристи з високим рівнем психоемоційного навантаження.

Основні елементи програми:

- проживання у спокійному природному середовищі з обмеженням використання цифрових пристроїв;
- піші прогулянки екостежками без фіксованого таймінгу;
- практики усвідомленого відпочинку (ранкові дихальні вправи, релаксація, йога на природі);
- локальне сезонне харчування з акцентом на простоту та натуральність;
- вечірні неформальні активності (читання, спостереження за природою, спілкування біля вогнища).

Інноваційність програми полягає в впровадженні slow-tourism як альтернативи масовому туризму; сервісні інновації (відмові від стандартного «насиченого» розкладу); екологічності та психологічній орієнтації продукту.

Очікуваний ефект від впровадження даного туристично-рекреаційного продукту буде полягати в зростанні сприйнятої цінності туристично-рекреаційного продукту; залучені нових нішевих сегментів туристів; зменшенні сезонності за рахунок попиту в міжсезонний період.

Авторські маршрути «Невідома Бакота». Метою даної програми є створення унікального туристично-рекреаційного продукту, заснованого на відкритті маловідомих природних, історичних і культурних локацій Бакотського регіону з акцентом на автентичність і немасовість. Тривалість 1 день (короткі маршрути) або 2–3 дні (розширені програми). Цільовою аудиторією можуть бути досвідчені мандрівники, туристи, зацікавлені в пізнавальному та активному відпочинку, малі групи.

Основні елементи програми:

- піші та комбіновані маршрути маловідомими локаціями (панорамні точки, історичні місця, природні об'єкти);
- тематичні розповіді та сторітелінг, пов'язані з історією Бакоти;

- інтеграція природного, культурного та пізнавального компонентів;
- можливість адаптації маршруту під рівень фізичної підготовки туристів.

Інноваційність програми буд полягати в контентній інновації (створенні унікального маршруту як авторського продукту); досвідний формат туризму; мінімізації масовості та перевантаження популярних локацій.

Очікуваний ефект від впровадження авторського маршруту «Невідома Бакота» буде полягати в диференціації туристично-рекреаційного продукту садиби; формуванні іміджу «експертного» та унікального туристичного об'єкта; підвищенні конкурентоспроможності на регіональному рівні.

Програма «Зелена школа вихідного дня». Метою програми є поєднання рекреаційного відпочинку з освітньо-пізнавальними елементами, спрямованими на формування екологічної свідомості, знань про природу та локальну культуру регіону. Тривалість: 1-2 дні (вікенд). Цільовою аудиторією можуть бути діти та молодь, студенти, шкільні групи, сім'ї з дітьми.

Основні елементи програми:

- інтерактивні заняття на природі (екологія, біорізноманіття, охорона довкілля);
- практичні майстер-класи (традиційні ремесла, локальна культура);
- пізнавальні екскурсії адаптовані до віку учасників;
- ігрові та командні формати навчання.

Інноваційність програми полягає в освітній направленості у межах туристично-рекреаційного продукту; соціокультурній спрямованості; інтеграції неформальної освіти з рекреацією.

Очікуваний ефект від впровадження програми «Зелена школа вихідного дня» буде в розширенні цільових сегментів туристів; підвищенні соціальної значущості діяльності садиби; формуванні позитивного іміджу відповідального туристичного об'єкта.

За допомогою таблиці 3.3 розглянемо калькуляція витрат і доходів інноваційних туристично-рекреаційних програм.

Таблиця 3.3 - Зведена калькуляція витрат і доходів інноваційних туристично-рекреаційних програм

Показник	EcoSlow Weekend	Авторські маршрути «Невідома Бакота»	Зелена школа вихідного дня
Формат програми	2 доби	2 дні	2 дні
Середня ціна пакета, грн/особа	2900	1900	1300
Проживання, грн	900	450	400
Харчування, грн	450	–	300
Організація активностей / супровід, грн	250	300	180
Освітні матеріали / маршрути, грн	–	–	120
Адміністративні витрати, грн	150	150	100
Маркетингові витрати, грн	100	80	–
Страхування / безпека, грн	–	100	–
Загальні витрати, грн	1850	1080	1100
Прибуток з 1 особи, грн	1050	820	200
Рентабельність, %	56,8	75,9	18,2
Середня кількість учасників у групі, осіб	6	8	12
Дохід з групи, грн	17400	15200	15600
Прибуток з групи, грн	6300	6560	2400

Зведена калькуляція витрат і доходів інноваційних програм свідчить, що всі три розроблені туристично-рекреаційні продукти є економічно доцільними, проте відрізняються за рівнем прибутковості та стратегічною роллю в діяльності садиби «Дім мандрівника». Найвищу рентабельність забезпечує програма «Авторські маршрути «Невідома Бакота», що пояснюється низькою витратністю та високою доданою вартістю унікального контенту. Програма EcoSlow Weekend характеризується оптимальним співвідношенням ціни та витрат і формує високий середній дохід на одного туриста. Водночас програма «Зелена школа вихідного дня», попри нижчу рентабельність, виконує важливу соціальну та іміджеву функцію й забезпечує стабільне групове завантаження.

Таким чином, поєднання зазначених програм дозволяє сформувати збалансований портфель інноваційних туристично-рекреаційних продуктів, що

одночасно підвищує економічну ефективність, соціальну значущість та конкурентоспроможність сільської зеленої садиби.

3.3 Оцінка економічної та соціально-культурної ефективності впровадження запропонованих інновацій

Реалізація інноваційних підходів у діяльності туристичних підприємств потребує не лише концептуального та організаційного обґрунтування, а й всебічної оцінки очікуваних результатів їх упровадження. Особливої актуальності така оцінка набуває для суб'єктів сільського зеленого туризму, діяльність яких характеризується обмеженими ресурсами, високою чутливістю до сезонних коливань попиту та значною залежністю від зовнішнього соціально-економічного середовища. У цьому контексті визначення економічної та соціальної ефективності інноваційних програм є ключовою умовою прийняття управлінських рішень щодо доцільності їх реалізації та подальшого розвитку.

Саме тому будемо здійснювати комплексну оцінку результативності запропонованих інноваційних туристично-рекреаційних програм сільської зеленої садиби «Дім мандрівника», розроблених у межах підпунктів 3.1–3.3. Особливістю даного підходу є поєднання економічних критеріїв ефективності, зокрема показника та прогнозних фінансових результатів, із соціальними критеріями, що відображають вплив інновацій на розвиток місцевої громади, підвищення якості туристичного досвіду та формування екологічно відповідальної поведінки туристів.

Необхідність такої комплексної оцінки зумовлена специфікою сучасного туристичного ринку, де економічна результативність дедалі тісніше поєднується із соціальною та екологічною складовими. Для сільського зеленого туризму характерним є поєднання підприємницьких цілей із завданнями сталого

розвитку сільських територій, що потребує врахування нематеріальних ефектів від упровадження інноваційних туристично-рекреаційних продуктів.

Економічну ефективність інноваційних програм оцінюємо через співвідношення очікуваних доходів і витрат, рівень прибутковості окремих продуктів та їхній внесок у загальні фінансові результати діяльності садиби. Соціальна ефективність розглядається крізь призму створення додаткових можливостей зайнятості, популяризації локальної культурної та природної спадщини, розвитку освітніх ініціатив і підвищення соціальної відповідальності туристичного бізнесу.

Таблиця 3.4 - Порівняння економічної ефективності інноваційних програм

Програма	Дохід з 1 туриста, грн	Витрати, грн	Прибуток, грн	Рентабельність, %
EcoSlow Weekend	2900	1850	1050	56,8
«Невідома Бакота»	1900	1080	820	75,9
Зелена школа вихідного дня	1300	1100	200	18,2

Результати розрахунку таблиці 3.6 свідчать, що всі запропоновані інноваційні програми є економічно доцільними, оскільки значення показника перевищують нуль. Найвищий рівень рентабельності демонструє програма «Авторські маршрути «Невідома Бакота», що обумовлено мінімальними матеріальними витратами та високою доданою вартістю авторського контенту. Програма EcoSlow Weekend має оптимальне співвідношення витрат і прибутку та забезпечує стабільний фінансовий результат. Водночас «Зелена школа вихідного дня» характеризується нижчим рівнем рентабельності, однак її реалізація є виправданою з огляду на соціальний та іміджевий ефект.

Для прогнозу доходів, які може отримати садиба за рік, використано помірний сценарій, що передбачає регулярне проведення програм упродовж року з урахуванням сезонності попиту.

Передумови прогнозу:

1. EcoSlow Weekend – 2 програми на місяць (24 на рік);
2. Авторські маршрути «Невідома Бакота» – 3 програми на місяць (36 на рік);
3. Зелена школа вихідного дня – 1 програма на місяць (12 на рік).

Таблиця 3.5 - Прогноз річних доходів і прибутку від інноваційних програм

Програма	Кількість програм на рік	Дохід з 1 програми, грн	Річний дохід, грн	Річний прибуток, грн
EcoSlow Weekend	24	17400	417600	151200
Авторські маршрути «Невідома Бакота»	36	15200	547200	236160
Зелена школа вихідного дня	12	15600	187200	28800
Разом	–	–	1152000	416160

Отримані результати прогнозу свідчать, що впровадження запропонованих інноваційних програм може забезпечити додатковий річний дохід у розмірі понад 1,15 млн грн, з яких близько 416 тис. грн становитиме чистий прибуток. Найбільший внесок у фінансовий результат формують програми авторських маршрутів та EcoSlow Weekend, тоді як «Зелена школа вихідного дня» виконує переважно стабілізаційну та соціальну функцію.

Соціально-культурна ефективність інноваційних туристично-рекреаційних програм є важливим критерієм оцінки результативності діяльності суб'єктів сільського зеленого туризму, оскільки саме цей вид туристичної діяльності безпосередньо пов'язаний із розвитком місцевих громад, збереженням культурної спадщини та формуванням екологічно відповідальної поведінки туристів. Упровадження програм EcoSlow Weekend, Авторські маршрути «Невідома Бакота» та «Зелена школа вихідного дня» має комплексний соціально-культурний вплив, що виходить за межі суто економічних результатів.

Реалізація даних інноваційних програм сприятиме активізації соціально-економічного життя сільської території, на якій функціонує садиба «Дім мандрівника». Залучення місцевих жителів до обслуговування туристів,

проведення екскурсій, майстер-класів і освітніх заходів створює додаткові можливості зайнятості та самореалізації населення. Особливо значущим є використання локальних знань, традицій і навичок, що сприяє підвищенню соціальної згуртованості громади та збереженню нематеріальної культурної спадщини.

Програма «Авторські маршрути «Невідома Бакота» має виражену культурно-пізнавальну спрямованість і сприяє популяризації маловідомих історичних, природних і культурних об'єктів регіону. Завдяки використанню сторітелінгу та авторського підходу до подання інформації туристи отримують глибше розуміння локальної ідентичності, історії та традицій Поділля. Такий формат не лише підвищує якість туристичного досвіду, а й формує повагу до культурної спадщини як цінного ресурсу сталого розвитку.

Інноваційні програми орієнтовані на принципи сталого туризму, що виявляється у раціональному використанні природних ресурсів, мінімізації негативного впливу на довкілля та формуванні екологічної свідомості туристів. Програма EcoSlow Weekend сприяє усвідомленому споживанню туристичних послуг, зменшенню інформаційного перевантаження та відновленню психоемоційного стану відвідувачів. У свою чергу, «Зелена школа вихідного дня» виконує освітню функцію, формуючи у дітей та молоді відповідальне ставлення до природи та локального середовища.

Соціально-культурна ефективність програм проявляється також у їхньому освітньому потенціалі. Інтерактивні заняття, екологічні майстер-класи та пізнавальні екскурсії сприяють неформальному навчанню, розвитку екологічної культури та міжпоколінної передачі знань. Це особливо важливо в умовах зростання ролі туризму як інструменту соціалізації та культурного обміну.

Упровадження соціально та культурно орієнтованих інноваційних програм сприяє формуванню позитивного іміджу садиби «Дім мандрівника» як відповідального суб'єкта туристичної діяльності. Це підвищує рівень довіри з боку туристів, партнерів і місцевої громади, а також сприяє накопиченню

соціального капіталу, який є важливим нематеріальним ресурсом довгострокового розвитку.

Отже, соціально-культурна ефективність упровадження інноваційних програм у діяльність сільської зеленої садиби «Дім мандрівника» проявляється у комплексному позитивному впливі на розвиток місцевої громади, збереження культурної та природної спадщини, формування екологічної свідомості туристів і розвиток освітнього потенціалу туризму. Поєднання економічної результативності з вагомими соціально-культурними ефектами підтверджує доцільність інноваційного розвитку туристично-рекреаційного продукту та відповідає концепції сталого розвитку сільського зеленого туризму.

Таблиця 3.6 – Проектні пропозиції з упровадження інноваційних заходів у діяльність сільської зеленої садиби «Дім мандрівника»

№	Проектна пропозиція	Назва заходу	Зміст заходу	Очікувані результати
1	Розвиток досвідного та екологічного туризму	Впровадження програми EcoSlow Weekend	Організація 2–3-денних вікенд-програм у форматі slow-tourism: digital detox, піші прогулянки природою Бакотського регіону, релаксаційні практики, локальне харчування	Зменшення сезонності, зростання середнього чека туриста, формування унікального туристичного досвіду
2	Диференціація туристично-рекреаційного продукту	Розробка авторських маршрутів «Невідома Бакота»	Створення пішохідних і комбінованих маршрутів маловідомими природними та історичними локаціями з елементами сторітелінгу та персоналізації	Підвищення конкурентоспроможності садиби, зростання попиту, формування іміджу унікального туристичного об'єкта
3	Посилення соціокультурної та освітньої складової	Запуск програми «Зелена школа вихідного дня»	Проведення одnodенних і дводенних освітньо-пізнавальних програм для дітей та молоді: еко-заняття, майстер-класи, інтерактивні екскурсії	Розширення цільової аудиторії, підвищення соціальної значущості діяльності, формування екологічної свідомості

ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній роботі здійснено комплексне дослідження інноваційних підходів до формування туристично-рекреаційного продукту сільської зеленої садиби «Дім мандрівника» з урахуванням сучасних тенденцій розвитку туристичного ринку та принципів сталого розвитку.

У першому розділі встановлено, що туристично-рекреаційний продукт є багатовимірною соціально-економічною категорією, яка поєднує матеріальні ресурси, туристичні послуги, інфраструктуру, управлінські рішення та емоційно-досвідні складові. Доведено, що в умовах сучасного туристичного ринку ключову роль відіграють інновації продуктного, процесного, маркетингового та організаційного характеру, які забезпечують формування унікальної споживчої цінності. Узагальнення зарубіжного та вітчизняного досвіду показало, що інновації є основою підвищення конкурентоспроможності сільського зеленого туризму, проте в Україні вони мають фрагментарний характер і потребують систематизації та адаптації європейських практик.

У другому розділі проведено аналіз діяльності сільської зеленої садиби «Дім мандрівника», який засвідчив стійку позитивну динаміку основних техніко-економічних показників упродовж 2022-2024 рр. Зростання кількості туристів, доходів і рівня рентабельності свідчить про підвищення ефективності діяльності та формування фінансової бази для подальшого розвитку. Результати SWOT- та PEST-аналізів показали, що садиба має суттєві конкурентні переваги, пов'язані з вигідним розташуванням, автентичністю та персоналізацією сервісу, водночас основними проблемами залишаються сезонність попиту та обмеженість ресурсів.

У третьому розділі обґрунтовано напрями інноваційного розвитку туристично-рекреаційного продукту садиби, зокрема диверсифікацію пропозиції, розвиток досвідного та екологічного туризму, цифровізацію та посилення соціокультурної складової. Розроблено конкретні інноваційні

програми — EcoSlow Weekend, Авторські маршрути «Невідома Бакота», «Зелена школа вихідного дня», які відповідають сучасним туристичним трендам та можливостям садиби. Проведена калькуляція витрат і доходів та оцінка ROI підтвердили економічну доцільність запропонованих рішень.

Оцінка економічної та соціально-культурної ефективності показала, що впровадження інноваційних програм сприяє розвитку місцевої громади, популяризації культурної спадщини, формуванню екологічної свідомості туристів і підвищенню соціальної відповідальності туристичного бізнесу. Таким чином, інноваційний розвиток туристично-рекреаційного продукту садиби «Дім мандрівника» має комплексний позитивний ефект і відповідає концепції сталого розвитку туризму.

Загалом результати дослідження підтверджують, що впровадження інноваційних підходів до формування туристично-рекреаційного продукту є ефективним інструментом підвищення конкурентоспроможності сільських зелених садиб і може бути рекомендоване для практичного використання в аналогічних туристичних об'єктах.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Державне агентство розвитку туризму України. Аналітичні матеріали щодо розвитку внутрішнього та сільського туризму. URL: <https://www.tourism.gov.ua>
2. Дім мандрівника : офіц. сайт сільської зеленої садиби. URL: <https://www.dimmandrivnyka.com> (дата звернення: 16.12.2025)
3. Кифяк В. Ф. Інноваційні напрями розвитку туристичної діяльності. Економіка та держава. – 2016. – № 10. – С. 44-48.
4. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності : навч. посіб. 2-ге вид., перероб. і допов. Чернівці : Книги-XXI, – 2016. – 344 с.
5. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). 3-тє вид., перероб. і допов. Київ : Альтерпрес, 2017. 436 с.
6. Любіцева О. О. Туризм в умовах глобальних трансформацій: інноваційний вимір. Географія та туризм. – 2017. – Вип. 41. С. 3-10. URL: <http://tourlib.net>
7. Мальська М. П., Антонюк Н. В., Ганич Н. М. Інновації в туризмі. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, – 2018. URL: <https://geography.lnu.edu.ua>
8. Мальська М. П., Худо В. В. Туристичний бізнес: теорія та практика : навч. посіб. 2-ге вид., перероб. та допов. Київ : Центр учбової літератури, – 2019. – 472 с.
9. Міністерство економіки України. Стратегія розвитку туризму та курортів України. URL: <https://www.me.gov.ua>
10. Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні. Аналітичні огляди та статистичні матеріали. URL: <https://www.greentour.com.ua>
11. Ткаченко Т. І. Сталий розвиток туризму в Україні: сучасні виклики та можливості. Економіка та держава. – 2020. – № 4. – С. 45-50. URL: <http://www.economy.in.ua>

12. Ткаченко Т. І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу : монографія. Київ : КНТЕУ, – 2020. – 416 с.
13. Україна Інкогніта. Туристичний регіон Бакота. URL: <https://ukrainaincognita.com>
14. Фоменко Н. В. Рекреаційні ресурси та курортологія : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, – 2018. – 312 с.
15. Buhalis D., Leung R. Smart hospitality—Interconnectivity and interoperability towards an ecosystem. *International Journal of Hospitality Management*. – 2018. – Vol. 71. – P. 41-50. DOI: 10.1016/j.ijhm.2017.11.011
16. European Commission. Sustainable EU Tourism – Shaping the Tourism of Tomorrow. Brussels, – 2022. URL: <https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/european-green-deal>
17. Eurostat. Tourism statistics – rural and sustainable tourism. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat>
18. Gretzel U., Sigala M., Xiang Z., Koo C. Smart tourism: foundations and developments. *Electronic Markets*. – 2015. – Vol. 25(3). – P. 179-188. URL: <https://link.springer.com>
19. Kotler P., Bowen J. T., Makens J. C. *Marketing for Hospitality and Tourism*. 7th ed. Boston : Pearson Education, – 2017. – 832 p.
20. Lane B., Kastenholtz E. Rural tourism: the evolution of practice and research approaches – towards a new generation concept? *Journal of Sustainable Tourism*. – 2018. – Vol. 26, No. 8. – P. 1-17. DOI: 10.1080/09669582.2018.1446577
21. Lane B., Kastenholtz E. Rural tourism: the evolution of practice and research approaches. *Journal of Sustainable Tourism*. – 2018. – Vol. 26(8). – P. 1227-1246. URL: <https://www.tandfonline.com>
22. UNWTO. *Global Report on Rural Tourism*. Madrid : World Tourism Organization, – 2021. URL: <https://www.unwto.org/rural-tourism>
23. UNWTO. *Tourism and Innovation: Trends and Impacts*. Madrid : World Tourism Organization, – 2019. – 72 p. URL: <https://www.unwto.org/tourism-and-innovation>

24. UNWTO. Tourism and Rural Development: A Policy Perspective. Madrid : World Tourism Organization, – 2020. – 48 p. URL: <https://www.unwto.org/tourism-and-rural-development>

25. Visit Ukraine / Туристичні портали Поділля. URL: <https://visitukraine.today>