

**Волинський національний університет імені Лесі Українки**  
Географічний факультет  
Кафедра туризму та готельного господарства



**Інна Тищук, Ольга Ільїна**

## **СІЛЬСЬКИЙ ЗЕЛЕНИЙ ТУРИЗМ**

**Конспект лекцій**

Луцьк–2024

УДК 338.48-6:502/504(1-22)(075.8)  
Т-48

*Рекомендовано до друку науково-методичною радою  
Волинського національного університету імені Лесі Українки  
(протокол № 8 від 17.04. 2024 р.)*

**Рецензент:**

*Погребський Т. Г.* – кандидат географічних наук, доцент, завідувач кафедри економічної та соціальної географії Волинського національного університету імені Лесі Українки.

*Тищук І. В., Ільїна О. В.*

**Т-48 Сільський зелений туризм** : конспект лекцій. Луцьк : Волинський національний університет імені Лесі Українки, 2024. 94 с.

Подано лекційний матеріал, перелік питань для обговорення з основних тем освітнього компонента, список використаних джерел.

Курс лекцій рекомендований для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 242 Туризм і рекреація галузі знань 24 Сфера обслуговування освітньо-професійної програми Туризм.

Видання буде корисним керівникам і фахівцям підприємств агропромислового комплексу, менеджерам, підприємцям, власникам туристичних агенцій.

**УДК 338.48-6:502/504(1-22)(075.8)**

© *Тищук І. В., Ільїна О. В.* 2024

© *Волинський національний університет імені Лесі Українки,* 2024

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b>	4
<b>Тема 1.</b> Сутність сільського туризму та його місце в системі загального туризму. Концепція сільського (зеленого) туризму	5
<b>Тема 2.</b> Принципи, функції та завдання сільського (зеленого) туризму.	18
<b>Тема 3.</b> Організаційно законодавче забезпечення сільського (зеленого) туризму в Україні.	23
<b>Тема 4.</b> Основні ознаки і умови діяльності агротуристичного господарства	35
<b>Тема 5.</b> Аналіз сучасного стану та перспектив розвитку сільського (зеленого) туризму в Україні	43
<b>Тема 6.</b> Інфраструктура та передумови для розвитку сільського (зеленого) туризму	47
<b>Тема 7.</b> Європейський досвід організації сільського (зеленого) туризму	50
<b>Тема 8.</b> Сільський зелений туризм в умовах конкуренції	56
<b>Тема 9.</b> Технологічні основи гостинності в агросадибі	59
<b>Тема 10.</b> Менеджмент сільського (зеленого) туризму	67
<b>Тема 11.</b> Маркетинг сільського (зеленого) туризму	73
<b>Тема 12.</b> Формування стратегії розвитку сільського (зеленого) туризму	81
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b>	88

## ВСТУП

В Україні існують усі передумови розвитку відпочинку в селі, який можна розглядати як специфічну форму господарської діяльності у сільському середовищі з використанням природного та культурного потенціалу області.

Крім вкладу в національний дохід країни, розвиток інфраструктури, створення нових робочих місць, збереження культурної та історичної спадщини, підвищення рівня сільських жителів, активізація торгівлі в регіоні (реалізація власних сільськогосподарських продуктів), сільський зелений туризм виконує функцію рівномірного розвитку галузей економіки по всіх областях України.

Сільський зелений туризм – це активно розвиваюча галузь сучасної туристичної індустрії, яка надає унікальні можливості для відпочинку та пізнання природних та культурних цінностей сільських територій. За останні десятиліття цей вид туризму став об'єктом підвищеного інтересу як серед туристів, так і серед науковців і практиків галузі.

У контексті сучасних тенденцій, пов'язаних із зростанням екологічної свідомості та прагненням відновлення зв'язку з природою, сільський туризм стає не лише формою відпочинку, але і засобом підтримки сталого розвитку сільських громад. Це відкриває нові перспективи для розвитку сільських територій та покращення якості життя їхніх мешканців.

## ЛЕКЦІЙНИЙ МАТЕРІАЛ

### Тема 1. Сутність сільського туризму та його місце в системі загального туризму

1. Зміст, значення та класифікація сільського зеленого туризму.
2. Концепція сільського (зеленого) туризму.

#### 1. Зміст, значення та класифікація сільського зеленого туризму.

29 квітня 2021 року Верховна Рада України ухвалила законопроект № 4162 про внесення змін до Закону України «Про туризм», відповідно до внесених змін та деяких інших законодавчих актів щодо основних засад розвитку туризму:

– аграрний туризм – ознайомлення з особливостями ведення сільського господарства (особистого селянського або фермерського господарства);

– екологічний туризм – організація відпочинку або отримання природничих чи практичних екологічних знань і досвіду, що не завдає шкоди навколишньому природному середовищу;

– сільський туризм – відпочинок у сільській місцевості для ознайомлення з особливостями звичаїв, традицій та побуту сільського населення і пов'язаний з тимчасовим проживанням у сільській садибі;

Хоча серед науковців існують різні погляди на трактування сільського (зеленого) туризму, цей вид діяльності має однаковий ступінь розкриття їх змісту і охоплює такі організаційні форми:

– сільський (зелений) туризм – це вид сільського туризму, що передбачає перебування в оселі сільського господаря, який здійснює основну діяльність, пов'язану з веденням особистого селянського господарства, а також побічну – з використанням майна цього господарства для надання послуг у сфері сільського туризму, а саме: проживання, харчування, ознайомлення з місцевою культурою та традиціями;

– агротуризм – це вид сільського туризму, зосереджений на сільських територіях, який передбачає використання сільського (фермерського) господарства з метою рекреації, освіти чи активного залучення до традиційних форм господарювання. В агротуризмі селянське (фермерське) господарство становить одночасно і нічліжну базу, і головний предмет інтересу туриста;

– екотуризм – вид сільського туризму, що передбачає відвідування туристами сільських місцевостей, розташованих у межах територій національних, природних парків, заповідних зон, тобто таких, що мають природничу, культурологічну, етнографічну цінність. Тут передбачено відповідні обмеження щодо навантажень на територію та регламентовано види розважального відпочинку.

Підтвердженням наведеного вище є і думка науковця В.Ф. Кифяка, який стверджує, що всі види туризму за метою поїздки тісно переплітаються між собою і виділити їх у чистому вигляді не завжди можливо. Наприклад, діловий туризм може поєднуватись з екскурсійним або спортивним, етнічний – з релігійним, екскурсійний – з рекреаційним і тощо

Щодо міжнародного тлумачення, то у різних країнах світу сільський туризм називають по-різному. У Данії він характеризується як обслуговування відпочивальників, що приїжджають до сільської місцевості, завдяки чому місцеві жителі отримують додатковий дохід. Сільський туризм для Канади – це «процес, за допомогою якого люди намагаються залучати відвідувачів у сільську місцевість обслуговувати їх і на цьому заробляти гроші». У Польщі агротуризм (сільський туризм) – це широкий вибір послуг та обладнання для відпочинку і задоволення всіх потреб туриста. Все це здійснюють люди, що проживають в селі

В офіційній публікації відділу з туризму Європейської комісії вказується, що «метою сільського туризму є місцевість, яка притягує туристів, що приїжджають помилуватися нею, і пов'язана з нею діяльність. І все це є основним мотивом туристів».

Проте нині все ще складно виробити уніфіковану європейську дефініцію, яка б стосувалася всіх країн, через існування певних проблем, а саме:

– міський туризм не обмежується тільки міськими територіями;

– не весь нині наявний туризм у сільських районах входить у поняття «сільський» (санаторії, пансіонати, бази відпочинку, автокемпінги, які розташовані в сільській місцевості, але зорієнтовані на експлуатацію не власне «сільського» рекреаційного ресурсу, а ресурсів морського узбережжя, гірських ландшафтів чи запасів мінеральних вод тощо);

– визначення «сільські території» по-різному трактується у країнах світу;

– відмінні за принципами організації форми сільського туризму історично розвиваються у різних країнах і районах Європи. В одних місцевостях сільський туризм доповнює певний профілюючий вид рекреаційної діяльності, в інших – виступає різновидом туризму екологічного, в третіх – є формою високоприбуткового приватного підприємництва і в цьому розумінні майже не відрізняється від звичної для Європи практики малого готельного бізнесу, а в окремих країнах має обмежений сезонний характер та виступає допоміжною формою діяльності у веденні родинного фермерського господарства.

У британському словнику з подорожей, туризму та гостинності С. Медліка (1993) визначено таке: сільський туризм (rural tourism) – відпочинковий вид туризму, сконцентрований на сільських територіях. Він передбачає розвиток туристичних шляхів, місць для відпочинку, сільськогосподарських і народних музеїв, а також центрів з обслуговування туристів з провідниками та екскурсводами (табл. 1.1.)

Таблиця 1.1.

*Визначення змісту «Сільський (зелений) туризм» та «зелений туризм»*

Автор	Визначення (джерело)
Кифяк В.	Сільський, зелений туризм - тимчасове переміщення туристів у сільську місцевість з метою відпочинку та ознайомлення з місцевим способом життя, культурою, традиціями, звичаями. Цей вид туризму часто використовують сім'ї з дітьми, міська молодь, які намагаються вибратись на природу на вихідні дні або в короткотермінові відпустки

Биркович В.І.	Сільський (зелений туризм) - специфічна форма відпочинку в приватних господарствах сільської місцевості з використанням майна і трудових ресурсів особистого селянського, підсобного або фермерського господарства, природно рекреаційних особливостей місцевості, культурної історичної і етнографічної спадщини
Ткаченко Т.І.	«Сільський туризм» - незмінний спосіб відпочинку в сільській місцевості в певній категорії людей незалежно від їх доходів (сімейні й інші традиції); необхідність оздоровлення у певних кліматичних умовах за рекомендаціями лікарів; близькість до природи та можливість більше часу проводити на свіжому повітрі (в лісі, на озері і т.д.); можливість харчування екологічно чистими та дешевими продуктами; реальна можливість залучитися до сільськогосподарських робіт для власного задоволення; потреба у спокої та у розміреному ритмі життя; можливість залучення до іншої культури, звичаїв та участі в місцевих святах, розвагах
Всесвітня туристична організація UNWTO	Суттєвий сектор світового туристичного господарства, який найбільш динамічно розвивається
Рутинський М.І.	Агротуризм - відпочинковий вид туризму, зосереджений на сільських територіях
Міжнародна Спілка екотуризму	Сільський зелений туризм визначається як спрямована мандрівка в сільську місцевість з метою ознайомлення з місцевою культурою та історією природного середовища, яка не порушує цілісності екосистеми, при цьому робить охорону природних ресурсів вигідною для сільських мешканців
Міжнародний Союз охорони природи	Визначає даний вид туризму як мандрівку з відповідальністю перед навколишнім середовищем по відносно незайманих територіях з метою вивчення і насолоди природою, що сприяє її охороні, чинить «м'який» вплив на навколишнє середовище, забезпечує активну соціально-економічну участь місцевих мешканців у збереженні природи та отриманні ними переваг від цієї діяльності
Горішевський П.В., Васильев В.В., Зінько Ю.В.	Сільський зелений туризм – це відпочинковий вид туризму, сконцентрований на сільських територіях, який передбачає розвиток туристичних шляхів, місць для відпочинку, аграрних і народних музеїв, центрів з обслуговування туристів з екскурсородами
Ю.Шахраюк-Онофрей	Сільський зелений туризм становить специфічну форму відпочинку на селі, де суб'єктами надання туристичних послуг є не професіонали, а мешканці села – власники особистих, підсобних і фермерських господарств, які опираються на наявні місцеві ресурси
У Литовському «Законі про туризм»	Сільський туризм – це послуги проживання. Литовські спеціалісти з туризму вважають, що «сільський туризм – це цілеспрямована рекреаційна діяльність у сільській місцевості та тимчасове проживання приїжджих людей у сільській садибі»



Іванова В.Г.	«Сільський туризм» – це вид туризму, який здійснюється у сільській місцевості з використанням землі, майна та послуг селянського господарства (особистого, фермерського), а також місцевих туристичних ресурсів (національних, природних, культурних, історичних тощо) з метою відпочинку, оздоровлення, ознайомлення громадян України, осіб без громадянства, іноземців із місцевими звичаями та традиціями
В.П. Васильєв	Сільський зелений туризм - специфічна форма відпочинку в селі з використанням природного, матеріального та культурного потенціалу даної місцевості. При цьому проживання, харчування та обслуговування туристів забезпечує сільська родина
В. Сафіуллінова	Сільський туризм – це вид підприємницької діяльності
Н.Кравченко	Сільський (зелений) туризм – різновид екотуризму, в якому предметом туристичного попиту є екологічно чисті території, природне різноманіття, привабливі ландшафти, базою для його розвитку є сільські поселення, розташовані переважно в межах або поблизу об'єктів природно-заповідного фонду, де передбачені відповідні обмеження щодо господарської і рекреаційної діяльності
Н.Скрипник, А.Сердюк	Сільський зелений туризм – певний вид рекреаційної діяльності, який пропонує відпочивальникам відпочинок на природі (озера, лісопарки, дендропарки, ліси, річки, гідропарки) в екологічно чистих сільських місцевостях у приватному житловому секторі

Нині у науковій літературі існує чимало визначень сільського зеленого туризму. Серед них найбільш вживаними, є:

1) різновид туристичної діяльності, котрий має причетність до навколишнього довкілля та етичного розмаїття відповідної території чи імплементує навички результативного зеленого менеджменту природного середовища;

2) комплексна багатоаспектна праця, де цей вид діяльності охоплює такі види подорожей: оздоровчі, спортивні, полювання, рибальство, пішохідні прогулянки, гірські походи, альпінізм, кінні прогулянки, включаючи спеціалізовані туристичні категорії;

3) форма туристичної діяльності, котра включає відпочинок у межах сільської місцевості, включно у селищах та малих містах, що передбачає проживання у приватних садибах;

4) категорія енергійного відпочинку з екологічно багатозначним наповненням та специфічним інтегруючим вектором рекреаційної діяльності

людей, котрі формують свої відносини з навколишнім середовищем та іншими індивідами на базі спільних інтересів, взаєморозуміння та поваги.

**2. Концепція сільського (зеленого) туризму.** У 2004 р. Всесвітня туристична організація сформулювала концепцію сталого розвитку туризму, згідно з якою норми і практику управління сталим розвитком туризму можна застосовувати до всіх видів туризму та до всіх типів напрямків, включаючи масовий туризм та інші сегменти туристичної діяльності. Принципи стійкості відносяться до охорони навколишнього середовища, економічних і соціально-культурних аспектів розвитку туризму, і між цими трьома аспектами повинен бути встановлений відповідний баланс, щоб гарантувати довгострокову стійкість туризму на тривалу перспективу.

Сталий туризм повинен:

- забезпечити оптимальне використання ресурсів навколишнього середовища, які є підвалиною сталого розвитку туризму, підтримувати основні екологічні процеси та допомагати зберегти природну спадщину і біологічне різноманіття;

- поважати своєрідні соціально-культурні особливості приймаючих спільнот, зберігати притаманні їм культурну спадщину та традиційні звичаї, а отже – вносити посильний вклад у взаємопорозуміння різних культур та їхнє толерантне сприйняття;

- забезпечувати життєздатність довготривалих економічних процесів, орієнтуючись на користь для всіх зацікавлених сторін, сприяти постійній зайнятості та можливості отримання додаткових доходів і соціальних послуг для приймаючих спільнот, а отже – вносити посильний вклад у скорочення масштабів бідності. Стійкий туризм покликаний підтримувати високий рівень задоволення потреб туристів, враховувати різнопланові запити туристів, сприяти підвищенню їхньої поінформованості (обізнаності) про принципи сталого розвитку, і в такий спосіб реалізувати практичну діяльність зі сталого туризму.

На сьогодні сільський зелений туризм є невід'ємною складовою туристичної галузі. Орієнтація на концепцію стійкого туризму та потреби туристів – це засадничий орієнтир для власників об'єктів розміщення та надавачів послуг у сфері сільського зеленого туризму.

Одним зі способів підтвердження відповідності зазначеним вимогам є процес інспектування та сертифікації за умови наявності стандартів.

*Сертифікація* – один зі способів гарантувати, що діяльність або продукт відповідають певним стандартам. Усередині індустрії туризму різні організації вже розробили програми та стандарти, призначені для оцінювання різних аспектів в туризмі. Процес сертифікації дає змогу встановити відповідність вимогам стандартів і допомагає відрізнити справжній сільський зелений туризм від підприємств, які себе тільки так позиціонують

Європейська федерація фермерського і сільського туризму – EuroGites, згідно з засадами сталого розвитку сільських територій, реалізує соціальну місію сільського туризму на таких принципах:

- вплинути на збереження традиційних умов життя і культури в сільських територіях Європи, а також утримувати в належному, доглянутому стані природний простір, як місце проживання сільського населення;

- зробити сільські території альтернативою масовому туризму;

- налагодити тісніші зв'язки між містом і селом;

- сприяти організації на туристичних шляхах зустрічей між людьми з різних країн для їх кращого взаєморозуміння, пізнання, зміцнення миру на планеті.

Рекомендації для країн і сільських громад щодо необхідних кроків для досягнення успіху в сільському туризмі:

- туризм на сільських територіях успішно розвиватиметься тоді, коли його пропозиції будуть детально визначені, а організації, які об'єднують осіб, що бажають займатися туристичною діяльністю, будуть послуговуватись однаковими стандартами, зрозумілими пересічному споживачеві;

■ для забезпечення сільському туризму відповідного місця на ринку туристичних послуг важливим є не лише комплексне представлення пропозиції (як продукту), але й добре знання споживача;

■ очікуваного економічного ефекту легше досягнути завдяки чіткій ідентифікації туристичного продукту (ідентифікація має бути доступною для споживача (туристичні сайти, соцмережі тощо), належним чином візуалізована (фотографії, відеоролики) і надана для ознайомлення потенціальним туристам);

■ організація комерційної мережі продажу туристичного продукту з метою рекламування туристичної пропозиції села;

■ обмін досвідом між європейськими країнами для подальшого розвитку сільських територій, підвищення якісного рівня туристичного продукту EuroGites прийнято «Карту якості EuroGites».

У ній стандарти гостинності згруповано в п'ять тематичних блоків:

- довкілля,
- облаштування кімнат,
- обслуговування місць розміщення й оточення,
- професійна підготовка надавачів послуг,
- безпека.

Так, в Україні питаннями розроблення стандартів та критеріїв якості в сфері сільського зеленого туризму опікується Спілка СЗТ України. В 2017–2018 роках Спілкою було прийнято принципове рішення щодо розроблення стандартів організації України, які містять вимоги та критерії до добровільної категоризації як системи внутрішнього контролю якості у сфері сільського зеленого туризму, вимоги до компетенції експертів – консультантів (аудиторів), умови використання Знаку та сертифікату, правила, процедури і періодичність оцінки відповідності само декларованих садиб (об'єктів розміщення) вимогам стандарту.

Основною метою розроблених стандартів є уніфікації вимог, знаків та логотипів, спрощення системи проведення оцінки відповідності для розуміння надавачами та споживачами послуг в сфері сільського зеленого туризму

значення та переваг сертифікованих садиб та розроблення вимог до процедур проведення інспекційних аудитів на відповідність розробленим критеріям.

В Україні діє Програма добровільної категоризації у сфері сільського зеленого туризму «Українська гостинна садиба», яку розробила ГО «Спілка СЗТ України». Вимоги Програми покладені в основу стандартів організації України (СОУ) у сфері сільського зеленого туризму.

Щодо вимог до проведення інспекцій та експертів – консультантів (інспекторів), які мають право проводити оцінювання відповідності слід зазначити, що вони включають: аналогічні заявки, аналіз результатів самооцінювання, обрання інспекторів, планування наглядових інспекцій, проведення вхідного інструктажу, збір та перевірка інформації, проведення заключного інструктажу, завершення звіту інспектування, рішення, щодо сертифікації, вимоги до компетенції експертів – консультантів, інспекторів.

#### ***Вигоди для сертифікованих садиб:***

■ сертифікація допомагає власникам садиб поліпшити свої послуги: процес сертифікації сам по собі має сильне освітнє значення. Багато з сертифікованих садиб визнають, що однією з найзначніших вигод процесу сертифікації стало навчання їх елементів стійкого розвитку і фокусування їх уваги на тих деталях інфраструктури та послугах, які треба змінити. Власники садиб, які працюють краще, мають тенденцію ефективніше налагодити бізнес і залучати більше туристів;

■ сертифікація має тенденцію до скорочення витрат на управління. Цей факт був встановлений практично в будь якій сфері діяльності. В туризмі сертифікація призводить до значного зменшення витрат на ресурси без скорочення якості послуг;

■ процес проведення сертифікації в стійкому туризмі взагалі та сільському зеленому туризмі, зокрема, часто супроводжується спрощеним доступом до технічної та фінансової допомоги для втілення нових технологій. Власники отримують досвід роботи з новими технологіями, а фінансові інститути легше йдуть на фінансування низьковитратних технологій;

■ сертифікація пропонує маркетингову перевагу сертифікованим садибам, оскільки туристи навчаються впізнавати надійні, сертифіковані бренди.

***Вигоди для туристів:***

■ сертифікація дає туристам відповідальний вибір, вона допомагає споживачам зрозуміти, які садиби у своїй роботі по-справжньому дотримуються принципів, і робити вибір на цій основі. Як тільки вимоги та умови сертифікації стають відомі, це призводить до відчутних вигод для репутації і популярності садиб;

■ в цілому, сертифікація сприяє кращому розумінню громадськістю належних правил та особливостей ведення діяльності у сфері сільського зеленого туризму;

■ сертифікація акцентує увагу туристів на питаннях захисту навколишнього середовища і соціальних особливостях території;

■ сертифіковані власники садиб пропонують гарантовано якісніші послуги.

***Категоризація засобів розміщення***, як обов'язкова умова сертифікації в сфері сільського зеленого туризму – це поділ спектру всіх наявних в країні туристичних засобів розміщення на різні категорії.

У готельній справі – це поділ готелів за «зірковістю» від економних до респектабельних. У сільському зеленому туризмі – це розподіл за відповідністю певним критеріям гостинності, якості та різноманіття пропонованого сервісу.

***Мета категоризації:*** чіткіше означити відповідність критеріям та рівням якості для споживачів, стимулювати розвиток різних форм поселення у сільській місцевості.

Об'єднання сільських садиб у сучасну конкурентну мережу пропозицій туристичного продукту «Українська гостинна садиба» – це європейський шлях до підвищення якості комплексного обслуговування туристів, надаваних послуг розміщення та сприяння розвитку сільських територій в Україні.

Вимоги стандартів організації СОУ (*стандарти організації України*) поширюються на індивідуальні та колективні не готельні засоби розміщення,

власники яких є членами ГО «Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні» та добровільно об'єднуються у мережу «Українська гостинна садиба».

Стандарт встановлює вимоги до різних засобів розміщення сільського туризму, порядку оцінювання відповідності та присвоєння категорій, керуючись ступенем відповідності встановленим критеріям.


Серед розроблених критеріїв зазначені вимоги до садиб, благоустрою території, приміщень загального користування, загального технічного обладнання, житлового фонду, санітарії приміщень, приміщень для харчування, персоналу, до охорони навколишнього середовища, технічної оснащеності кімнат, облаштування меблями та інвентарем.

Запропонована категоризація за результатами сертифікації покликана стати інструментом популяризації відпочинку в селі, контролю за якістю послуг сільського зеленого туризму та просування послуг на туристичні ринки країн Європи та світу СОУ у сфері сільського зеленого туризму «Українська гостинна садиба» містить процедури та критерії розподілу заявлених засобів розміщення на чотири категорії, які в подальшому повинні позначатися відповідним знаком Знак «Українська гостинна садиба» включає композицію із словосполучення українською – «українська гостинна садиба», англійською – «ukrainian guest house» та графічного символу, на якому зображена українська хатинка.

Під хатинкою розміщені одна, дві або три квітки мальви.

***До категорії мережі «Українська гостинна садиба» відносяться:***

– базова категорія – садиба відповідає мінімальним вимогам, які встановлені до місць розміщення туристів та відпочиваючих;

–  перша категорія – садиба відповідає встановленим мінімальним вимогам та вимогам, що стосуються озеленення території, паркування автотранспорту, мінімальних розмірів ліжок, площ санітарних приміщень;

– 🌻🌻 друга категорія – садиба відповідає встановленим вимогам першої категорії, окремого входу для гостей, наявності дитячого майданчику, бані-сауни та доступу до загальної мережі інтернету;

– 🌻🌻🌻 третя (найвища) категорія – садиба відповідає вимогам другої категорії та вимогам, які передбачають наявність басейну, гаражу, в кожній кімнаті телевізора, холодильника, оздоблення місць відпочинку натуральними матеріалами, цілодобове гаряче та холодне водопостачання.

Знак дає право сільському господарю повідомляти про відповідну якість житлових умов та рівень послуг у засобах реклами та інформації, встановлювати плату, співставну з його категорією тощо.

Право користування знаком та сам знак надається ГО «Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні» і може використовуватися як маркетинговий інструмент у зростанні популярності садиби.

Знак «Українська гостинна садиба» діаметром 0,5 м надається власнику для розміщення на зовнішній стороні будинку. Знак та право його використання надається терміном на три роки та засвідчується відповідним сертифікатом.

Оцінка відповідності вимогам СОУ (*стандарти організації України*) засобів розміщення здійснюється добровільно власником засобу розміщення шляхом проведення само оцінювання відповідно до критеріїв, зазначених у стандарті, затвердженого правлінням Спілки СЗТ України. Власник засобу розміщення подає заповнений та підписаний протокол про проведення категоризації у якому вказує само декларований рівень категорії.

Відповідно до плану наглядових інспекцій, інспектор на місці підтверджує встановлений власником засобу розміщення рівень категорії та після формування звіту інспектування та статистичного оброблення рівня відповідності вимогам стандарту рекомендує Спілці СЗТ України надати право використання та сам Знак і сертифікат відповідного рівня.

Після отримання належно оформленого протоколу, анкети та фото адміністратор сайту Спілки СЗТ України у персональному кабінеті власника



актуалізує засіб розміщення у мережі «Українська гостинна садиба» відповідного рівня. Детально про порядок проведення самооцінювання можна ознайомитись на сайті Спілки СЗТ України – [www.greentour.com.ua](http://www.greentour.com.ua).

Пропонується внести додатковий розділ до переліку базових вимог з тематикою «Загальні вимоги», що використовуються у системах категоризації європейських країн.

У цьому розділі пропонується включити такі критерії:

- виконання вимог загальної безпеки\* – для всіх категорій;
- наявність протипожежної інструкції та інструкції щодо дій в аварійних та екстремальних ситуаціях. Вона має бути написана українською і англійською мовами та розміщена в доступному місці\*\*;
- наявність регламенту перебування в садибі;
- контактні дані господаря, розміщені в доступному місці;
- аптечка та наявний інформаційний буклет щодо лікарських послуг поблизу місця поселення;
- відсутність негативних впливів та зовнішніх подразників.

Внести до розділу «Садиба, благоустрій» характеристику щодо ознакування будинку і подвір'я – для всіх категорій.

До розділу «Технічна оснащеність кімнат» внести критерії:

- доступ до мережі Internet протягом визначеного часу – для II категорії;
- наявність мережі Wi-Fi – для III категорії.

До розділу «Санітарно-гігієнічний вузол» внести критерії:

- кількість осіб, що припадає на один санітарний вузол – 8 осіб для I категорії, 6 осіб для II категорії і 4 особи для III категорії.

Представлені зміни і доповнення на основі чинної нормативно-правової бази та стандартів Європейської федерації сільського та фермерського туризму EuroGites і Польської федерації сільського туризму «Гостинні господарства» пропонується затвердити на засіданні Правління Спілки СЗТ.

### ***Питання для самоконтролю знань***

1. Що таке категоризація засобів розміщення і яка її мета?

2. Які фактори впливають на рівень розвитку сільського (зеленого туризму) туризму?
3. Що потрібно зробити, щоб отримати базову категорію «Української гостинної садиби»?
4. Які вигоди сертифікованих агросадиб мають власники агросадиб?
5. Розкрийте сутність агротуризму, сільського туризму та екотуризму.
6. Що є основою для стандартів сільського (зеленого) туризму?

## **Тема 2. Принципи, функції та завдання сільського (зеленого) туризму**

1. Основні функції сільського (зеленого) туризму.
2. Принципи та завдання сільського (зеленого) туризму.

1. Оскільки сільський зелений туризм є однією з форм туризму, то відповідно виконує ті ж самі функції, наповнюючи їх новим змістом.

*Економічна функція* сільського зеленого туризму реалізується в розвитку сільських територій, зниженні рівня безробіття на селі, підвищенні рівня доходу та добробуту сільського населення за рахунок додаткового залучення в економічний оборот сільськогосподарської продукції, яка стала товаром.

Беззаперечною є думка про те, що сільський зелений туризм виконує *рекреаційну функцію*. Вона підтверджується тим, що агрооселі розташовані передусім у місцях з чудовими природними ландшафтами з чистим повітрям, у лісистій місцевості, що в сукупності сприяє оздоровленню туристів. У процесі функціонування агрооселі використовуються екологічно придатні території, тут інтереси власників агроосель та відпочивальників збігаються.

*Виховна, культурна та соціальна функції* сільського зеленого туризму є спорідненими і, забезпечують однакові цілі та шляхи їхнього досягнення, наповнюючись змістом залежно від культурного, освітньо- кваліфікаційного, а також ментального рівня розвитку суспільства.

Сільський зелений туризм передбачає не лише отримання місця ночівлі в агрооселі, а за потреби й транспортне, медичне та розважальне обслуговування.

Це і забезпечує реалізацію соціальної функції і є важливою змістовною компонентою в процесі його розвитку.

Сільський зелений туризм містить і комунікативно-інформаційний аспект, сприяючи розширенню кола спілкування, формуванню та розвитку соціально-культурних зв'язків, обміну досвідом, відродженню промислів і традицій українського народу, формуванню бережливого ставлення до використання природно- рекреаційних ресурсів тощо. Хоча, сільський зелений туризм зумовлює розвиток інфраструктури сільських територій, їх благоустрій, є групи споживачів, які навпаки, свідомо намагаються уникати «цивілізаційних умов», обирають місце відпочинку там, де ще збережено самотність територій і побуту сільського життя.

2. *Предметом* сільського зеленого туризму є раціональне використання природно-ресурсного потенціалу туристичних регіонів України для організації відпочинку.

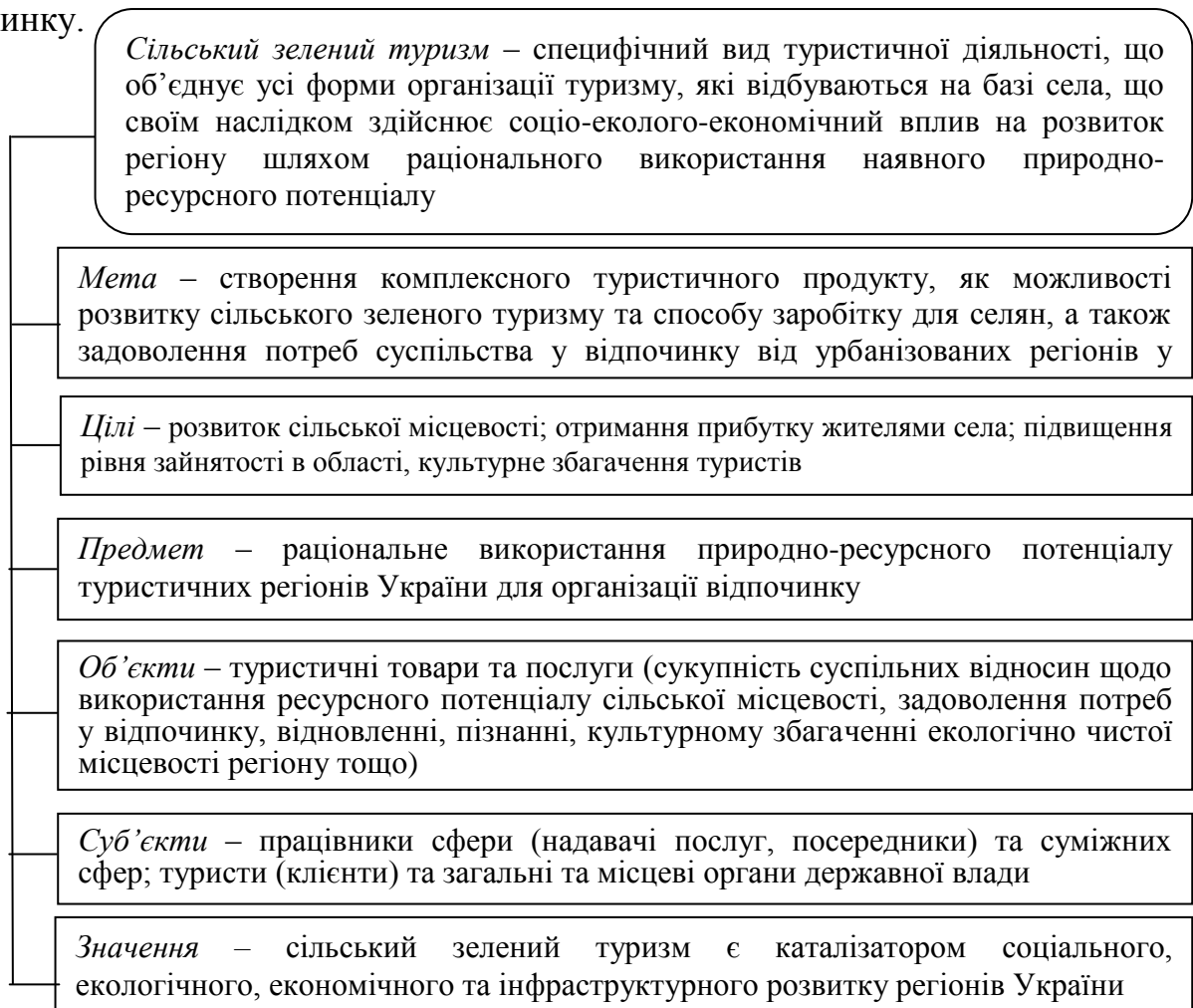


Рис. 2.1. Змістове наповнення дефініції «сільський зелений туризм»

Об'єктами сільського зеленого туризму виступають туристичні товари та послуги (сукупність суспільних відносин щодо використання ресурсного потенціалу сільської місцевості, задоволення потреб у відпочинку, відновленні, пізнанні, культурному збагаченні екологічно чистої місцевості регіонів тощо). Суб'єктами сільського зеленого туризму є працівники досліджуваної сфери (надавачі послуг, посередники) та суміжних сфер; туристи, а також загальні та місцеві органи державної влади.

Метою сільського зеленого туризму є створення комплексного туристичного продукту відповідними господарствами, як можливості розвитку сільського зеленого туризму та способу заробітку для селян, а також задоволення потреб суспільства у відпочинку від урбанізованих територій у сільській місцевості.

До основних цілей сільського зеленого туризму віднесено розвиток сільських регіонів; отримання прибутку жителями села; підвищення рівня зайнятості в регіоні, культурне збагачення туристів. Сільський зелений туризм є каталізатором соціального, екологічного, економічного та інфраструктурного розвитку регіонів, рис. 2.1.

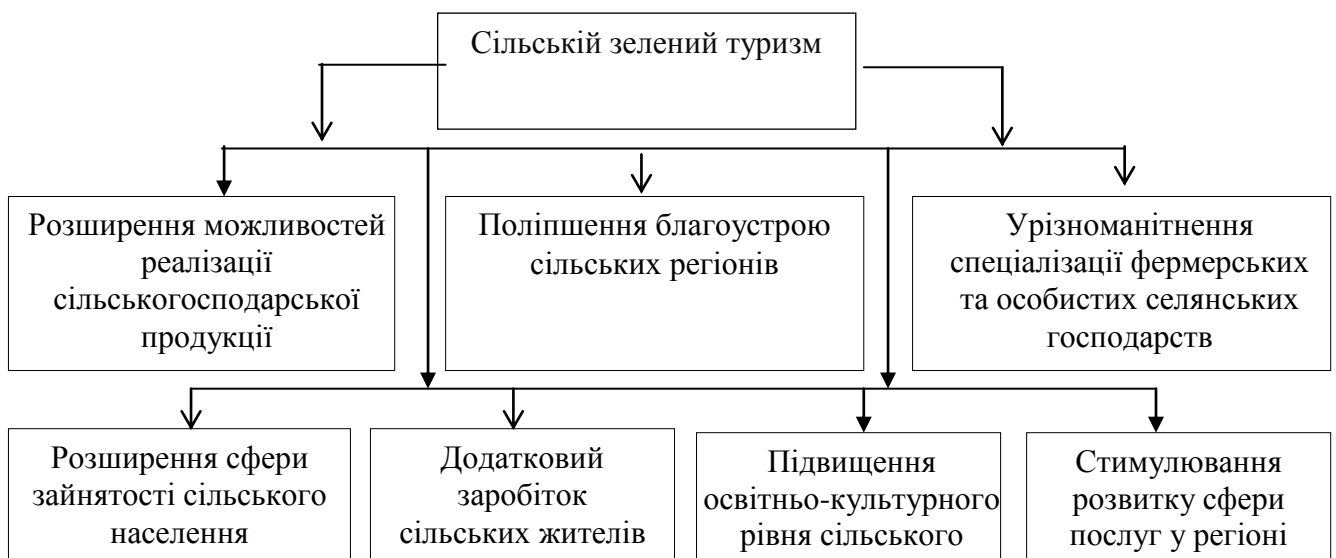


Рис. 2.2. Напрями впливу сільського зеленого туризму на розвиток сільських регіонів

Позитивний вплив сільського зеленого туризму на вирішення соціо-еколого-економічних проблем села має комплексний, системний характер, оскільки сприяє розширенню зайнятості сільського населення, стимулює благоустрій сільських поселень тощо (рис. 2.2).

Таким чином, сільський зелений туризм доцільно розглядати як сферу різноманітних послуг; як сектор внутрішнього і міжнародного туризму; як вид підприємницької діяльності в сільській місцевості.

Ефективний розвиток сільського зеленого туризму можливий за певних умов, які ставляться як до регіону, так і до об'єктів та суб'єктів сільського зеленого туризму (рис. 2.3).

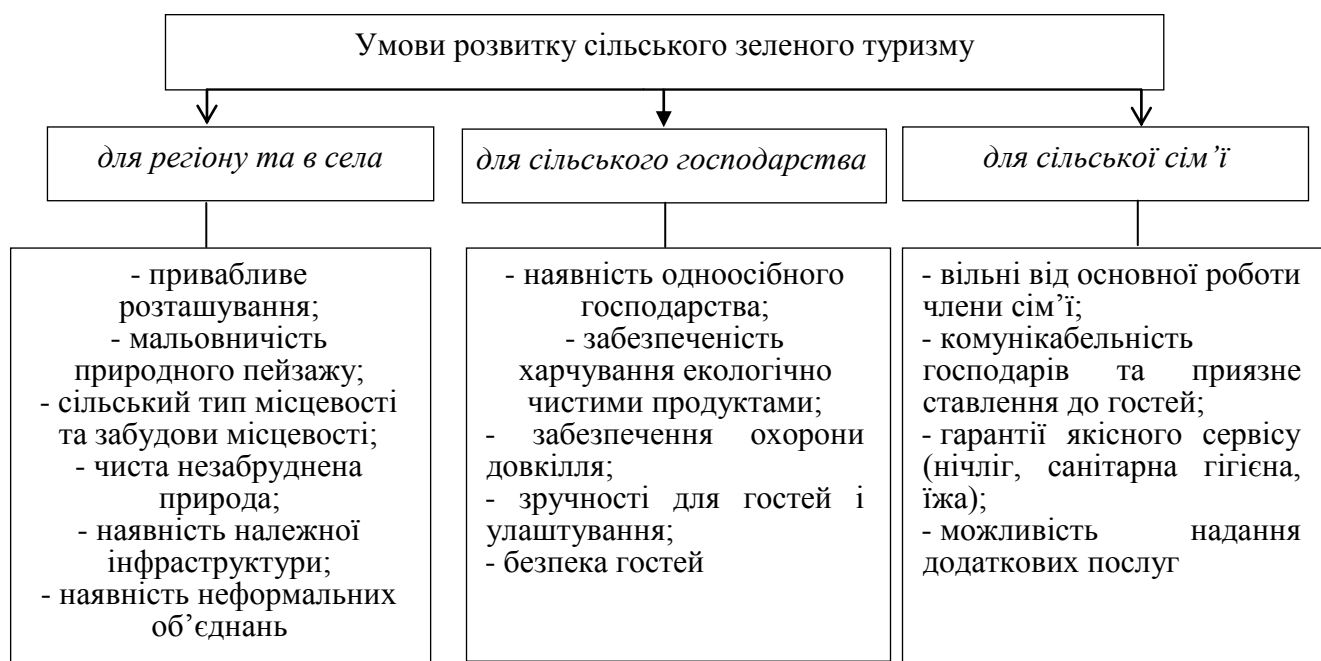


Рис. 2.3. Умови розвитку сільського зеленого туризму

*Ринок туристичних послуг* представляє собою складну багатоступеневу систему взаємопов'язаних елементів, які знаходяться у тісному зв'язку, системній взаємодії та багатоаспектному інтенсивному взаємному впливі. Вихідними положеннями розвитку сільського зеленого туризму, як специфічного сегмента ринку туристичних послуг є наступні:

– об'єктом ринкових відносин сільського зеленого туризму є туристичні послуги та комплексний туристичний продукт;

– ринок туристичних послуг сільського зеленого туризму являє собою складну систему відносин між суб'єктами ринку – продуцентами туристичних послуг, виробниками туристичних продуктів сільського зеленого туризму, посередниками та споживачами, яка регулюється як ринковими механізмами, так і суб'єктами державного регулювання та управління розвитком ринку;

– організаційно-економічний механізм стимулювання підприємництва у сфері сільського зеленого туризму полягає у постійному узгодженні попиту та пропозиції на туристичні товари та послуги даного виду туризму, обумовленому туристичними мотивами, з їх пропозицією в умовах соціально-економічного розвитку регіону.

Вихідним моментом формування туристичного ринку є «задоволення туристичних потреб, що лежать в основі попиту на туристичні послуги». Щодо сільського зеленого туризму, своєчасне та вірогідне визначення туристичних мотивів є гарантією задоволення туристичного попиту.

Структура туристичного ринку у сфері сільського зеленого туризму, схематично зображена на рис. 2.4.

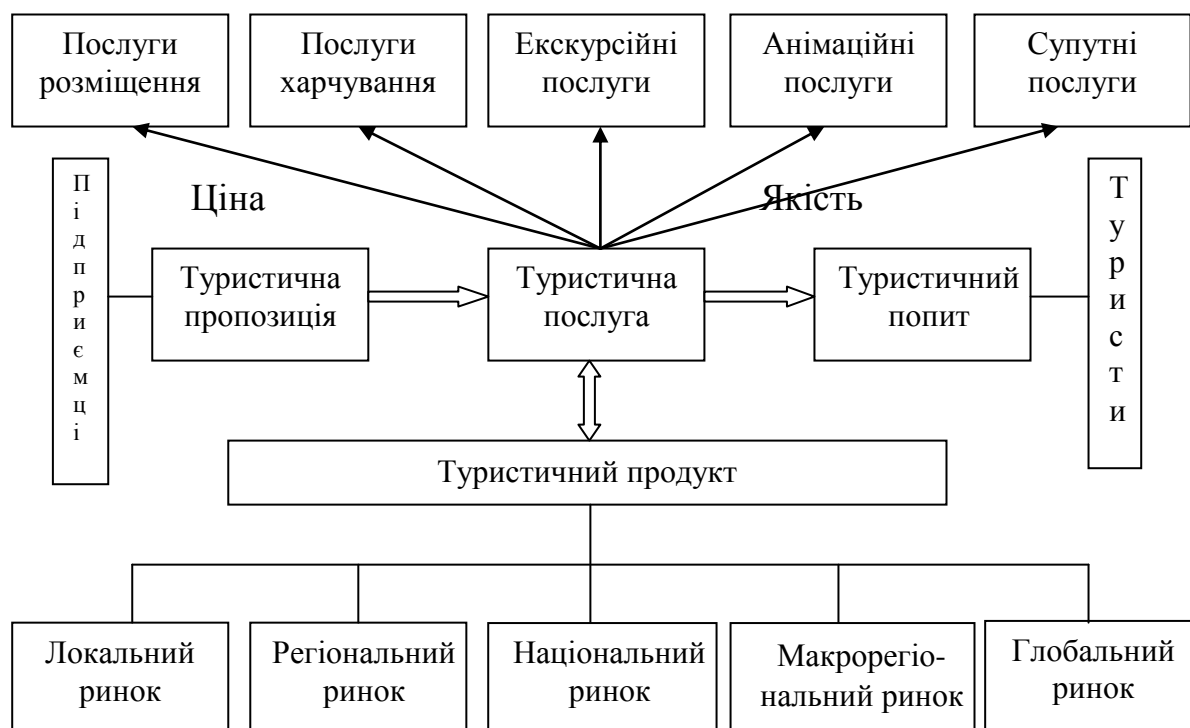


Рис. 2.4. Структура ринку туристичних послуг

Основними інструментами попиту та пропозиції ринку туристичних послуг загалом та сільського зеленого туризму зокрема, є ціна та якість.

### ***Питання для самоконтролю знань***

1. Назвіть основні умови розвитку сільського зеленого туризму для регіону?
2. Охарактеризуйте туристичний продукт?
3. Назвіть основні напрями впливу сільського зеленого туризму на розвиток сільських регіонів?

### **Тема 3. Організаційно законодавче забезпечення сільського (зеленого) туризму в Україні**

1. Основні законодавчі документи.
2. Процеси організації діяльності у сфері СЗТ.

**1.** Поняття «сільський зелений туризм» уперше в законодавстві застосували в Законі України від 15 травня 2003 р. «Про особисте селянське господарство», що дало правові підстави вести діалог про непідприємницький характер діяльності у сфері СЗТ та сприяло її подальшому розвитку саме на базі таких господарств.

Окремі аспекти цієї діяльності регулюються Цивільним, Господарським, Податковим, Сімейним кодексами України, Законами України від 15 вересня 1995 р. «Про туризм», від 5 липня 2012 р. «Про зайнятість населення», від 17 червня 2004 р. «Про сільськогосподарську дорадчу діяльність», від 19 червня 2003 р. «Про фермерське господарство», від 15 травня 2003 р. «Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань», від 12 травня 1991 р. «Про захист прав споживачів», від 23 грудня 1997 р. «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів», Постановою Кабінету Міністрів України від 15 березня 2006 р. №297 «Про затвердження порядку надання послуг з тимчасового розміщення

(проживання)», Наказами Державного департаменту ветеринарної медицини України від 21 березня 2002 р. №17 «Про затвердження ветеринарних та санітарних вимог до особистих селянських господарств – виробників сирого товарного молока», Міністерства аграрної політики України від 19 грудня 2006 р. №100 «Про затвердження ветеринарно-санітарних вимог утримання птиці в особистих селянських господарствах», від 14 січня 2004 р. №4 «Про затвердження ветеринарно-санітарних правил для боєнь, забійно-санітарних пунктів господарств та подвірного забою тварин» та іншими нормативно-правовими актами

*Законодавством України передбачено*, що послуги у сфері СЗТ можуть надаватися на базі майна особистих селянських господарств. Крім того, здійснювати таку діяльність можуть особи, які ведуть фермерські господарства, отримали земельні ділянки для будівництва та обслуговування житлового будинку й господарських будівель (присадибна ділянка), а також індивідуального дачного будівництва і садівництва.

ОСГ (*особисте селянське господарство*) – це господарська діяльність, яка проводиться без створення юридичної особи фізичною особою індивідуально або особами, які перебувають у сімейних чи родинних відносинах і спільно проживають, з метою задоволення особистих потреб шляхом виробництва, переробки і споживання сільськогосподарської продукції, реалізації її надлишків та надання послуг з використанням майна такого господарства, у т. ч. й у сфері сільського зеленого туризму.

СФГ (*сімейне фермерське господарство*) – форма підприємницької діяльності громадян – членів однієї сім'ї, які виявили бажання виробляти товарну сільськогосподарську продукцію, здійснювати її переробку та реалізацію з метою отримання прибутку на земельних ділянках, наданих їм у власність та/або користування, у т.ч. в оренду, для ведення фермерського господарства, товарного сільськогосподарського виробництва, ОСГ СФГ може бути двох видів:



1) СФГ зі статусом юридичної особи (якщо в його підприємницькій діяльності використовується праця членів такого господарства, якими є виключно члени однієї сім'ї);

2) СФГ без статусу юридичної особи, організоване на основі діяльності фізичної особи-підприємця (за аналогічних умов). Таке господарство організовується фізичною особою-підприємцем самостійно або спільно із членами його сім'ї на підставі договору про створення СФГ. Його головою є член сім'ї, зареєстрований як фізична особа-підприємець і визначений зазначеним договором.

## ***2. Що необхідно знати у процесі організації діяльності у сфері СЗТ.***

### ***1. Чи підлягають державній реєстрації власники ОСГ та СФГ, які надають послуги у сфері СЗТ?***

Власники ОСГ не підлягають державній реєстрації як суб'єкти підприємницької діяльності за умови:

- надання послуг виключно з використанням майна такого господарства;
- надання послуг без використання найманої праці;
- розміщення туристів здійснюється у житлових будинках, в яких проживають самі господарі.

СФГ підлягає державній реєстрації як юридична особа. При створенні СФГ без статусу юридичної особи, голова цього господарства підлягає державній реєстрації як фізична особа-підприємець. Слід враховувати, що фермерське господарство підлягає державній реєстрації за умови набуття громадянином України, або кількома громадянами України, які виявили бажання його створити, права власності або користування земельною ділянкою.

### ***2. Які послуги можуть надавати члени ОСГ та СФГ у сфері СЗТ?***

Це послуги з тимчасового розміщення (проживання) туристів, тобто діяльність з надання місця для ночівлі у засобі розміщення за плату; послуги з обслуговування житлового приміщення, харчування, збереження майна і багажу гостя; послуги розважально-пізнавального характеру (з організації

дозвілля й заходів, пов'язаних із місцевими звичаями і традиціями гостинності) тощо.

**3. Чи підлягає ліцензуванню діяльність у сфері СЗТ?** Послуги у сфері СЗТ, включаючи тимчасове розміщення туристів, їх харчування тощо, не потребують ліцензування. Ліцензуванню в галузі туризму підлягає виключно туроператорська діяльність. У разі здійснення туристичного супроводу необхідним є отримання відповідного дозволу. Такий дозвіл повинні мати: гідиперекладачі, екскурсоводи, спортивні інструктори, провідники та інші фахівці туристичного супроводу.

**4. Чи передбачена законодавством необхідність сертифікації послуг у сфері СЗТ?** Присвоєння відповідної категорії якості та рівня обслуговування об'єктам туристичної інфраструктури (об'єктам, призначеним для надання послуг з розміщення туристів, закладам харчування, тощо) здійснюється за результатами виключно добровільної сертифікації таких послуг. Послуги, що надаються на базі майна ОСГ, сертифікації не підлягають.

**5. Які вимоги передбачені законодавством для індивідуальних засобів розміщення?**

Індивідуальні засоби розміщення – житло, в якому за плату або безоплатно надається обмежена кількість місць (менш як 30). У такому засобі одиниці розміщення (кімнати, житло) повинні бути відокремлені одна від одної. Таким чином, туристам надаються послуги з розміщення у житлових будинках (як правило садибного типу), в яких проживають самі господарі.

Житловий будинок садибного типу – житловий будинок, розташований на окремій земельній ділянці, який складається із житлових та допоміжних (нежитлових) приміщень. Розміри індивідуальних житлових і господарських споруд на селі не обмежуються. Крім того, послуги з розміщення туристів можуть надаватися і на базі відокремленої фермерської садиби – земельної ділянки разом з розташованими на ній житловим будинком, господарсько-побутовими будівлями, наземними і підземними комунікаціями, багаторічними насадженнями, яка знаходиться за межами населеного пункту.

Слід зазначити, що житлові будинки садибного типу та інше житло, яке використовується для надання послуг з тимчасового розміщення, має відповідати: вимогам державних будівельних норм під час проектування та будівництва; вимогам безпеки технічної експлуатації будинків, споруд і устаткування, встановленим нормативними документами; вимогам, що гарантують особисту безпеку туристів і збереженість їхнього майна.

З метою підвищення якості та безпеки послуг у сфері СЗТ, сприяння споживачам у свідомому виборі туристичних послуг, ГО «Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні» згідно з Програмою добровільної категоризації «Українська гостинна садиба», здійснює присвоєння засобам розміщення однієї з чотирьох відповідних категорій.

#### ***6. Який розмір земельної ділянки надається для ведення ОСГ та СФГ?***

Для ведення ОСГ використовують земельні ділянки розміром не більше 2,0 гектара, передані фізичним особам у власність або оренду. Зважаючи на те, що суб'єктом права на земельну ділянку є фізична особа, а не сім'я, домогосподарство тощо, кожний з членів ОСГ має право на набуття земельної ділянки для ведення ОСГ на праві власності у розмірі до 2-х га.

Для ведення СФГ використовуються земельні ділянки, що належать громадянам – членам господарства на праві приватної власності, а також передані їм на умовах оренди. Члени СФГ мають право на одержання безоплатно у власність із земель державної і комунальної власності земельні ділянки у розмірі земельної частки (паю).

Розмір земельної ділянки може бути збільшений у разі отримання в натурі (на місцевості) земельної частки (паю) та її спадкування членами зазначених господарств відповідно до закону. Що ж стосується використання земельної ділянки на умовах оренди, то розмір останньої законодавством не обмежується.

***7. Чи є необхідним укладати договори на готельне обслуговування, якщо послуги з розміщення туристів надаються у житлових будинках, в яких проживають самі господарі?*** За договором на готельне обслуговування, одна сторона (суб'єкт, що надає послуги з розміщення) зобов'язується за

дорученням іншої сторони (проживаючого) надати послуги по тимчасовому проживанню (ночівлі) у спеціально обладнаному жилу приміщенні (номері), виконати або організувати виконання інших визначених договором послуг, пов'язаних з тимчасовим проживанням, а проживаючий зобов'язується сплатити за ці послуги встановлену плату.

Враховуючи те, що при розміщенні туристів у житлових будинках, в яких проживають самі господарі, та діяльність власників ОСГ і СФГ у цій сфері є для них не основною, укладення саме такого договору не вимагається. У даному випадку доцільно укласти договори про надання послуг з тимчасового розміщення туристів. Вони, як правило, мають письмову форму.

Причому, слід врахувати, що правочини фізичних осіб між собою (у даному випадку власника ОСГ і туриста) на суму, що перевищує у двадцять і більше разів розмір неоподаткованого мінімуму доходів громадян, тобто 340 грн., завжди вчиняються у письмовій формі.

Договір вважається таким, що вчинений у письмовій формі, якщо його зміст зафіксований в одному або кількох документах, у листах, телеграмах, якими обмінялися сторони, а також якщо воля сторін виражена за допомогою телетайпного, електронного або іншого технічного засобу зв'язку.

Такий договір можна вважати укладеним з моменту отримання підтвердження особи, яка надає послуги з розміщення (виконавця), про прийняття замовлення та вказівки можливого початку надання такого обслуговування з визначеного часу.

**8. Які вимоги передбачені законодавством для надання послуг з харчування туристів членами ОСГ та СФГ?** Члени ОСГ та СФГ мають право реалізовувати вироблену сільськогосподарську продукцію туристам. Крім того, надавати послуги з харчування або створювати умови для самостійного готування їжі переважно із продуктів таких господарств.

При цьому вони зобов'язані дотримуватися чинних нормативів щодо якості та безпечності харчової продукції, санітарних, екологічних та інших вимог згідно із законодавством (зокрема ветеринарно-санітарних правил

утримання птиці, подвірного забою тварин, ветеринарно-санітарних вимог до виробників сирого товарного молока; державних санітарних норм до питної води, призначеної для споживання людиною тощо).

### ***9. Які податки зобов'язані сплачувати власники ОСГ та СФГ, організовані на основі діяльності фізичної особи підприємця?***

9.1. Фізичні особи – власники ОСГ, які здійснюють діяльність у сфері СЗТ, оподатковуються податком з доходів фізичних осіб. При визначенні бази оподаткування враховуються всі доходи платника податку, отримані ним як у грошовій, так і негрошовій формах. Ставка податку становить 18 відсотків бази оподаткування.

До загального місячного (річного) оподатковуваного доходу платника податку не включаються доходи, отримані від продажу власної сільськогосподарської продукції, що вирощена, відгодована, виловлена, зібрана, виготовлена, вироблена, оброблена та/або перероблена безпосередньо фізичною особою на земельній ділянці, наданій їй для ведення ОСГ, розмір якої не перевищує 2 га.

Крім того, при продажу власної продукції тваринництва, отриманий дохід не оподатковується, якщо його сума сукупно за рік не перевищує 50 розмірів мінімальної заробітної плати, встановленої законом на 1 січня звітного (податкового) року.

Зазначені особи також є платниками земельного податку. Ставка податку за земельні ділянки сільськогосподарських угідь має становити не більше 1 відсотка від їх нормативної грошової оцінки.

Органи місцевого самоврядування до 25 грудня року, що передує звітному, подають відповідному контролюючому органу за місцезнаходженням земельної ділянки рішення щодо ставок земельного податку та наданих пільг з його сплати.

Пільги щодо сплати земельного податку можуть застосовуватися до власників ОСГ, площа земельної ділянки якого становить не більше 2 га.

Від сплати податку звільняються:

– інваліди першої і другої групи; фізичні особи, які виховують трьох і більше дітей віком до 18 років;

– пенсіонери (за віком); ветерани війни та особи, на яких поширюється дія Закону України «Про статус ветеранів війни, гарантії їх соціального захисту»;

– фізичні особи, визнані законом особами, які постраждали внаслідок Чорнобильської катастрофи.

Також від сплати податку звільняються на період дії єдиного податку четвертої групи власники земельних ділянок, земельних часток (паїв) та землекористувачі за умови передачі земельних ділянок та земельних часток (паїв) в оренду платнику єдиного податку четвертої групи.

9.2. На сьогоднішній день, СФГ, організовані на основі діяльності фізичної особи-підприємця, не можуть застосовувати єдиний податок для платників 4 групи, оскільки не відносяться податковим законодавством до сільськогосподарських товаровиробників.

Відповідно, такі господарства мають оподатковуватися в порядку, передбаченому для фізичних осіб-підприємців (є платниками єдиного податку 1–3 групи).

Фіксовані ставки єдиного податку встановлюються сільськими, селищними, міськими радами або радами об'єднаних територіальних громад, з розрахунку на календарний місяць:

– для 1 групи платників – у межах до 10 % розміру прожиткового мінімуму;

– для 2 групи – у межах до 20 % розміру мінімальної заробітної плати;

– для платників 3 групи: 3 % доходу – у разі сплати податку на додану вартість; 5 % доходу – у разі включення податку на додану вартість до складу єдиного податку.

Платники єдиного податку звільняються від обов'язку нарахування, сплати та подання податкової звітності з таких податків і зборів:

■ податку на прибуток підприємств;

- податку на доходи фізичних осіб у частині доходів (об'єкта оподаткування), що отримані в результаті господарської діяльності платника єдиного податку 1 – 3 групи (фізичної особи);

- податку на додану вартість з операцій з постачання товарів, робіт та послуг, місце постачання яких розташоване на митній території України;

- податку на майно (в частині земельного податку), крім земельного податку за земельні ділянки, що не використовуються платниками єдиного податку 1 – 3 груп для провадження господарської діяльності та платниками єдиного податку 4 групи для ведення сільськогосподарського товаро виробництва.

Зазначені особи виступають податковими агентами щодо щоквартальної сплати туристичного збору до місцевого бюджету. Ставка встановлюється у розмірі від 0,5 до 1 % до бази справляння збору, тобто вартості усього періоду проживання (ночівлі). Причому, до вартості проживання не включаються витрати на харчування чи побутові послуги (прання, чистка, лагодження та прасування одягу, взуття чи білизни), телефонні рахунки тощо.

Платниками збору не можуть бути: інваліди, діти-інваліди та особи, що супроводжують інвалідів I групи або дітей-інвалідів (не більше одного супроводжуючого); ветерани війни; учасники ліквідації наслідків аварії на Чорнобильській АЕС; діти віком до 18 років.

9.3. Фізичні особи, які є власниками об'єктів житлової та/або нежитлової нерухомості виступають платниками податку на нерухоме майно, відмінне від земельної ділянки. Ставки податку встановлюються за рішенням сільської, селищної, міської ради або ради об'єднаних територіальних громад, залежно від місця розташування (зональності) та типів об'єктів нерухомості у розмірі, що не перевищує 1,5 % розміру мінімальної заробітної плати, встановленої законом на 1 січня звітного (податкового) року, за 1 м<sup>2</sup> бази оподаткування.

Пільги з податку для фізичних осіб визначаються виходячи з їх майнового стану та рівня доходів. Пільги з податку, що сплачується на відповідній

території з об'єктів нежитлової нерухомості, встановлюються залежно від майна, яке є об'єктом оподаткування.

Органи місцевого самоврядування до 25 грудня року, що передує звітному, подають відповідному контролюючому органу за місцезнаходженням об'єкта житлової та/або нежитлової нерухомості інформацію щодо ставок та наданих пільг юридичним та/ або фізичним особам зі сплати податку на нерухоме майно, відмінне від земельної ділянки/

Для житлового будинку/будинків незалежно від їх кількості, база оподаткування (загальна площа), зменшується на 120 кв. метрів.

Вказана пільга не застосовується до:

- 1) об'єкта/об'єктів оподаткування, якщо площа такого/таких об'єкта/об'єктів перевищує п'ятикратний розмір неоподатковуваної площі;
- 2) об'єкта/об'єктів оподаткування, що використовуються їх власниками з метою одержання доходів (здаються в оренду, лізинг, позичку, використовуються у підприємницькій діяльності).

***10. Яка звітність встановлена законодавством для власників ОСГ та СФГ, організованих на основі діяльності фізичної особи-підприємця, що надають послуги у сфері СЗТ?***

10.1. Особи, зайняті у сфері сільського зеленого туризму ведуть Книгу реєстрації, в якій зазначається:

– прізвище, ім'я та по батькові мешканця, рік народження, місце проживання (перебування), документ, який посвідчує особу, дата прибуття та вибуття, вартість наданих послуг.

10.2. Власники ОСГ подають у визначений законодавством строк органу відповідної податкової служби декларацію про майновий стан і доходи, отримані від надання послуг у сфері СЗТ за формою, встановленою Міністерством фінансів України.

Власники ОСГ ведуть облік у Книзі обліку доходів і витрат для визначення суми загального річного оподатковуваного доходу за формою, затвердженою Міністерством фінансів України.



Ця книга заводиться фізичними особами самостійно і складається із одинадцяти граф (дата отримання доходу, або понесення витрат, або сплати податку (збору);

– найменування юридичної особи / П.І.Б. фізичної особи, якими здійснювалися нарахування (виплати) доходу платнику податків;

– код згідно з ЄДРПОУ / реєстраційний номер облікової картки платника податків або серія (за наявності) та номер паспорта;

– назва отриманого доходу; сума отриманого доходу, яка включається до оподаткованого доходу;

– сума отриманого доходу, яка не включається до оподаткованого доходу;

– найменування юридичної особи / П.І.Б. фізичної особи, на користь якої здійснені витрати; код згідно з ЄДРПОУ / реєстраційний номер облікової картки платника податків або серія (за наявності) та номер паспорта;

– назва (перелік) понесених витрат; реквізити документа, що підтверджує понесені витрати; сума понесених витрат).

10.3. Голова СФГ як фізична особа-підприємець – платник єдиного податку 1- 3 групи веде облік і складає звітність, у порядку, передбаченому податковим законодавством.

Платники єдиного податку 1 і 2 груп та платники єдиного податку 3 групи, які не є платниками податку на додану вартість, ведуть Книгу обліку доходів (в паперовому або електронному вигляді) шляхом щоденного, за підсумками робочого дня, відображення отриманих доходів.

Форма книги обліку доходів, порядок її ведення затверджуються Міністерством фінансів України. Для реєстрації Книги обліку доходів такі платники єдиного податку подають до контролюючого органу за місцем обліку примірник Книги, у разі обрання способу ведення Книги у паперовому вигляді.

Платник податку заносить до Книги відомості в такому порядку:

1) у графі 1 зазначається дата запису;

2) у графах 2–6 щоденно відображається дохід від провадження господарської діяльності, із сумарним підсумком за місяць, квартал, рік, зокрема отримана сума коштів за продані товари, виконані роботи, надані послуги протягом податкового (звітного) періоду в грошовій формі (окремо в готівковій та безготівковій), матеріальній або нематеріальній формі;

3) у графах 7 і 8 відображаються відповідно вид та сума доходу, що оподатковується за ставкою 15 %. Платники єдиного податку 3 групи, які є платниками податку на додану вартість, ведуть Книгу обліку доходів та витрат (в паперовому або електронному вигляді).

Книга складається з двох розділів:

«Доходи» (у графі 1 зазначається дата запису;

– у графах 2–7 відображається дохід від провадження господарської діяльності, без податку на додану вартість;

– у графах 8 і 9 відображаються вид та сума доходу, що оподатковується за ставкою 15 %) і «Видатки» (у графі 1 зазначається дата запису;

– у графах 2 і 3 відображаються витрати, пов'язані з придбанням товарів (робіт, послуг) без податку на додану вартість, у тому числі суми, що сплачуються згідно з договором постачальнику (продавцю), за вирахуванням непрямих податків;

– суми ввізного мита;

– суми непрямих податків у зв'язку з придбанням товарів (робіт, послуг), які не відшкодовуються платникам податку;

– транспортно-заготівельні витрати;

– інші витрати, які безпосередньо пов'язані з придбанням товарів (робіт, послуг) і доведенням їх до стану, в якому вони придатні для використання у запланованих цілях;

– у графі 4 відображається сума витрат на оплату праці у разі використання праці найманих осіб;

– у графі 5 відображається сума сплаченого єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування;

– у графі 6 зазначається сума інших витрат, які понесені у зв'язку з провадженням господарської діяльності платника податку, зокрема витрат на зв'язок, сплату орендних та комунальних платежів тощо;

– у графі 7 відображається загальна сума витрат на провадження господарської діяльності як сума граф 3, 4, 5 і 6).

Платники єдиного податку 1-3 груп подають до контролюючого органу податкову декларацію платника єдиного податку за формою, встановленою центральним органом виконавчої влади, що забезпечує формування та реалізацію єдиної державної податкової політики.

### ***Питання для самоконтролю знань***

1. Якими законами закладено правову базу діяльності туристичної галузі?
2. Згідно з якими принципами реалізується державна політика в галузі туризму?
3. Які основні напрями державної політики в сфері розвитку туризму?
4. Назвіть основний нормативно-правовий документ, що регламентує туристичну діяльність ?
5. Яка звітність встановлена законодавством для власників ОСГ та СФГ?
6. Якими діями державних органів влади забезпечується розвиток туризму?
7. Основні проблеми які є у забезпеченні нормативно-правової бази розвитку сфери зеленого туризму?

### **Тема 4. Основні ознаки і умови діяльності агро туристичного господарства**

1. Загальна характеристика агротуризму.
2. Головні ознаки діяльності агротуризму.

1. На сьогодні в Україні спостерігається зростання економічної активності в сільській місцевості, включаючи при цьому ефективний розвиток несільськогосподарських господарюючих суб'єктів. У результаті зростає різноманітність та рівень багатofункціональності територій. У сільській місцевості змінюється структура доходів населення, створюються нові робочі місця. В процесі децентралізації органи місцевого самоврядування зацікавлені у

створенні умов для розвитку підприємництва в сільській місцевості як найбільш перспективної діяльності, що безпосередньо веде до соціально-економічного розвитку сільської території.

*Основними аспектами їх діяльності мають стати:*

- а) підтримка підприємницьких ініціатив та сприяння розвитку інтелектуального потенціалу сільських жителів;
- б) право сільських жителів на рівні можливості;
- в) сприяння розвитку багатофункціональності сільських територій;
- г) залучення зовнішніх інвестицій та грантів;
- д) зміна інституційної політики в бік поліпшення мікроклімату сільських територій;
- е) розвиток консультативних установ та доступ до бізнес-середовища тощо.

Туризм, який пов'язаний з перебуванням в особистому селянському чи фермерському господарстві, характеризується різними формами проведення вільного часу, використовуючи туристичні послуги в межах сільської гостинної садиби. Власне, такий вид сільського туризму прийнято називати агротуризмом.

*Агротуризм* де факто є поняттям, яке з'явилося як наслідок пропозиції щодо надання туристичних послуг у селянському чи фермерському господарстві. З розвитком туристичного руху воно стало об'ємним, окреслюючи види діяльності, пов'язані з обслуговуванням не лише туристів, й власне односельчан.

Для туриста агротуризм означає туристичну активність людини, яка має намір пізнати сільськогосподарське виробництво і/або відпочити у сільському середовищі.

Існують такі різновиди агротуристичної діяльності в регіоні: агротуризм в безпосередній близькості від великих промислових центрів.

У сільських пунктах в безпосередній близькості від промислових центрів агротуристична привабливість складається з наступних складових:

різноманітність природних ландшафтів; близькість до промислового центру; певна обізнаність потенційних споживачів послуги про стан справ в даному сільському населеному пункті; наявність елементів інфраструктури; задовільна матеріально-технічна база; наявність культурних ресурсів гостинності; агротуризм поблизу широко відомих санаторно-курортних зон і місць масових відвідувань туристами тощо.

Агротуризм – форма сільського туризму, яка безпосередньо пов'язана з селянським (фермерським) господарством, що одночасно надає послуги з проживання та харчування, знайомить із сільськогосподарською діяльністю, традиціями та звичаями даного регіону.

Розрізняють дві основні форми агротуризму: винаймання помешкання з обслуговуванням безпосередньо в межах господарства або розміщення на нічліг з самообслуговуванням на землях, що належать до господарства (кемпінги та намети).

Також виділяють види агротуризму:

– *активний*: полювання, риболовля, збір лікарських рослин, грибів, ягід, участь у сільськогосподарських роботах (насадження сільськогосподарських культур, їх обробка, збір урожаю, догляд за тваринами, участь у їх годуванні, випасанні тощо);

– *пасивний*: знайомство з побутом, культурою й звичаями як регіону, так і сільської родини, в якій проживає турист, спостереження за роботою селян та ремісників, споживання страв традиційної (регіональної) кухні тощо.

Деякі українські науковці під аграрним туризмом розуміють туристську діяльність на території сільськогосподарських (фермерських) угідь, де є умови для виробництва сільськогосподарської продукції і відпочинку міського населення з добровільним частковим залученням бажаючих до деяких видів сільськогосподарських робіт.

Науковець Турковський М. визначає агротуризм як можливість відпочинку у період відпустки чи вихідних і здійснюється з використанням існуючих природних ресурсів, вільних приміщень тощо.

За визначенням Асоціації сприяння розвитку агротуризму, він являє собою вид діяльності, який організовується в сільській місцевості, при якому формуються та надаються відпочиваючим комплексні послуги з проживання, відпочинку, харчування, екскурсійного обслуговування тощо.

У Проекті Закону України «Про аграрний туризм та агротуристичну діяльність» (який досі не є ратифікованим) агротуризм визначається як вид туризму, відпочинкового й пізнавального характеру, що пов'язаний з використанням майна особистих селянських господарств і передбачає здійснення агротуристичної діяльності під час тимчасового перебування туристів у сільській місцевості.

Основу агротуристичної пропозиції становить розміщення, яке може бути поєднане (залежно від умов) з дворазовим харчуванням або можливістю купівлі свіжих продуктів харчування на місці та самостійного приготування їжі. Складові агротуризму не є новими; більшість з них – повсякденні.

Окрім цього, до агротуризму належать деякі елементи персонального продажу та різного роду участі та спостереження за процесом сільськогосподарського виробництва. Найчастіше для суб'єктів, які пропонують агротуристичні послуги і продукти, він стає додатковим джерелом одержання доходів.

В основу ідеї агротуризму покладено переконання, що селянське господарство є головним об'єктом, який може надавати туристичні послуги. Володіючи вільними трудовими, житловими ресурсами у поєднанні з власними недорогими продуктами харчування та завдяки підприємницькій діяльності, воно може поповнити свої доходи.

Однак практика засвідчує, що агротуристичною діяльністю зацікавлені інші господарюючі суб'єкти, а саме: різні комерційні структури, передусім ті, що знаходяться на території, яка за своїми природними і кліматичними особливостями пасує для туризму.

Агротуризм є проміжною формою, що належить до сільського і наближена до фермерського туризму. Охарактеризувати агротуризм можна як форму

відпочинку, яка реалізується в сільській місцевості з типовим сільським господарством, опирається на використання нічліжної бази і рекреаційні розваги, пов'язані з веденням селянського господарства і його оточенням (природним, виробничим, наданням послуг), підтримання тісного зв'язку із селянським господарством чи його еквівалентом з використанням житлових і господарських будівель, а також харчової пропозиції, з залученням широкого кола рекреаційних розваг як поза господарством, так і в самому господарстві.

Для визначення специфіки агротуризму фахівці виділяють чотири основні групи чинників, що впливають на його розвиток:

1. Туристичний потенціал сільської території: природно-кліматичні умови, культурно-історична спадщина, соціальна, економічна та туристична інфраструктура;

2. Розважально-атракційна привабливість сільської території: організація дозвілля, напрямки подорожей, набір конкретних товарів та туристичних послуг.

3. Зовнішні зв'язки та інтеграційні процеси усередині: інвестиційно-інноваційна діяльність, технічний прогрес, екологічна безпека та якість навколишнього середовища.

4. Загальні умови стану та розвитку сільського господарства в даному регіоні: структура і розмір сільськогосподарських підприємств, форми господарювання, умови користування природними ресурсами.

Всі ці чинники впливають на туристичний потенціал території, а отже і на привабливість самого агротуристичного господарства.

**2. Три головні ознаки, які характерні для агротуризму і вирізняють його від загальноприйнятого:**

- Першою особливістю є можливість задовольнити потребу людини брати участь у процесі виробництва продуктів харчування, у житті селянської родини та місцевої громади. Агротуризм у такий спосіб важко зрозуміти, але це є досить амбітна форма туризму. Цим видом туризму не цікавиться основна маса туристів, а лише ті, хто хоче поєднати відпочинок з набуттям нових умінь.

- Другою характерною ознакою агротуризму, порівняно з масовим, є можливість справдження пізнавальної потреби людини у сфері аграрного виробництва й етнографії. Агротуризм створює умови для пізнання життя селян, їхньої культури і звичаїв у регіональному вимірі.

- Третьою ознакою агротуризму є можливість вдоволення емоційних потреб, які полягають у безпосередньому контакті з домашніми й свійськими тваринами; продуктами рослинної і тваринної переробки; задоволення потреби переживання сільської ідилії, яка пов'язана із навколишньою атмосферою, тишею, шумовим фоном села тощо.

Якщо агротуризм позбавлений елементу пізнання, не забезпечує емоційні потреби людини, а ґрунтується лише на відпочинку, рекреації й задоволенні, то він не відрізняється від конвенційного (типового) туризму

В європейських країнах агротуризм вважається одним із основних важелів економічного підйому сільських територій, а тому заохочується на національних рівнях і розглядається як складова Програми комплексного соціально-економічного розвитку села, Спільної аграрної політики розвитку сільських територій Європи (CARPE).

В Україні поняття «аграрний туризм (агротуризм)» досі законодавчо не закріплено, проте перспективність й значущість цього напряму частково висвітлені в Концепції збалансованого розвитку агроєкосистем в Україні на період до 2025 р., Окремі вітчизняні науковці розглядають аграрний туризм винятково як напрям економічного розвитку села та підприємницької діяльності.

Агротуристичні підприємства в період своєї діяльності повинні забезпечити необхідні соціально-економічні результати і домогтися сталого розвитку, мати прибуток від результатів господарської діяльності.

Визначаючи соціально-економічну ефективність розвитку агротуристичної діяльності в регіоні науковцями запропоновано чотири потенційні варіанти її оцінки:



I – Оцінка ефективності з позиції держави: для держави розвиток агротуризму проявляється у збільшенні податкових надходжень від агротуристичної діяльності в регіоні, поліпшенні добробуту і здоров'я громадян, відродження культури малих народностей.

Сутність економічного змісту агротуризму полягає в тому, що туристи витрачають гроші на території того регіону, в якому вони перебувають. Туристи витрачають гроші на різноманітні товари та послуги. Вони оплачують проживання, харчування, транспорт, засоби зв'язку, розваги, товари роздрібною торгівлі, послуги турагенств. Таким чином, витрати туристів з інших регіонів представляють собою вклади в економіку приймаючого регіону.

II – Оцінка ефективності з позиції самого господарюючого суб'єкта, що надає послуги агротуризму: для господарюючого суб'єкта ефективність від агротуристичної діяльності в регіоні проявляється, перш за все, в отриманні додаткового доходу, розширенні виробництва, його диверсифікації. Розмір прибутку, який необхідно мати будь-якому агротуристичному підприємству, повинен бути достатнім, щоб покривати ризики з управління, забезпечувати засоби для майбутніх інвестицій. Для оцінки економічної ефективності діяльності агротуристичного підприємства необхідно визначити склад витрат і доходів.

Основними статтями витрат для агротуристичних підприємств є: оплата праці з відрахуваннями на соціальні потреби; витрати на надання житла; витрати на організацію харчування; транспортні витрати, які включають в себе оренду будь-якого транспорту (в тому числі авіа), поточний ремонт техніки; оплата віз, ліцензій; амортизація; поточний ремонт та інші.

Серед найважливіших джерел доходу агротуристичного підприємства слід виділити реалізацію наступних послуг: проживання, харчування, документальне оформлення (візи), транспортування (трансферт, надання сільгосптехніки, коней, транспортування вертольотом), організаційні та консультаційні послуги (супровід, перекладач), розваги (екскурсії, прокат сільгосптехніки, кінні прогулянки, наявність бару, більярд, теніс, лазня, сауна,

супутникове телебачення, відеопрокат), фото- і відеозйомка, продаж різного роду сувенірів.

III – Оцінка ефективності з позиції жителя сільського поселення: для сільського жителя ефективність від агротуристичного бізнесу проявляється в забезпеченні зайнятості; підтримці соціально незахищених верств населення; поліпшенні утримання житлового фонду; розширенні ринку збуту сільгосппродукції; організації дозвілля та культурно-просвітницької роботи в сільській місцевості. Ефективність з позиції жителя сільського поселення приймає найбільш яскраву форму соціально-економічної ефективності, висловлює корінні інтереси жителів окремого сільського поселення.

IV – Оцінка ефективності з позиції туриста: для туриста ефективність розвитку агротуристичної діяльності в регіоні проявляється в появі додаткового місця відпочинку, що забезпечує спокійний відпочинок в сільській місцевості, різноманітні природні ландшафти, поліпшення здоров'я.

Економічна ефективність від розвитку агротуризму в регіоні досить висока. Основний прибуток підприємства, що надають послуги агротуризму, можуть отримувати за рахунок надання додаткових послуг. Найбільш перспективною формою розвитку агротуризму, на нашу думку, є розвиток агротуризму як одного з видів підсобних виробництв сільськогосподарських підприємств.

Принципи створення і функціонування агротуризму як одного з видів підсобних виробництв сільськогосподарських підприємств в значній мірі відповідають інтересам його учасників: для сільськогосподарського підприємства – отримання додаткового прибутку; для туристів – задоволення потреби в здоровому відпочинку; для жителів окремих сільських поселень - додаткові робочі місця, отримання додаткових коштів від продажу продукції особистих підсобних господарств і т.д.; для органів влади всіх рівнів - додаткові податкові надходження, поліпшення життя громадян

### ***Питання для самоконтролю знань***

1. Які соціально-економічні результати повинні забезпечити агротуристичні підприємства в період своєї діяльності?
2. Дайте визначення агротуризму?
3. Які чинники впливають на розвиток агротуризму?

### **Тема 5. Аналіз сучасного стану та перспектив розвитку сільського (зеленого) туризму в Україні**

1. Сучасний стан розвитку сільського (зеленого) туризму в Україні.
2. Перспективи розвитку зеленого туризму в Україні.

1. Сучасні тенденції розвитку сільського зеленого туризму вимагають формування та просування туристичного продукту, скерованого на конкретного споживача, який сьогодні є більш інформований, незалежний, розкутий, критично й вибагливо ставиться до пропонованих йому товарів і послуг. Формування туристичного продукту відповідно до потреб споживача потребує запровадження ефективної системи маркетингу та просування.

Серед форм відпочинку, які можна запропонувати туристу, є поширені, такі як рибальство, збирання грибів та ягід, верхова їзда, а також специфічні, як наприклад в Карпатському регіоні, – вирощування і випас овець на полонинах. Цей вид діяльності залишається одним з небагатьох, який протягом багатьох років, незважаючи на науково-технічний прогрес у всьому світі, практично не змінився.

Даний вид сільського господарства може привабити як вітчизняних, так і іноземних туристів. І це може стати ще одним джерелом доходів сільських жителів, адже сьогодні спостерігається підвищений інтерес до цієї форми дозвілля. Також існує велика кількість турів, які пропонують саме такий вид активного відпочинку, як фітотерапія, апітерапія і здорове харчування, що складається з продуктів, що надходять з даних ферми.

Науковці виділяють основні критерії, за допомогою яких оцінюють розвиток сільського (зеленого) туризму в регіонах України (табл. 5.1).

Так, до основних критеріїв оцінки розвитку відносять: безпеку туристів під час відпочинку, економічну привабливість регіону, якість довкілля, розвинену туристичну інфраструктуру, кадрове забезпечення та високий рівень туристичного обслуговування (едьюкемент = освіта +розваги). «Розвиток» – це процес руху від нижчого до вищого (до більших досягнень), в результаті чого відбувається зміна якості предмета, явища, діяльності, перехід до новішого, прогресивнішого.

Таблиця 5.1.

*Основні критерії, що характеризують розвиток сільського (зеленого) туризму*

Назва критеріїв	Зміст критерію
Безпечність	Безпека - найважливіший чинник, що визначає туристичну конкурентоспроможність як регіону так і країни в цілому. Ступінь екологічної, економічної та соціальної безпеки туристичних ресурсів на основі залежності допустимої міри відхилення від їх нормального стану залежно від перевищення шкали норм.
Економічна привабливість	Забезпечення позитивної динаміки показників економічного розвитку регіону, доходи від даного виду діяльності, бюджетне фінансування, кредитування, забезпечення інвестиційними ресурсами та власними фінансовими активами, дотримання правових норм і договірних зобов'язань.
Якість довкілля	Забезпечення туристичної привабливості країни перш за все залежить від екологічної стійкості і факторів, які впливають на неї, фінансування заходів, які впливають на поліпшення екологічної ситуації у регіоні.
Сформованість	Розвиток туристичних об'єктів в регіоні, сформованість туристичної інфраструктури, безпосередньо визначають можливості регіону щодо розвитку зеленого туризму.
Креативність Інноваційність	Застосування креативно нових ідей у розвитку зеленого туризму, які базуються на визначенні кількісних показників, що характеризують якість послуг.
Професійність	Високий рівень туристичного обслуговування (едьюкемент = освіта +розваги). Визнання за кваліфікованими кадрами високого статусу на рекреаційних підприємствах і організаціях. Зайнятість в регіоні з позиції наявності представників сфери освіти, культури, туризму, розваг та інших послуг, а також науковців, раціоналізаторів та дослідників.

2. Галузь сільського зеленого туризму для України має велике значення і відіграє ключову роль у залученні інвестицій та створенні нових робочих місць

у різних галузях економіки (транспорт, зв'язок, торгівля, будівництво, сільське господарство, виробництво товарів народного споживання та послуг).

Туристична сфера загалом та сільський зелений туризм зокрема, є високорентабельною галуззю економіки та дієвим фактором інтеграції нашої країни у Європейську і світову спільноти, має великі пізнавально-виховні можливості для формування гармонійно-розвиненого громадянина України.

Аналіз туристичної галузі України загалом свідчить про всі передумови для розвитку сільського зеленого туризму, незважаючи на чинники, що гальмують його розвиток. Так, Україна, як країна, що знаходиться в центрі Європи, має всі передумови для належного розвитку економіки за рахунок туризму. Оскільки займає одне з провідних місць у Європі за рівнем забезпеченості цінними природними та культурними ресурсами.

*Пріоритетними завданнями розвитку сільського зеленого туризму в країні є такі:*

- підготовка кваліфікованих фахівців у даній галузі;
- розробка широкого асортименту нових продуктів екологічного туризму;
- використання гнучкої цінової політики;
- допомога держави в просуванні туристичних продуктів на світовий ринок;
- спільна робота регіональної влади і місцевого самоврядування в управлінні розвитком зеленого туризму в регіональних об'єктах природно заповідного фонду;
- залучення вітчизняних та іноземних інвестицій, мотивуючи їх участь, наприклад, спрощенням податкових обтяжень та всіляко сприяти бажанням ділових людей брати участь у розвитку регіону.

Передусім Н.В. Трусова та ін. визначили, що *для подальшого становлення та розвитку сільського зеленого туризму в Україні потрібно:*

- сформувати відповідну законодавчу нормативно-правову базу, яка б регулювала діяльність у даній сфері;
- здійснити категоризацію баз відпочинку;

– сформуванати заходи, які б заохочували подорожуючих провести більше часу на природі.

Оскільки є два різновиди моделей розвитку сільського зеленого туризму – австралійська, де формування туристичної діяльності відбувається в діапазоні дикої природи та західноєвропейська – реалізація подорожей в межах природних територій де забезпечена надійна охорона.

*Визначальними перспективами розвитку зазначеної галузі в Україні є такі:*

1. Зростання туристичного потенціалу країни.
2. Узгоджена взаємодія державних та приватних структур.
3. Збільшення доступності туристичних послуг для всього населення, незалежно від віку, статі, доходу та ін.
4. Підвищення екологічної свідомості населення шляхом проведення еколого просвітницької діяльності.
5. Сприяння формування відповідної сфери послуг в регіонах.
6. Створення нових туристичних еко маршрутів.
7. Виробництво та поширення місцевої колоритної продукції.
8. Поновлення етнічних традицій та звичаїв населення країни.
9. Забезпечення розвитку малого та середнього бізнесу в сільській та приміській місцевостях.
10. Створення робочих місць для місцевого та сільського населення регіонів завдяки розвитку сільського зеленого туризму.
11. Асекурація раціонального застосування природно рекреаційної та культурно-історичної ресурсної бази.

#### ***Питання для самоконтролю знань***

1. Назвіть основні пріоритетні завдання для розвитку сільського зеленого туризму?
2. Охарактеризуйте за якими критеріями оцінюють рівень розвитку сільського зеленого туризму в регіоні?
3. Які форми відпочинку найбільш поширені в сільському зеленому туризмі?

## **Тема 6. Інфраструктура та передумови для розвитку сільського (зеленого) туризму**

1. Вплив елементів інфраструктури на визначення місця сільського відпочинку.
2. Дорожня інфраструктура.
3. Рекреаційно-спортивна інфраструктура.
4. Історична і культурна інфраструктура.

**1. Розвивати туризм, у тому числі сільський,** без відповідно підготовленої інфраструктури неможливо. Для агротуриста важливо, щоб елементи інфраструктури сільського туризму відповідали його сподіванням. Для того, щоби туристичний рух був стабільним упродовж більшої частини року, необхідний розвиток як внутрішньої, так і зовнішньої інфраструктури селянського агротуристичного господарства.

**Внутрішня інфраструктура** селянських господарств, які надають агротуристичні послуги, передбачає відповідне забезпечення будинку інженерними комунікаціями (водо-підведення, каналізація, опалення, поводження з відходами), наявності побутової техніки та меблів, що гарантуватиме зручність та комфортний відпочинок для гостей.

**Зовнішня інфраструктура** охоплює комунально-технічні мережі, підприємства з надання різноманітних послуг території туристичного прийняття та інших суб'єктів підприємницької діяльності, що сприяє ефективнішому функціонуванню місцевої економіки і спричиняє підвищення рівня життя сільської спільноти.

До зовнішньої інфраструктури належать щільність й технічний стан доріг, освітлення вулиць, комунальне господарство, в тому числі поводження з відходами, торгівля, зв'язок, пункти громадського правопорядку та охорони здоров'я, а також спортивна, відпочинково-рекреаційна та екологічна інфраструктура. Можна стверджувати, що згадані елементи інфраструктури мають вплив на територіальний розвиток, у тому числі на селянські господарства, які надають (чи надаватимуть) туристичні послуги.

**Під інфраструктурою туризму** розуміють стійку сукупність матеріально-речових елементів, які створюють загальні умови для раціонального відпочинку туристів.

У науковій літературі трапляються різні визначення і класифікації туристичної інфраструктури, *однак для розвитку сільського туризму найбільш характерними елементами є:*

- сфера розміщення туристів (зазвичай це житловий будинок селянина);
- інженерна інфраструктура (освітлення, опалення, зв'язок, шляхи, водопостачання, лижні траси, гірськолижні витяги тощо);
- виробнича інфраструктура, орієнтована на народні ремесла з виготовлення сувенірів, характерних для певного регіону; приготування місцевими кухарями регіональних страв для туристів; участь туристів у різних видах сільськогосподарської діяльності;
- соціальна інфраструктура, що активізує контакти між селянами та туристами (свята, фестивалі, урочистості, змагання, забави тощо).

Туристична інфраструктура має відповідати двом основним вимогам:

- по-перше, створювати належні умови для проживання туристів;
- по-друге, здійснювати мінімальний вплив на екологічну стійкість природного середовища.

*Інфраструктура характеризується такими ознаками:*

- ✓ елементи інфраструктури не виробляють матеріальних цінностей, а лише створюють необхідні передумови для їхнього виробництва;
- ✓ ефективність структурно-функціональних об'єктів і споруд інфраструктури тісно пов'язана з безперервним розвитком та вдосконаленням виробництва;
- ✓ інфраструктура сприяє повному і раціональному господарському використанню території, що можна вважати суттєвим ресурсом соціально-економічного розвитку.

**2. Проектування дорожньої інфраструктури** для потреб сільського туризму та селянських господарств є важливою необхідністю і відповідальним



завданням для органів місцевого самоврядування. Це зумовлено тим, що переважна більшість аматорів сільського відпочинку долає відстані власними автомобілями. Тому доїзд, добре дорожнє покриття і ознакування агротуристичного господарства, безперечно, впливає на заповнюваність об'єкта гостями. Більшість агротуристичних господарств, які володіють належною матеріально-технічною базою та надають широкий спектр додаткових послуг, не можуть розраховувати на добру відвідуваність, якщо до них не має відповідного доїзду легковим автомобілем.

Тому про технічний стан під'їзних доріг та їх обслуговування, особливо у зимовий період, мають дбати територіальні адміністративні одиниці - сільські та селищні ради, позаяк саме вони отримують від сільського туризму певні користі (зростання доходів торговельних закладів, часткова зайнятість населення, місцеві збори тощо). Під'їзні шляхи до агротуристичних господарств не мають бути асфальтованими чи надто широкими. Достатньо лише їх добре утримувати і вирівняти, щоб автомобіль міг безпечно пересуватися. У багатьох випадках це можуть бути гравійні дороги, які задовольняють вимоги комфортної подорожі легковим автомобілем. Агротуристичні господарства, позбавлені належних під'їзних шляхів, не можуть сподіватися на тривалий успіх свого бізнесу.

**3. Рекреаційно-спортивна інфраструктура.** Гості обирають відпочинок в агротуристичному господарстві не задля того, щоби пасивно сидіти у будинку, а щоби брати активну участь у господарських процесах, риболовлі, заготівлі лікарських рослин, збиранні грибів та ягід, здійсненні піших чи велосипедних прогулянок, користати зі спортивних об'єктів тощо. Отже, ця проблематика має бути у полі зору місцевої влади та сільської спільноти, де функціонують агротуристичні господарства. Саме місцева влада повинна бути зацікавлена у функціонуванні спортивної інфраструктури, безпечної для активних форм відпочинку.

**4. Історична і культурна інфраструктура.** Вагомим і беззаперечним стимулом зростання агротуристичного руху є наявність на території

тимчасового перебування, тобто в околицях селянських господарств, історичних місць, фортифікаційних споруд, пам'яток сакральної архітектури та інших об'єктів матеріальної культури народу. Йдеться про місця визвольних змагань, воєнні поховання, кладовища, місця народження народних героїв, старовинну і сучасну архітектуру сакральних об'єктів, монастирі, фільварки та палаци минулих історичних періодів тощо.

Від охарактеризованих елементів інфраструктури сільського туризму значною мірою залежить імідж території, який вимагає тісної співпраці між органами влади на всіх рівнях, громадськими організаціями, сільськими громадами та місцевими лідерами.

### ***Питання для самоконтролю знань***

1. Що розуміють під інфраструктурою туризму?
2. Яким основним вимогам має відповідати туристична інфраструктура?
3. Що передбачає зовнішня і внутрішня туристична інфраструктура?
4. Дайте визначення терміна «Туристична дестинація»?

### **Тема 7. Європейський досвід організації сільського (зеленого) туризму**

1. Класифікація баз відпочинку.
2. Особливості організації сільського зеленого туризму у різних країнах.
3. Напрямки та перспективи розвитку сільського зеленого туризму в Україні на підставі світового досвіду.

***1. Масовий розвиток сільського зеленого туризму в світі почався з другої половини 20 століття, коли у Великобританії та США виникла концепція «Bed & Breakfast» – тимчасове проживання близько 7 днів в порожніх кімнатах будинків незалежно від їх розташування (табл. 7.1).***

Таблиця 7.1.

*Класифікація баз відпочинку, які належать до типу «Bed & Breakfast»*

Найменування	Характеристика	Особливість
Bed & Breakfast cottage	Найнятий котедж у курортно-рекреаційній зоні, на території, яка має статус сільській місцевості або відноситься до курорту	Розташування на березі моря, озера або в горах
Bed & Breakfast farm vacation	Сімейний відпочинок з дітьми в мальовничій сільській місцевості з цінними рекреаційними ресурсами	Можливість відпочинку у «домашній» атмосфері дітей різних вікових груп окремо від батьків
Bed & Breakfast homestay	Проживання в будинку господаря сільської садиби спільно з його сім'єю в окремих кімнатах для гостей	Знайомство з традиціями, культурою, побутом тієї сім'ї з якою проживають гості
Bed & Breakfast farmstay	Проживання у будинку фермера або у кемпінгу на території фермерського господарства	Вживання в їжу продуктів, вирощених самим господарем садиби, участь у сільськогосподарських роботах на фермі

Експерти Світової Туристичної Організації розробили стандартну класифікацію засобів розміщення туристів, згідно з якою засоби розміщення класифікуються на колективні та індивідуальні. У різних країнах застосовуються різні символи для позначення категорійності засобів розміщення. Наприклад, в Ісландії діє категоризація сільського житла, як номерів 3 категорій, так і будинків гостьового типу категорії А, В, С, D; E; F; G; у країнах Південної Європи діє категоризація агросадиб від 1 до 5 зірок.

Саме в США і Великобританії поширюється концепція «Bed & Breakfast». На початку XXI ст. індустрія сільського туризму визнається експертами ВТО як суттєвий, найбільш динамічно зростаючий сектор світового туристичного господарства. Обсяги надання агротуристичних послуг у постіндустріальних країнах нині практично в 2-4 рази перевищують обсяги зростання готельної бази і курортного сервісу в цих країнах.

На сучасному етапі усі національні організації сільського туризму країн Європи об'єдналися в Європейську федерацію фермерського і сільського туризму (European Federation for Farm and Village Tourism) або скорочено

«EuroGites». Основні цілі цієї організації: сприяння розвитку сільського зеленого туризму та цільове інвестування проектів розвитку сільського туризму.

**2. Особливості організації сільського зеленого туризму різних країн** надані в таблиці 7.2

Таблиця 7.2.

*Особливості організації сільського зеленого туризму у різних країнах*

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

Варто відзначити вагому державну підтримку програм залучення сільських громад до зеленого й агротуризму у європейських країнах. Європейський Союз вбачає в сільському туризмі основний важіль економічного підйому своїх сільських територій. За підрахунками експертів Європейського банку реконструкції та розвитку, облаштування в місті вихідця з сільської місцевості в 20 разів дорожче, ніж створення умов для його життя і роботи в селі. Також підраховано, що дохід, отриманий від одного ліжка-місця, еквівалентний річному доходу фермера від однієї корови.

Класичні європейські традиції й цінності сільського відпочинку впродовж багатьох десятиліть сповідує Великобританія. Система регіональної організації туризму Великобританії виникла в 1969 році з прийняттям Закону про розвиток туризму. Англійський туризм має всесезонний характер: дуже популярно проводити у цій країні не тільки літні канікули, а ще й зустрічати Різдво. У Великобританії існує Національна організація сільського туризму та агротуризму, яка забезпечує акредитацію осель. Популярність сільського туризму спонукала англійських фермерів до об'єднання з метою пропозиції більш різноманітних послуг в своїх будинках. Наприклад, у південно-західній Англії реставрують старі ферми, які користуються успіхом у туристів, де підвищений рівень комфортності поєднується з частково збереженим старим меблюванням.

У Європі лідерами за обсягами розвитку індустрії сільського туризму є Франція та Іспанія. У цих країнах сільський туризм уже давно переріс у високорентабельну галузь їх міжнародної економічної спеціалізації. Сільський туризм цієї країни представлений Національною організацією будинків відпочинку і зеленого туризму. Ця організація пропонує агрооселі на будь-який смак і вид відпочинку, що сертифіковано за високими національними стандартами сервісу.

Серйозну конкуренцію Франції на ринку агротуристичних послуг Західної Європи віднедавна складає Іспанія. Щорічно послугами сільського туризму Іспанії користується близько 1,2 млн. осіб.

Не відстає від Іспанії та Франції й Італія. Ця країна акцентує увагу гостей на славетних історичних традиціях сільського відпочинку у горах і передгір'ях Альп, Апеннін та уздовж смуги першокласного морського узбережжя. Агротуризм в Італії від самого виникнення почав розглядатися сільським населенням як основна форма підприємницької зайнятості. Тому в цій країні агротуристичний бізнес тісно переплетений з курортним. Вагомим чинником міжнародної агротуристичної спеціалізації Італії поступово став винний і гастрономічний туризм. Незважаючи на те, що послуги сільського відпочинку в

Італії майже вдвічі вищі, ніж в Іспанії чи Франції, ними щорічно користуються до 2 млн. осіб (з них 78% італійці). Щорічно прибуток від сільського туризму становить 350 млн. доларів.

Особливе місце розвитку зеленого туризму відведено Німеччині. Німеччину відвідує багато одноденних гостей із країн Східної Європи, які роблять шоп-тури, особливо з сусідньої Польщі. На початку 1980-х років в Німеччині була розроблена концепція розвитку туризму в периферійних регіонах для поширення на туристичному ринку дешевого відпочинку на природі, без використання дорогої інфраструктури та надання комфортних умов проживання.

Вартим є вивчення досвіду і європейських сусідів України: Угорщини, Румунії, Польщі. Законодавством Угорщини сільський зелений туризм віднесено до сфери ведення особистого селянського господарства, тут формуються відповідні пільгові податкові інструменти. До числа найпопулярніших місцевостей відносять південно-західну область Ваш, східну область Сольнок (район р. Тис) і славнозвісний Хортобадський степ. «Родзинкою» сільського туризму в цій країні є його поєднання з національними традиціями конярства.

У Румунії інтереси власників агроосель представляє Національна асоціація сільського, екологічного і культурного туризму. Сільський туризм у цій країні розвивається насамперед у Південних Карпатах і орієнтується на такі ж переваги, що й Україна, тобто на збереження природного середовища й етнокультурних традицій. Польське законодавство чітко розмежовує основні поняття та принципи ведення сільського зеленого туризму від інших видів туристичних послуг, що надаються у сільській місцевості, але законодавчо віднесені до підприємницької діяльності. У сільському туризмі уряд Польщі вбачає джерело розвитку для регіонів, які мають природні ресурси для розбудови виробничих галузей економіки. Польський агротуризм підтримує свою матеріальну базу завдяки зв'язку з селом, сільським господарством, із традиційною архітектурою та інтер'єром. Агротуристичний продукт, що

пропонується польськими господарствами, часто зводиться виключно до ночівлі та харчування, але нам відомо, що рентабельність об'єктів для ночівлі зростає при наданні, наприклад, інших послуг.

В Україні, базуючись на польському досвіді, також діє система екологічної сертифікації та добровільної категоризації «Зелена садиба», яка розроблена всеукраїнською Спільною сприяння розвитку сільського зеленого туризму. Схема сертифікації побудована на принципах зменшення шкідливого впливу агротуристичного об'єкту на екологію, підтримка народних традицій та ремесел, підтримка місцевої економіки, розвиток екологічно-сприятливих видів розваг і відпочинку.

**3. На підставі вивчення досвіду різних країн** можливо виділити напрямки та перспективи розвитку сільського зеленого туризму в Україні при вдосконаленні законодавчого регулювання сільського зеленого туризму(табл. 7.3).

Таблиця 7.3.

Напрямки та перспективи розвитку сільського зеленого туризму в Україні на підставі світового досвіду

Країна з подібним досвідом	Напрямок розвитку сільського зеленого туризму на Україні
Німеччина, Італія, Австрія, Польща, Угорщина	пільговий режим оподаткування
Франція	спільний розвиток сільської місцевості та туризму за фінансової підтримки приватного сектору та координації уряду; поділ району на зони відпочинку та зелені зони
Італія	розвиток агротуристичного бізнесу пов'язаний з курортним, спеціалізація на гастрономічних та дегустаційних турах
Італія, Іспанія	відкриття спеціальних готелів у сільській місцевості біля монастирів
Австрія	зайнятість гостей у зборі трав, приготуванні молокопродуктів, вигоні худоби
Франція	приморські агросадиби, кінні ферми, винні агросадиби, рибальські будинки
Румунія	етнографічні види сільського зеленого туризму

### ***Питання для самоконтролю знань***

1. Охарактеризуйте класифікацію засобів розміщення туристів згідно стандартної класифікації ВТО?
2. Проаналізуйте основні напрями розвитку сільського туризму в Україні на підставі світового досвіду?
3. Які заходи доцільні для підвищення ефективності участі держави у міжнародних заходах?
4. Назвіть країни Європи які є лідерами за обсягами розвитку індустрії сільського туризму?

### **Тема 8. Сільський туризм в умовах конкуренції**

1. Показники якості туристичного продукту.
2. Якість – основа конкурентоспроможності туристичного продукту.

***1. Забезпечення конкурентоспроможності вітчизняного ринку*** послуг в сільському зеленому туризмі дозволить розрахунок інтегрального показника якості туристичного продукту, який повинен містити оцінку за наступними показниками:

1. Привабливості регіону.
2. Рівень доходів населення.
3. Якість туристичних послуг (житло, транспортні послуги, харчування).
4. Асортимент послуг.
5. Вартості послуг.
6. Співвідношення «ціна-якість».
7. Показник маркетингової стратегії.

1. *Привабливість регіону.* Цей показник містить класифікацію регіонів за критеріями привабливості для зеленого туризму. При проведенні оцінки привабливості регіону доцільно врахувати домінуючі види діяльності, пам'ятники архітектури та заповідні об'єкти, об'єкти соціально-виробничої



інфраструктури, розвиток матеріально-технічної бази, транспортної системи, інфраструктури дозвілля, міжнародне значення, екологічний стан.

2. *Рівень доходів населення.* Цей показник враховує розподіл потенційних споживачів туристичних послуг за віковими групами та середній рівень доходів населення по регіонам країни.

3. *Якість туристичних послуг.* Цей показник містить оцінку наступних характеристик: рівень якості, комфорт, престиж, економічність, безпечність, враження.

Важливим фактором при визначенні рівня якості є визначення рівня категоризації садиби, оцінка рівня послуг харчування, та якості сервісу. При оцінці якості сервісу враховується кваліфікаційна підготовка працівників, задіяних у процесі прийому та обслуговування, їх фахова майстерність, уміння та навички ефективної роботи.

4. *Асортимент послуг.* Цей показник містить кількісну та якісну оцінку розроблених історико-етнографічних маршрутів, можливості охоти, рибалки, прогулянки на конях, уроки гончарної майстерності, фольклорні фестивалі, народні гуляння, народні танцювальні вечори, карнавали, вечорниці, ворожіння тощо за безпосередньої участі туристів. На якісну оцінку важливий вплив має маркування та стандартизація маршрутів.

5. *Вартість послуг.* Цей показник містить вартість проживання та надання послуг гостинності в порівнянні з середньою ціною аналогічних послуг в регіоні, яка формується з позиції забезпечення справедливого співвідношення «ціна-якість» послуг.

6. *Співвідношення «ціна-якість».* При виборі відпочинку потенційні споживачі оцінюють не тільки окремий показник якості та вартості послуг, а й проводять оцінку за співвідношенням «ціна-якість».

7. *Маркетингова стратегія.* Цей показник є одним із головних при формуванні пропозиції на ринку туристичних послуг, що дозволяє залучати туристів з різних регіонів та країн світу. Одним із пріоритетних та перспективних напрямків є Інтернет-маркетинг, а самим не дорогим видом

туристичної Інтернет-реклами є розміщення інформації на спеціалізованих туристичних порталах.

**2. Конкурентоспроможність і якість** – концентроване вираження сукупності можливостей виробника створювати, випускати і збувати товари та послуги.

**Конкурентоспроможність туристичного товару чи послуг** – це ті властивості, які відрізняють її від конкурентного товару чи послуги за ступенем відповідності конкретній суспільній потребі й за витратами щодо її задоволення.

Для того, щоб послуга була отримати покупцем, вона повинна відповідати цим параметрам і фінансовим можливостям споживача. При цьому споживач прагне витратити мінімум коштів для придбання й споживання послуги, тобто оптимізувати свої витрати.

*У зв'язку з цим виникають проблеми щодо визначення конкурентоспроможності туристичних послуг, а саме:*

- як оцінити рівень якості та споживної цінності туристичних послуг;
- як об'єктивно визначити основу ціни послуги;
- як визначити конкретні переваги туристичного продукту.

Забезпечення високої якості - це завдання комплексне. Для забезпечення високого рівня якості продукції та послуг повинна взаємо підпорядковуватися вся управлінська діяльність.

До головних параметрів оцінки якості та споживної цінності туристичних послуг слід віднести показники, що визначають технічну, функціональну та етичну якість окремих видів послуг і комплексного турпродукту та показники їхньої суспільно необхідної вартості.

*До головних показників технічної якості туру можна віднести:*

- патентно-правові (наявність ліцензії, інших документів);
- безпечність туру (окремих послуг);
- відповідність умов обслуговування санітарним вимогам;

▪ відповідність категорій засобів розміщення рівню комфортності обслуговування.

*Головними показниками функціональної якості можуть бути:*

- ступінь досягнення мети подорожі,
  - культура обслуговування в засобах розміщування;
  - психологічна атмосфера туру, взаємовідносини з обслуговуючим персоналом та між учасниками туру;
  - якість харчування та культура ресторанного обслуговування;
  - якість екскурсійної програми, ставлення місцевого населення;
  - зручність та швидкість транспортного обслуговування на маршруті.
- Показниками етичної якості можуть виступати:
- громадська думка;
  - думка конкретних споживачів послуг (реальних і потенційних) про можливість досягнення мети подорожі та якість туристичного обслуговування.

#### ***Питання для самоконтролю знань***

1. У чому суть конкуренції?
2. Що таке конкурентоспроможність?»?
3. Дайте визначення поняття «туристичний ринок»?
4. Назвіть основні показники технічної якості туристичних послуг?
5. Вирішення яких управлінських завдань забезпечує високу якість надання послуг?

#### **Тема 9. Технологічні основи гостинності в агросадибі**

1. Підготовка агросадиби до приймання гостей.
2. Розташування й екологічні умови.
3. Виробництво продуктів харчування.
4. Умови розміщення.
5. Значення персоналу в сфері сільського туризму
6. Використання інтернету в сільському туризмі.

**1.** Якщо селянське господарство налаштоване на надання туристичних послуг з використанням свого майна, то воно має перепрофілюватися в агротуристичне господарство з дотриманням певних вимог, а саме:

- тип господарства;
- розташування (положення) й екологічні чинники;
- виробнича діяльність;
- стандарт розміщення;
- інфраструктура агротуристичного господарства.

**2. Розташування й екологічні умови.** Для сільського туризму найбільш придатні селянські господарства, які мають відокремлену забудову, тобто окремо побудований житловий будинок, відведену біля будинку рекреаційну площу для туристів, окрему стайню чи стодолу, а також місце для складування органічних добрив і відходів та господарського подвір'я. Господарська частина має бути обгородженою і відповідно закритою для гостей.

Сільська садиба як місце гідного проживання життя селянина і його сім'ї та їх господарство, яке має слугувати для задоволення потреб туристів, вимагають постійного догляду, ремонту, розбудови та інвестування.

Важливим елементом функціонування агротуристичних господарств є екологічні передумови та охорона навколишнього природного середовища. Тому у господарстві потрібно вирішити проблему водовідведення, каналізації, поводження з відходами, яких буде значно більше під час перебування гостей.

Важливою проблемою у селянських господарствах є забезпечення чистою питною водою з криниці чи водопроводу, яка відповідає відповідним санітарним нормам.

**3. Виробництво продуктів харчування.** Однією з агротуристичних атракцій, яка приваблює туристів у село, є здорове домашнє харчування, яке ґрунтується на старовинних традиціях й продуктах, вирощених екологічними методами. Зазвичай такі продукти харчування виробляють селянські господарства в обмеженій кількості, не застосовуючи при цьому інтенсивних методів землеробства та не використовуючи «важкої» механізації».

*Селянські господарства екологічного спрямування характеризуються такими властивостями:*

- більші затрати ручної праці;
- інша структура виробництва сільськогосподарської продукції (менше вирощують зернових культур, цукрових буряків, а більше - картоплі, овочів, бобових та кормових культур);
- нижчі показники продуктивності (менша урожайність культур та менші надой молока й прирости в результаті екстенсивних технологій виробництва);
- вищі ціни на екологічно чисту продукцію;
- майже цілковита відмова від застосування хімічних засобів охорони рослин і тварин, тому менші витрати на придбання мінеральних добрив, стимуляторів росту, кормових добавок;
- частіше застосування кінної та людської праці, що спричиняє більші витрати на її утримання й оплату;
- безпосередній продаж екологічно чистої продукції формує дохід на рівні традиційного господарства, який є нижчим приблизно на 15-20% від доходів господарств, які ведуть сільськогосподарську діяльність за інтенсивними технологіями.

Виявляється, що одним із принципів функціонування екологічних аграрних господарств є безпосередній контакт виробника зі споживачем без будь-яких посередників. Сільський туризм забезпечує саме такий зв'язок.

Важливим елементом харчування в селянському агротуристичному господарстві є приготування страв і обслуговування гостей. Ця робота полягає передусім у:

- складанні меню;
- підготовці продуктів, створенні запасів;
- підготовці місця для споживання продуктів харчування;
- визначення годин подання сніданку, обіду, вечері;
- технології миття посуду й кухонних засобів;
- дотримання санітарних вимог;

- забезпечення корисних для здоров'я рецептів.

Завжди потрібно пам'ятати, що:

- основний принцип харчування - подання гарячих і холодних страв; горошина, фрукти, яйця, молоко - це продукти, які для гостей уособлюють здоровий спосіб життя, якщо вони походять із селянського господарства;

- домашні продукти охоче сприймаються як подарунок після закінчення терміну перебування (витрати на подарунки потрібно врахувати у ціну послуг);

- бажаними є продукти власного виробництва (випічка, консервовані, сушені продукти);

- не сприймається масло порційного розфасування, пластиковий посуд;

- до обіду й вечері гості люблять замовити домашні напої, тому потрібно передбачити заготівлю різних настоянок, вин та безалкогольних напоїв (квасу, квасного молока, компоту, соку);

- під час несприятливих погодних умов безкоштовно подана кава покращує настрій гостям.

*Культура харчування вимагає від господині наступного:*

- приміщення кухні, інвентар та особа, яка готує і подає їжу, мають виглядати чисто й гігієнічно;

- створення приємної затишної атмосфери й оточення для гостей під час споживання їжі; представлення господарем своїх новоприбулих гостей іншим, якщо вони харчуються у спільній їдальні або сидять за одним столом;

- небажано, щоби селянська сім'я в одному часі споживала разом з гостями їжу (хіба що за умови спеціального запрошення);

- зазвичай товариство гостям складають при каві, чаюванні, коли вони закінчили їсти.

**4. Умови розміщення.** У багатьох країнах такою межею, яка відповідає сільському характеру відпочинку, на протигагу масовому, є максимум 10 кімнат або 4 окремих відпочинкових житлових приміщень. Під таке відпочинкове житло може бути пристосована окрема господарська споруда, поверх будинку, невикористаний дах.

Перевагами відпочинкових приміщень є їх зручності. Ці приміщення мають забезпечити більше приватності та обмежити присутність когось із селянської родини (часто гості самі прибирають), тому вони особливо придатні для сімей з малими дітьми.

Іншим видом розміщення є житлові кімнати у селянському будинку. Кімнати можуть бути одно-, двомісними та груповими (максимально 4-5 осіб). Основними умовами надання житлових кімнат є відповідні вимоги, які вони мають забезпечити. Передусім потрібно подбати про те, щоби кожна кімната мала вікно і не була переобтяжена меблями. Гості повинні мати достатньо вільного місця для безперешкодного доступу до вікна, шафи, ліжка.

Важливою вимогою придатності кімнати для відпочинку є відповідне її наповнення, що зумовлено певним стандартом. Дуже добре, якщо крім основних елементів облаштування, таких як ліжка, шафа, стіл, крісла, бра, є й інші додаткові елементи інтер'єру, такі як килим, м'яке крісло, полички, картини, електричний чайник, набір склянок, радіо, телевізор. Впорядковуючи кімнату, потрібно пам'ятати про народний стиль, фольклор, традиції. У кімнатах бажана присутність предметів старовини, що підкреслює атмосферу саме сільського відпочинку (дерев'яні ослони, старий настінний годинник, образи в рушниках, «гора-пірамідка» вишиваних подушок на широких ліжках тощо)<sup>80</sup>.

Окрім спального місця, гості мають бути забезпечені іншими функціональними приміщеннями, відповідно обладнаними й оснащеними необхідними речами, наприклад, передпокій, кухонний блок, санітарний вузол.

Передпокій може слугувати для споживання їжі, товариських зустрічей, спілкування гостей між собою, з господарями, місцем дитячих забав, особливо під час негоди, а також здійснювати функцію телевізійної кімнати для перегляду улюблених програм.

Загальна площа передпокою, чи гостинної кімнати, повинна становити не менше 20 м<sup>2</sup>, а з облаштування кімнати мають бути передусім м'які крісла, великий стіл, лави на відповідну кількість місць, настільні ігри, телевізор,

DVD- чи CD-, радіоприймач, навіть може бути бар самообслуговування (з цінником), кавоварка, набір трав'яних чаїв.

Кухня, або кухонний блок, виконує дуже важливу функцію, особливо коли з поважних причин (наприклад, термінові господарські роботи, стан здоров'я) господиня не в змозі приготувати й подати їжу або гості бажають харчуватися самостійно. За таких умов відповідно оснащений кухонний блок має бути у розпорядженні всіх гостей.

Необхідними елементами облаштування кухонного блоку є: мийка, холодильник з морозильною камерою, газова чи електрична плита з духовкою, кухонні меблі з відповідним комплектом глибоких й плоских тарілок, каструль, горняток, склянок, столових приборів та іншого приладдя для приготування й споживання страв. Потрібні також кавоварка, ємність для відходів, засоби для миття, місце для зберігання продуктів харчування тощо.

Дуже важливим елементом стандарту розміщення, значення якого не завжди розуміють власники агротуристичних господарств (через додаткові витрати й проблеми з перебудовою комунікацій у будинку), є санітарний вузол. Ідеальною є ситуація, коли кожна гостьова кімната має окремий санітарний вузол, однак на практиці це буває дуже рідко. Найчастіше санітарний вузол є доступний для мешканців декількох кімнат. У такій ситуації важливо, щоби його розміщення було на тому самому поверсі, де розташовані спальні, з доброю вентиляцією, шумоізоляцією й обігрівом. У випадку більшої кількості гостей (понад 8 осіб) варто розділити санітарний вузол окремо для чоловіків та жінок.

З огляду гігієни та економії води, особливо теплої, основним елементом оснащення санітарного вузла (чи ванної кімнати) має бути душова кабінка замість ванни. Окрім цього, необхідними елементами є унітаз, дзеркало, поличка, електрична розетка, гачки для рушників, мильничка з милом, кошик для сміття, мийні засоби.

Вимоги щодо житлового комфорту змінюються відповідно до смаків і потреб туристів, а кожна зміна в інтер'єрі пов'язана з витратами. Тому



облаштовуючи будинок, потрібно звернути увагу на дрібниці, які можуть мати принциповий вплив на якість надання послуг, наприклад:

- місце для багажу гостей;
- відповідна вентиляція і шумоізоляція всіх приміщень;
- достатнє освітлення (мінімум 100 Вт на одне приміщення), постійне освітлення проходів, коридорів, сходів для безпеки гостей;
- протипожежна безпека (вогнegasники, шланги, пісок) у видному й легкодоступному місці;
- меблі, стіни, штори та інші елементи інтер'єру мають бути підібрані в одному стилі, що створює ефект затишку.

#### ***5. Працівникам варто запам'ятати:***

- персоналу ніколи не можна входити поодиночі у номер гостя до вирішення його проблеми;
- персоналу ніколи не можна давати обіцянок, що перевищують його повноваження;
- якщо проблему розв'язати неможливо, персоналу слід визнати це якомога раніше. Честь – краща політика.
- Деякі гості скаржаться, бо це їх природна риса: вони ніколи не будуть задоволені. Необхідно віднаходити підхід до таких гостей.

Дослідження американців виявили, що здобуття нового клієнта в 4 рази складніше, ніж утримати того, хто вже є.

Отже, найважливішим ресурсом будь-якої господарської діяльності є працівники. Вони переносять свою працю, вміння, творчість, енергію на новостворені продукти. Саме від працівників у підсумку залежить успіх або невдача господарської діяльності загалом. Тому дуже важливо, щоби в організаційних ланках були задіяні компетентні, зі значним досвідом та відповідною освітою люди. Від них великою мірою залежатимуть темпи розвитку агротуристичних господарств на певній території. Відділи місцевої влади та громадські інститути мають підтримувати розважливі ініціативи власників селянських господарств, цікавитися агротуристичною діяльністю та

популяризувати ці форми відпочинку в своїх регіонах. Використання комплексу маркетингу має сприяти забезпеченню прийняттого і позитивного ставлення до клієнта, його потреб та особистої відповідальності за якість декларованих послуг.

**6. Використання Інтернету в сільському туризмі.** Туризм стосується різних галузей народного господарства, а з огляду на використання у своїй діяльності сучасних інформаційних ресурсів знаходиться серед лідерів комунікаційного простору. За різними підрахунками, кількість користувачів Інтернету в світі перевищує 800 млн осіб. Безумовним лідером з-поміж користувачів Інтернету, як з огляду абсолютної кількості, так і в розрахунку на одного жителя, є Сполучені Штати Америки. У Європі Інтернетом послуговуються близько 246 млн осіб. В Україні за кількість користувачів Інтернет-послуг складає приблизно 8 млн осіб. Роль Інтернету постійно зростає, отже виникає потреба наближення його ресурсів до туризму й застосування їх у різноманітних його проявах (у нашому випадку у селянських господарствах, які надають агротуристичні послуги).

Розвиток Інтернету в Україні достатньо динамічний. На початку більшість комп'ютерів, які були підключені до глобальної мережі, були задіяна сфері бізнесу. Нині все більше споживачів використовує цей ресурс у наукових, пізнавальних, комерційних та особистих цілях. Користувачами є органи центральної й місцевої влади, науково-дослідні інститути, загальноосвітні заклади, суб'єкти підприємницької діяльності, а також індивідуальні особи.

Власне Інтернет не є джерелом інформації, він лише переказує її за допомогою своїх ресурсів. Загалом глобальна мережа використовується для пошуку даних і передавання їх засобами електронної пошти, чату, відеотелефону, телеконференції. Не так давно це було нове явище, а сьогодні Інтернет став невід'ємною частиною нашого життя. Результати досліджень українського ринку доводять, що близько 80% середніх і великих підприємств задекларувало використання Інтернету. Все більше індивідуальних користувачів послуговуються відповідними сервісами мережі.

### ***Запитання для самоконтролю знань***

1. Який основний законодавчо-нормативний документ регламентує діяльність надання туристичних послуг?
2. Якими властивостями характеризуються селянські господарства екологічного спрямування ?
3. Що є важливим елементом при приготуванні їжі?
4. Назвіть основні проблеми які існують в агросадбах?
5. Назвіть основні Інтернет-послуг, які мають широке застосування у підприємницькій діяльності?
6. Яке значення має Інтернет для сільського туризму?
7. Що є найважливішим ресурсом будь-якої господарської діяльності?
8. Що потрібно робити, якщо надійшла скарга?

### **Тема 10. Менеджмент сільського (зеленого) туризму**

1. Механізм менеджменту сільського зеленого туризму.
2. SMART-детермінанти.
3. SWOT-аналіз.

В Україні актуальність проблематики сільського зеленого туризму зумовлюється нагальною необхідністю невідкладного розв'язання соціально-економічних проблем сучасного села. За роки незалежності України в сільській місцевості спостерігається зменшення населення, зростання безробіття, масова заробітчанська міграція. Тому для держави є важливим розвиток сільського зеленого туризму так як він розширює сферу зайнятості сільського населення і дає селянам додатковий заробіток; розширює можливості зайнятості сільського господаря не тільки у виробничій сфері але й в сфері обслуговування. А також стимулює розвиток сфери послуг: торгівлі, транспортну, зв'язку, служби побуту, відпочинково-розважальних послуг та інших.

Сучасний досвід та наукові дослідження засвідчують, що прискорений розвиток сільського зеленого туризму може відіграти роль каталізатора

структурної перебудови економіки, забезпечити демографічну стабільність та розв'язання нагальних соціально-економічних проблем у сільській місцевості.

У сучасній Україні сільський зелений туризм поступово стає стабільною та сформованою галуззю, але туристи очікують кращого вибору та якості з довготривалою відповідальністю за довкілля. Цього можна досягти лише шляхом ефективного планування та менеджменту.

Мета менеджменту сільського зеленого туризму полягає у довготерміновій підтримці сталості цього туристичного сектора шляхом захисту місцевої культури та навколишнього середовища через механізми продукування специфічних суспільних благ (послуг) та підтримання їх конкурентоспроможності.

Стратегія сільського зеленого туризму в кожній окремо взятій місцевості, залежно від її рекреаційного потенціалу, потребує перед початком розвитку визначення пріоритетів.

Ці стратегічні наміри повинні переглядатися періодично, причому шляхом спеціальної партнерської співпраці між власниками агроосель, громадськими спілками сприяння розвитку сільського зеленого туризму та сільськими туроператорами.

Важливим механізмом менеджменту сільського зеленого туризму є налагодження діалогу й партнерства між бізнесом, спілками власників і громадськими інститутами. Це необхідно, насамперед, через потребу перебудови сільської економіки. Сільський туризм є специфічною частиною економічної діяльності на будь-якій території завдяки сильному впливу громадської сфери і конкурентному тиску споживачів.

Основними чинниками підвищеної складності управління сільським туризмом є:

- суттєва невизначеність ринкової ситуації;
- сезонна нестабільність попиту на турпослуги;
- висока конкурентність на регіональному ринку турпослуг із закладами інших організаційних форм масової рекреації;

- обмеженість фінансових ресурсів;
- мінливість попиту (запитів) споживачів турпослуг;
- соціально-економічна ситуація в країні тощо.

У таких умовах агротуристичне господарство не може обмежуватися лише стандартним поточним плануванням своєї господарської діяльності й оперативним (ситуаційним) управлінням. Бізнес, що ведеться за сучасними світовими правилами, вимагає запровадження стратегічного управління, яке окреслює широке коло питань існування сільського туризму в нестабільному ринковому середовищі.

Основний постулат стратегічного управління був сформульований так: «виживання і розвиток бізнес-одиниці на довготривалу перспективу залежить від здатності цієї бізнес-одиниці своєчасно передбачати зміни на ринку і відповідним чином адаптувати свою організаційно-обслуговуючу структуру і спектр номенклатури фірмового турпродукту».

Іншими словами, йдеться про чітке усвідомлення на всіх рівнях (власника агрооселі, сільської громади, районної ради, регіональних інституцій) стратегії розвитку сільського туризму. Ця стратегія повинна давати відповіді на ключові питання щодо сутності цієї діяльності:

- чим є сільський туризм сьогодні?
- яким сільський туризм повинен бути завтра?
- які наші послуги, функції, рівні?
- що треба зробити, щоб досягти поставлених цілей?

Крім того, стратегії сільського зеленого туризму повинні бути сумісні з місцевими цілями розвитку.

**2.** Під час формулювання системи цілей (інтересів) місцевого розвитку і сільського зеленого туризму необхідно враховувати п'ять основних вимог (вони називаються SMART-детермінантами), а саме:

*1. Specific (визначеність)* – цілі повинні бути настільки чіткими й точними, щоб не залишалося можливості для їх неправильного чи множинного тлумачення.

2. *Measurable (вимірність)* – цілі повинні виражати кількісно все те, чого можна досягнути (у тому числі і суб'єктивні очікування), та кількісно вимірювати результат, якщо ціль досягнуто.

3. *Achievable (досяжність)* – зацікавлені особи на всіх рівнях повинні бути впевнені, що поставлене завдання цілком досяжне.

4. *Related (співвіднесеність)* – цілі повинні співвідноситися зі стратегією, господарськими інтересами та особистими інтересами (мотивами) тих працівників, які втілюватимуть ці цілі в життя.

5. *Time-bound (часова обмеженість)* – цілі повинні бути чітко регламентованими в часі щодо термінів їх досягнення.

Основне завдання стратегічного менеджменту сільського туризму зводиться до визначення пріоритетності цілей та їх ранжування у часі, тобто визначення довго-, середньо- та короткотермінових.

Вагомим аспектом менеджменту сільського туризму виступає проблема адекватної оцінки досяжності поставлених цілей. Адже часто буває так, що широко задекларовані стратегічні цілі регіонального й обласного розвитку повністю «пробуксовують» на місцях і не враховують позаекономічних реалій місцевого розвитку.

Для окремого власника агрооселі цільова програма-мінімум – це спосіб вижити, втриматися «на плаву» (ціль отримання мінімально необхідного прибутку). Натомість для громадського об'єднання власників агроосель, районної й обласної влади пріоритетною є досягнення цільової програми-максимум – ринкова експансія місцевого агротуристичного господарства з максималізацією: а) прибутку; б) споживчого рейтингу (популярності); в) позаконкурентного статус-кво.

Після ретельного вивчення цілей і ринкових можливостей менеджменту переходять до тактичного виконання довготермінової стратегії.

Менеджмент туризму передбачає потенційні вигоди для сільських районів. Туризм виступає важливим джерелом робочих місць для сільських громад, особливо для тих, які знаходяться в демо- чи агродепресивних та економічно

відсталих районах. Оскільки робочі місця в агро-туристичному сервісі здебільшого не вимагають особливих навиків та високої кваліфікації, місцеві мешканці з початковими навичками здатні до праці в цьому секторі як прислуга, виробники продовольства для туристів, екскурсоводи, провідники, майстри кустарних промислів.

Одне з ключових завдань менеджменту сільського туризму полягає у розробці механізмів збалансування вигід від зеленого туризму та потенційних негативних ефектів.

3. При визначенні стратегічних пріоритетів розвитку агротуристичного господарства доцільним є проведення SWOT-аналізу. Це метод аналізу соціально-економічної ситуації на місцях й з'ясування ключових напрямів менеджменту сільського туризму. Назва методу походить від перших літер англійських слів: S – можливості; W – небезпеки; O – сила; T – слабкість.

*Складовими підсистемами аналізу є:*

– SW-аналіз (аналіз зовнішньоринкового середовища). Використовується експертний характер SW-аналізу;

– OT-аналіз (аналіз внутрішнього потенціалу закладу). Використовується математико-аналітичний характер OT-аналізу.

*Конкретні аспекти SWOT-аналізу:*

- Потенційні можливості (S) агротуристичного господарства (унікальність туристичного ресурсу, інноваційність турпродукту, техніко-технологічний відрив від потенційних конкурентів тощо).

- Потенційні небезпеки (W) агротуристичного господарства (макроекономічна і соціально-політична ситуація, інфляція, податкова політика, коливання попиту, погіршення туристичного іміджу регіону, тероризм тощо).

- Сила (O) агротуристичного господарства: визначені та приховані внутрішні резерви саморозвитку (наприклад, ступінь завантаженості кімнатного фонду залежно від сезону року).

- Слабкість (Т) агротуристичного господарства (плинність кадрів, неконструктивна соціально-психологічна атмосфера, техніко-технологічні обмеження тощо).

За допомогою методу SWOT-аналізу можна визначити як внутрішні, так і зовнішні чинники, що матимуть вплив на успіх справи, що дає можливість проаналізувати ресурси й оточення господарства, крім того, визначити пріоритети. Аналіз достатньо спрощує ідентифікацію сильних сторін і можливостей, які потрібно використати, а також слабких сторін і загроз, які потрібно подолати. Завдяки правильному визначенню сильних сторін і можливостей власник агрооселі може порівняти стратегічні альтернативи, зробити обґрунтований вибір і конкретизувати стратегію дій, сформувані нові концепції і плани. Але потрібно чітко усвідомлювати, що можна контролювати деякі слабкі сторони і загрози, а на деякі ми не маємо жодного впливу.

Суттєвим стимулом для українського села в галузі розвитку сільського відпочинку стало його віднесення до підсобної діяльності сільської сім'ї, яким він фактично і є. Сільське населення високо оцінює такий вид діяльності, як прийом відпочиваючих, що дозволяє значно збільшити доходи родин. Окрім того, на нашу думку, повинні бути розроблені специфічні стратегії, які би дозволили збільшити позитивні економічні ефекти від організації відпочинку на сільських територіях нашого регіону.

До таких стратегій при здійсненні планування подальшого розвитку сільського зеленого туризму в регіоні, вважаємо, треба віднести:

- збільшення тривалості перебування у сільських оселях відвідувачів з міських територій;
- збільшення періоду відпочинкового сезону;
- організацію спеціальних тренінгів та семінарів для власників агроосель;
- забезпечення місцевого населення роботою;
- збереження традиційних будівель та житла;
- організацію зручної для туристів системи руху транспорту в регіоні;
- підтримання продуктивності сільського господарства горян;



– розвиток ціннісних та культурно-освітніх якостей життя сільських людей.

Сільський зелений туризм за умови ефективного менеджменту здатний реально поліпшити якість життя у сільській місцевості. Зокрема, він може виступати як основне (важливе) джерело надходження до місцевих бюджетів, відродження народних промислів та сімейних професій, вдосконалення умінь з ведення приватного господарства з використанням новітніх технологій, у тому числі, органічного землеробства, активізації підприємницького середовища поряд зі зростанням місцевих бюджетів, соціального партнерства, поліпшення фінансування, а також функціонування соціальної сфери, санітарного стану, торгового, транспортного та побутового обслуговування, медичного сервісу в сільських поселеннях.

### ***Питання для самоконтролю знань***

1. Що є складовими підсистемами SWOT аналізу?
- 2 Назвіть конкретні аспекти SWOT-аналізу?
3. Які основні чинники впливають на підвищення складності управління сільським туризмом?

## **Тема 11. Маркетинг сільського (зеленого) туризму**

- 1.Формування цін на відпочинкові послуги.
2. Стратегії цінового регулювання.
3. Чинники, що впливають на встановлення цін.

**1.Формування цін на відпочинкові послуги.** Маркетинг – це філософія бізнесу, яка робить можливим задоволення потреб споживачів за допомогою досліджень, прогнозувань та відбору належного місця для продукції на ринку, досягнення цілей організаторів бізнесу та отримання ними прибутків.

*Стосовно туризму, маркетинг – це стиль мислення в ситуаціях, де потрібно балансувати між потребами туристів з одного боку та можливостями організаторів з іншого боку.*

*Маркетинг послуг* – це процес розробки, просування і реалізації послуг, орієнтований на виявлення і задоволення специфічних потреб клієнтів.

Основне завдання маркетингу послуг – допомогти клієнту оцінити підприємство і його послуги.

Більшу частину індустрії сільського туризму репрезентовано малими, часто сімейними підприємствами, і ці організації не використовують або мало використовують маркетингові підходи через такі причини:

- загальне незрозуміння принципів та ролі маркетингу в отриманні прибутку для малих підприємств, особливо у зв'язку з видатками на маркетинг;

- на багатьох територіях важко фінансувати туристичну діяльність малих підприємств, оскільки банки не хочуть кредитувати сільській туризм, тобто вкладати невеликий за розміром капітал у велику кількість малих проектів.

- крім того, коли є можливість отримати достатньо великий кредит за умови, що кілька організацій об'єднують свої зусилля, місцеві організації, що конкурують, не хочуть цього робити;

- багато сільських громад не хочуть приймати поради та ідеї «зі сторони». Ідеї, що генеруються всередині сільського населення, є більш прийнятними, ніж ті, які прийшли з інших суспільних груп.

- у нашій країні залишається юридично невизначеним статус як господаря, який приймає гостей, так і самого гостя, що в умовах жорсткого податкового тиску небезпечно.

Ціноутворення та цінова конкуренція визнається деякими експертами як найважливіша проблема, що стоїть перед господарями, організаторами відпочинку на селі.

При організації відпочинку у сільській місцевості ціноутворення є найменш зрозумілим, та навіть в умовах неврегульованого ринку ціноутворення піддається контролю.

Зміна цін на відпочинкові послуги часто проводиться власниками осель без належного аналізу. Найбільш типові помилки у ціноутворенні пов'язані з надзвичайно великою орієнтацією на витрати, а також з тим, що ціни не

переглядаються з метою їх коригування відповідно до ринкових змін. Поганими є також ті ціни, які не враховують інших складових (окрім витрат), а також ті ціни, які недостатньо змінюються, для того, щоб диференціювати різні види послуг та сегментів ринку.

Встановлення помилково заниженої ціни за надані послуги може призвести до невдачі в усьому бізнесі, навіть тоді, коли усі інші його елементи при організації відпочинку у сільській місцевості функціонують нормально.

Розуміння ціни є дуже важливим для власників осель – організаторів відпочинку у сільській місцевості. Той, хто просить дуже багато – втрачає потенційних клієнтів. Той, хто бере мало, може залишити своє підприємство (свій бізнес) без достатнього доходу, аби належним чином здійснити свою діяльність, і в кінцевому рахунку, буде змушений закрити свою справу. Чому? Будівлі старіють, килими витираються, забруднюються, а пофарбовані поверхні необхідно знову фарбувати. Власник оселі, який не отримує достатнього доходу, щоб належним чином здійснювати свою діяльність, в кінцевому рахунку буде змушений залишити свій бізнес. Так само, як і перший, який, залишившись без відпочиваючих, збанкрутує.

**2. Стратегії цінового регулювання. Знижки.** Господарям осель необхідно мати спеціальні ціни для залучення тих відпочиваючих, які можуть купити велику кількість ліжокмісць. У цих випадках власники осель можуть пропонувати спеціальні ціни або забезпечувати безоплатне надання ночівель чи інші види послуг для організаторів такого відпочинку. Сезонні знижки – зниження ціни для тих відпочиваючих, які прибули до Вас не у сезон. Такі знижки дозволяють утримувати відносно стійкий попит протягом цілого року.

*Дискримінаційне ціноутворення.* Ця стратегія базується на характеристиках цінової еластичності попиту. Наприклад, власники сільських осель можуть надавати знижені ціни пенсіонерам, дітям дошкільного віку, або на послуги з урахуванням місце розташування продажу.

*Психологічне ціноутворення.* Психологічне ціноутворення зачіпає не лише економічну суть цін (співвідношення ціни та якості), але й психологію цін.

Престижний імідж може бути створений завдяки продажу послуг за високими цінами. Інший аспект психологічного ціноутворення – "рекомендаційні ціни". Це такий рівень цін, який склався у підсвідомості покупця. Відпочиваючий порівнює ціну, яка йому запам'яталася, з тією, яку Ви пропонуєте. При формуванні ціни на окремі види відпочинкових послуг необхідно також пам'ятати, що споживачі мають звичку заокруглювати ціни.

### ***3. Основні чинники, що впливають на встановлення цін.***

Процес формування цін на послуги сільського туризму є складним з огляду на різноманітність чинників, які мають на них вплив.

Агротуристична послуга є продуктом, який пропонується на ринку, що охоплює:

#### ***основні послуги:***

- розміщення – приміщення, які надаються туристу на обумовлений час його відпочинку;
- харчування – пропозиція повного або часткового харчування, або створення умов для самостійного приготування їжі;

#### ***додаткові послуги:***

- супутні послуги – прання, прасування, догляд за взуттям, одягом тощо;
- розважальні – організація спортивних, культурних заходів, рекреаційних занять, наприклад, участь туристів у роботах, пов'язаних з обслуговуванням господарства (догляд за тваринами, рослинами);
- прокат спортивно-туристичного спорядження, наприклад, човнів, каное, вудок, велосипедів, квадроциклів тощо;

#### ***торговельні послуги:***

- продаж споживчих товарів власного виробництва (овочі, фрукти, продукти тваринництва, домашнього консервування) й промислових товарів (регіональні сувеніри, національний одяг);
- продаж інших товарів (газет, значків, листівок, безалкогольних напоїв тощо);

▪ продаж інших послуг – обмін валют, посередництво у залагодженні різноманітних справ тощо.

Не існує єдиних принципів встановлення цін у сфері послуг, якщо на них має вплив не лише склад пропонованих послуг та їх якість, а й ситуація на ринку, тобто співвідношення попиту й пропозиції.

**Що необхідно враховувати при встановленні цін.** На рівень ціни впливають як внутрішні, так і зовнішні чинники.

Внутрішні чинники включають мету власника оселі та його стратегію. Зовнішні чинники включають характер ринку та попиту, ступінь конкуренції, інші умови зовнішнього середовища.

**Внутрішні чинники.** Перед встановленням ціни власник оселі повинен вибрати загальну стратегію для своїх послуг. В такому випадку ціну можна встановити більш точно. Наприклад, якщо Ви встановили для себе, що хочете бути елітним, розкішним господарством, ціни за надані послуги будуть вищими, ніж у Вашого сусіда. Якщо Ви орієнтуєтесь на обслуговування відпочиваючих, які схильні до економних витрат, Ваші ціни будуть нижчими. Чим точніше підприємець визначиться з метою, тим простіше йому буде встановити ціну.

**Виживання.** Коли прибутковість бізнесу падає, власники осель прагнуть до виживання. Намагаючись витримати спад відвідувачів, вони знижують ціни на свої послуги.

**Максимізація короткотермінового прибутку.** Багато власників осель хочуть встановити таку ціну, яка максимізує поточний прибуток. Наприклад, якщо відпочинковий бізнес у майбутньому Вас не буде цікавити, Вам потрібні гроші тепер для придбання автомобіля чи навчання Ваших дітей, тоді для досягнення цієї мети Ви можете погодитися навіть на певні незручності для себе.

**Максимізація ринкової частки.** Деякі власники осель, вирішуючи проблеми ціноутворення, хочуть зайняти лідируюче становище на ринку. Вони вважають, що ті власники осель, які мають велику частку на ринку, в кінцевому

підсумку будуть мати низькі витрати та високий прибуток у довгостроковій перспективі. Наприклад, Ви хочете бути лідером у наданні відпочинкових послуг у своєму районі, тому при наданні ще однієї кімнати (поверху) відпочиваючим Ви встановлюєте низькі ціни. Така ціна створює Вам імідж. Збільшується попит. Але Вашу орієнтацію на низькі ціни може бути змінено, якщо Ви запропонуєте послуги вищої якості ніж у Ваших конкурентів.

*Лідерство у справі забезпечення високої якості послуг.* За таких умов для власників осель мають місце великі витрати. Наприклад, Ви вирішили надавати послуги з високим рівнем сервісу. Для цього Вам необхідно провести капітальний ремонт оселі, придбати нові сучасні меблі, відповідно облаштувати ванну кімнату, туалет, подвір'я (місце для відпочинку, влаштування кострищ, мангалів, тенісних столів чи інших спортивних споруд, дитячих майданчиків). Ви витратили кошти на вивчення іноземних мов. Або Ви вирішили надати Вашій оселі типового стилю, характерного для Вашого району. Для цього потрібно віднайти старовинні речі побуту, відреставрувати їх, ознайомитися з традиціями, придбати відповідне до традицій Вашого району вбрання, щоб зустрічати відпочиваючих. Усе це потребує від Вас високих витрат, а відтак і високих цін, щоб Ви могли відшкодувати Ваші витрати. Але, як правило, відпочиваючі готові платити у такому випадку високу ціну, бо екзотика, незвичайність, нестандартність завжди притягують клієнтів. У такому випадку Ви можете розраховувати на постійну клієнтуру. Відреставровані старовинні замки є надзвичайно цікавим об'єктом для відпочиваючих. Або старі млини, курні хати, хатини в лісі – усе це буде екзотикою для даної місцевості. Звичайно при належному благоустрою, бо навіть живучи в лісі, відпочиваючі не хочуть відмовлятися від сучасного рівня комфорту (телебачення, вода, ванна, душ, туалет в будинку).

*Зовнішні чинники. Характер ринку та попиту.* Власник оселі завжди узгоджує рівень цін з рівнем доходів, який такі ціни повинні забезпечити. Таким чином, попередньо він повинен в'яснити, які існують ціни на аналогічні послуги.

*Супутній продаж та продаж за підвищеними цінами.* Така поведінка є досить успішною та ефективною. Ви можете запропонувати Вашим клієнтам на продаж не лише продукти харчування з власного городу, але й інші повсякденні товари (можливо, навіть за підвищеними цінами). Зокрема – чай, каву, шоколад, чи навіть рушники до ванни тощо. Для відпочиваючого буде простіше купити у Вас, аніж везти з дому.

*Аналіз взаємозв'язку ціни і попиту.* Кожна ціна, яку встановлює власник оселі, веде до різного рівня попиту. В нормальному випадку попит і ціна пов'язані обернено пропорційною залежністю – чим вища ціна, тим менший попит – тим менше відпочиваючих. Але на практиці не завжди так буває.

Випадок може значно вплинути як на ціну, так і чисельність відпочиваючих. Вона може зростати і при зростанні ціни. Тоді можна говорити про нецінові фактори впливу (мода, популярність), економічна криза (відмова від дорогих готелів на користь дешевих приватних осель).

***На рівень ціни зазвичай впливають такі чинники:***

- природна й туристична привабливість регіону;
- стан сільської інфраструктури;
- категорія туристичного об'єкта;
- тривалість періоду прийняття гостей;
- маркетингова діяльність, яка спричинює зростання попиту;
- застосування пільг, знижок;
- довготривалі зв'язки з постійними клієнтами.

Досить часто у туризмі для тієї самої пропозиції застосовують різні ціни.

***Щодо послуг сільського туризму можна використовувати цінову диференціацію стосовно:***

▪ споживача – знижувати ціну для постійних гостей; осіб літнього віку; тих хто приїжджає з малолітніми дітьми; осіб з особливими потребами, а з огляду на матеріальні можливості - для пенсіонерів, студентів, школярів;

▪ ознак продукту – застосовувати знижену ціну за менш складної форми процесу харчування, вибору простіших житлових умов, допомоги гостей у побутових чи виробничих (жнива, заготівля сіна) роботах;

▪ часу споживання послуги - ціни можна диференціювати відносно попиту, залежно від пори року, сезону, дня тижня, тривалості перебування;

▪ місця розташування послуги – нижча ціна має застосовуватися на територіях, які менш привабливі за природними умовами чи туристичною інфраструктурою;

▪ якості послуги – зменшена ціна має місце у випадку погіршення якості послуг під час перебування гостей, наприклад у результаті виходу з ладу побутової техніки, санітарних умов, появи комарів, виразно несприятливих погодних умов);

▪ виду розрахунку – ціни можна диференціювати за формою оплати, наприклад, готівкою, товарами або послугами.

Розмірковуючи над цінами за надані послуги, спочатку потрібно зорієнтуватися, які ціни діють на туристичному ринку і за яку ціну інші продають подібну пропозицію.

Ціна агротуристичного продукту істотно впливає на рішення щодо його купівлі. Це відбувається у випадку широкої пропозиції (якщо на ринку одночасно існує багато схожих або наближених пропозицій, то клієнт обере нижчу цінову пропозицію) та відсутності інформації про продукт й незнання його властивостей, порівняно з аналогічними (серед лаконічно сформульованих пропозицій клієнт зазвичай прийме рішення купівлі продукту за нижчою ціною).

Як уже було зазначено, при встановленні ціни потрібно брати до уваги рівень ціни, який забезпечує економічну окупність, з урахуванням здійснених витрат і цін, які функціонують на ринку цього виду послуг. Позитивний економічний результат може забезпечити низька ціна основних та широка пропозиція додаткових послуг.



Ціну агротуристичного продукту можна встановити у різний спосіб, беручи до уваги: витрати виробництва й реалізації, попит та ціни на аналогічні продукти конкурентів.

### ***Питання для самоконтролю знань***

1. Які чинники впливають на рівень ціни?
2. Що необхідно враховувати при встановленні цін?
3. Психологічне ціноутворення, що це?
4. Стосовно туризму маркетинг це – ....(продовжіть думку).

## **Тема 12. Формування стратегії розвитку сільського (зеленого) туризму**

1. Типи базових стратегій та стратегічні підходи.
2. Стратегічний план розвитку сільського зеленого туризму.

1. Стратегія – це модель поведінки, спрямованої на досягнення поставлених цілей, набір правил для пошуку і використання можливостей. Стратегічний план – це послідовність певних кроків та дій, інтегрованих у просторі і часі, що приводять до зміни поточного становища на бажане. План не має гнучкості і реалізується тільки за певних зовнішніх умов, стратегія застосовувана в будь-яких ситуаціях. План повинен постійно коригуватися залежно від змін у зовнішньому середовищі, тоді як стратегію потрібно змінювати тільки при внутрішніх змінах (за власним бажанням). В стратегічному плануванні виділяють чотири основних види управлінської діяльності: розподіл ресурсів; адаптація до зовнішнього середовища; внутрішня координація; організаційне стратегічне бачення. Ціль стратегічного планування – дати комплексне обґрунтування проблем, з якими може стикнутися організація в майбутньому, і на цій основі розробити показники розвитку на плановий період.

Чинним документом, який визначає розвиток туристичної діяльності в Україні, є розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року». Метою реалізації

Стратегії є формування сприятливих умов для активізації розвитку сфери туризму та курортів згідно з міжнародними стандартами якості та з урахуванням європейських цінностей, перетворення її на високорентабельну, інтегровану у світовий ринок конкурентоспроможну сферу, що забезпечує прискорення соціально-економічного розвитку регіонів і держави в цілому, сприяє підвищенню якості життя населення, гармонійному розвитку і консолідації суспільства, популяризації України у світі. Практика створення стратегій розвитку також присутня і на регіональному рівні.

Вже розроблено стратегії розвитку практично усіх областей України. Підхід до стратегічного планування у більшості областей України є здебільшого формальний, проте це свідчить про наявність європейського підходу до розвитку регіонів. Відповідні стратегії економічного та соціального розвитку, що розроблені сьогодні у Львівській, Івано-Франківській, Чернігівській, Вінницькій, Хмельницькій та Сумській областях демонструють чіткий методичний підхід, визначений у документі «Методичні рекомендації щодо формування регіональних стратегій розвитку». Разом з тим, чимало регіонів України в стратегії свого розвитку вже тривалий час віддають чіткі пріоритети розвитку туризму.

Стратегічне планування в галузі туризму має охоплювати широкий діапазон від національного та регіонального до локального рівнів, при цьому кожен рівень має фокусуватися на різних рівнях деталізації та вироблення планових рішень, враховуючи специфіку його функціонування.

Для ефективного розвитку сільського зеленого туризму (СЗТ) в Україні необхідно впроваджувати комплексні заходи. Це включає пошук необхідних інвестицій, проведення категоризації відпочинкових осель, створення робочих місць для сільських мешканців, розвиток соціальної, виробничої та інженерної інфраструктури, впровадження централізованої системи резервування місць, організація навчань для власників приватних осель та працівників, що займаються агро-туристичним сервісом і багато іншого. Розвиток таких заходів можливий лише за умови наявності чіткої стратегії для розвитку цієї сфери.

Останніми роками в туристичних дослідженнях детально вивчаються найбільш розповсюджені типи базових стратегій розвитку туризму. Висловлюються пропозиції використовувати такі стратегічні підходи для досягнення успіху в даній галузі (рис. 12. 1).



Рис. 12.1. Типи базових стратегій та стратегічних підходів, які використовують під час формування та розроблення стратегії розвитку СЗТ в регіоні

Стратегія кардинальної зміни передбачає об'єднання зусиль громадського та приватного сектору для визначення причин зменшення кількості відвідувачів, активного інвестування та ефективного планування розвитку, а також впровадження заходів для підтримки. Стратегію збереження зростання застосовують у несприятливих зовнішніх умовах, спрямовану на утримання низького рівня зростання шляхом залучення відвідувачів додатковим обслуговуванням.

Стратегію досягнутого росту вживають на етапі досягнутого розвитку з обмеженим портфелем нового продукту і проектів розвитку, коли туристичне підприємство або регіон не можуть впроваджувати нові ринки. Стратегію виборчого росту використовують, коли цільовою групою є лише певний сегмент туристів. Вибір конкретного стратегічного підходу базується на результаті стратегічного аналізу та визначених цілях.

Стратегія розвитку сільського зеленого туризму (СЗТ) визначає необхідність координації дій для задоволення всього спектру ієрархічних потреб, зокрема тих, що впливають на людський розвиток. При цьому під час формулювання та впровадження цієї стратегії слід враховувати ієрархію інтересів на кожному етапі її життєвого циклу.

**2. Стратегічний план розвитку сільського зеленого туризму** для області повинен охоплювати наступні етапи:

1. Створення концепції:
2. Оформлення стратегічної мети.
3. Визначення підходів та нових ідей для формування довгострокових цілей розвитку.
4. Складання стратегічного плану:
5. Визначення стратегічних пріоритетів.
6. Розроблення програм:
7. Висвітлення можливостей та шляхів реалізації стратегічних пріоритетів.
8. Обґрунтування проектів:
9. Розроблення системи заходів, які можна вжити в існуючих умовах для досягнення мети стратегії.

Важливо, щоб кожен з цих етапів був врахований та адаптований відповідно до поточних інтересів та потреб на різних етапах розвитку стратегії для сільського зеленого туризму.

Доцільно зазначити, що розроблення стратегії розвитку СЗТ потребує застосування специфічної теоретико-методологічної бази. Не можна трактувати стратегію розвитку цієї галузі лише як декларацію намірів та окреслення завдань - виконання моніторингу, розроблення програм розвитку окремих сфер. Необхідна їх конкретизація. На кожному рівні розроблення повинні бути кількісні показники та критерії, за допомогою яких можна визначити міру наближення до мети, оцінити ефективність заходів, визначити, наскільки правильними є обрані шляхи розвитку. Вдосконалення методологічних підходів до визначення стратегічних пріоритетів розвитку сільських територій і

розроблення механізмів їхньої реалізації дасть змогу поліпшити не тільки організацію інформаційного та науково-аналітичного забезпечення СЗТ, а й створити оптимальне життєве середовище для мешканців сіл.

Для концепції розвитку СЗТ для регіону необхідна:

- проблемна орієнтованість стратегії;
- теоретико-практична обґрунтованість пропонованих рішень, їх оптимальність;
- системний підхід, який задає методології аналізу і синтезу;
- комплексність розгляду інструментів та механізмів вирішення проблем й розвитку СЗТ (економічно-фінансових, юридично-правових, організаційно-управлінських, соціально-демографічних, природно-екологічних).

В основу розроблення стратегії розвитку СЗТ необхідно покласти функціонально-прогностичний підхід. Галузевий підхід, який традиційно використовували під час розроблення такого типу документів, застарів. Функціональна складова нового підходу повинна містити аналіз узагальнених функцій СЗТ (діагностику функцій), а на виході показати особливості діяльності системи (функціонування); прогностична - передбачати певні закономірності стану системи в майбутньому.

Отже, розроблення стратегії розвитку СЗТ передбачає:

- формування перспективної економічної моделі розвитку сільських територій з визначеними пріоритетними видами економічної діяльності, здатними забезпечити їхній збалансований розвиток;
- узгодження дій державних, громадських організацій та приватних підприємств, що діють у сфері СЗТ;
- створення умов для припливу капіталу до села та покращення матеріального статку сільських жителів з метою зміцнення економічного потенціалу території;
- здійснення виваженої соціальної та екологічної політики;
- стимулювання створення нових робочих місць в сільській місцевості, що сповільнить процес міграції молоді до міста у пошуках роботи;

– налагодження та розширення зовнішньоекономічної діяльності, як одного із стратегічних орієнтирів розвитку СЗТ.

Створення стратегії розвитку сільського зеленого туризму (СЗТ) для забезпечення стабільності та економічного зростання в регіоні включає реалізацію комплексу заходів. Мета полягає в формуванні конкурентоспроможної туристично-рекреаційної галузі, яка стане однією з провідних галузей економіки. Ця галузь повинна задовольняти потреби як вітчизняних, так і закордонних споживачів у туристичних послугах та грати значну роль у соціально-економічному розвитку регіону.

Це досягається за допомогою збільшення доходної частини бюджету, приваблення інвестицій, створення нових робочих місць, а також збереження та раціонального використання культурно-історичної та природної спадщини. Такий підхід має на меті не лише розвиток туристичного сектору, а й сприяння загальному розвитку регіону в економічному та соціокультурному відношенні.

Мета розроблення цієї стратегії полягає у визначенні важливих цілей становлення СЗТ. Можна виділити п'ять пріоритетних напрямів розвитку цієї галузі у регіоні (рис. 2).



Рис. 12.2. Пріоритетні напрями розвитку СЗТ у регіоні

Виділені пріоритети треба розглядати як вид ієрархії, яка дає змогу підпорядкувати множину елементів за критеріями значимості або переваг.

Суб'єктивні підстави у сфері розвитку СЗТ зумовлені вольовими чинниками, особистими інтересами, упередженістю тощо. Об'єктивні підстави можуть бути універсальні (пріоритет людини, історичного середовища та природи) або локальні (скеровані на розкриття індивідуальних особливостей сільських територій, їх переваг та важливих ознак). При цьому доцільно додати, що виділення пріоритетів найвищої ієрархії не виключає необхідності впорядкувати елементи інших ієрархічних рівнів та визначення стратегії стосовно них. Отже, роботу необхідно розпочинати з вироблення стратегічних принципів розвитку всіх ієрархічних рівнів та галузі загалом на довгострокову перспективу. На наступному етапі визначають механізми та конкретні проекти реалізації цих принципів.

Окрім цього, у процесі стратегічного планування варто поєднувати такі важливі умови:

- участь і підтримка громадськості в процесі формування та здійснення стратегії;
- розбудова інституцій підтримки ринкових реформ і муніципальних інституцій, що сприяють реалізації стратегії;
- моніторинг виконання стратегічного плану та передбачення можливостей його актуалізації;
- поєднання та тісна взаємодія згаданих умов заради успішної реалізації завдань стратегічного плану.

Ще однією особливістю стратегічного планування є роль аналізу та оцінки реального стану соціально-економічної інфраструктури та СЗТ в регіоні як для розроблення стратегії розвитку цієї галузі, так і для її втілення у життя.

### ***Питання для самоконтролю знань***

1. У чому полягає мета розроблення стратегії?
2. Що передбачає стратегія СЗТ?
3. Назвіть основні типи базових стратегій?

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Проект Закону України про «Туризм». URL: [Офіційний портал Верховної Ради України \(rada.gov.ua\)](http://rada.gov.ua)
2. Проект закону України «Про сільський та сільський зелений туризм», внесений народним депутатом Кафарським В.І. Реєстраційний № 4299 від 23 жовтня 2003 р. URL: [http // www.rada.gov.ua](http://www.rada.gov.ua)
3. Верховна Рада України : веб-сайт. URL: <https://www.rada.gov.ua> (дата звернення: 08.01.2023).
4. Господарський кодекс України : Кодекс України від 16.01.2003 р. № 436- IV. Дата оновлення : 14.08.2021 / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text> (дата звернення: 08.01.2023).
5. Vlasenko I. State enterprise in rural green tourism Ukraine and abroad. Scientific Messenger LNUVMBT named after S.Z. Gzhytskyj. 2017. № 19 (76). P. 26–30.
6. Алексеева Ю. В. Державне регулювання соціального туризму в Україні. Збірник наукових праць НАДУ. 2009. № 1. С. 182–191.
7. Асоціація індустрії гостинності України : веб-сайт. URL: <https://aigu.org.ua/> (дата звернення: 08.01.2023).
8. Безсмертнюк Т. П. Нормативно-правове забезпечення розвитку туристичної діяльності в Україні. *Modern trends in development science and practice. Abstracts of VII International Scientific and Practical Conference. Varna, Bulgaria.* 2021. Pp. 604–607.
9. Бейдик О. О. Україна: стратегія розвитку національного туризму : навчальний посібник. К., 2009. 236 с.
10. Биркович В. І. Сільський зелений туризм – пріоритет розвитку туристичної галузі України. Стратегічні пріоритети. 2008. № 1 (6). С. 138–143.
11. Бойко В. О., Ключник А.В., Півньова Л.В. Зміцнення конкурентоспроможності підприємств екологічного (зеленого) туризму. *Вісник*



*Херсонського Національного Технічного Університету*. 2020. №3. С. 213–222.  
[https:// doi.org/10.35546/kntu2078&4481.2020.3.28](https://doi.org/10.35546/kntu2078&4481.2020.3.28)

12. Бондар Ю., Легінькова Н. Екотуризм як важлива складова стратегії сталого розвитку України. *Матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції «Теоретичні і прикладні напрямки розвитку туризму та рекреації в регіонах України»*. Збірник наукових праць. Кропивницький. ЛА НАУ, 2019. С. 338–346.

13. Брусільцева Г. М., Зима О. Г. Правове регулювання туристичної діяльності : навчальний посібник. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2019. 214 с.

14. Волошин В. І. Формування інституціонального середовища забезпечення економічної безпеки регіону. URL: <http://www.niss.lviv.ua/analytics/74.htm>

15. Гапоненко Г. І., Парфіненко А. Ю., Шамара І. М. Організація сільського зеленого туризму: підручник для студентів спеціальності «Туризм». Суми: ПФ «Видавництво «Університетська книга»», 2021. 300 с.

16. Гапоненко Г.І., Парфіненко А.Ю., Шамара І.М. Сільський зелений туризм: навчальний посібник. Суми: ПФ видавництво «Університетська книга» 2019, 178 с.

17. ГО «Спілка сільського зеленого туризму в Україні» Сільський зелений туризм – від роз'єднаних садиб до територіальних кластерів. Брошура, 2023. 64с. URL: <https://geography.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/05/Rutynskyu-Silskyu-zelenuu-turyzm-2018-book.pdf>

18. Горіна Г. О. Державне управління туристичною діяльністю : навчальний посібник. Кривий Ріг, ДонНУЕТ, 2021. 110 с.

19. Грановська В. Г., Бойко В. О. Функціонування екоготелів в Україні як чинник активізації підприємницької діяльності. *Економіка АПК*. 2020. № 3. С. 57–65.

20. Гримак О. Я., Вовк М. В., Кіндра О. В. Агротуризм як один зі шляхів розвитку підприємництва на сільських територіях. *Науковий вісник ЛНУВМБ імені С.З. Гжицького. Серія: Економічні науки*, 2019, т 21, № 93. С. 31-34.

21. Гродзинська О. І., Нездоймінов С. Г., Гусєва О. В., Замкова А. В. Основи рекреалогії (економіко-екологічний та маркетинговий аспект) : навчальний посібник. К. : «Центр учбової літератури», 2021. 264 с.
22. Державне агентство розвитку туризму : веб-сайт. URL: <https://www.tourism.gov.ua/> (дата звернення: 08.01.2023).
23. Джинджоян В. В., Ємельянова М. О., Штонда Г. А. Стратегічне управління розвитком туризму. *Право і суспільство*. 2018. № 6-1. С. 132–137.
24. Дядечко Л. П. Економіка туристичного бізнесу : навч. посібник. К. : Центр навчальної літератури, 2010. 224 с.
25. Європейський досвід організації сільського зеленого туризму. URL: <http://tourlib.net>
26. Заворуєва О. С. Організаційно-економічний механізм забезпечення розвитку туристичної галузі України. Причорноморські економічні студії. 2018. Випуск 28-1. С. 218–222.
27. Ісаєнко В. М., Ніколаєв К. Д., Бабікова К. О., Білявський Г. О., Смирнов І. Г. Стратегія сталого розвитку (туристична галузь) : навчальний посібник. К., 2013. 300 с.
28. Кудінова І. П. Особливості менеджменту сільського зеленого туризму. URL: ([edorada.org](http://edorada.org))
29. Кудла Н.Є. Активізація підприємницької діяльності селян шляхом надання агротуристичних послуг. 2012. 335 с.
30. Леоненко Н. А. Державне регулювання туристичної сфери: теорія, методологія, практика : монографія. Х. : НУЦЗУ, 2021. 325 с.
31. Летуновська Н. Є., Люльов О. В. Маркетинг у туризмі : підручник. Суми : Сумський державний університет, 2020. 270 с.
32. Лужанська Т. Ю. Стратегії розвитку регіональних туристичних дестинацій. *Науковий вісник Мукачівського державного університету*. 2014. № 2(2). С. 175–180.

33. Масюк Ю. О. Стратегічне управління розвитком туризму в Україні : дис. ... канд. економ. наук : 08.00.03 / Львів. нац. ун-т ім. І. Франка МОНУ. Львів, 2017. 318 с.
34. Матвійчук Л. Ю., Тищук І. В. Сільський зелений туризм як фактор регіонального розвитку: методологічний аспект та практичний досвід: монографія. Луцьк: РВВ Луцького НТУ, 2017. 260 с.
35. Менеджмент туристичної індустрії. Школа І.М. Навчальний посібник / За ред. проф. І.М. Школи. Чернівці: ЧТЕІ КНТЕУ. 2003. 662 с.
36. Національна туристична організація України : веб-сайт. URL: <https://www.ntoukraine.org/> (дата звернення: 08.01.2023).
37. Офіційний сайт Міністерства аграрної політики та продовольства України. URL: <http://www.minagro.gov.ua/>.
38. Писаренко В. В., Багорка М. О. Стратегічний маркетинг : навчальний посібник. Дніпро, 2019. 240 с.
39. Підвальна О. Г. Вплив розвитку агротуристичної діяльності на покращення соціально-економічної діяльності. *«Економіка, фінанси, менеджмент: актуальні питання науки і практики»*. 2019. №10. С.82-88. DOI: 10.37128/2411-4413-2019-10-10
40. Пітюлич М. М. Особливості функціонування сільського туризму в Україні та досвід європейських країн / М.М. Пітюлич, І.І. Михайлюк //Наук. вісн Ужгород ун-ту, 2011. С.156.
41. Плотнікова М. Ф. Зелений туризм як механізм багатofункціонального розвитку. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2018. Вип. 1. С. 98-100
42. Світовий досвід розвитку сільського зеленого туризму. URL: <http://archive.nbuu.gov.u>
43. Сільський зелений туризм – пріоритет розвитку туристичної галузі України. URL: <http://tourlib.net>

44. Сільський зелений туризм: організація надання послуг гостинності // Горішевський П., Васильєв В., Зінько Ю. // Івано-Франківськ: Місто НВ, 2003. 148с.
45. Табенська О. Сільський туризм як напрямок ефективного розвитку внутрішнього туризму. *Економіка та суспільство*. 2022. (40). URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-40-42>
46. Тищук І. В. Оцінка основних тенденцій розвитку сільського зеленого туризму в Україні. *Науковий журнал «Економічний форум»*. Луцьк: РВВ Луцький НТУ, 2018. № 4. С. 79–86. URL: [http://lutsk-ntu.com.ua/sites/default/files/ekonomichniy\\_forum\\_4\\_zi\\_zminami-szhatyy.pdf](http://lutsk-ntu.com.ua/sites/default/files/ekonomichniy_forum_4_zi_zminami-szhatyy.pdf)
47. Тищук І. В., Поліщук Л. М. Досвід розвитку зеленого туризму в розвинених країнах світу. *Матеріали I Міжнародної науково-практичної конференції «Сталий розвиток туризму на засадах партнерства: освіта, наука, практика»*. Львів, 2018. С. 110–115.
48. Тищук І. В., Поліщук Л. М., Колісник Б. І. Туристична інфраструктура Волинської області: основні тенденції розвитку. *Науковий журнал «Економічний форум»*. Луцьк: РВВ Луцький НТУ, 2019. № 3. С. 79–86. URL: [http://lutsk-ntu.com.ua/sites/default/files/ekonomichniy\\_forum\\_vipusk\\_no32019\\_2.pdf](http://lutsk-ntu.com.ua/sites/default/files/ekonomichniy_forum_vipusk_no32019_2.pdf)
49. Тищук І.В., Колісник Б.І. Зелений туризм в Україні: основи розвитку. *Матеріали III Всеукраїнської науково-практичної конференції «Сучасні тенденції розвитку науки і освіти в умовах поглиблення євроінтеграційних процесів»*. Мукачево, 2019. С. 565–567.
50. Ткачук В. Інституційне забезпечення туризму як форми диверсифікації сільськогосподарського виробництва. *Аграрна економіка*. 2012. № 1-2. С. 86–88.
51. Філюк С. М. Сутність поняття, умови та перспективи агротуристичної діяльності. *Молодий вчений*. 2017. №5. С. 141–145.

*Для нотаток*

*Навчально-методичне видання*

Тищук Інна Володимирівна, Ільїна Ольга Вікторівна

***Сільський зелений туризм***

Конспект лекцій

Друкується в авторській редакції