

ЗАТВЕРДЖЕНО  
Наказ Вищого навчального закладу  
Укоопспілки «Полтавський  
університет економіки і торгівлі»  
08 липня 2015 року № 152-Н  
Форма № П-4.04

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООПСІЛКИ  
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»**

Факультет харчових технологій, готельно-ресторанного  
та туристичного бізнесу  
Форма навчання денна  
(денна, заочна, заочно-дистанційна)

Кафедра туристичного та готельного бізнесу

Допускається до захисту  
Завідувач кафедри

\_\_\_\_\_ Г. П. Скляр  
(підпис, ініціали та прізвище)

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2021 р.

**МАГІСТЕРСЬКА ДИПЛОМНА РОБОТА**

**на тему: «Організація сільського зеленого туризму в країнах Європи»**

**зі спеціальності 242 «Туризм»  
освітня програма «Туризм» ступеня магістра**

**Виконавець роботи Шуканова Анжела Анатоліївна**

(прізвище, ім. 'я, по батькові)

\_\_\_\_\_  
(підпис, дата)

**Науковий керівник доц., Карпенко Ніна Миколаївна**

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

\_\_\_\_\_  
(підпис, дата)

**Полтава – 2021**

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ОРГАНІЗАЦІЇ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ .....	6
1.1. Наукові підходи до визначення поняття «сільський зелений туризм».....	6
1.2. Соціально-економічне значення сільського зеленого туризму.....	15
1.3. Специфіка туристичного продукту сільського зеленого туризму.....	20
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ЄВРОПЕЙСЬКОГО ДОСВІДУ ОРГАНІЗАЦІЇ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ ТА ЙОГО КАТЕГОРИЗАЦІЇ.....	29
2.1. Сільський зелений туризм в країнах Північної Європи .....	29
2.2. Особливості розвитку сільського зеленого туризму в країнах Західної Європи .....	39
2.3. Досвід організації сільського зеленого туризму в країнах Центральної та Південної Європи .....	52
РОЗДІЛ 3 ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В УМОВАХ МОДЕРНІЗАЦІЇ ТА ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ЄВРОПЕЙСЬКОГО ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ .....	72
3.1. Сучасні інформаційні технології просування та збуту європейського туристичного продукту сільського зеленого туризму.....	72
3.2. Інноваційні інструменти та технології організації сільського зеленого туризму в європейських країнах .....	79
3.3 Оцінка ефективності функціонування садиби сільського зеленого туризму.....	89
ВИСНОВКИ.....	99
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	102
ДОДАТКИ.....	111

## ВСТУП

Рекреація і туризм у багатьох країнах світу і в переважній більшості країн Європейського Союзу (ЄС) є пріоритетним напрямом розвитку національних економік і культур. Європа для туристів є найбільш привабливою у світі, а країни Західної Європи вирізняються найвищим і найефективнішим рівнем використання туристично-рекреаційних ресурсів.

У багатьох сільських регіонах Європи сільське господарство більше не є найважливішою формою використання землі. Отже, необхідно знайти нові види діяльності, які б замінили або доповнили сільськогосподарську діяльність. Пошук підходів до вирішення цієї задачі пояснює підвищену увагу до сільського туризму, що за швидкого розвитку може оживити багато сільських регіонів. Найефективнішим шляхом зайнятості сільського населення є розвиток сфери послуг та народних промислів. Розвиток сільського туризму розглядається європейськими країнами як дієвий шлях соціального розвитку сільських депресивних регіонів.

Оскільки розвиток сільського туризму у більшості країн світу розглядається як невід'ємна складова комплексного соціально-економічного розвитку села, вивчення їх досвіду є важливим для України.

Сьогодні сільський зелений туризм – це зростаючий сегмент на світовому туристичному ринку, який має значний обсяг послуг. За соціальною, економічною і духовно-моральною значимістю він стає пріоритетним напрямом у туристичному бізнесі. На думку експертів, агроекотуризм для України є ядром її туристичного продукту. Для розвитку агроекотуризму наша країна має весь комплекс сприятливих умов: географічне положення, незаймана природа з унікальними ландшафтними національними парками, пам'ятники культури,

колеритні села з їх національною кухнею і побутом, гостинність і толерантність українського народу. Все це і зумовило актуальність обраної теми дослідження.

Формування системи поглядів на аграрний та сільський туризм і перспективи його розвитку відбувається на основі праць вітчизняних і зарубіжних вчених і спеціалістів. Серед вітчизняних фахівців активно працюють в цьому напрямі такі автори як Васильєв В.П., В. Гетьман, П. Горішевський, Зінько Ю.В., Кафарський В.І., Коніщева Н.І., Кузик С.П., Мельниченко С.В., Рутинський М.В., Ткаченко Т.І., Шевчук М. В. та інші. Проте багато актуальних і досить складних питань, пов'язаних з сільським туризмом, залишається до сих пір поза увагою вчених і спеціалістів.

В ЄС накопичено великий позитивний досвід з використання різних інструментів стимулювання сільського зеленого туризму в рамках політики сільського розвитку. Широке вивчення та поширення цього досвіду експертами, органами галузевого управління, науковцями та освітянами сприятиме розробці та реалізації різних моделей сільського розвитку з використанням наявних ресурсів та гостинності українського села.

*Метою роботи* є аналіз міжнародного досвіду розвитку сільського зеленого туризму в країнах Європи та розробки пропозицій його використання в Україні.

Об'єктом дослідження є процеси становлення, розвитку та функціонування господарств та малих підприємств у сфері сільського зеленого туризму.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних, методичних і практичних засад діяльності господарств та малих підприємств сільського зеленого туризму в країнах Європи.

Для досягнення мети поставлено вирішення таких завдань:

- проаналізувати теоретичні засади організації сільського зеленого туризму;

- дослідити історію розвитку й особливості функціонування підприємств у сфері сільського зеленого туризму та управління ними у розрізі регіонів Європи;

- здійснити порівняльний аналіз підходів до категоризації садиб сільського зеленого туризму в країнах Європи;

- визначити перспективні напрямки застосування сучасних інформаційних технологій та інноваційних інструментів до створення і просування туристичного продукту сільського зеленого туризму.

Методи дослідження. Дослідження функціонування, розвитку підприємств у сфері сільського зеленого туризму та управління ними здійснювалося на теоретичному й практичному рівнях пізнання. Методологічною основою роботи обґрунтовано системно-структурний аналіз та синтез вивчення соціально-економічних та виробничо-екологічних процесів і явищ функціонування суб'єктів сільського зеленого туризму. Методом наукового абстрагування уточнено зміст понять «сільський зелений туризм», здійснено класифікацію його форм і видів (типів) їх розвитку на рівні сільських територій, запропоновано набір інструментів для залучення сільських людей до підприємництва в сфері зеленого туризму.

Основні результати дослідження оприлюднено в публікації у співавторстві в журналі «Academy of Entrepreneurship Journal» (2020, Volume 26, Issue 4), що внесений до баз даних Scopus, апробовано в Матеріалах міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Тенденції та перспективи розвитку науки і освіти в умовах глобалізації» (Переяслав, 2020). Матеріали дослідження можуть бути використані органами галузевого управління, науковцями та освітянами, зацікавленими в розвитку підприємництва в сфері сільського зеленого туризму.

## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ОРГАНІЗАЦІЇ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ

### 1.1. Наукові підходи до визначення поняття «сільський зелений туризм»

Між фахівцями в сфері туризму ще й досі тривають дискусії щодо таких понять, як сільський туризм, екотуризм, агротуризм, зелений туризм, фермерський туризм, екоагротуризм. Також слід зауважити, що багато авторів розуміють одне і теж під різними поняттями.

Сільський туризм виділяється серед інших видів подорожей за ознакою «географічне розташування туристичної місцевості». Отже, її можна вважати найбільш суттєвою або родовою ознакою для цього виду туризму. І дійсно, характеристики цієї ознаки домінують у визначеннях сільського туризму, які надають йому різні автори. В монографії за авторством Герасименка В.Г. і Нездоймінова С.Г. [10, с. 24-29] міститься досить широкий аналіз підходів науковців до розробки понятійно-термінологічного апарату та розкриття сутності сільського зеленого туризму.

Так, Т. Ткаченко вважає, що «сільський туризм» (rural) – це туристська діяльність на території сільських поселень, де є умови для тривалого та короткочасного відпочинку, мальовничий природний ландшафт, сільське житло, придатне для прийому туристів, необхідні об'єкти обслуговування; мандрівки туристів до сільських районів для відпочинку на природі та ознайомлення з умовами сільського життя. Головною особливістю цього виду туризму є розміщення у будинках господарів на території сільських садиб» [48, с. 209].

Сільський туризм, на думку М. Джевецького, – це форма рекреації, яка здійснюється на теренах «реального» села й охоплює різноманітні форми рекреаційної активності, пов'язаної з природою, краєзнавством, культурою та

етнічністю, які безпосередньо використовують засоби і можливості села» [24, с. 27].

Я. Маєвський вважає, що сільський туризм – це кожен вид туризму, який відбувається у сільському середовищі і використовує його цінності. Сільський спосіб життя, природа, пейзажі, культура, а архітектура тощо є його основними принадами [29, с. 3].

Г. Мунін та Г. Зінов'єв розуміють сільський туризм як «туристичну діяльність, що пов'язана із сільським середовищем, сільським будинком і заняттями, що ставлять в центр уваги природу і людину. Сільський туризм, на відміну від масового, не справляє шкідливого впливу на природне й культурне довкілля і, водночас робить істотний внесок у регіональний розвиток» [32, с. 44-45].

Поряд з поняттям «сільський туризм» у спеціальній науковій літературі функціонує термін «агротуризм». Він виник як поєднання двох складників: сільське господарство – agro, туризм – tourism. З точки зору Герасименка В.Г. і Нездоймінова С.Г. [10, с. 24], обидва поняття мають як спільні, так і специфічні риси. Спільність є в тому, що і сільський, і агротуризм тісно пов'язані із сільською місцевістю, а значить – із сільським господарством. Відмінність полягає в тому, що сільський туризм пов'язаний перш за все з перебуванням і відпочинком в сільській місцевості (відпочинок на власній чи орендованій дачі або сільській садибі у господарів), в той час як агротуризм передбачає добровільне залучення туристів до деяких видів сільськогосподарських робіт. Іншими словами, «демаркаційну лінію» між сільським туризмом і агротуризмом можна прокласти якщо є можливість встановити: приймає або не приймає участь турист у сільськогосподарському виробництві.

Найкращим чином така точка зору сформульована Т. Ткаченко: «Аграрний туризм – це туристська діяльність на території сільськогосподарських (фермерських) угідь, де є умови для виробництва сільсько-

господарської продукції і відпочинку міського населення з добровільним частковим залученням бажаючих до деяких видів сільськогосподарських робіт» [48, с. 209].

Аналогічне визначення надають М. Рутинський та Ю. Зінько: «Агротуризм – це відпочинковий вид туризму, зосереджений на сільських територіях, який передбачає використання сільського (фермерського) господарства з метою рекреації, освіти чи активного залучення до традиційних форм господарювання» [38].

Кудла Н. визначає агротуризм як «організоване перебування туристів у селянській родині, яка займається сільськогосподарською та іншою діяльністю» [22].

Досить близько до поглядів зазначених авторів стоїть Я. Маєвський: «Агротуризм – це різні форми туризму, пов'язані з функціонуючим сільським господарством, коли сільськогосподарське виробництво і утримання тварин є одним із найважливіших видів атракції» [29, с. 8]. При цьому автор справедливо додає, що від сільського аграрний туризм відрізняється своїм зв'язком із сільськогосподарським виробництвом [29, с. 9].

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 екскурсоводами.

Поняття «сільський туризм» часто ототожнюють з «агротуризмом», але поняття «сільський туризм» значно ширше. Агротуризм (farm tourism) – відпочинковий туризм, що передбачає використання сільського (фермерського) господарства. Агротуризм може проявлятися у різних формах, але завжди включає винаймання помешкання. Розрізняють дві базові форми агротуризму:

винаймання помешкання з обслуговуванням безпосередньо в межах дворогосподарства або розміщення на нічліг з самообслуговуванням на землях, що належать до дворогосподарства, наприклад, в кемпінгах та наметах. Агротуризм, таким чином, виступає однією з форм сільського туризму. В агротуризмі дворогосподарство (фермерське господарство) становить одночасно нічліжну базу та головний предмет інтересу для туриста.

Екологічний туризм (Ecological tourism) – це форма подорожі, сприятлива для навколишнього середовища. Вона відбувається на територіях, що мають природничу цінність (національні та ландшафтні парки). Екотуризм спрямований на охорону природного й культурного середовища регіонів, які відвідуються туристами. Він передбачає, що учасниками цих подорожей є люди з високою екологічною свідомістю. Виділяються такі форми екологічного туризму – активний екотуризм (піший, велосипедний, водний, кінний, рибальство), фауністичні та флористичні поїздки (орнітологічні поїздки, полювання, тематичні поїздки), культурологічні й етнографічні поїздки.

Зелений туризм (green tourism) – є синонімом поняття «екотуризм».

Природничий туризм (nature tourism) – також є синонімом поняття «екотуризм».

Сільський туризм і його різновидність агротуризм мають багато спільного з екотуризмом і часто відповідають багатьом його пріоритетам, зокрема: збереження природничого та культурного середовища, підтримка добробуту місцевої громади, постачання туристам харчів з місцевих продуктів. Деякі власники агротуристичних господарств, розташованих поблизу природоохоронних територій, підтримують серед туристів проєкологічні вимоги. У сільських місцевостях організовують відвідувачам багато додаткових послуг, що включають екотуристичні програми: кінні та велосипедні прогулянки, маршрути по знакованих стежках у національних і ландшафтних парках, природничі подорожі, збирання ягід та грибів. Але сільський туризм

(агротуризм) і екотуризм відрізняються основними цілями використання вільного часу, їхня головна різниця полягає у базових мотивах подорожування.

Сільський туризм – це форма проведення вільного часу у вигляді стаціонарного відпочинку, тоді як базовою метою екотуризму виступає активне відкриття дикої природи, традицій і культури, їх глибоке пізнання й сприйняття.

Сільські оселі можуть використовуватись як база для ночівлі та харчування екотуристів. З'явилося нове поняття екоагротуризм (або агроекотуризм), що передбачає відпочинок у селян, які вирощують сільськогосподарську продукцію із застосуванням екологічних методів. Тут агротуризм поєднується з екологічним сільським господарством.

Наведені вище поняття, пов'язані з сільським туризмом і екотуризмом, знайшли своє застосування для визначення форм туристичного руху в Україні. Зокрема відпочинок в українських селах було визначено як «сільський зелений туризм» (green rural tourism або green village tourism). Він охопив широкий спектр форм відпочинку на селі: від стаціонарного відпочинку у сільській місцевості (власне сільський туризм), відпочинку в туристичних центрах і на курортах, що розташовані у селищах і малих містах (аналог Bcd&Breakfast), до відпочинку у сільських садибах (агротуризм). Визначення сільського туризму як «зеленого» підкреслює його проєкологічну орієнтацію.

Розглянувши різноманітні приклади розвитку цього виду бізнесу в окремих країнах і зауваживши, зокрема, відсутність чіткої загальноприйнятої термінології, з метою уніфікації термінів і понять уведемо далі за текстом терміни «сільський зелений туризм» та «зелена садиба». Під цими термінами у розумітимемо відпочинок з будь-якою метою, видом та формою організації туристської подорожі у сільській місцевості з розміщенням на відпочинок у будинку сільського господаря.

Для системного і планомірного розвитку сільського туризму доцільно було б мати класифікацію даного виду туризму. Це можна зробити, спираючись на цілу низку ознак. Один із можливих і простих варіантів класифікації видів агротуризму наведено в монографії за авторством Герасименка В.Г., Нездоймінова С.Г. (рисунок 1.1.) [10, с. 27]. Він включає п'ять основних ознак, за якими сільський туризм систематизується за найбільш характерними видами.

В залежності від походження туриста (мається на увазі місце постійного проживання людини) сільський туризм може бути як іноземним (в'їзним), так і внутрішнім. Отже, власники агросадіб, ферм, гостинних господарств і мікротелів у сільській місцевості можуть приймати як іноземних, так і внутрішніх агротуристів. Наприклад, в Італії, де кількість агротуристів сьогодні наближається до 1,7 млн. осіб, 20% загального агротуристичного потоку складають іноземці [56, с. 7].

У спеціалізованій науковій літературі навіть з'явився термін – «міжнародна агротуристична спеціалізація». Як приклад називають Італію і Францію, де власники агрокотеджів пропонують своїм гостям цілі винні, сирні і м'ясопродуктові підвали з умовою, що вільне користування запасами продовольства включене у вартість винайму даного котеджу.

За організаційно-правовим статусом тих, хто надає агротуристичні послуги, сільський та аграрний туризм може розглядатись як вид підсобної діяльності, так і вид малого підприємництва.

За характером організації подорожі сільський та аграрний туризм може бути організованим та самодіяльним. Подорож окремого туриста або групи туристів за попередньо розробленою туристською фірмою програмою називається організованим туризмом. Організовані туристи забезпечуються необхідним туристським сервісом, який визначено у заздалегідь придбаних турах.

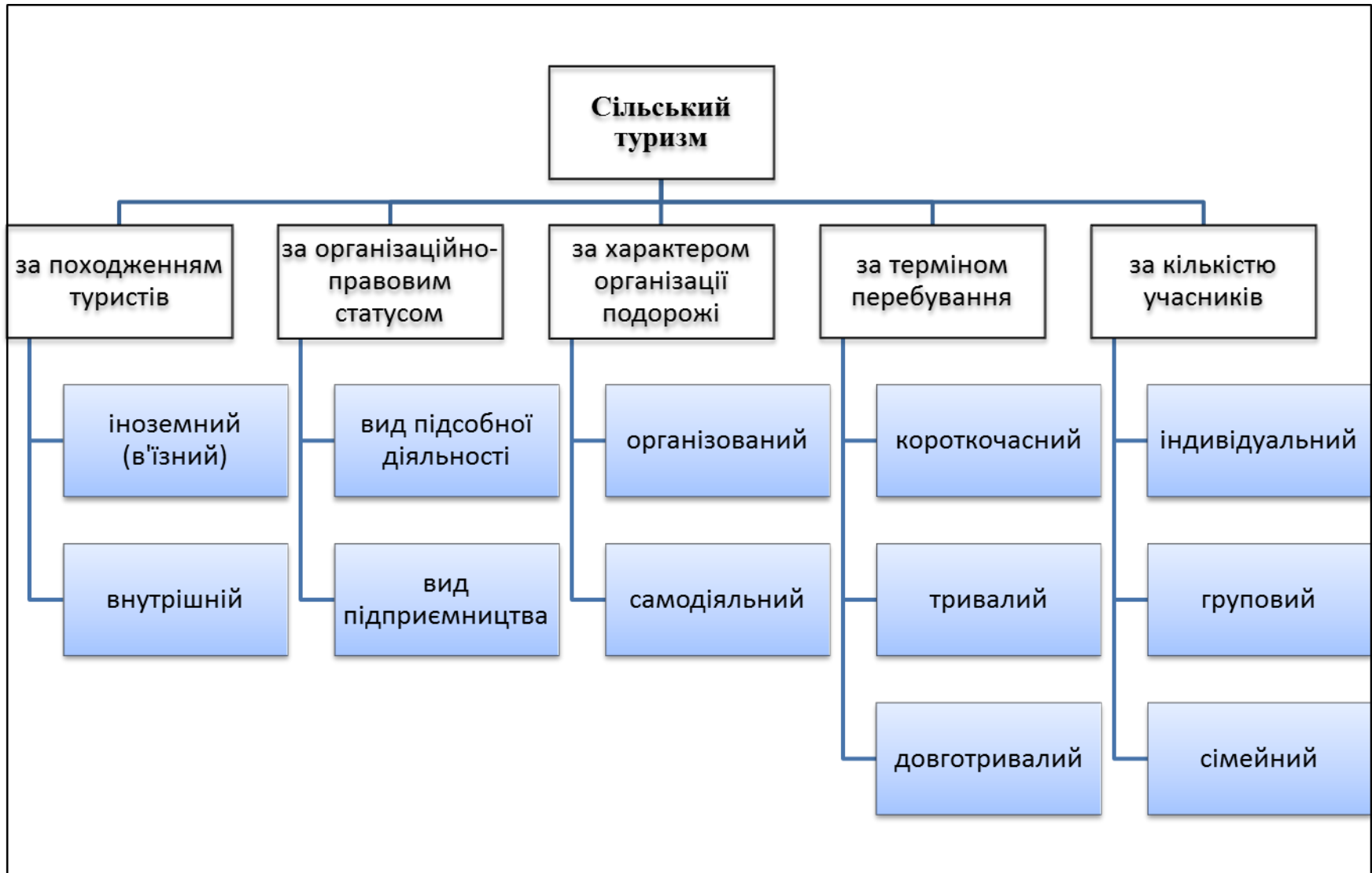


Рис. 1.1. Класифікація видів сільського туризму [10, с. 27]

Подорож окремого туриста або групи туристів, не зв'язаних ніякими взаємними зобов'язаннями з туристською фірмою, називається самодіяльним туризмом. У цьому випадку туристи самостійно розробляють маршрут подорожі, самі визначають кількість ночівель і вибирають об'єкти для відвідувань.

У залежності від терміну перебування поза постійним місцем проживання можна виділити два основних види аграрного туризму: короткочасний («туризм вихідного дня» або «туризм кінця неділі») та довгостроковий, який може тривати декілька тижнів.

За кількістю учасників можна визначити такі види сільського туризму як індивідуальний, груповий і сімейний.

Перераховані види туризму не вичерпують усього його різноманіття. На сьогоднішній день класифікація видів сільського та аграрного туризму постає як «відкрита» система, яка допускає можливість її розширення і оновлення змісту.

Сільський зелений туризм – розважальний вид туризму, який передбачає тимчасове перебування туристів в сільській місцевості (селі) і отримання ними послуг сільського зеленого туризму [31].

Як зазначає Кузик С.П., поняття «сільський туризм» в його звичному трактуванні побутує з давніх часів. Ще в Римській імперії серед членів патриціанських сімей зародилася мода на поїздки з Риму на відпочинок в сільську місцевість. Масовий інтерес до відпочинку в селі проявляється вже починаючи з ХІХ ст. А вже з другої половини ХХ в. в урбанізованих країнах Європи саме сільський зелений туризм перетворився в один з основних засобів «порятунку» європейців від стресового впливу розвинених промислових міст [23, с. 189].

За визначенням Славкової О.П., сільський зелений туризм - найперспективніший сектор світового туристичного господарства. Обсяги

надання агротуристичних послуг у постіндустріальних країнах в 2-4 рази перевищують обсяги зростання готельної бази і курортного сервісу в цих країнах [45, с. 252].

Крім того, важливо зазначити відмінність між зеленим і сільським туризмом. Б. Лейн [71] вказує на те, що на додаток до того, що відвідування сільських районів є головною особливістю сільського туризму, зелений туризм також містить в собі послуги та взаємодії між туристом і спільнотою приймаючого населення. А. Джонс [70, с. 354] вважає, що зелений туризм розділяє ті ж самі функції, що й сільський туризм, однак він включає в себе різні моделі поведінки туристів. Тому можна стверджувати, що сільський туризм є одним із підвидів зеленого туризму.

У кожній країні є свій термін, який окреслює сільський туризм. У світовій практиці поняття «сільський туризм» часто прирівнюють до поняття «агротуризм», а сільську садибу визначають як агрооселя, агрокотедж.

Під агротуризмом Я. Маєвський розуміє різні форми туризму, пов'язані з функціонуванням сільського господарства. Сільськогосподарське виробництво і годівля тварин становлять одну з істотних принад. Сільський туризм, за визначенням науковця, являє собою кожен вид туризму, який відбувається у сільському середовищі й використовує його цінності. Сільський спосіб життя, природа, краєвиди, культура, архітектура тощо є головними принадами [29, с. 54].

В останні роки за кордоном з'явилися перші публікації з екотуризму, які відображають взаємозв'язок міжнародного туризму з екологічними проблемами, результати аналізу функціонування національних парків, піднімають проблеми сталого розвитку екопослуг.

Об'єктивний попит на туристичні продукти, пов'язані з привабливими малозаселеними, екологічно чистими сільськими територіями, активізував відповідні бізнес-проекти і новий тип діяльності, до якого застосовують різні

назви: сільський туризм; зелений туризм, агротуризм, екотуризм, «відпочинок під грушею» та ін.

Із термінологічного апарату тематики відпочинку у сільській місцевості часто виокремлюють поняття «зелений туризм», акцентуючи на живій, недоторканній природі. Прикметник «сільський» вказує на специфіку забудови, побуту, ландшафту, територіальної дислокації, етнокультурної складової відпочинку; отримувачів і надавачів послуг; засобів розміщення; соціально-економічних наслідків [8].

Отже, під сільським туризмом найчастіше розуміють вид туризму, який передбачає розміщення в сільській місцевості. Однак цілі розміщення в сільській місцевості можуть бути різними. Досить поширеним є сільськогосподарський (агротуризм), етнографічний (етнотуризм), але найчастіше туристи подорожують з метою відпочинку на природі (зелений туризм), саме тому в даній роботі ми вживаємо узагальнений термін «сільський зелений туризм» (СЗТ). Він являється найбільш точним для позначення досліджуваного явища. Основою сільського зеленого туризму є використання сільського житла в якості бази для ночівлі та харчування «зелених» туристів. Також потрібно відзначити, що часто поняття «зелений туризм» ототожнюють з екологічним туризмом, однак це не зовсім коректно, з огляду на те, що останній є більш вузьким напрямком і має на увазі сприяння охороні природи.

## **1.2. Соціально-економічне значення сільського зеленого туризму**

Сільськогосподарське виробництво на сьогоднішній день в розвинених країнах стає все більш і більш наукоємним, що призводить до різкого скорочення робочих місць і підвищення рівня безробіття в сільській місцевості. До того ж постійно зростає небезпека виникнення кризи перевиробництва

сільськогосподарської продукції. Все це вимагає залучення людей до супутніх індустрій, зокрема туризму. Соціально-економічні ефекти розвитку сільського зеленого туризму найбільш відчутні для сільських територій (уможливлення реалізації сільгосппродукції, покращення благоустрою, диверсифікація бізнес-процесів) та мешканців села (збільшення доходів, зниження безробіття, покращення якісних параметрів людського потенціалу).

Слід указати на економічні вигоди розвитку в країні сільського туризму. Це, по-перше, можливість збільшити частку послуг у виробництві агропромислового комплексу, по-друге, поліпшити сальдо платіжного балансу за рахунок перетворення агротуристичних послуг в експортний продукт. Агротуризм як послуга дає змогу оптимізувати сільськогосподарське виробництво і підвищити його ефективність завдяки тому, що послуга в структурі витрат має більш високу частку доданої вартості. Це особливо актуально у відношенні продукції сільськогосподарських підприємств, що характеризується високою матеріаломісткістю.

Гальків Л.І., Килин О.В. [8] узагальнюючи авторські трактування сільського зеленого туризму, визначають його як форму відпочинку у позаурбаністичному середовищі, з відповідним йому ресурсним потенціалом, а також як сферу діяльності, позитивні наслідки якої виходять за межі сільських територій. Зокрема він сприяє збереженню та розвитку людського капіталу, активуванню господарської діяльності; покращенню туристичної інфраструктури; збереженню етнокультурної самобутності українців, їх екологічної свідомості. Цим зумовлена вагома державна підтримка програми розвитку зеленого туризму в європейських країнах.

Соціально-економічні ефекти розвитку сільського зеленого туризму найбільш відчутні для сільських територій (уможливлення реалізації сільгосппродукції, покращення благоустрою, диверсифікація бізнес-процесів)

та мешканців села (збільшення доходів, зниження безробіття, покращення якісних параметрів людського потенціалу) (рисунок 1.2).

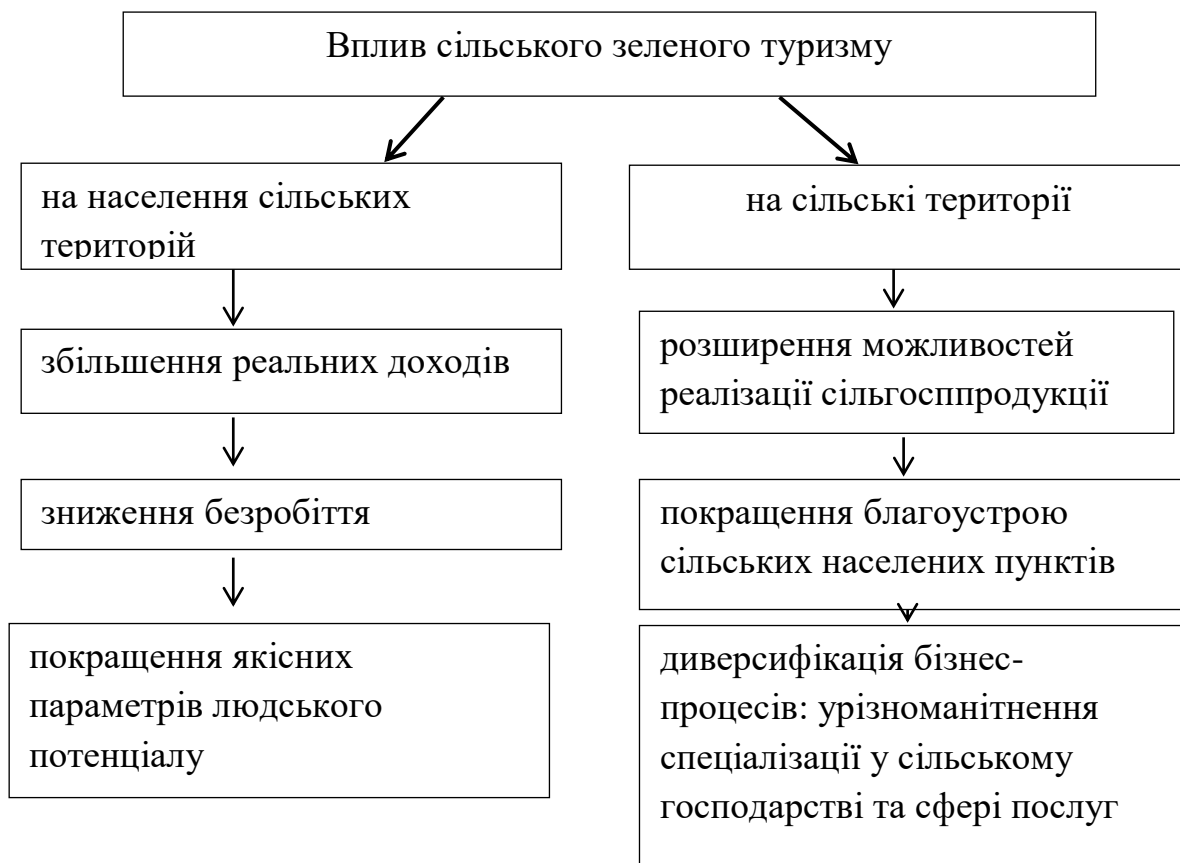


Рис. 1.2. Ефекти впливу сільського зеленого туризму

Розвиток сільського зеленого туризму зможе забезпечити збільшення реальних доходів селян завдяки:

- наданню послуг з прийому та проживання туристів;
- облаштуванню туристичних маршрутів та надання екскурсійних послуг;
- транспортному обслуговуванню туристів;
- егерській діяльності (полювання, аматорське та спортивне рибальство);
- наданню послуг з прокату туристичного спорядження;
- виробництву та реалізації туристам екологічно чистих продуктів харчування, надання кулінарних послуг;

- реалізації товарів народних промислів;
- проведенню культурно-розважальних заходів з урахуванням історико-етнографічної спадщини (анімації).

Отже, сільський зелений туризм не лише сприяє збереженню селянства як носія українського культурно-духовного менталітету, а є одним із напрямів диверсифікації сільської економіки, що забезпечує її фінансове оздоровлення, стимулює формування міцного прошарку середнього класу на селі.

У світі сільський зелений туризм розглядається як альтернатива сільському господарству за розмірами отриманих прибутків. До того ж, розвиток інфраструктури сільського туризму не вимагає таких значних капіталовкладень як інші види туризму і може здійснюватися коштом самих селян без додаткових інвестицій. Скорочення міграції з сіл до міст надасть змогу заощадити значні фінансові й матеріальні ресурси, адже, 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 [28]. Також підраховано, що дохід, отриманий від одного ліжка-місця, еквівалентний річному доходу фермера від однієї корови. На сьогодні в Західній Європі налічується приблизно стільки ж ліжок-місць для відпочинку у сільській місцевості в приватних агрооселях, скільки місць у європейських готелях.

На рис. 1.3. представлено дохід від зеленого туризму в європейських провідних країнах Європи (Франції, Данії, Німеччині) у 2015-2018 роках.

Таким чином, з малюнка 1.3 видно, що у 2015 році Франція отримала найбільший прибуток від зеленого туризму – 65 мільярдів євро, далі йдуть Данія – 62 мільярди євро, тоді як найнижчий прибуток від зеленого туризму спостерігався у Німеччині – 56 мільярдів євро. У 2016 році спостерігається ще одна тенденція: суттєве зменшення прибутку від зеленого туризму в Данії – на 4 мільярди євро, проте у Франції та Німеччині дохід від доходів від зеленого

туризму зріс. У 2017 р. Провідні позиції Франції знизилась, прибуток впав до 65,2 млрд. євро, але в 2018 р. дохід від зеленого туризму зріс до 64,5 млрд. євро, а в Німеччині – до 62,8 млрд. євро. У 2018 році дохід від зеленого туризму значно зріс у всіх трьох європейських країнах і склав 70,5 млрд євро у Франції, 68,4 млрд євро в Данії та 66,1 млрд євро в Німеччині [75].

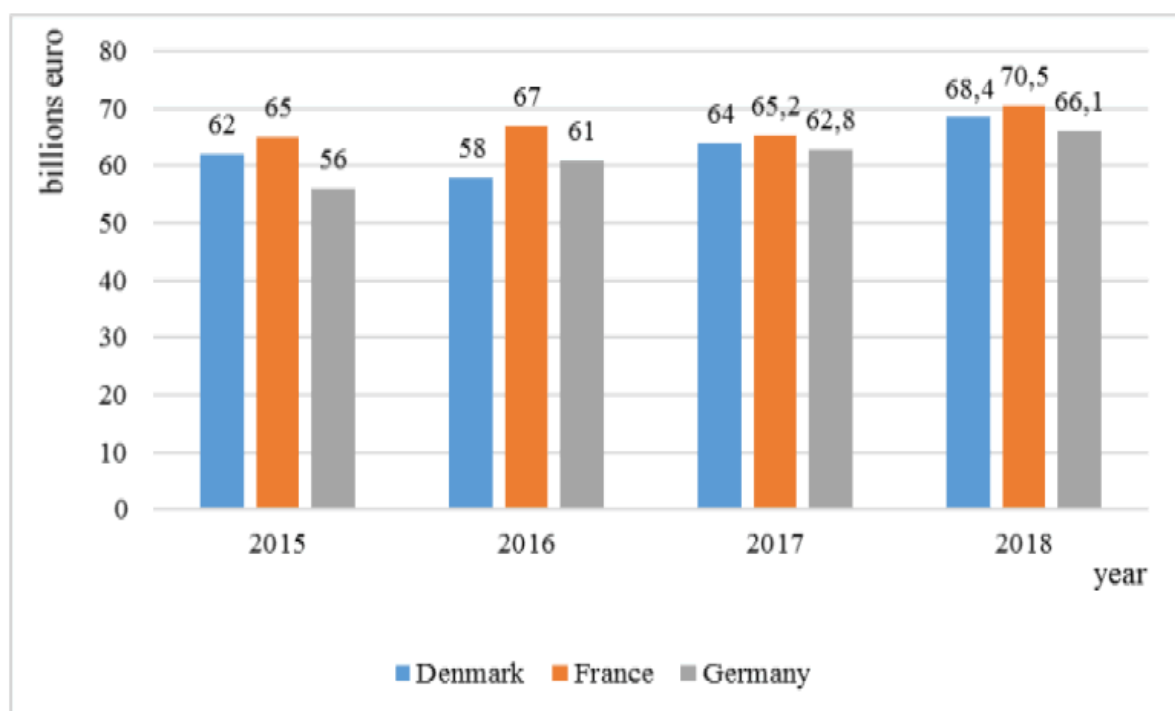


Рис.1.3. Дохід від зеленого туризму в європейських провідних країнах у 2015-2018 роках [68].

Важливою перевагою розвитку галузі сільського зеленого туризму є мультиплікативний ефект, що означає, її вплив на розвиток суміжних галузей економіки: транспорту, торгівлі, сільського господарства, зв'язку, виробництва споживчих товарів, соціальної сфери. Ще однією перевагою є збільшення податкових надходжень до бюджетів різних рівнів, тобто ефективний розвиток туризму може суттєво збільшити приплив іноземної валюти в країну,

забезпечивши збільшення податкових платежів до бюджетів та розвиваючи інші сектори економіки європейських країн.

### **1.3. Специфіка туристичного продукту сільського зеленого туризму**

Існує чимало мотивів вибору городянами відпочинку в сільській місцевості:

- відсутність коштів на путівку на дорогий фешенебельний курорт;
- усталений у певної категорії людей незалежно від достатку стереотип відпочинку в сільській місцевості;
- необхідність оздоровлення в місцевих кліматичних умовах;
- можливість харчуватися досить дешевою, вирощеною в умовах органічного землеробства продукцією;
- реальна можливість долучитися до сільськогосподарських робіт для власного задоволення;
- потреба в спокійному, розміреному ритмі життя, що відрізняє сільські умови від міської метушні;
- можливість залучення до іншої культури та звичаїв, участь у місцевих святах і розвагах, спілкування з людьми іншої суспільної формації [30, с. 64].

Окрім того, таку організацію відпочинку, як сільський зелений туризм, можна ефективно використовувати для дітей дошкільного та підліткового віку у вихідні та святкові дні, а також у період літніх канікул.

Таким чином, відпочинок у селі – це кардинальна зміна обстановки, що дає змогу зняти стрес, що накопичився за рік роботи в напружених міських умовах.

Послугами сільського туризму переважно користується молодь до 35 років, яка живе в великих містах. Їх частка складає близько 70% від сумарної

кількості агротуристів. У світі найбільший розвиток сільський туризм досяг в Північноамериканських країнах і Європі. Так, Європейський Союз розглядає сільський зелений туризм як визначальний фактор розвитку сільських територій та спосіб «прив'язки» трудових ресурсів до сільської місцевості. За оцінкою Європейської Федерації фермерського та сільського туризму (Euro Gites) європейський ринок нараховує близько 2 млн койко-місць.

Європейці давно визначили, що організація відпочинку на селі, якщо і не так прибуткова, як на відомих морських і гірськолижних курортах, але стабільний дохід принести все ж може. За деякими оцінками, сільський туризм в Європі приносить від 10 до 20% від загального доходу туріндустрії. Причому 35% жителів країн ЄС відпочинок в селі вважають за краще будь-якого іншого. В Італії, наприклад, хітом сезону вважалось зняти «номер» в старовинному млині або древньому монастирі. Провести уїк-енд серед мішків з борошном або в похмурій келії ченця коштувало від 75 до 150 євро на добу [19, с. 252].

На рис. 1.4 наведено динаміку попиту на зелений туризм в країнах ЄС.

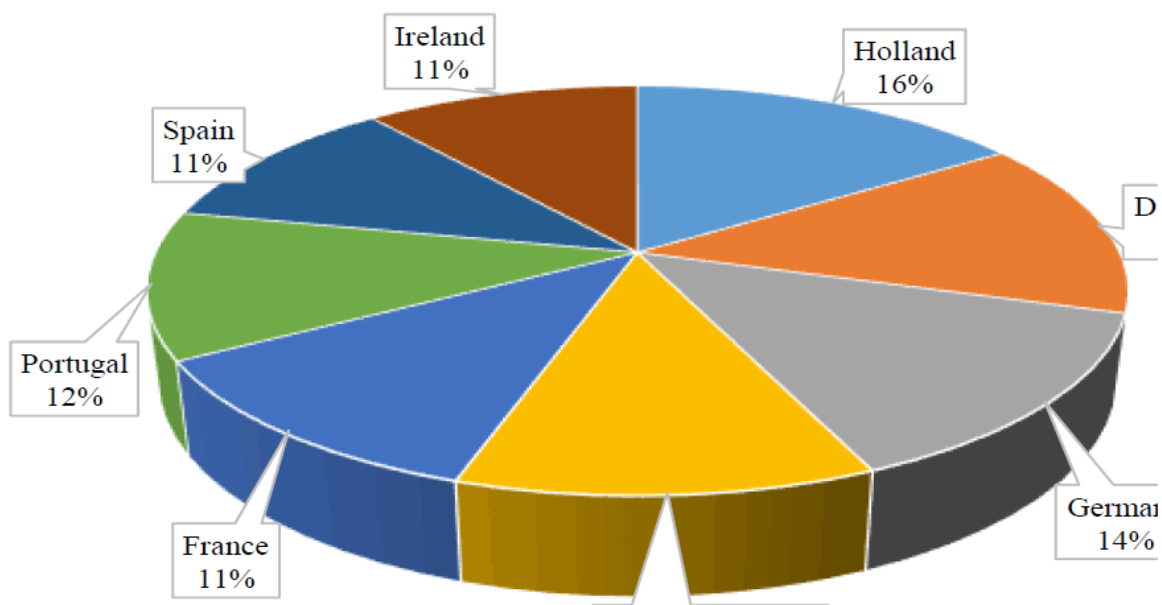


Рис. 1.4. Динаміка попиту на зелений туризм в країнах ЄС [67].

Отже, з рисунка 1.4 видно, що майже 1/5 усіх туристичних поїздок до Європейського Союзу здійснюються у сільській місцевості: у Голландії це 16%, у Данії – 14%; у Німеччині – 14%; у Великобританії, Франції та Португалії – 34%; в Іспанії та Ірландії – 22%. Інтерес до відпочинку в сільській місцевості в цих країнах збільшується протягом декількох десятиліть [67].

Попит на сільський відпочинок, або як його ще називають в деяких країнах Центральної та Східної Європи – «відпочинком під грушею» – обумовлений також збільшенням вартості платних відпусток, зростанням освіченості громадян і розвитком транспортної інфраструктури, перш за все мережі швидкісних автобанів, залізниць, сучасного повітряного транспорту. В кінці ХХ - початку ХХІ ст. подолана суттєва перепона, яка заважала розвитку туризму в сільській місцевості, в тому числі в Центрально-східних європейських країнах, – невпорядкованість об'єктів розміщення туристів. Цього вдалося досягти в останні роки завдяки розвитку малого підприємництва та створення мережі агросадиб, агроотелей для прийому відпочинку і надання їм послуг, діяльності членів особистого селянського, особистого підсобного або фермерського господарства по наданню послуг бронювання, розміщення, харчування, інформаційного обслуговування, інших видів послуг, спрямованих на задоволення потреб туристів. Керує сільським туризмом сільський господар – член особистого селянського, підсобного або фермерського господарства, здійснює господарську діяльність з використанням земельних ділянок і майна, що належать членам зазначених господарств на правах власності або оренди (відповідно до законодавства України).

Основна послуга сільського зеленого туризму – це надання туристам тимчасового проживання. Сільські споруди, обладнані для прийому відвідувачів, в Україні прийнято називати агросадиби.

Споживачам надається сільський турпродукт (комплекс послуг сільського зеленого туризму, агротурпакет послуг) – це сукупність послуг нічліжного,

гастрономічного, екскурсійного і розважального обслуговування, які пропонує власник агросадиби (агропансіонату) (рис. 1.5).

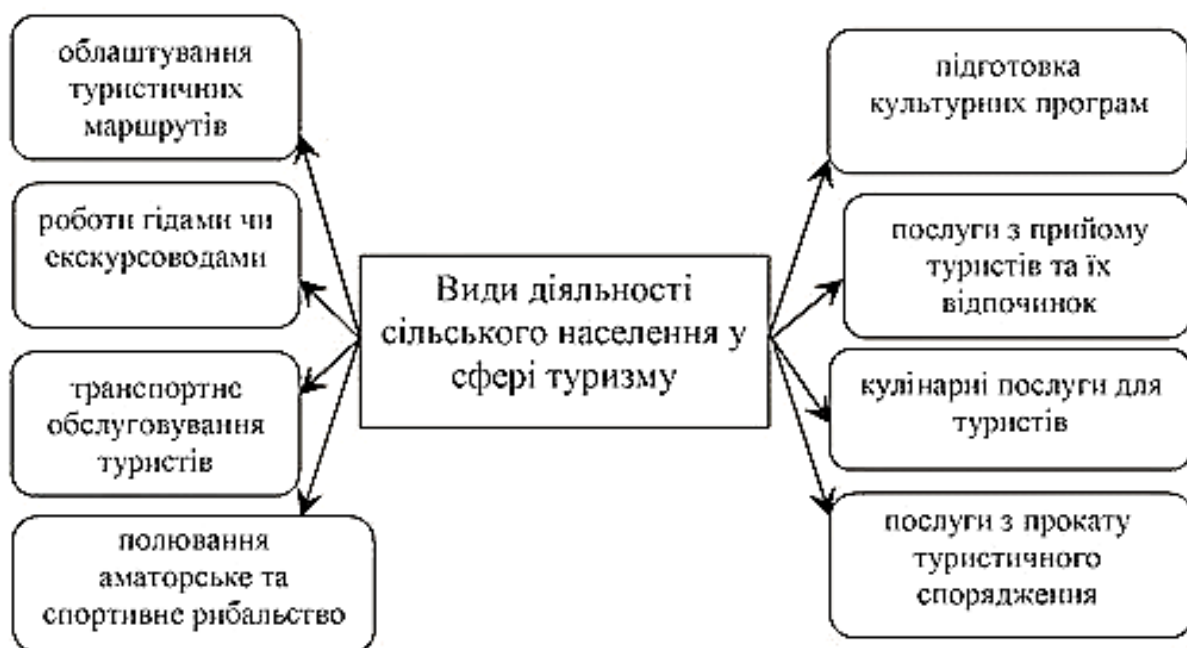


Рис. 1.5. Види діяльності сільського населення у сфері туризму.

Агротуристичним послугам, як і будь-яким іншим послугам, притаманні специфічні риси, такі як:

- -- нематеріальний характер;
- -- нерозривність виробництва турпослуги та її споживання;
- -- нездатність до збереження;
- -- мінливість якості.

Послуги сільського зеленого туризму поділяють на основні та додаткові.

Основні послуги, це переважно:

- – послуги з організації перевезення туристів;
- – послуги з організації розміщення туристів;
- – послуги з організації харчування туристів.

До додаткових належать:

- – послуги з організації екскурсій;

- – послуги із залучення туристів до сільськогосподарських робіт і народних промислів;
- – послуги гідів, гідів-перекладачів;
- – послуги залучення туристів до участі у народних обрядах і культових дійствах, а також сільських фестивалях, ярмарках й інших масових акціях;
- – послуги по прокату автомобілів, човнів, активно-туристичного спорядження;
- – послуги побутового обслуговування;
- – право користуватися приватними рекреаційними угіддями.

Такий поділ досить умовний, оскільки суттєвої різниці з точки зору споживчих властивостей між ними немає. Послуги, що входять в основну програму перебування туриста в селі, зазвичай відносять до основних. Додаткові послуги турист купує самостійно у місці перебування і вони не включені у вартість турпакета.

Крім нематеріальних послуг, туристові ще можуть бути надані інші товари чи матеріальні послуги. Наприклад, карти місцевості, народні сувеніри, туристичне спорядження тощо.

Туристичний продукт агрогосподарства – сукупність послуг, якими може скористатися клієнт в агрооселі.

У загальній теорії маркетингу в значення терміна «продукт» входить усе, що становить предмет ринкового обміну. Його характер може бути як матеріальним, так і нематеріальним (предмети, ідеї, послуги тощо).

Найважливішими складниками сільського туристичного продукту є:

- – туристичні атракції місцевості (наприклад, природне середовище, пам'ятки, цікаві архітектурні об'єкти, національні парки, ботанічні сади, торговельні центри, культурні та релігійні атракції, музеї, а також мешканці -- їх культура і звичаї);

- – інфраструктура місцевості (нічліжна база, гастрономічна база -- ресторани, бари, кав'ярні, транспорт -- таксі, автобуси, оренда автомобілів, торговельна мережа, заклади обслуговування тощо);
- – доступність місцевості (кількість транспорту, а також інфраструктура -- дороги, аеропорти і порти, залізнична мережа);
- – імідж місцевості, що існує у свідомості потенційних клієнтів і суттєво впливає на підсвідоме бажання відвідати саме її;
- – ціна, яка залежить від багатьох чинників, як, наприклад, стандарт послуг, пора року, кількість транспорту тощо.

Підбір агротуристичних продуктів, які б повністю відповідали запитам і сподіванням споживачів, є найважливішим завданням, що стоїть перед менеджером туроператорської фірми.

Агрорекреаційні ресурси (ресурси сільського зеленого туризму) – це об'єкти та явища природного й антропогенного походження, які можна використовувати з метою відпочинку, оздоровлення і туризму у сільській місцевості кількісно обмеженого контингенту людей у фіксований час з допомогою наявних матеріальних можливостей. О. Бейдик наголошує, що рекреаційні ресурси безпосередньо впливають на територіальну організацію рекреаційної діяльності, формування рекреаційних районних центрів, їх спеціалізацію та економічну ефективність.

У сільському зеленому туризмі саме рекреаційні ресурси є фундаментом успішного процесу розвитку екоагротуристичного бізнесу. Туристичні ресурси виступають передумовою виробництва конкурентного туристичного продукту.

Туристичні ресурси, кількісно обмежені й якісно диференційовані, відповідно, виступають як економічне благо, як товар, що вимагає значних витрат на відтворення.

Наявні в регіоні туристичні ресурси фіксуються в спеціальному кадастрі. Кадастр туристичних ресурсів – це узагальнена споживча (вартісна або бальна) оцінка туристичних ресурсів певної території.

Усі рекреаційно-туристичні ресурси поділяють на чотири складові: природні, історико-етнокультурні, соціально-економічні та інформаційні ресурси.

Природні агрорекреаційні ресурси – це навколишнє середовище з мережею сільських поселень, наявними природними об'єктами (річки, ставки, ліси), що мають рекреаційні властивості, та ареалами малозмінених людиною природних екосистем.

Історико-етнокультурні агрорекреаційні ресурси – це об'єкти та явища матеріальної і духовної культури життєдіяльності етносу на території його історичного розвитку. До цього виду ресурсів належать пам'ятки історії (фортеці, вали тощо), матеріальної етнокультури (традиційне бойківське, гуцульське житло, млини, колиби, продукція народних ремесел (ліжники, кераміка, різьба по дереву, вироби з лози тощо)), сакральної архітектури (монастирі, церкви, каплиці, старожитні пам'ятні хрести тощо), духовної етнокультури (побутові та культові обряди й народні традиції).

Процес глобалізації – явище об'єктивне і незворотне – рік за роком веде до витіснення традиційної культури, що у багатьох випадках нежиттєздатна і зникає під натиском масової культури. Тому етнокультурна розмаїтість нині є однією з найважливіших умов розвитку сільського зеленого туризму Європи.

Соціально-економічні агрорекреаційні ресурси – це історично сформована система сільського розселення, типи і розміри поселень, традиції народної забудови, традиції аграрної культури місцевого населення, соціальний клімат на селі, ставлення автохтонів до приїжджих тощо.

Індивідуальний підприємець не здатний самотійно створити привабливий агрорекреаційний продукт. Створення екологічного туристичного

продукту вимагає зусиль багатьох людей та представників багатьох галузей економіки, об'єднаних спільною метою.

У Європі присутні туристичні бізнес-структури, але головним недоліком їх діяльності є те, що вони працюють поодиноці, що ускладнює розвиток усього туристичного ринку. Збір їх або формування кластера дозволить ефективно розвивати зелений туризм.

Завданням кластерів зеленого туризму на селі має бути не лише формування туристичного продукту, а й фінансування, навчання, маркетинг та заохочення для подальшого розвитку зеленого туризму. Запропонована нами структура туристичного кластера представлена на рисунку 1.6.



Рис. 1. 6. Структура кластера суб'єктів господарювання у сфері зеленого туризму [75].

Використовуючи цю модель, кожен із членів кластеру сільського туризму буде виконувати певні визначені функції. Таким чином, власники садиб забезпечуватимуть ночівлю та частково можуть надавати послуги харчування та займатися агротуризмом на базі садиби.

## РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ЄВРОПЕЙСЬКОГО ДОСВІДУ ОРГАНІЗАЦІЇ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ ТА ЙОГО КАТЕГОРИЗАЦІЇ

### 2.1. Сільський зелений туризм в країнах Північної Європи

Класичні європейські традиції й цінності сільського відпочинку упродовж багатьох десятиліть сповідує Великобританія. Ставлення нації до своєї сільської спадщини задекларовано в місії існування британської Національної організації сільського туризму і агротуризму, яка звучить так: «Наша сільськогосподарська спадщина допомогла створювати Британську сільську місцевість такою, якою Ви бачите її сьогодні, з усім її різноманіттям і величним пейзажем, наші сільські будинки зберегли найкраще з архітектурної традиції, від респектабельних будівель помість до солом'яних будиночків». Національною Туристичною організацією акредитовано 1100 агроосель. Сільський туризм забезпечує понад 380,000 робочих місць і є підвалиною існування 25,000 малих бізнесів лише в одній сільській Англії (не враховуючи Уельсу, Шотландії і Пн. Ірландії).

Щорічно в Англії 50-тисячними тиражами друкуються рекламно-інформаційні каталоги об'єктів сільського зеленого туризму з сертифікованою характеристикою спектру їх послуг. Кожен з них відкривається підбіркою лунких рекламних слоганів, в яких розкривається усе розмаїття сутності сільського туризму в Великобританії.

Зокрема:

- “Відчуйте себе господарем країни”,
- “Осягніть велич світанків”,
- “Відчуйте незабутній смак щойно приготованого у сільській оселі сніданку”,

- “Вдихайте на повні груди чисте повітря своєї країни”,
- “Відкрийте для себе красу, різноманіття і світ Британської сільської місцевості”,
- “Підніміться на гору для пікніку, повудьте форель, насолоджуйтесь традиційним чаєм з домашніми вершками чи погодуйте улюблене ягнятко”,
- “Самотня ферма пропонує Вам розділити просторий сільський дім з родиною сільського господаря – хоча Ви будете мати Вашу власну спальню, ванну і гостьову кімнату – і сільська родина піклуватися про Вас в цій оселі і на території ферми”.

Розвитком сільського туризму в Англії займається підпорядкована Міністерству сільського господарства агенція ADAS. Ця агенція забезпечує дорадництво у галузі сільського господарства і виробництва споживчих товарів. Робота агенції фінансується зі структурованого фонду, кошти якого складаються на 70% від Європейського Фонду Регіонального Розвитку, 15% від Європейського Соціального Фонду і 15% від Гарантійного Фонду. Програми і починання готують і пропонують місцеві організації, наприклад Державна Федерація Жіночих Інститутів, Товариство Споживачів, Агенція Підприємництва, маркетингова група «Test of the West» («Смак Заходу»), Сільське Об'єднання Жінок, Парафіяльні Ради. Щодо «Бюро відпочинку на селі», то воно займається продажем пропозицій всіх помешкань, які об'єднані в понад 90 місцевих груп. Зараз членами бюро є понад 1000 господарств, які сплачують членські внески залежно від розміру своєї діяльності – біля 150 фунтів щорічно. Бюро допомагає всім організаціям, пов'язаним з сільським господарством і туризмом. Місцеві групи об'єднані у Туристичні Ради дванадцяти окремих географічних країн. З регіональних рад створено Національну Раду Туризму Великобританії. Держава допомагала створювати агротуристичні ферми, дотуючи 20% інвестицій в рамках реструктуризації нерентабельних селянських господарств після приєднання до Європейського

Союзу. Про якість надаваних послуг піклуються місцеві групи, інспекцію проводять представники Туристичних Рад, які складаються з обраних директорів місцевих груп.



Рис. 2.1. Щорічний каталог сільського зеленого туризму Великобританії [69]

Членство в місцевій групі і бюро дає можливість участі в загальнодержавному щорічному каталогу, який продається у всій країні в Центрах Туристичної Інформації, яких в Англії 600. Ознакування помешкань відбувається шляхом надання їм певної кількості «корон» чи «ключів».

За масштабами розвитку сільського туризму від Великобританії намагаються не відставати її східні сусіди Данія і країни Скандинавії.

У Данії Національна асоціація агротуризму (The National Association for Agri-Tourism) утворена у 1988 р. (за матеріальної підтримки Союзу Датських

фермерів). На даний час в асоціації налічується 209 членів, що володіють 1268 ліжко/місцями у сільській місцевості.

У Фінляндії нині найбільшим попитом гостей користуються будиночки без господарів, розташовані в тайзі на берегах заповідних озер та річок. Умови оренди цих лісових будиночків дають право на їх повне використання (меблями, посудом, білизною, електроенергією, дровами), користування сауною, весельним чи моторним човном. Більшість будиночків мають TV (4-5-зіркові будиночки оснащені сучасною побутовою технікою). В умови оренди включено дозвіл (ліцензію) на здійснення спортивної рибалки. Винайм авто-позатрасовика не складає труднощів через веб-сайт [www.lomarengas.fi](http://www.lomarengas.fi).

Сільський туризм в Ісландії – це ланцюг близько 140 агроосель з чотирма тисячами ліжкомісць по всій країні. Асоціація сільського туризму, фермери якої пропонують послуги розміщення туристам у своїх будинках, будинках для гостей, котеджах. Асоціація була заснована в 1980. Ісландські ферми не лише надають послуги поселення, але й можливість придбати усі послуги і вибрати будь-яку діяльність і відпочинок, яку можна знайти в Ісландії.

Окрім різної категорії житла фермери надають такі послуги як: поїздки верхи на конях, рибальство, ознайомлення з їхніми традиціями, побутом та ремеслом. Для людей, які хочуть бути незалежними у подорожі, можуть запропонувати самостійно водійський пакет для літа й зими, оренду машини та житло. Для тих, хто хоче подорожувати з гідом, є спеціально продумані тури, де можна побачити усі найцікавіші природні й культурні місця Ісландії. Також для туристів можуть організувати приватний тур місцями, які бажають оглянути туристи. У приватних турах пропонують свободу вибору маршруту та місць для огляду, забезпечать комфортним проживанням в агро оселях, допоможуть відчувати атмосферу національного побуту. Для проживання пропонують близько 150 будинків.

У пакеті послуг агротуризму в Ісландії можна знайти розваги на всі смаки. Проживання по всій території Ісландії у затишних будинках, котеджах та на фермах, дружнє та якісне обслуговування, місцева їжа, ознайомлення з місцевим веденням сільського господарства. Серед природничих розваг під девізом «дивись і вчись» пропонують: спостереження за місцевими колоніями рідкісних птахів, спостереження за китами, фотографування, піший туризм, вивчення геології та флори Ісландії. Серед культурних атракцій під девізом «відвідуй і ознайомлюйся» пропонують: відвідування ферм, екологічно чистих будинків, музеїв, ісландську кухню і кулінарію, нічне життя. Серед розваг активного відпочинку пропонують: поїздки джипом 4x4, річковий рафтинг, поїздки на конях, снігові розваги, рибальство, їзду на велосипеді, гольф.

Агрооселі в Ісландії поділяються на:

- Ферми (сільські будиночки) – туристи залишаються в будинку як гості, кімнати прості, але затишні, деякі з них можуть мати окремі ванні кімнати.

- Фермерські будинки для гостей – вони можуть бути як окремим будинком, так і відокремленою від господарів частиною будинку. Кожна кімната має власну ванну кімнату та інші послуги.

- Котеджі – всі котеджі мають власну кухню, посуд та інші кухонні речі, пухові ковдри, але гості орендують постільну білизну.

Ісландці споконвіку були рибалками, тому більшість господарств у країні пов'язані з виловом риби або її переробкою. Також традиційним є тваринництво (переважно вівці), останнім часом все частіше з'являється птахівництво. Виключно ісландськими заняттями є збирання гагачого пуху і обмежений в наш час китобійний промисел. Ісландські народні ремесла також пов'язані з морем – виготовлення снастей, будування човнів тощо. Серед ремесел, поширених в Ісландії, слід відмітити також різьбярство по дереву (статуї, рельєфи, мініатюри, виготовлення дерев'яного посуду тощо) і

специфічне різьбярство з використанням рогів і китової кістки. Широко відомим є також плетіння ісландських майстринь з вовняної пряжі.

Сільський туризм у Латвії – це форма туризму, яка відбувається у сільських місцевостях, забезпечує прибутки місцевому населенню, пропонує індивідуальний відпочинок туристам. Сільський туризм ґрунтується на послугах розміщення, доповнених додатковими послугами, що ґрунтуються на соціальних, культурних, природних ресурсах, що використовуються згідно з принципами сталого розвитку.

Проживання – це будинки у сільській місцевості, відпочинкові котеджі місткістю до 20 ліжко-місць. Організація бенкетів і участь в подіях масового туризму не є головним завданням цих закладів. Додаткові послуги – це харчування, сауна, екскурсії, місцеві страви з місцевих продуктів тощо. Серед додаткових послуг виділяють:

- рекомендовані види діяльності (відповідно до принципів сталого розвитку) – катання верхи на конях, оренда човнів, велосипедів, рибальство, лещатарство, катання на ковзанах і т.п.;

- не рекомендовані види діяльності (заперечують принципи сталого розвитку) – це масовий туризм і всі види діяльності, які негативно впливають на навколишнє середовище (організація спортивних змагань, пейнтбол тощо).

З 90-х років ХХ століття у Латвії почався розпад колективних господарств і одночасно інтенсивний розвиток приватних ферм. Проте на цьому етапі великого прибутку сільське господарство не приносило і фермери були змушені здавати вільні кімнати туристам. Ця тенденція по мірі розвитку потребувала організованої структури. Так у 1993 році з'явилась Асоціація сільського туризму «Lauku celotajs», членами якої на сьогоднішній день є 300 операторів сільського туризму і 10 осіб робочої групи [72]. Уже з першого року заснування в організації почався процес створення бази даних садиб, системи стандартів місць розміщення, рекламна та інформаційна підтримка операторів

сільського туризму. Асоціація сприяє розвитку двох видів місць розміщення: В&В і котеджі. Додатковою послугою є надання приміщення і технічних можливостей для проведення свят. З 2000 року Асоціацією була спроектована система сертифікації екологічної якості місць розміщення і був створений «Зелений сертифікат»: цим Асоціація підтвердила, що сільський туризм – це не тільки пакет послуг з розміщення й організації дозвілля туристів у селі, а й філософія сталого розвитку регіонів. Кількість місць розміщення зросла з 20 у 1994 році до 294 у 2004. З 1997 року стала доступною фінансова підтримка ЄС. З цього року кількість іноземних туристів стрімко зросла: у 1997 році 88% становили місцеві туристи і 12% іноземні; у 2004 році місцеві туристи становили 60%, а іноземні – 40%.

В Естонії експерти дійшли висновку, що сільський туризм пропонує найкращі перспективи для естонського села як новий вид економічної діяльності. Вони запропонували створити централізовану, уніфіковану, професійну й автономну організацію для ґрунтовного й успішного просування продукту сільського туризму Естонії як асередині країни, так і за її межами. У січні 2000 року 19 підприємців створили неприбуткову Естонську організацію сільського туризму (ЕВТО). ЕВТО вірить, що спосіб життя у сільській місцевості можна найкраще зберегти через розвиток сільського туризму. Її мета – об'єднати естонських підприємців, які надають високоякісні послуги сільського туризму для створення бази даних, доя якої мали б доступ всі, хто цікавиться життям естонських селян та їхньою історією. Зусилля ЕВТО були спрямовані на розвиток організації та здобуття довіри до її заходів, а також на об'єднання підприємців у сфері сільського туризму для рекламування їх послуг і надання нових можливостей для підтримки й покращення свого бізнесу. Члени ЕВТО отримують навчальні, консультаційні та маркетингові послуги.

Наприкінці 2000 року ЕВТО вже налічувала 195 членів. Перші сто з них приєднались до маркетингового плану, який передбачав публікацію пропозиції

на WEB-сторінці, включення до п'ятимовного довідника та інформаційної гарячої лінії. Маркетингова стратегія ЕВТО зосереджена на виразних продуктах, спрямованих на цільові ринки. До них належить відпочинок на діючих фермах, природний та культурний туризм, родинний та дитячий туризм, оздоровчий туризм, активний відпочинок, семінари, вечірки.

ЕВТО тісно співпрацює зі своїми членами для забезпечення якості пакетних турів та інших продуктів; їхню якість постійно перевіряють й контролюють. З 2001 року ЕВТО зосередила зусилля на дальшому урізноманітненні та вдосконаленні туристичних пакетів та їх ефективнішому просуванню на туристичних виставках і ярмарках в Естонії та інших країнах.

Протягом останніх двох років 180 підприємців взяли участь в навчальних програмах ЕВТО, включно з трьома спеціалізованими курсами з активного туризму, природного й культурного туризму і відпочинку на діючих фермах. Сьогодні ЕВТО налічує 266 членів з усієї Естонії, 210 з них надають послуги проживання для туристів, що становить 30% таких підприємств в Естонії.

Початком розвитку сільського туризму в Литві вважається 1996 р. Тоді була заснована Асоціація сільського туризму Литви. Асоціація пропонує послуги сільського туризму і надає технічну допомогу сільським жителям, які бажають працювати у сфері сільського туризму. На сьогодні Асоціація налічує понад 710 членів [52]. Уже в кінці 1990-х рр. у Литві працювало 194 ферми сільського туризму в південно-східних і західних районах. Там найсприятливіші умови для розвитку сільського туризму області, вони відомі своїми багатими природними та культурними ресурсами. Основним пріоритетом роботи Асоціації є маркетингу сфері сільського туризму. З 1997 р. Асоціація представляє сільський туризм Литви на національних та міжнародних виставках. Асоціація друкує чотири спеціалізованих видання, спрямованих на популяризацію та інформування з питань сільського туризму. Варто відзначити, що Литовська асоціація сільського туризму проводить

стандартизацію об'єктів сільського туризму. Була введена система знаків, за якими споживач може вибрати місця відпочинку. Знак «Лелека» позначає, що фермер – член асоціації, а кількість лелек – рівень розміщення і послуг, що надаються [39]. Підвищенню якості життя в сільських місцевостях і різноманітності сільської економіки присвячена Програма розвитку села Литви. Ця програма акцентує увагу на заохоченні та підтримці сільського туризму, відродженні та розвитку народних ремесел; пріоритетна увага приділяється традиційному характеру об'єктів сільського туризму, традиційним центрам народних ремесел. Джерела фінансування програми – державний бюджет Литви, Європейський сільськогосподарський фонд розвитку сільських районів, а також інші ресурси.

Сільські місцевості Литви займають 97,4 % всієї території, а сільські жителі складають 33,4 % всього населення. Власників садиб сільського туризму спонукають поєднувати традиційні види сільськогосподарської діяльності з послугами для туристів. Наприклад, пропонувати екологічно чисті продукти, послуги цікавого дозвілля – таким чином вони зможуть не тільки отримувати більше доходів, а й створювати більше робочих місць для жителів села [52].

Серйозна державна програма підтримки, а також фінансова підтримка Євросоюзу допомогли в прискоренні процесів становлення та розвитку сільського туризму Литви. Сільський туризм розглядався як складова частина комплексу розвитку сільських територій. Фінансова підтримка, плановий підхід до виділення фінансової допомоги та безліч правил і вимог із боку грантодавців забезпечили високий рівень новостворених об'єктів сільського туризму. Так, наприклад, заборона будівництва об'єктів на охоронюваних природних територіях, суворе дотримання архітектурного стилю й стимулювання заняття землеробством і тваринництвом, а також розвиток традиційних ремесел поряд із наданням послуг проживання в сільській місцевості допомагає створювати комплексний продукт сільського туризму. Нині багато садиб сільського

туризму Литви не обмежені основною послугою – наданням житла. Зростає пропозиція і таких додаткових послуг, як харчування, відпочинок і розваги. Увага уряду та фінансова підтримка Євросоюзу в розвитку сільського туризму принесли свої плоди. У Литві функціонує вже більше 500 об'єктів сільського туризму (засобів розміщення), одночасно вони можуть надати 2160 номерів на 4000 осіб [39].

На рис. 2.2. наведено карту, яка роблена асоціацією сільського туризму «Lauku celotajs», що перекладається як «Сільський подорожуючий» і охоплює три прибалтійські країни – Латвію, Литву і Естонію.

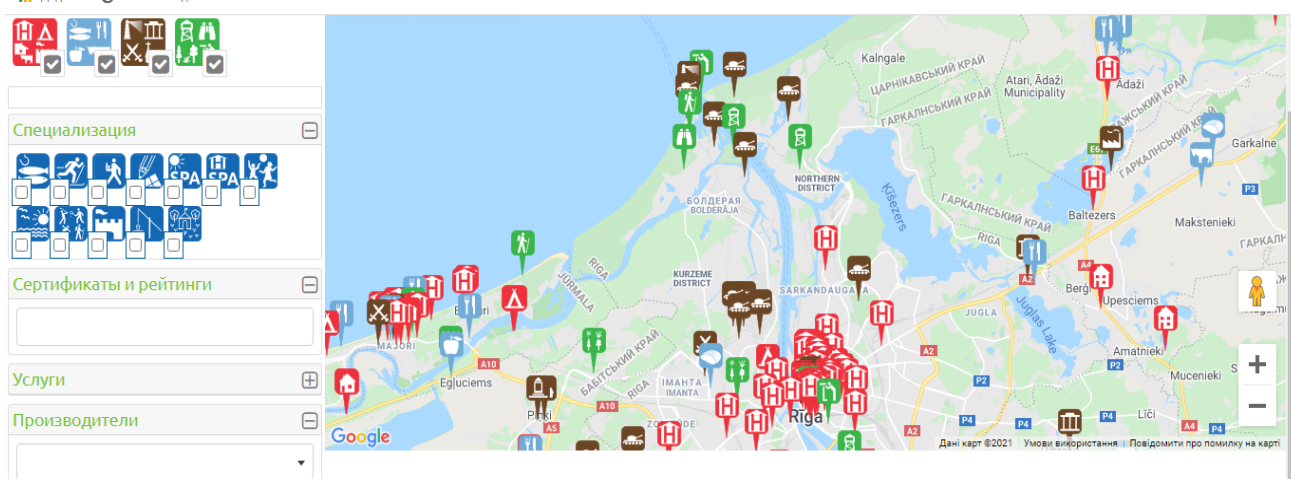


Рис. 2. 2. Карта поширення об'єктів сільського туризму на сайті «Відпочинок на селі в Прибалтиці» [72].

Як видно з рис. 2.2 всі об'єкти сільського туризму розподілено на чотири категорії, які позначено кольорами: червоним – ночівля, блакитним – цікаві господарства, коричневим – культурно-історичні об'єкти, зеленим – природні об'єкти.

## 2.2. Особливості розвитку сільського зеленого туризму в країнах Західної Європи

У Західній Європі, де розміщення в готелях порівняно дороге, поширені недорогі пансіони і будинки для гостей, що користуються популярністю серед подорожуючої молоді і бізнесменів. В&В у багатьох європейських країнах відіграють ключову роль у розширенні готельних місць під час проведення масштабних спортивних і культурно-масових заходів. Наприклад, встановлено, що понад 60 % футбольних уболівальників у Західній Європі розміщуються у недорогих приватних пансіонах. Розвинена транспортна інфраструктура західноєвропейських країн і умови Шенгенської угоди (безвізовий режим в'їзду-виїзду в Європейському союзі) дозволяють значній кількості європейських футбольних уболівальників вільно подорожувати з однієї країни в іншу. Окрім того, у Європі понад 70% туристів під час подорожей розміщуються у не готельних засобах розміщення, більшу частину з яких становлять саме приватні гостинні садиби.

Пріоритетність започаткування сільського туризму як складової міжнародного туризму приписують собі Франція і Швейцарія. І справді, ще з початку XVIII століття в французьких і швейцарських Альпах (околиці г. Монблану й інших найвищих альпійських вершин Європи) з'являються перші гостьові будиночки-шале для обслуговування експедицій британських туристів-природолюбів.

Сільський туризм Франції представляє Національна організація будинків відпочинку і зеленого туризму (*Maison des Gites de France et du Tourisme Vert*). Ця організація пропонує агрооселі на будь-який смак і вид відпочинку, сертифіковані за високими національними стандартами сервісу. Загалом агрооселі Франції виглядають набагато комфортнішими, порівняно з

будиночками Північної Європи, з особливим національним шармом і багатими гастрономічними традиціями.

Оселі аграрних районів Франції розрізняються не лише за зірковістю (від простих сільських будиночків до вілл і приватних історичних замків (chateaux), а й за етногеографічною ознакою: оселі Шампані, Провансу, Гасконі, Нормандії, Савойї мають свій особливий шарм, якого не знайдеш у жодній іншій провінції чи регіоні Європи.

У вартість проживання завжди включається сніданок, де залежно від багатства кулінарних традицій, буде нагода скуштувати щойноспечений хрумкий хліб з молоком, круасани з джемами домашнього виробництва, піріжки й печиво, а також різноманітні сири і, безумовно, вишукані місцеві вина. Частина агроосель різних категорій спеціалізується на прийомі гостей з їхніми домашніми улюбленцями: кішками, собаками, морськими свинками і ін., для них існує спеціальна інфраструктура.

У Франції розроблена спеціальна програма дитячого відпочинку в сільській місцевості на протязі шкільних канікул. Діти від 3 до 13 років запрошуються для проживання у сім'ї, піклування про свійських тварин (ягнята, поросята, кролики), активних ігор на природі зі своїми сільськими ровесниками, цікавих походів і пригод. Також, у селі діти мають змогу вивчати народні танці і художні промисли, фольклор краю, іноземні мови. Якість такого відпочинку контролюється і сертифікується DDASS – міністерством охорони здоров'я і соціального забезпечення Франції, а також міністерством молоді і спорту.

У Франції паралельно реалізуються різні концепції агротуризму:

- приморські агрооселі,
- кінні ферми,
- винні агросадиби,
- гірськолижні шале,

- панда-агроекоколеджі у національних парках,
- замки у сільській місцевості,
- рибацькі оселі.

Альтернативу відпочинку у сільських господарів становлять т. зв. курортні селища, які виникають у місцевостях з мальовничою природою (в (чи поблизу) національних і регіональних ландшафтних парків). У Франції діє спеціальна інвестиційна програма – Gotes de France programme, chalets-loisirs розбудови інфраструктури курортних селищ; селища ці складаються з 3-25 дерев'яних будиночків-шале, розрахованих на 4-6 гостей кожен.

Крім того, з метою популяризації агроекотуризму, у національних природних парках Франції створено мережу т.зв. панда-готельчиків (Panda-Gotes), які сертифіковані WWF і відповідають таким трьом вимогам:

- вписуються у природний ландшафт і мають помірний рівень сервісу, що не вимагає значних затрат ресурсів,
- дотримуються умов захисту навколишнього природного середовища (використання екотехнологій),
- пропонують гостям програми екотуристичного супроводу, оренду біноклів, довідники-ідентифікатори фауни, топокарти з нанесеними екотуристичними маршрутами, екотуристичні брошури тощо.

Відповідно до угоди між власниками – панда-готельчиків і WWF Франції, вчені-експерти цієї організації здійснюють регулярні перевірки цієї категорії нічліжних закладів щодо дотримання ними правил природоохоронного режиму.

Надзвичайно великою популярністю серед самих франців та іноземних туристів користуються відпочинкові програми проживання в замках, розташованих посеред мальовничих агроландшафтів рівнинної та передгірної Франції. Такі родові замки-помістя пропонують туристам від одної-кількох гостьових кімнат до апартаментів з витончено-аристократичним сервісом.

У Франції налічується понад 700 замків і палаців вишуканих архітектурних стилів, сертифікованих для прийому агротуристів. Їхні інтер'єри, залежно від заможності господарів, прикрашені багатьма картинами, скульптурами, керамікою, антикварними та сучасними меблями.

Нагляд за функціонуванням помешкань для туристів здійснює Міністерство Сільського Господарства і Міністерство Туризму. Існує Державна Федерація Гостинних Помешкань і Організація Гостинних Кімнат (Gites de France). Окремо функціонує мережа господарств «Вітаємо в Господарстві», знак якості якої визнає Постійне Об'єднання Будинків Селянина (L'ARCA), створено Кваліфікаційну Карту Сільських Помешкань і Обладнання Сільського Туризму. Державна організація діє через мережу окремих бюро, які мають свої представництва у всіх 97 французьких департаментах і сільських радах.

Система обліку дозволяє детально враховувати кількість окремих видів поселення. Вона включає помешкання, які здають в оренду селяни, працівники сільського господарства та інші мешканці села, а також помешкання, що належать сільським радам чи іншим місцевим інституціям. Зараз там налічується біля 42 тис. приватних помешкань на селі, 18 тис. гостинних кімнат, понад тисячу кемпінгів в селянському господарстві і 1400 заїздів з гостинними кімнатами. Мережа «Вітаємо в Господарстві» включає 3 тисячі господарств, у тому числі 750 сільських пропозицій. У Франції видають два державні путівники: «Вітаємо у сільському господарстві» та «Господарства – пропозиції», функціонують окружні бюро «Gites de France».

Створена і обов'язкова для всіх система оцінки, а наданий знак гарантує якість послуг. Об'єднання «Gites de France» створило також «Правила харчування гостей» – для такої діяльності необхідно мати ліцензію на «малу гастрономію». Селянин сплачує членські внески і проводить оплату проведення інспекції для категоризації свого господарства (оселі/кімнат/послуг). Помешкання, які пройшли категоризацію, позначаються рекомендаційною

таблицею і отримують знак якості – від одного до чотирьох колосків. Лише після визначення стандарту пропозицію розміщують у державних і міжнародних щорічниках, розповсюджених по всій Франції. Місцевий уряд може призначити дотацію для створення одного нічліжного місця у розмірі 10% всієї потрібної суми (в районі ріки Луари – до 20%), якщо об'єкт виконує вимоги Європейського Союзу, то отримує додатково 30% потрібної суми за умови проходження 12-денного навчання. Також реалізується низка спеціальних програм, які допомагають розвитку сільського туризму шляхом створення інфраструктури, часто ці програми об'єднують кілька сільських рад. Підтримують також реалізацію проектів на території національних парків, які, наприклад, передбачають перетворення сільських будинків для туристичних цілей, проведення семінарів з ремесел чи створення «екомузеїв», пунктів продажу місцевих продуктів. Для просування пропозицій сільського туризму використовують найновіші технічні засоби, діє централізована система бронювання місць. Французи підкреслюють особливий характер сільського туризму.

У Франції для великих готелів або курортів підрахунок прибутку не є на сьогоднішній день великою проблемою – існує достатня кількість методів вивчення ефективності ведення справи. Але сільський туризм, як молода галузь туризму, що розвивається, до цього часу не має наукового економічного обґрунтування.

Дослідження економічної ефективності і впливу сільського туризму були проведені організацією «Détente Consultants» у 2005 році на основі даних, зібраних у мережі «B&B» і садиб «Gites de France». Були вивчені три види економічного впливу:

- прямий (розглядалися такі показники як річний обіг, рівень зайнятості та податки, що сплачуються);
- непрямий (розглядалась купівельна спроможність туристів);

- зовнішній (фінансова можливість господарів садиб здійснювати подальшу діяльність, зарплати, вклади і т.і.).

У ході цих досліджень були оглянуті 44 тис. садиб і 10 тис. В&В (30 тис. кімнат). Згідно зібраних даних, річний обіг садиб сільського туризму складає 236 млн. євро (тобто 5400 євро/садиба); В&В – 149 млн. євро за розміщення і 50 млн. євро за харчування (тобто 20000 євро/готель). Загальна сума складає 435 млн. євро. Спеціалісти вважають, що розміщення туристів у сільських садибах на сьогоднішній день не є настільки прибутковою справою, щоб господар міг зробити його основним прибутком. Більшість господарів займаються розміщенням туристів нерегулярно.

Трохи інакше виглядає ситуація з готелями В&В. За наявності 1-3 кімнат це знову ж таки додатковий заробіток, але при кількості кімнат від чотирьох з харчуванням прибутку достатньо, щоб займатися розміщенням професійно.

Загалом розвиток сільського туризму у Франції сприяє помітному збільшенню рівня зайнятості та прибутків, а також сплачених податків. Було підраховано, що кількість грошей, витрачених туристами за рік, складає 735 млн. євро, за річного обігу 435 млн. євро і 8170 проплачених ночівель.

У Німеччині сільський туризм розглядається в рамках концепції «сталого розвитку» (sustainable development) сільської місцевості і курується міністерством сільського господарства. Німецька концепція сільського туризму несе велике соціокультурне навантаження: збереження і популяризація традиційного вигляду села, «сільської філософії», традиційних навичок і ремесел.

На початковому етапі розвитку сільський туризм у Німеччині означав проведення літніх відпусток жителями міст у селі і був відомий як «літня свіжість». Попит на таку діяльність не був дуже високим, але поступово такий відпочинок ставав все популярнішим серед сімей з дітьми. У цей час фактично не існувало організацій, які б цілеспрямовано сприяли розвитку сільського

туризму. Тому власники фермерських господарств самостійно займалися рекламою і пошуком відпочиваючих.

У другій половині ХХ століття відбувається розквіт сільського туризму і зростання попиту на його послуги. Це пояснюється тим, що після війни відпочинок за кордоном став для німців занадто дорогим і вони звернули увагу на свої власні туристичні ресурси. Найбільшим попитом сільський туризм користувався у 60-ті роки ХХ століття. З'явилася низка організацій, які популяризували та рекламували відпочинок на селі. Виходили з друку каталоги агроосель, які були дуже зручними для потенційних клієнтів. У цей період сільський туризм характеризувався в основному можливістю дешево відпочити з не дуже високим рівнем послуг та відсутністю розваг.

Ця тенденція поступово змінювалася і сільський туризм у Німеччині почав набувати своїх нових рис – правильну комбінацію туристичного і сільськогосподарського елементу у пропонованих послугах. У цей час з'являється велика цільова група агротуристів, яку коротко назвали «Контакт з природою». Однак, зі зростанням добробуту населення, знову набув популярності відпочинок за кордоном, тому інтерес до сільського туризму почав спадати.

Розвиток сільського туризму у другій половині ХХ століття характеризувався збільшенням організаційної активності у цій сфері. У 2001 році з'являється одна з найвідоміших організацій сільського туризму – Асоціація «Відпочинок на фермі». Вона розпочала активно займатися рекламою сільського туризму, зокрема, у Баварії, тож її діяльність дала відчутні результати.

У цей період сільський туризм отримав потужну підтримку держави. У рамках державної програми розвитку маркетингової концепції сільського туризму почали діяти проекти пільгового кредитування для власників агроосель. Споживачі очікували вже більше комфорту і вимагали більш

професійного продукту. Сільський туризм починає варіювати у різноманітних формах – від відпочинку у старих фермерських господарствах, дещо стилізованих під старовину, до проведення відпустки у сучасних, обладнаних за останнім словом техніки, будинках.

Сільські помешкання в Німеччині поділяються на такі категорії як:

1. «Відпустка на сільському подвір'ї» – має функціонувати сільське господарство, пропонувати ознайомлення з тваринами і сільським способом життя.

2. «Туризм у сільському господарстві» – без сільського подвір'я з тваринами, але має приязний до навколишнього середовища характер.

3. «Сільські пансіонати» – поділені на категорії, які застосовують і для готелів.

У пропозиціях сільського туризму виділено кілька під категорій: 1 – помешкання з можливістю верхової їзди, 2 – помешкання для дітей, 3 – села для відпусток, 4 – кемпінги на подвір'ї.

У системі категоризації є вимоги, які треба виконувати беззаперечно, а є вимоги, що виконують факультативно і які, власне, й дозволяють визначити категорію. Членські внески поповнюють бюджети місцевих організацій сільського туризму, членами яких є 8% селян, які надають туристичні послуги.

Найпопулярнішими для відпочинку зараз є не кімнати у сільських будинках, а окремі будиночки (бунгало), де гості живуть окремо від господарів. З'являються нові послуги і форми сільського туризму, наприклад, відпочинок для дітей, які приїжджають без батьків, або окремі будиночки і послуги для інвалідів – тобто, пропозиція сільського туризму є надзвичайно різноманітною, що пояснюється також і великою конкуренцією.

Розвиток Інтернету дуже сприяв поширенню і популяризації сільського туризму – зараз мало не половина потенційних туристів у Німеччині отримує інформацію про відпочинок і замовляє місця саме через Інтернет. Існує багато

фірм і організацій, що рекламують сільський туризм через Інтернет, тобто без мережі офісів.

Все ж галузь сільського туризму зараз відчуває деяке падіння попиту і застій, що пов'язано із загальною економічною ситуацією в країні. Статистика кількості відпочиваючих і прибутку наразі майже не змінюється, а в деяких регіонах спадає, хоча для дуже багатьох фермерів (особливо у місцях з привабливою природою), сільський туризм залишається головним джерелом прибутку.

Німеччина має давні традиції сільського туризму і тому існує багато організацій, які займаються підтримкою і розвитком цього виду туризму на усіх рівнях. На державному рівні за розвиток сільського туризму, як і усього туризму загалом, відповідає Міністерство навколишнього середовища, охорони природи і ядерної безпеки, а також Міністерство економіки. Останнє займається питаннями туризму значно активніше, і у деяких регіонах (землях), наприклад, у Баварії навіть створює спеціальні туристичні організації – підприємства, підтримувані Міністерством, які є офіційними промоутерами туризму усіх видів у цій конкретній землі.

Державна підтримка проводиться на регіональному (землі Німеччині) і локальному (райони земель) рівнях, а також на сублокальному (кожний район поділяється на маленькі адміністративні частини навколо конкретних сіл).

На цих рівнях сільським туризмом значно більше опікуються державні органи сільського господарства. Це відбувається тому, що суб'єктами сільського туризму є фермери, основна діяльність яких полягає у сільськогосподарському виробництві.

На регіональному рівні діють досвідні інститути, які займаються дослідженням стану, перспектив і ринку сільського туризму у землях (у складі Міністерства сільського господарства і лісництва). На локальному рівні – у кожному районі діють інформаційні центри туризму при районних

адміністраціях, які надають інформацію про туризм у районі, присвячуючи багато уваги і сільського туризму. Вони видають каталоги та інші інформаційні матеріали, розміщують інформацію про сільський туризм і власників агроосель на своїх офіційних WEB-сторінках. Дуже важливою організацією для фермерів, які пропонують сільський туризм, є Відділ домашнього господарства у сільськогосподарській службі району. Цей відділ фактично є державним центром розвитку сільського туризму на локальному рівні. Він же є інформаційним та консультаційним центром для потенційних та діючих власників агроосель, а також освітнім центром (постійно проводить тренінги для фермерів, навчає як приймати туристів, як організовувати діяльність тощо). Через ці відділи домашнього господарства проходить також державна підтримка фермерів (наприклад, видача пільгових кредитів). Більшість діячів сільського туризму вважають, що саме ця організація є однією із найбільш дієвих і потрібних у цій сфері.

На сублокальному рівні діють подібні до локальних центрів туристичні інформаційні служби. Вони є набагато дієвішими у галузі промоції сільського туризму та його реклами. Найчастіше це неурядові громадські організації, членами яких є фермери, що платять досить високі внески – близько 150 євро. Вони щорічно видають каталоги дуже високої якості, а також розміщують аналогічні дані на своїх WEB-сторінках. Ці послуги є платними і недешевими для власників агроосель, але така реклама є досить ефективною. Такі каталоги, інформаційні матеріали та ін. є як загально німецькими, так регіональними. Найпотужнішими організаціями у цій сфері є Німецьке сільськогосподарське товариство (15000 членів) та Асоціація «Відпочинок на фермі» (дві тисячі ферм).

У Німеччині взагалі не існує закону або законодавчого документу про сільський туризм – тобто, ця діяльність є настільки визначеною і сформованою, що виникає мало суперечливих запитань у цій галузі. Законодавчі акти в галузі

сільського туризму зосереджені тільки на окремих аспектах регулювання діяльності цього типу (підприємницька чи підсобне господарство), регулювання забудови, харчової і гігієнічної безпеки тощо. Наприклад, селяни не мають права продавати молоко туристам – це дозволено лише в альпійських регіонах, де природа вважається чистою і цей продукт є безпечним без обробки. Основними позитивними моментами державного регулювання є:

- Чітке визначення і розмежування двох типів сільського туризму як діяльності: підприємницької і підсобного господарства. Є кілька схем визначення цієї межі, але найпростіший критерій – це кількість ліжок і послуг, які надаються для туристів (при підсобному типі діяльності цих ліжок мало). При наданні до 8 ліжок діяльність ферми вважають підсобною, а більше 8 ліжок – підприємницькою. Звичайно, ці типи діяльності по-різному оподатковуються. Взагалі, як визначили експерти з сільського туризму, в Німеччині приблизно половина селян займається прийомом туристів як невеликим підсобним бізнесом і має з цього так звані «кишенькові гроші», для іншої ж половини господарів це справжня комерційна діяльність, куди вони щороку роблять внески, і основне джерело доходів.

- Наявність цілого ряду страхувань, які захищають права і майно господарів і туристів. Такі страхування укладають фактично всі підприємства сільського туризму, оскільки платежі у них є не надто високими, а у випадку непередбачуваної ситуації витрати будуть дуже суттєвими.

- Розумна податкова політика. Для господарів існує неоподаткований мінімум прибутку від сільського туризму (приблизно 24 000 євро на рік), що стимулює розвиток маленьких агроосель і приваблює початківців такого бізнесу.

- Контракт, який захищає права і обумовлює обов'язки господаря і туристів. Він укладається обов'язково зі всіма туристами, навіть якщо вони приїхали лише на один день. Для зручності дозволено робити це навіть

телефоном, тобто, сама розмова і погодження вже є контрактом. Найчастіше використовують типові форми контракту, що зручно для обох сторін.

- Правова консультація, яку можна отримати при реєстрації агрооселі та під час діяльності. Консультацію надають у місцевому відділі сільського господарства, який займається питаннями сільського туризму.

Загалом у Німеччині досить мала частина так званого «чорного» ринку послуг сільського туризму (за приблизними оцінками 10-15%). Господарі почуваються спокійно і захищено, коли діють легально. Це можна пояснити добре розробленим і прозорим механізмом реєстрації і ведення такого бізнесу, хоча велику роль відіграє і багаторічний накопичений досвід у цій галузі.

У сільському туризмі Німеччини спостерігають і сезонні зміни (таблиця 2.1).

*Таблиця 2.1*

Тривалість основних сезонів у сільському туризмі Німеччини

Сезон	Тривалість (тижні)
Сезон з низьким попитом	8,7
Головний сезон	17,1
Несезон (нема попиту)	6,2
Сезон відпочинку агрооселі (туристів не приймають)	1,6

За оцінками німецьких фахівців, у Німеччині показник прибутку агрооселі від прийому туристів відрізняється від показників прибутку від інших видів діяльності.

У 2002 році 43% агроосель мали більший прибуток від сільського туризму, ніж від інших видів діяльності, 12% агроосель мали однаковий прибуток від сільського туризму та іншої діяльності і 41% агроосель мали менший прибуток від сільського туризму, ніж від інших видів діяльності.

Цікавим є досвід сільського туризму Австрії. Ця невелика альпійська країна, за площею співмірна з Карпатським туррегіоном України, нині налічує понад 15000 зареєстрованих агротуристичних господарств сумарною місткістю 170000 ліжок/місць. Станом на 2004 рік кожне сьоме туристичне ліжко країни знаходиться в агротуристичному секторі.

Родзинкою відпочинку в австрійських Альпах є безпосередня задіяність гостей у традиційному фермерському господарюванні: вигоні худоби на альпійські луки, зборі альпійських трав, виготовлені молокопродуктів, зборі лісових ягід тощо, а також різноманітні програми активного гірського, екстремального й екологічного туризму.

Концепція організації сільського туризму в Австрії створена за дорученням міністра сільського господарства. Після прийняття концепції її автор почав працювати у державній спілці, який займався розробкою ще двох етапів для працівників, що впроваджуватимуть цю програму. Селяни, які надають послуги у селянських господарствах, є членами Державної Спілки «Відпочинок у селянському господарстві». Вони можуть отримати консультації радників з питань відпустки в селянському господарстві, а також користуватися порадами і матеріалами в регіональних Будинках Селянина. В Австрії створено систему оцінки сільських помешкань від однієї до трьох «квіточок», які надають окремим господарствам.

Ця система є диференційованою – включає обов'язкові для виконання пункти і додаткові. Сума цих пунктів є визначником для надання оселі певної кількості «квіточок». Господарство, в яких є до 10 місць, звільнені від сплати внесків і податків. Якщо у господарстві кількість місць перевищує 10, то обов'язково треба сплачувати внески. Це стало причиною того, що у 80% господарств кількість місць не перевищує 10. В Австрії функціонує близько 3700 господарств, які розпочали свою діяльність у 90-х роках ХХ століття і об'єднані в товариства в окремих землях. Регіональні об'єднання користуються

допомогою регіональних Будинків Селянина, в яких розташовані офіси товариств, сплачуючи за оренду приміщення і обладнання, а також роботу персоналу. Всі регіональні об'єднання видають свої каталоги. Державна Спілка видає спеціалізовані каталоги з окремими пропозиціями для дітей, людей з особливими потребами, з екологічно чистим харчуванням, з кінями, з винницями тощо. Пропозиції господарств рекламують також у газетах. У деяких випадках застосовують бартерний розрахунок – за розміщення реклами у буклетах чи каталогах великих фірм і підприємств, селянське господарство організовує відпочинок для працівника фірми. Об'єднання проводить конкурси і забезпечує нагороди переможцям у різних номінаціях. Багато реклами викладають на Інтернет-сторінках, а також створено комп'ютерну систему відбору бази даних за спеціалізацією. Об'єднання створили і рекламують спільний логотип, видають спеціалізований доступно написаний підручник для власників помешкань і внутрішній щоквартальний бюлетень по маркетингу. Членами регіональних об'єднань є біля 10% всіх селян, які надають туристичні послуги у своїх господарствах.

Подібно розвивається і сільський туризм у Швейцарії. Щоб отримати знак якості Об'єднання «Відпочинок на сільському подвір'ї», треба відповідати певним критеріям. Господарство має надавати послуги щонайменше 2 роки, пропонувати мінімум три продукти власного виробництва, а послуги повинні бути тісно пов'язані з сільським господарством. Клієнтів детально інформують про умови в кожному господарстві.

### **2.3. Досвід організації сільського зеленого туризму в країнах Центральної та Південної Європи**

В Іспанії сільський туризм вважають одним із процвітаючих секторів туріндустрії, і в останні роки помітний його значний ріст. Підтримка цього

туристичного продукту Генеральним секретаріатом по туризму та адміністраціями автономій привела до того, що тільки за період 1999-2000 років відбулося збільшення цього сектора ринку на 20%. — *Turismo rural* в Іспанії нині перебуває у тій стадії розвитку, коли кількість іноземних відвідувачів сільських агроосель країни зрівнялася і навіть перевищує внутрішні агротуристичні потоки.

Сільський туризм в Іспанії передбачає розміщення на фермах, у сільських будинках, невеликих сільських готелях. Власники таких будинків в Іспанії об'єднані в асоціації, завдання яких полягає в тому, щоб категоризувати сільські туристичні об'єкти в залежності від рівня надаваних послуг і контролювати їхню відповідність вимогам асоціацій. Власники агроосель в Іспанії об'єднані в асоціації, основне завдання яких полягає в тому, щоб здійснювати категоризацію сільських осель в залежності від рівня наданих послуг і контролювати їхню відповідність вимогам асоціацій.

У 2001 році зареєстровано 4878 сільських будинків відпочинку, що на 1324 більше, ніж у 1999-м. Ця пропозиція включає 24 тис. туристичних місць. Найбільше число будинків відпочинку на природі розташовані в Каталонії – 684. Найбільшою популярністю сільський відпочинок користується в гостей з Каталонії – 24%, Мадрида – 23%, Валенсії – 16,3%, Андалусії – 9,6% і Країни Басків – 10%.

95% туристів, що надають перевагу відпочинку на природі – це молоді іспанці, які живуть у великому місті. 50% з них молодші 35 років. 84% – приїжджі з міст із населенням більше 100 тис. чоловік, у тому числі 50% – жителі великих міст із населенням 1 млн. жителів.

Соціологічні опитування показують, що 31,5% подорожуючих віддають перевагу такому виду відпочинку через природу. 46% - просто відпочивають і насолоджуються неробством, 33% - крім того, практикують різні прогулянки і

25% - замовляють екскурсії. 15% туристів подорожують з друзями або з сім'єю, 13% відвідують культурно-історичні місця, а 12% займаються спортом.

Загалом в Іспанії налічується понад 5 тис. варіантів відпочинку у сільській місцевості сумарною місткістю близько 27000 ліжок/місць. В офісах асоціацій агротуризму чи на офіційному web-сайті нескладно переглянути каталоги сільських осель і вибрати собі розміщення в будь-якому куточку Іспанії. Крім того, працівники агротуристичних офісів країни здійснюють бронювання авіаквитків, оформлення візи, оренду автомобіля і т.і.

Іспанія утримує —пальму першості щодо промоційності сільського зеленого туризму серед країн Європи. З 1993 року в країні (м. Сільєда, Галісія) щорічно відбувається престижна міжнародна виставка – Exhibition of Tourism, Sport and Rural Development (Туризм, спорт і розвиток сільської місцевості). У 2003 році в іспанському м. Хаен відбувся Перший європейський Конгрес сільського туризму, організований Європейською Федерацією Фермерського та Сільського Туризму (EuroGites). Щорічно послугами сільського туризму Іспанії користується близько 1,2 млн. осіб.

В Італії агротуризм завойовує усе більшу популярність. Він став розвиватися тут ще в 70-х роках минулого століття в якості додатка до основної сільськогосподарської діяльності. Спочатку передбачалося, що розміщення туристів буде непрофільною діяльністю фермерів, яка дозволить дещо зміцнити їхнє фінансово-економічне становище без необхідності великих інвестицій. Агротуризм 20-30-літньої давнини був не тільки дешевим, але і посправжньому спартанським і тому не користувався великою популярністю. Ситуація почала змінюватися близько 10 років тому, що, цілком ймовірно, було викликано двома основними причинами. По-перше, в усьому світі почав зростати інтерес до екологічного туризму, і агротуризм дуже добре вписався в нову моду. Адже мова йшла не тільки про відпочинок на лоні природи, але і про переваги сільського укладу життя та екологічно чисті продукти харчування.

По-друге, як внутрішній італійський ринок, так і ряд важливих іноземних ринків (насамперед, німецький) досягли визначеного рівня насичення і вимагали нового продукту, що виходить за рамки традиційних видів «пляжного» туризму та екскурсійних турів по найбільших містах країни. Попит поступово змінює саму концепцію агротуризму, який поступово перетворюється для багатьох сільських жителів не в додатковий, а в основний вид діяльності з усіма необхідними для туристичного бізнесу атрибутами: рекламою, маркетингом, ціновою політикою, кваліфікованими кадрами і т.п. Об'єкти розміщення трансформувалися і почали вимагати значних інвестицій.

Сучасний агротуризм в Італії – це вже не скромні кімнати з 3-4-місним розміщенням у сільських будинках, а справжні міні-готелі рівня 3-4 зірки з антикварними меблями, прекрасно обладнаними санвузлами, басейнами, тенісними кортами. Дуже часто під них реконструюються садиби XVI-XVIII століть, або невеликі старі монастирі. Агротуристичні комплекси надають своїм клієнтам можливість займатися різними видами спорту, здійснювати кінні і піші прогулянки, організують екскурсії для огляду місцевих визначних пам'яток і навколишніх місць, де туристи з задоволенням відвідують сільські ярмарки і середньовічні костюмовані свята. І, нарешті, усе більш важливу роль починає відігравати кухня. Агротуризм надає можливість не тільки смачно і якісно поїсти, але і привезти із собою в якості сувенірів дорогі і рідкісні вина особливі продукти: трюфеля, спеціальні сорти сиру і маслинової олії, що не надходять у міські магазини. Так, на даний час в Італії розроблено більше 70 винно-гастрономічних маршрутів, що у значній мірі пов'язані з агротуризмом. Зрозуміло, велика розмаїтість послуг не могла не позначитися і на цінах в агротуризмі, які низькими назвати вже не можна: у середньому хороша двомісна кімната зі сніданком коштує не менше \$60-80 у день. До них треба додати плату за додаткові послуги: харчування, спортивні площадки, екскурсії, а також оздоровчі і косметичні програми так званих *beauty-farm* – «ферм краси».

За офіційними статистичними даними на даний час в Італії нараховується близько 6 тисяч сільських відпочинкових комплексів, на кожний з яких приходиться приблизно 10-12 спальних місць. Щорічно їх відвідують понад 400 тисяч туристів, що зупиняються на досить тривалий термін – у середньому на 6 ночівель. Варто мати на увазі, що офіційна статистика враховує, цілком ймовірно, далеко не все, тому що агротуризм слабо піддається точному контролю (насамперед, ліцензійному і податковому). Агротуристські об'єкти розміщення рідко бронюються через турагентства, а намагаються використовувати прямі контакти з клієнтами через мережу Інтернет, рекламні публікації і виставки, і тому залишаються «тіньовим» сегментом туризму. За даними асоціації сільськогосподарських підприємців *Confagricoltura*, агротуристських підприємств в Італії майже в два рази більше, ніж стверджує офіційна статистика – близько 10 тис., а їх клієнтами є щорічно близько 1,8 млн. чоловік. За минулі 10 років кількість агротуристських підприємств збільшилась на 40%, а кількість їхніх клієнтів – на 80% (частка іноземців серед них виросла з 10 до 25%). Експерти *Confagricoltura* оцінюють річний обіг цієї сфери в \$400-500 млн.

В основному, агротуризм розвинений у Північній і Центральній Італії, причому безсумнівними лідерами тут є Тоскана і Трентіно – Південний Тіроль. Саме в цих двох областях концентрується майже половина агротуристських підприємств усієї країни і саме сюди направляється половина потоку туристів цієї сфери. Тоскана – це земля Флоренції, Пізи, Сієни і безлічі менш відомих, але надзвичайно цікавих середньовічних міст і монастирів, а Трентіно – Південний Тіроль – один з найбільших європейських центрів гірського і гірськолижного туризму. Таким чином, успішний розвиток агротуризму став можливим тут, насамперед, на основі вже існуючої добре розвинутої туристської інфраструктури і розрекламованості цих територій. До цих двох факторів додаються краса пейзажів, наявність визначних культурно-історичних

і природних пам'яток, гарні вина і якісна місцева кухня, що займають особливе місце в цій «формулі успіху». Слід зазначити також, що основний вид транспорту використовуваний у цій сфері туристами – це особистий автомобіль (або формула fly and drive), тому далеко не у всіх регіонах агротуризм може розвиватися настільки бурхливо й успішно.

На думку експертів – працівників сфери туризму, та й простих туристів, у агротуризму в Італії прекрасні перспективи. Існує мода на цей вид відпочинку, та й останні міжнародні події помітно змістили попит у бік внутрішніх і усередині європейських напрямків. Але, існує небезпека, що по самій своїй суті агротуризм не зможе бути сферою «індустріального» туризму: масові потоки туристів можуть змінити його самобутній характер, і в остаточному підсумку, призвести до його ліквідації.

У вагомий чинник міжнародної агротуристичної спеціалізації Італії переріс винний і загалом гастрономічний туризм. Кожна провінція країни славиться своїми сортами винограду і винами з неповторними смаковими букетами. Дегустувати їх, зазвичай, можна на невеликих приватних винних заводах і домашніх винокурнях, розташованих в сільсько-господарських районах. Власники агрокотеджів нині пропонують своїм гостям цілі винні підвали (а також сирні, м'ясопродуктові) з умовою, що вільне користування запасами продовольства включене у вартість винайму даного котеджу.

Ще однією суто італійською особливістю сільського туризму в цій країні є те, що майже половина власників агрокотеджів —не поспішають виходити – з тіні, тобто проходити державну сертифікацію, отримувати ліцензії на діяльність, сплачувати податки. За підрахунками Національної туристичної організації, в країні функціонує близько 12,000 агротуристичних підприємств, з них лише близько 7,000 ліцензовані державними інституціями. Інші 5,000 досі скептично ставляться до процедури стандартизації столичними чиновниками, централізованих систем бронювання, участі у виставкових заходах,

ініційованих асоціаціями сільського туризму, і віддають перевагу безпосередньому контакту зі споживачами.

Незважаючи на те, що послуги сільського відпочинку в Італії, пересічно, майже вдвічі вищі, порівняно з Іспанією і Францією, ними щорічно користується до 2 млн. осіб (з них 78 % - італійці). А щорічний прибуток від сільського туризму становить близько 350 млн. доларів.

На Кіпрі чинниками успіху сільського туризму стали:

1. Політична підтримка держави: розроблена державна програма – сільський туризм одержує пряму фінансову підтримку (пільгове кредитування агротуристичних господарств)

2. Ландшафтно-природні умови

3. Клімат

4. Історико-культурна спадщина (туристичні об'єкти археологічного, релігійного, історичного характеру)

5. Традиція прийому туристів помножена на кваліфіковане кадрове забезпечення

6. Добре розвинена система автодоріг, що для розвитку сільського туризму – ключовий фактор

7. Розвинена система оренди машин

8. Добре розвинена система громадського харчування

9. Помірні ціни

Державні або спеціальні програми по розвитку сільського туризму стають найважливішим елементом росту агротуристичного сектора – наприклад, Кіпрська програма по сільському туризму, підготовлена Кіпрською організацією по туризму, або в рамках інших, комплексних програм (як, наприклад, у Німеччині в рамках програми «сталого розвитку» сільської місцевості, якою курує міністерство сільського господарства). Розглянемо приклад спеціальної програми – Кіпрської програми по сільському туризму –

державна програми підтримки агротуристичного напрямку. На Кіпрі концепція сільського туризму була розроблена «зверху», державним агентством – Кіпрською організацією по туризму (КІТ). Був проведений комплексний аналіз перспектив розвитку туристичної галузі на Кіпрі з урахуванням різних факторів. Одним з них був екологічний: прийняття програми по розвитку сільського туризму на Кіпрі пройшло після введення в 1989 р. мораторію на будівництво на узбережжі в зв'язку з непомірним навантаженням на навколишнє середовище в прибережній зоні. Це рішення мало на меті переключити потік туристів на внутрішні райони острова. Одним з мотивів розробки програми було урахування нових запитів європейського середнього класу. Враховувався й історичний досвід – до другої світової війни на Кіпрі у місцевої й іноземної еліти існувала традиція відпочинку влітку на віллах у гірській частині острова.

Програма передбачає надання фінансової допомоги господарствам для перебудови, реставрації й обладнання традиційних будинків у сільських районах з метою підготовки їх до прийому туристів.

Схема організації проста: бажаючий приймати туристів власник сільського будинку подає заявку в Кіпрську організацію по туризму про бажання організувати пансіон і одержує або кредит, або навіть безоплатну позичку від КІТ (муніципалітети до цього відносини не мають). Інформація про агрогосподарство включається в базу даних спеціально створеної Кіпрської агротуристичної компанії (Cyprus Agrotourism Company), що на пряму працює з туристичними агентствами і приватними особами, які звертаються до її бази даних. Туристичні фірми доставляють туристів безпосередньо на місця відпочинку (у пакет їхніх послуг включено трансфер). На час перебування турист, як правило, орендує машину, що може його чекати вже в аеропорту. Крім того, достатньо поширена практика приватних гідів - перекладачів з власними автомобілями.

Координує агротуристичну діяльність вищезгадана Кіпрська агротуристична компанія, що займається винятково організацією відпочинку у сільських районах країни. Вона має у своєму розпорядженні базу даних агротуристичних господарств і продає про них інформацію всім бажаючим. Агротуристичний бізнес на Кіпрі орієнтований переважно на іноземний (в'їздний) туризм, їдуть в основному туристи з Німеччини і Великобританії (попиту з країн СНД майже немає). Контингент – середній клас (у широкому діапазоні, у тому числі і верхній шар середнього класу).

Вартим вивчення є досвід безпосередніх європейських сусідів України: Польщі, Угорщини, Словаччини, Румунії.

За даними ВТО з 1997 р. Польща утримує 5-7 місце серед найбільш відвідуваних країн Європи. За даними Польської агенції розвитку туризму участь країни у приїжджому туризмі в Європу складає близько 5%, а у валютних доходах від туризму – близько 4 %.

Масовий сільський туризм зародився у Польщі на початку 1990-х років як наслідок масштабних соціально-політичних трансформацій у Європі (зміна економічного режиму в країні, пожвавлення євроінтеграційних процесів, об'єднання Німеччини, відкриття західного кордону). Упродовж 1990-х рр. сільський зелений туризм в Польщі знаходиться у фазі інтенсивного кількісного та якісного розвитку. Він стимулюється як успіхами ліберальної політики держави, так і потребами ринку. В сільському туризмі уряд країни вбачає джерело розвитку для регіонів, які не мають природних ресурсів для розбудови виробничих галузей економіки. Зазвичай ці регіони депресивні, бідні, тому що не мають основ для промислового розвитку.

Нині у Польщі в розрізі регіонів агротуризм розвивається дуже нерівномірно. Серед причин цього слід назвати такі:

- природну диференціацію країни,
- економічну нерівномірність розвитку регіонів,

- історичне минуле,
- географічне положення (міра віддаленості від основних транспортних комунікацій)
- традиції відпочинку.

Польське законодавство чітко розмежовує основні поняття та принципи ведення сільського зеленого туризму від інших видів туристичних послуг, що надаються у сільській місцевості, проте законодавчо віднесені до підприємницької діяльності.

За польськими законами надання послуг сільського зеленого туризму не належить до підприємницької діяльності. Тому прибутки селянських господарств за такі послуги не підлягають обкладанню податком на додану вартість. Крім того, законодавство передбачає також звільнення доходів від оподаткування, що отримані завдяки наданню нічліжних послуг агротуристам за таких умов:

- житловий будинок, в якому здаються кімнати, належить до сільського господарства;
- кімнати здаються туристам, а не сезонним працівникам чи третім особам;
- кімнати для туристів знаходяться у житловому будинку сільської родини, а не в іншій спеціально пристосованій будівлі для туристів;
- число кімнат, що здаються туристам, не перевищує п'яти.

З 1997 р. Польська федерація сільського туризму «Гостинні господарства» запровадила нові засади класифікації та категоризації об'єктів сільської нічліжної бази. Завдяки цій категоризації власники об'єктів для ночівлі почали пристосовуватись до поставлених їм вимог, було піднесено якість запропонованих послуг.

У Польщі в 1999 р. Польська федерація сільського туризму «Гостинні господарства» розробила проект ліцензії, що уповноважував інспекторів

проводити категоризацію осель, а також розробила порядок присудження категорій.

Категоризація проводиться на підставі письмового запиту звернення, складеного в офісі товариства, яке висилається в Польську федерацію сільського туризму «Гостинні господарства», а тоді його голова делегує на об'єкт двох інспекторів, які здійснюють категоризацію.

Система категоризації сільської нічліжної бази є добровільною. Об'єкти, в яких була проведена категоризація, відповідно гарантують високу якість послуг і їх частіше відвідують гості, а такий господар, який здає оселю отримує право розмістити свою пропозицію в промоційних матеріалах федерації.

Оселя, якій присвоєно відповідну категорію, має право 2 роки користуватись знаком Польської федерації сільського туризму «Гостинні господарства». Після того необхідно повторно подати запит у федерацію і провести інспекцію об'єкту. Інспекція проводиться визначеними федерацією інспекторами, які перевіряють стан і оснащення об'єкту за спеціальними категоризаційними формулярами. Проведення інспекції здійснюється на запит господаря, який здає оселю. Об'єкт повинен виконувати загальні та особливі вимоги для визначеної категорії в даному типі поселення.

Для проведення інспекції необхідним є погодження господаря, який здає оселю, оплати встановленої Польською федерацією сільського туризму «Гостинні господарства». Ця оплата не підлягає поверненні у випадку невиконання об'єктом категоризаційних вимог. Після присвоєння категорії господар, який здає оселю, зобов'язується погодитись на проведення федерацією незапланованої перевірки об'єкту. При виконанні законного мінімуму, а також кількох додаткових вимог, інспектори, які здійснюють категоризацію, роблять висновок про присвоєння категорії, стандарт. Присвоюванні категорії відрізняються кількістю сонечок на знаку федерації –

чим вища категорія, тим більше сонечок. На даний час можна отримати максимально III категорію, тобто 3 сонечка.

На даний час система категоризації робить можливим проведення категоризації як окремих приміщень, так і цілого об'єкту. На початку категорію присвоюють лише окремим приміщенням (кімнатам для гостей, вакаційним кімнатам, постійним домам, груповим кімнатам, полям для біваку), а не цілому об'єкту. Об'єкт повинен виконувати вимоги, що впливають із Закону «Про туристичні послуги», тобто виконувати законний мінімум, вимоги будівельного права, санітарних приписів, протипожежних вимог та вимог охорони гігієни праці. Господар, який здає оселю повинен бути застрахований на випадок цивільної відповідальності за шкоду гостеві. Це повинне підтверджуватись відповідними документами.

Зараз у Польщі існує безліч гостинних господарств і мікроготелів у сільській місцевості, для яких сільський туризм виступає основною формою підприємництва. Натомість, типових агротуристичних господарств порівняно мало. А з поміж тих, які функціонують, значна кількість стратегічно зорієнтована на приймання німецьких туристів (мова йде про економічно розвинуті території західної Польщі).

Для обслуговування цього сегменту споживачів власники агроосель західного регіону країни пристосовують інтер'єр до високих євростандартів: закупають дороге обладнання, оснащують на рівні люксу ванні кімнати, використовують елементи оздоблення інтер'єру, — рідні для німецького менталітету (наприклад фігурки гномів і інших персонажів німецьких казок), використовують готичне письмо на рекламних щитах, вивісках з написами німецькою мовою («zimmer feri» і т.д.), і, зрештою, виставляють ціни за перебування у євро.

Для німецьких туристів, які становлять абсолютну більшість усього закордонного туризму у Польщі, відпочинок у польському селі лише на 10 –

15% дешевший від пропозиції «Urlaub auf dem Bauernhof» і тому спонукає західнопольських господарів підтримувати паритетно високі ціни і стандарти сервісу.

Загальним недоліком польського агротуризму в інших регіонах країни є недостатній зв'язок його матеріальної бази із селом, сільським господарством, з традиційною архітектурою та традиційним оснащенням інтер'єрів. Сільські жителі нерідко із великим старанням та запалом намагаються уподібнити свої будинки та помешкання міським, що знижує їх екзотичність їх сприйняття туристами. Власники агротуристичних господарств, у більшості своїй, не надають належної ваги піклуванню про те, щоб їх будинки мали в собі якомога більше оригінальної архітектури та етнорегіональної стилістики.

Агротуристичний продукт, що пропонується польськими господарствами, на жаль, часто зводиться виключно до ночівлі та харчування. Але ж загально відомо, що рентабельність об'єктів для ночівлі зростає, якщо тут надаються також інші послуги.

Промоційна система польських агротуристичних господарств також варта наслідування. Нині в країні щорічно видаються десятки тисяч каталогів та рекламних буклетів із агротуристичними послугами, розробленими для усіх територіальних рівнів: груп воєводств, воєводств, гмін і навіть окремих сіл. Перевагою каталогів є насичення їх конкретною практичною інформацією: ціни, адреси, категорії та види осель.

Угорщина. Законодавство країни відносить сільський зелений туризм до сфери ведення особистого селянського господарства й формує відповідні пільгові податкові інструменти. Станом на 2005 р. туристи провели близько 185 тис. гостьових ночей у агрооселях цієї країни. У цьому виді туризму в Угорщині задіяно 7 тис. сільських жителів. До числа найбільш популярних місцевостей відносяться південно-західна область Ваш, східна область Сольнок (район р.Тиса) і славнозвісний Хортобадський степ.

Родзинкою сільського туризму в цій країні є поєднання його з національними традиціями конярства (до XII століття мадяри були кочівниками і досьгодні зберегли свою любов до коней). Щорічно в Угорщині проводяться Національні фестивалі кінного спорту, у програму яких включено 40 видовищних програм, а в 2000 р. в країні була проведена друга Всесвітня зустріч аматорів кінного спорту. За останні 10 років у кінний туризм було інвестовано понад 100 млн. євро.

Сільський туризм в Угорщині в останні роки розвивається швидкими темпами. На заході Угорщини відкрито два нових готелі: Kolping Hotel у Alsopahok (округ Залу) і Club Dombogomajor у Cserszegtomaj (поруч із границею з Австрією). У комплексі Kolping усі вісім —натуральних будинків обставлені натуральними сосновими меблями, у всіх будинках є kemence (Угорська глиняна піч у формі стогу сіна). Тільки ванна кімната має сучасне обладнання. Готель користується великою популярністю серед німецьких туристів. У планах будівництво ще чотирьох будинків, організація оздоровчих турів, велосипедних маршрутів, безкоштовного дитячого саду.

Винний маршрут у південно-західній Угорщині є яскравим прикладом туристичного продукту, який можна знайти в багатьох місцях Південної Європи і який приносить значну користь місцевій економіці. Мета Асоціації винного маршруту Віллани-Шіклос – популяризувати туризм у регіоні таким чином, щоб створити додаткову рекламу вина і пов'язаних з ним традиціям, що у свою чергу дозволить створити нові робочі місця, забезпечити додаткові джерела прибутку для місцевих мешканців і зробити регіон привабливішим для інвесторів. Цей регіон відзначається слабким економічним розвитком та низьким рівнем середньої заробітної плати. Головними туристичними приладами є привабливі пейзажі, традиційна архітектура та вино. До початку 1990-х років XX століття туризм тут не дуже розвивався. Саме тоді керівники округу усвідомили, що якість вин та професіоналізм виробників у регіоні

Віллані-Шіклос достатньо високі, щоб обслуговувати винний маршрут на рівні європейських стандартів. У 1994 році з'явилась Асоціація винного маршруту Віллані-Шіклос. «Концепція» винного маршруту розробили державні експерти з туризму, місцевого розвитку та виноробства. Ретельно спланований 30-кілометровий маршрут об'єднав різноманітні туристичні атракції та заклади. До нього увійшли засоби розміщення, точки дегустації й продажу вина, які разом утворюють інтегрований туристичний продукт цієї місцевості. На самому початку Асоціація організувала навчання для місцевих мешканців, готуючи їх до створення та обслуговування винного маршруту. Асоціація створила фірмовий стиль для винного маршруту з яскравим трендом, відкрила WEB-сторінку та розробила уніфіковану систему дороговказів і низку інформаційних стендів вздовж маршруту. Агенція пропонує туристам актуальну інформацію, поціновувачам вин – спеціально розроблені місцеві маршрути (тривалістю від двох до трьох днів), розробляє програми на замовлення для забезпечення вимог відвідувачів, а також популяризує високоякісні дегустаційні заклади та місця проживання. Винний маршрут Віллані-Шіклос став зразком для створення подібних проектів в Угорщині. Протягом останніх двох років у південній частині Дунайського басейну з'явилося п'ять нових асоціацій винних маршрутів. Вони об'єднали зусилля з Асоціацією Віллані-Шіклос для створення єдиної регіональної системи контролю якості та уніфікованої подачі інформації.

У Румунії інтереси власників агроосель представляє ANTREC – національна асоціація сільського, екологічного і культурного туризму (член EUROGITES від Румунії). Громадська організація ANTREC створена 1994 році була створена, і в цьому ж році вступила у EuroGites. Організація складається із 30 філій, 3500 членів – власники садибі ферм у 900 селах. Загальна кількість кімнат для туристів досягає 20 тисяч. Виконавча структура організації складається із Ради директорів, Виконавчої ради і департаментів: маркетингу,

бронювання, спеціальних програм (риболовних, культурних, екологічних і тематичних таборів). ANTREC є членом Федерації туризму, Ради з розвитку і лобювання сільського туризму в Румунії і багатьох інших урядових і громадських організацій. Нині ця організація налічує 3250 членів, понад 2500 агроосель з сумарним рекреаційним потенціалом понад 11000 ліжок/місць.

Сільський туризм у цій країні розвивається, передусім, у Південних Карпатах і орієнтується на такі ж переваги, що й ми, тобто на: збереження природного середовища і етнокультурних традицій (обряди, звичаї, народні ремесла, відгонне вівчарство на карпатських полонинах, гастрономічні традиції, унікальна народна архітектура, гірські замки, гірськолижні курорти, мережа природно-заповідних територій).

Аналізуючи структуру садиб, належність їх власників до місцевого населення, можна навести такі дані: 85% садиб були збудовані ще до того, як їх господарі почали приймати туристів, 15% – це будинки, збудовані спеціально для надання послуг із сільського туризму. Цей відсоток достатньо великий. Що стосується операторів сільського туризму, то, як правило, 90% складають місцеві жителі і тільки 10% – ті, що приїхали з великих міст. 80% місць розміщення знаходяться у гірських районах: 85% у селах, 10% у невеликих містах, 10% у селах поблизу міст.

Якщо структурувати місця розміщення за кількістю туристів, які можуть бути одночасно прийняті, виходять такі дані: невеликі садиби (1-3 кімнати) складають 35% від загального числа, середні (3-5 кімнат) – 45%, великі (6-10 кімнат) – 17% і місця розміщення окремих груп (10-12 кімнат) – 3%.

Якість місць розміщення гарантується системою стандартів, яка складається з п'яти рівнів. Знаком якості була вибрана ромашка. Сертифікація садиб була проведена Національним агентством з туризму і охопила всі садиби організації. Цікаво те, що в Румунії немає відмінностей між поняттями «сільська садиба» і «B&B».

У пакеті послуг, що пропонуються туристам, велике місце займає презентація народних промислів: ткацтво, вишивка, гончарна справа й інші. Створено цілий ряд програм в окремих регіонах країни, що складаються із серії тренінгів, візитів до будинків народних майстрів, екскурсій до сіл-музеїв, у яких зберігаються традиційний побут, архітектура і культура румунського села. Це такі програми, як: «Курси ткацтва», «У садибах майстрів», «Село Чокенешти – спадщина минулого». Таким чином організація велику увагу приділяє розвитку такого явища як «культурний туризм», що є ваговою складовою сільського. Також розробляються і реалізуються унікальні тематичні маршрути: «Винний шлях», «Гончарний шлях», маршрут до дельти Дунаю.

Рекламу і просування послуг сільського туризму організація забезпечує через свій сайт, приймаючи участь у ярмарках і виставках, а також проводячи ряд своїх заходів: ярмарок народної творчості і туризму в Марамуреші, Національний фестиваль крашанок у Чокенештах, День сільського туризму. ANTREC видає свій журнал «Відпочинок у селі», який виходить щомісяця і включає опис місць розміщення, свят, екскурсійних маршрутів.

Сільський туризм у Білорусі. Не дивлячись на те, що Білорусь – єдина країна в Європі, яка не має ні моря, ні гір, в неї є значний потенціал для розвитку цього виду туризму. Більше 50 білоруських сільських садиб вже приймають туристів. Садиби дуже різні – старовинні, сучасні, комфортні і аскетичні. Є садиби-котеджі, які готові задовольнити смаки найвибагливіших туристів (садиби «Верес», «Лебединое», «Над Неманом»); є садиби на базі селянських хат, де поступово покращують умови проживання і пристосовують до нової діяльності (садиби «Докудово», «Комарово», «Свитязянка»); є дачі, літні будинки відпочинку в селах (садиби «Соловушка», «Ив-ле», «Хмеля»). Всі вони розташовані у дуже мальовничих місцях – на берегах водойм чи у лісі.

Ідея розвитку сільського туризму сподобалась усім. Для жителів сіл це додатковий заробіток і можливість покращити своє житло. Для місцевої влади і

регіону в цілому – надходження додаткових засобів, розвиток інфраструктури, створення нових робочих місць. Для країни в цілому – можливість розвитку туризму за межами міст, де повністю відсутні готелі, нівелювання протиставлень між містом і селом.

У 2002 р. в Білорусі було створено громадське об'єднання «Агро та екотуризм», яке почало займатися розвитком зеленого туризму. Головною метою ГО «Агро- і екотуризм» є підтримка діяльності мешканців сільської місцевості, котрі хочуть займатися чи займають сільським туризмом. Серед завдань організації є наступні:

- Пропаганда ідей сільського і екологічного туризму серед населення, створення «моди» на відпочинок на селі.

- Робота із законодавчою базою Білорусі: розробка системи, зручної для надання послуг проживання та інших послуг у сільській місцевості, отримання державна підтримка та податкових пільг господарями агроосель.

- Навчання бажаючих займатися сільським туризмом: семінари, тренінги, зустрічі з експертами.

- «Інвентаризація» всіх ресурсів сільського туризму, які є в країні та проведення сертифікації об'єктів сільського туризму.

- Реклама, просування послуг сільського туризму на туристичному ринку Білорусі і за її межами.

За час роботи організація об'єднала селян, веде з ними переписку, провела «інвентаризацію» їхніх можливостей (розмір будинку, кількість кімнат, наявність вигод, домашніх тварин, атракцій тощо). Більшості з них надано попередні консультації щодо майбутньої діяльності. Одночасно проводять велику пропагандистську роботу з використанням ЗМІ серед населення Білорусі з метою популяризації сільського туризму, пояснюють економічні і соціальні вигоди від цього виду діяльності. Опубліковано більше 50 статей та інтерв'ю, створено телепередачі за участю сільських мешканців, які

пропонують свої садиби туристам, проведено низку зустрічей з урядом (Міністерство туризму і спорту) і членами Парламенту, відіслано інформаційні листи до органів виконавчої влади всіх районів Білорусі з проханням підтримати ініціативи селян щодо розвитку сільського туризму.

На сьогодні профільна організація з туризму в сільській місцевості називається Білоруське громадське об'єднання «Відпочинок в селі». Це союз жителів сільської місцевості Білорусі, які хочуть освоїти нову професію й організувати в своїх садибах мініготелі типу «B&B». Об'єднання є членом трьох профільних міжнародних організацій: EuroGites, ECEAT, International Ecotourism Society [21, с. 414]. Основні напрями діяльності цієї організації полягають у підготовці навчальних програм, проведенні семінарів, тренінгів, розробці стандартів для класифікації садиб, сертифікація садиб відповідно до стандарту організації, просуванні туристичного продукту «Відпочинок у білоруському селі» на міжнародному та внутрішньому ринках, взаємодії з іншими організаціями в галузі розвитку агроекотуризму, вдосконаленні та розробці нових туристичних продуктів [38]. З метою просування туристичного продукту, обміну інформацією та популяризації відпочинку в білоруському селі, у тому числі на міжнародному рівні, були розроблені профільні сайти: [www.ruralbelarus.by](http://www.ruralbelarus.by), [www.greenbelarus.com](http://www.greenbelarus.com) і [www.greenways.by](http://www.greenways.by). Необхідність розвитку агроекотуризму прописана в Програмі діяльності уряду Республіки Білорусь. Згідно з Програмою, мета розвитку туризму в Білорусі – створення конкурентоспроможного туристського комплексу, що забезпечує задоволення потреб вітчизняних і зарубіжних туристів у різноманітних і якісних туристичних послугах. Згідно Основних напрямів соціально-економічного розвитку Республіки Білорусь до 2020 р. екотуризм, так як і сільський агротуризм займають гідні місця на базі існуючих сільських поселень із традиційною народною дерев'яною архітектурою, розміщених у мальовничій місцевості. Намічається створення агротуристичних комплексів на базі

сільськогосподарських виробничих кооперативів [4]. Добре сформульоване правове поле в області агротуризму й екотуризму Республіки Білорусь, яке дає змогу галузям активно розвиватися й працювати на легальному рівні. Незважаючи на початковий слабкий туристичний потенціал (відсутність гір, морського узбережжя), країна активно розвиває саме туристичний напрям. Згідно з даними Ради Міністрів Республіки Білорусь, у 2009 р. їх нараховувалось 974, а в 2010 р. їх кількість становила 854. Діють 16 агросадибних комплексів. При цьому в 14 районах республіки поки не здійснюється жодна туристична діяльність.

У 2005 році Білорусь стала членом ЕСЕАТ (Європейського Центру Екологічного і Сільського Туризму). Функції національного координатора виконує ГО «Агро- і екотуризм». Членство у цій організації дозволить білорусі наблизитися до світових стандартів у галузі сільського та екологічного туризму, брати участь у міжнародних проектах і подавати свої пропозиції до міжнародних туристичних каталогів.

### **РОЗДІЛ 3 ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В УМОВАХ МОДЕРНІЗАЦІЇ ТА ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ЄВРОПЕЙСЬКОГО ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ**

#### **3.1. Сучасні інформаційні технології просування та збуту європейського туристичного продукту сільського зеленого туризму**

Інтернет в туризмі – це просування торгової марки на ринку, можливість надати первинну інформацію про діяльність компанії потенціальному клієнту, здатність підвищити швидкість і якість комунікацій, один з найважливіших маркетингових інструментів.

Проблемі упровадження та використання інформаційних систем на туристичних підприємствах присвячені дослідження як вітчизняних науковців (Бочкарьов Д.О., Гаврилов В.П., Кожухівської Р.Б., Мельниченко С.В., Рудківського О.А., Рудківської А.Ю. та ін.), так і зарубіжних (Ivan I., Surcel T., Milodin D., Krebs L., Pease W.R. та ін.).

У ХХІ ст. понад 2/3 ринку збуту європейського агорекреаційного продукту реалізується через глобальні системи комп'ютерного підбору й подальшого бронювання агрооселі, інформацію про яку пересічний споживач отримує з мережі Інтернет. Нині системи просування і збуту продукції й послуг через Інтернет розвиваються у геометричній прогресії, багато в чому завдяки активній підтримці з боку урядів європейських країн і США. Щорічно в США виділяється близько 2 млрд доларів на створення нової мережевої інфраструктури. Дослідження у галузі мережевих комунікацій фінансують також уряди Великобританії, Швеції, Фінляндії, Німеччини [47, с. 182].

Основна робота з Інтернетом в туристичному бізнесі певний час будувалася на основі електронної пошти як найпопулярнішого каналу

поширення інформації між туристичними підприємствами, проте зараз на перший план вийшла розробка і просування на ринок корпоративних та в достатній мірі повно функціональних Інтернет-сайтів.

У таблиці наведено офіційні веб-сайти національних агротуристичних організацій тих країн, в яких цей вид туризму набув найбільшого розвитку. За їх допомогою можна проаналізувати європейський досвід організації сільського туризму, ознайомлюватися зі здобутками у цій сфері, налагоджувати партнерські контакти з закордонними асоціаціями, підприємцями і туроператорами сільського туризму. А зрештою, кожен з наведених сайтів пропонує умови прямого маркетингу, тобто можливості через сайт підшукати і забронювати для себе агрооселю у будь-якому регіоні Євросоюзу.

*Таблиця 3.1*

Офіційні веб-сайти національних організацій сільського туризму та агротуризму в країнах Європи та найбільших туристичних країнах світу

Країна	Офіційний веб-сайт національних організацій сільського туризму та агротуризму
Австрія	<a href="http://www.farmholidays.com">http://www.farmholidays.com</a>
Австралія	<a href="http://www.agritours.com">http://www.agritours.com</a> , <a href="http://www.caloundraaccommodation.com">http://www.caloundraaccommodation.com</a> , <a href="http://www.farmstayholidays.com.au">http://www.farmstayholidays.com.au</a>
Бельгія	<a href="http://www.gitesdewallonie.net">http://www.gitesdewallonie.net</a>
Болгарія	<a href="http://www.alternative-tourism.org">http://www.alternative-tourism.org</a>
Бразилія	<a href="http://www.abtr.com.br">http://www.abtr.com.br</a>
Великобританія	<a href="http://www.visitbritain.com">http://www.visitbritain.com</a> ; <a href="http://www.farmstayuk.co.uk">http://www.farmstayuk.co.uk</a> ; <a href="http://www.bedandbreakfastnationwide.com">http://www.bedandbreakfastnationwide.com</a>
Греція	<a href="http://www.guestinn.com">http://www.guestinn.com</a>
Данія	<a href="http://www.bondegaardsferie.dk">http://www.bondegaardsferie.dk</a>

Ірландія	<a href="http://www.country-holidays.ie">http://www.country-holidays.ie</a>
Ісландія	<a href="http://www.farmholidays.is">http://www.farmholidays.is</a>
Іспанія	<a href="http://www.raar.es">http://www.raar.es</a> <a href="http://www.ecoturismorural.com">www.ecoturismorural.com</a>
Італія	<a href="http://www.agriturist.it">http://www.agriturist.it</a>
Кіпр	<a href="http://www.agrotourism.com.cy">www.agrotourism.com.cy</a>
Латвія	<a href="http://www.celotajs.lv">http://www.celotajs.lv</a> , <a href="http://www.traveller.lv">http://www.traveller.lv</a>
Литва	<a href="http://www.lithuaniancountryside.com">http://www.lithuaniancountryside.com</a> , <a href="http://www.atostogos.lt">http://www.atostogos.lt</a>
Люксембург	<a href="http://www.ont.lu">http://www.ont.lu</a> <a href="http://www.gites.lu">www.gites.lu</a>
Мексика	<a href="http://www.guestranch.com">http://www.guestranch.com</a>
Нідерланди	<a href="http://www.dutch-farmholidays.com">http://www.dutch-farmholidays.com</a>
Нова Зеландія	<a href="http://www.ruraltours.co.nz">http://www.ruraltours.co.nz</a>
Норвегія	<a href="http://www.bbnorway.com">http://www.bbnorway.com</a> , <a href="http://www.norsk-bygdeturisme.no">http://www.norsk-bygdeturisme.no</a>
Польща	<a href="http://www.agritourism.pl">http://www.agritourism.pl</a>
Румунія	<a href="http://www.antrec.ro">http://www.antrec.ro</a>
Сербія	<a href="http://www.cenort.org.yu">http://www.cenort.org.yu</a>
Словаччина	<a href="http://www.agroturist.sk">http://www.agroturist.sk</a>
Словенія	<a href="http://www.slovenia-tourism.si/?podezelje_1=0">http://www.slovenia-tourism.si/?podezelje_1=0</a>
США, Канада	<a href="http://www.duderanchvacations.com">http://www.duderanchvacations.com</a> , <a href="http://www.vacationranches.com">http://www.vacationranches.com</a>
Фінляндія	<a href="http://www.lomarengas.fi">http://www.lomarengas.fi</a>
Франція	<a href="http://www.gites-de-france-47.com">http://www.gites-de-france-47.com</a> , <a href="http://www.gites-de-france.com">http://www.gites-de-france.com</a>
Чехія	<a href="http://www.accommodation.cz">http://www.accommodation.cz</a> , <a href="http://www.eceat.cz">http://www.eceat.cz</a>
Хорватія	<a href="http://www.istra.hr">http://www.istra.hr</a>
Швейцарія	<a href="http://www.bauernhof-ferien.ch">http://www.bauernhof-ferien.ch</a>
Швеція	<a href="http://www.bopalangard.org">http://www.bopalangard.org</a>

Усі національні організації сільського туризму та агротуризму країн Європи у кінці 1990-х рр. об'єдналися в Європейську федерацію фермерського та сільського туризму (European Federation for Farm and Village Tourism). Скорочена назва федерації – «EuroGites». Основною метою федерації EuroGites визначено:

- всебічну популяризацію цінностей відпочинку в сільській місцевості;
- вивчення та збереження потенціалу сільського туризму в Європі;
- сприяння розвитку сільського зеленого туризму в усіх аграрних районах Європи;
- запровадження принципів сталого туризму для різних форм організації відпочинку у сільській місцевості;
- цільове інвестування проектів розвитку сільського туризму, які підтримують принципи збереження біотичного, ландшафтного й етнокультурного різноманіття Європи та сприяють зростанню зайнятості сільських громад;
- надання різноманітної (передусім, консультаційної, маркетингово-рекламної, навчально-тренінгової тощо) допомоги організаторам сільського зеленого туризму.

З основними напрямками діяльності EuroGites можна детальніше ознайомитися, завітавши на офіційний веб-сайт цієї міжнародної організації (<http://www.eurogites.org>). Нині EuroGites розглядає питання щодо входження у федерацію на правах повноправного члена від України Всеукраїнської спілки сприяння розвитку сільського зеленого туризму.

Використовуючи наведений в навчальному посібнику за авторством А. Д. Чудновського і М. А. Жукової [3, с. 161] підхід до класифікації туристичних ресурсів за рівнем подання в Інтернет ми спробували розподілити їх на групи (рис. 3.1). В даній класифікації, окрім загальноприйнятого поділу (на сайти загального призначення з туристичними розділами; спеціалізовані

туристичні портали і сайти; глобальні системи бронювання; сайти фірм-туроператорів; сайти туристичних агентств; сайти готелів; особисті сторінки мандрівників), ми вважаємо за доцільне в окрему групу виділяти спеціалізовані інтернет-магазини, які пропонують товари для подорожей і туризму.



Рис. 3.1. Форми представлення туристичних ресурсів в Інтернет

Дуже важливою особливістю наявності у компанії сайту саме в туристичному бізнесі, оскільки це можливість контролю за внутрішніми і зовнішніми комунікаціями на різних рівнях. Проте, як зазначено в дослідженні Герасименко В. і Давиденко І. [9] якісний рівень виконання українськими спеціалістами робіт, пов'язаних із просуванням туристичного продукту за допомогою Інтернету, на жаль, є недостатньо високим. Крім того, більшість Інтернет технологій, що використовуються зараз на вітчизняному ринку, є запозиченими, адаптація їх під особливості українського ринку не завжди

здійснюється коректно та оперативно, що призводить до зниження їхньої ефективності. Не сприяє поширенню надання послуг через мережу Інтернет і відсутність нормативної бази використання Інтернет ресурсів. Фактично будь яка діяльність у мережі Інтернет в Україні регулюється тільки Законом України «Про авторське право», інших нормативно правових документів з цього питання не існує. Така ситуація спричинює зростання кількості плагіату та незаконного використання Інтернет ресурсів, що залишається без покарання.

За нашими спостереженнями серед проблем, пов'язаних зі створенням і функціонуванням сайтів туристичних фірм на сучасному етапі розвитку економіки країни актуальними проблемами є необхідність придбання дороговартісної комп'ютерної техніки та ліцензійного програмного забезпечення, зовнішні і внутрішні загрози порушення роботи інформаційних систем через вірусні атаки, технічні збої у роботі обладнання, електронні крадіжки інтелектуальної власності тощо, недостатня готовність менеджерів з туризму до роботи в онлайні.

Закінчуючи аналіз європейського досвіду організації сільського туризму, звертаємо увагу на нові тенденції його розвитку, пов'язані з процесом глобалізації. Глобалізація у туристичній сфері, передусім, передбачає зникнення будь-яких бар'єрів у міжнародних туристичних обмінах, туристичне «зменшення» земної кулі завдяки здешевленню трансконтинентальних авіаперельотів та створенню більш-менш однорідної за рівнем сервісу туристичної інфраструктури в усіх без винятку країнах світу тощо. Глобалізація в сільському туризмі й агротуризмі набирає обертів, передусім, через запровадження глобальних банків даних агротуристичної пропозиції планети та механізмів глобальної електронної торгівлі цими послугами.

Глобалізація у туристичній сфері, передусім, передбачає зникнення будь-яких бар'єрів у міжнародних туристичних обмінах, туристичне – зменшення земної кулі завдяки здешевленню трансконтинентальних авіаперельотів та

створенню більш-менш однорідною за рівнем сервісу туристичної інфраструктури у всіх без винятку країнах світу тощо. Глобалізація в сільському туризмі й агротуризмі набирає обертів, перш за все, через запровадження глобальних банків даних агротуристичної пропозиції планети та механізмів глобальної електронної торгівлі цими послугами [7, с. 35]. Зокрема, на рис. 3.2. наводимо одну з найбільш дієвих глобальних інформаційних систем бронювання сільського туризму й агротуризму в усіх регіонах світу – <http://www.allrural.com>.

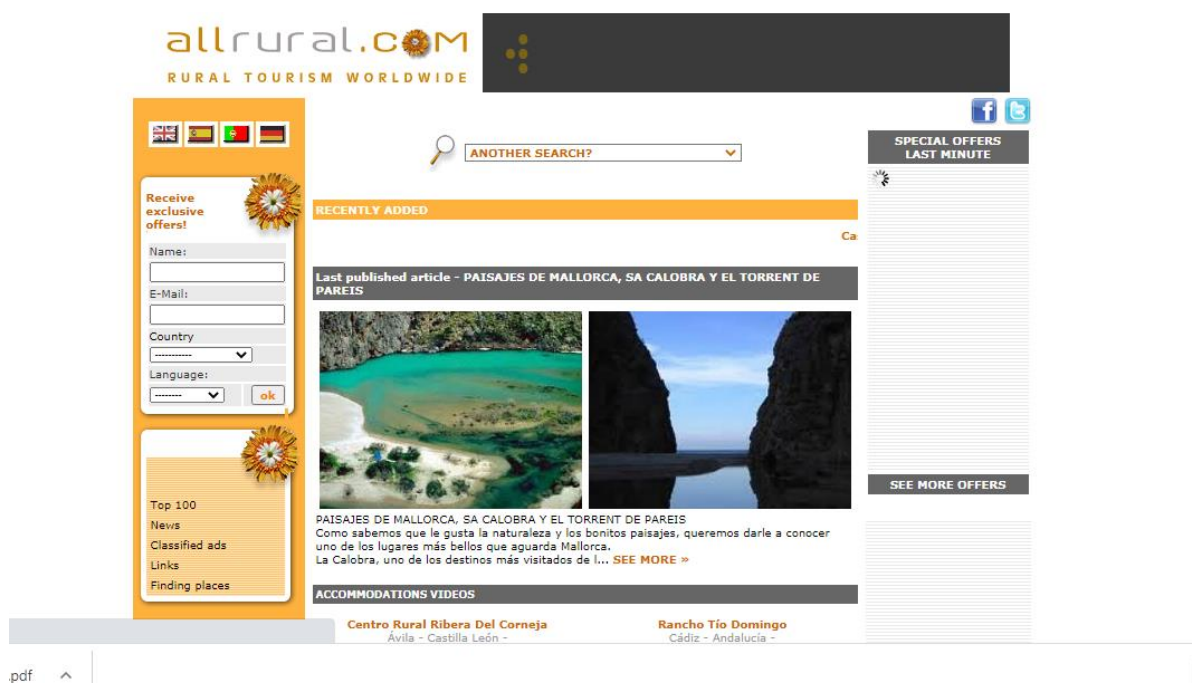


Рис. 3.2. Офіційний web-сайт глобальної інформаційної системи бронювання сільського туризму й агротуризму в усіх регіонах світу (<http://www.allrural.com>)

Ця електронна система, згідно з її звітами, уже забезпечує практично 7 % світових продажів агротуристичних послуг. А в найближчій перспективі роль подібних інформаційних систем має стати визначальною у системі глобальної промоції й збуту послуг сільського туризму у світі.

Перспективним видається розробка та вдосконалення мобільних додатків, що відкривають безпосередній доступ до баз даних туроператорів, готелів, авіакомпаній, екскурсій, прокатних служб тощо. Разом з тим це сприятиме подальшому зростанню частки самодіяльних туристів, що спричинюватиме крах і банкрутство туристичних фірм. Як приклад, банкрутство у вересні 2019 р. найстарішої туристичної компанії світу туроператора Thomas Cook. Тому, на наш погляд, доцільним є створення і просування через соціальні мережі онлайн-агенцій як альтернативи самодіяльному туризму через поширені сервіси онлайн-бронювання, що в свою чергу поліпшить діючу систему використання різноманітних видів інформаційних технологій в туризмі.

### **3.2. Інноваційні інструменти та технології організації сільського зеленого туризму в європейських країнах**

Насамперед, продукт сільського зеленого туризму відповідає новим умовам постіндустріального суспільства, новим запитам основного споживача туристичної продукції – середнього класу, враховує особливості його способу життя, психологічні і культурні потреби, нову ціннісну орієнтацію.

Новий клієнт індустрії туризму – середній клас постіндустріального суспільства. Це людина, що живе у напруженому часовому графіку, мобільна, добре інформована, але значну частину свого часу обмежена «нездоровим» урбаністичним простором і умовами сучасного міста. У її життєвих установах домінує орієнтація на «екологічність» в усьому – місці та умовах проживання, харчуванні, дозвіллі; індивідуальний стиль проведення часу, автономність.

Специфіка способу життя потенційного клієнта і його нова психологічна орієнтація вимагають нового підходу до організації відпочинку і дозвілля, тобто – для туристичної індустрії – нової концепції і нового наповнення

турпродукту. Відбувається стрімкий перехід від моделі SSS («Sea – Sun – Sand» – «Море - Сонце – Пляж») до моделі LLL («Lore – Landscape - Leisure» – «Знання – Ландшафт - Дозвілля»). Крім того, утверджується тенденція до індивідуалізації пакета турпослуг. В сільському туризмі це вдало поєднується з можливістю туризму малими групами і сімейного відпочинку.

Отже, найважливішим фактором успішного впливу на мету та мотивацію вибору відпочинку у сільській місцевості по типу green rural tourism стало те, що продукт сільського туризму чітко відповідає запитам нового споживача, який складає найбільший сегмент платоспроможного попиту.

Сьогодні в Європі існує декілька концепцій агротуризму, що значно відрізняються між собою. Це пов'язано з тим, що вони переслідують різні цілі і орієнтовані на різні завдання, які вироблені відповідно до конкретних умов в різних групах країн. При цьому в багатьох країнах, наприклад, екоагротуризм розглядається як один з провідних напрямів розвитку національної туристичної галузі, що знаходить віддзеркалення в національних концепціях розвитку туризму.

Розрізняють наступні моделі організації агротуризму по національному колориту:

- британська;
- французька;
- італійська;
- німецька.

Британська модель представляє інтерес, перш за все, особливою системою розміщення туристів, при цьому найбільш популярними є три типи проживання:

1. Bed & Breakfast – проживання в будинку фермера з харчуванням у вигляді сніданку. В цьому випадку є можливість безпосереднього контакту з сім'єю фермера.

2. Self catering unit. Мешкання в окремій будівлі на умовах самообслуговування. Часто це перероблена невелика комора.

3. Bunkhouse. Мешкання в ізольованій будівлі, що дозволяє вмістити в середньому 8-15 туристів. Для цього може бути використана велика комора, розділена на спальну зону (у якій зосереджені всі ліжко-місця, кухня і ванна кімната).

Сільські тури в британській моделі включають елементи пізнавального, активного і екотуризму: пішохідні і велосипедні прогулянки, катання на поні для дітей, гра у футбол, крикет, і дуже популярні у Великобританії верхову їзду та гольф. Багато уваги приділяється екологічному вихованню дітей.

Французька модель організації сільського туризму складніша, ніж британська. У ній представлена безліч варіацій сільського туризму. Основним засобом розміщення туристів є маленькі котеджі-апартаменти. Французи вважають за краще самостійно готувати собі їду, використовуючи екологічно чисті сільські продукти.

Сільським туризмом опікуються практично всі департаменти Франції (сільська місцевість займає 80 % площі країни), хоча загальному доходу від туризму його частка складає менше 10 %. З розвитком сільського туризму помітно позвавилася підприємницька активність в сільській місцевості, зокрема, виросла кількість актів купівлі-продажу нерухомості.

Проблеми сільського туризму розглядаються у Франції не тільки в масштабі всієї країни, але і на рівні окремих районів. Так, в департаменті Крез були відкриті можливості для додаткової зайнятості сільського населення в літній час. Найпопулярнішими місцями відпочинку в цій місцевості стали береги природних водоймищ (ставків і озер). Місцева влада стимулює забудову прибережних зон легкими будиночками і створенням штучних піщаних пляжів, де влітку організують свята, конкурси рибалок, різноманітні заходи для дітей. Основні ж заняття відпочиваючих в сільській місцевості - це пішохідні,

Сільський туризм стимулював і значне зростання числа туристичних маршрутів в околицях традиційних морських курортів. Так, особливістю розвитку туризму на узбережжі Вандеї останніми роками стало включення в «рекреаційний обіг» нових узбережних територій, що сприяло відновленню пам'ятників природи і культури в цих районах.

Особливістю сільського туризму є те, що туристи їдуть відпочивати тільки в старі села, що збереглися, вибираючи природні об'єкти. Головне значення сільського туризму у Франції полягає в підтримці досягнутого рівня розвитку території країни. Французький уряд пішов шляхом зміни функцій сільських населених пунктів. Сільське господарство країни було не в змозі більш підтримувати ту систему розселення, яка склалася у минулому, тому і почав розвиватися новий напрямок рекреації сільський туризм.

В Італійській моделі виділяють три тематичні напрямки сільського туризму:

1. «Природа і здоров'я» - розміщення в сільських поселеннях на території курортних місць, національних парків.

2. «Традиційний гастроном» - розміщення в агрогосподарствах, що спеціалізуються на певному виді продукції, – вина, оливкового масла, риби, морепродуктів – залежно від регіону.

3. «Спорт» - розміщення в кемпінгах, готелях при спеціалізованих спортивних об'єктах в сільській місцевості – в Італії це теж входить в сектор агротуризму.

Італія є визнаним лідером в Європі по аграрному туризму. На початку розвитку цієї сфери італійський уряд припускав, що розміщення туристів буде непрофільним видом діяльності фермерів, таким, що дозволяє дещо укріпити їхній фінансовий стан без необхідності додаткових інвестицій. В основному, цей напрямок туризму розвинений в Північній і Центральній Італії, причому безперечними лідерами тут є Тоскана і Трентино - південний Тіроль. Саме у

цих двох областях концентрується майже половина агротуристичних підприємств всієї країни і саме сюди прямує половина туристичного потоку цієї сфери. Тоскана - це земля Флоренції, Пізи, Сієни і безлічі менш відомих, але надзвичайно цікавих середньовічних міст і монастирів, а Трентино - південний Тіроль - один з найбільших європейських центрів гірського і гірськолижного туризму. Таким чином, успішний розвиток агротуризму став можливим тут, перш за все, завдячуючи вже існуючій добре розвиненій туристичній інфраструктурі та «розкрученості» цих територій. До вищеназваних двох чинників додаються краса пейзажів, велика кількість культурно-історичних і природних визначних пам'яток, хороші вина і якісна місцева кухня, які займають особливе місце в цій «формулі успіху». Слід зазначити також, що основний вид транспорту, що використовується в цій сфері туристами - особистий автомобіль, тому, далеко не у всіх регіонах агротуризм може розвиватися так бурхливо і успішно.

Ситуація в корені почала мінятися близько 10 років тому. Це, ймовірно, було викликано двома основними чинниками. По-перше, у світі став зростати інтерес до «екологічного» туризму, і агротуризм дуже добре вписався в нове віяння. Адже мова йшла не тільки про відпочинок на лоні природи, але й справжнє сільське життя і екологічно чисті продукти харчування. По-друге, як внутрішній італійський ринок, так і ряд важливих іноземних ринків (перш за все, німецький) досягли певного рівня насичення і вимагали нового продукту, що виходить за рамки традиційного «пляжного» туризму і екскурсійних програм по найбільших містах країни.

Слід зазначити, що сьогодні попит поступово змінює саму концепцію агротуризму, який перетворюється для багатьох сільських мешканців не в побічний, а в основний вид діяльності з усіма необхідними для туристичного бізнесу атрибутами: рекламою, маркетингом, ціновою політикою, кваліфікованими кадрами і тому подібне. Об'єкти розміщення якісно змінилися

під впливом серйозних інвестицій. Сучасний агротуризм в Італії це не скромні кімнати з 3-4-місцевим розміщенням в сільських спорудах, а справжні міні-готелі рівня 3-4 зірки з антикварними меблями, чудово обладнаними ваннами, басейнами, тенісними кортами. Дуже часто під них реконструюються садиби XVI-XVIII ст. або невеликі старі монастирі. Агротуристичні комплекси надають своїм клієнтам можливість займатися різними видами спорту, здійснювати кінні і піші прогулянки, організують екскурсії для огляду місцевих визначних пам'яток і навколишніх міст, де туристи із задоволенням відвідують сільські ярмарки і середньовічні костюмовані свята. І, нарешті, все більш важливу роль починає грати кухня. Агротуризм надає можливість не тільки смачно і якісно поїсти, але і взяти з собою в якості сувенірів дорогі і рідкісні вина, особливі продукти типу трюфеля, спеціальні сорти сиру і оливкової олії, які не надходять до міських магазинів. Так, на сьогодні в Італії розроблено більш-ше 70 винних та гастрономічних маршрутів, які значною мірою пов'язані з агротуризмом.

На прикладі Італії Європейський Союз бачить в сільському туризмі рятівне коло для сільського господарства країн Східної Європи.

Німецькій моделі властива особлива організація розміщення туристів в сільській місцевості. Гості вважають за краще знаходитися безпосередньо в господарських будинках, а будівництво нових котеджів в сільських районах не дуже практикується. Для німців типові наступні форми організації дозвілля: допомога господарям по господарству, догляд за тваринами, проведення пікніків, риболовля. Сільський туризм німецької моделі тісно пов'язаний з подієвим туризмом. Це не випадково, адже в Німеччині існує безліч народних свят, фольклорних фестивалів і регулярно проводяться сільські ярмарки. У Німеччині основна увага з боку держави приділяється якості обслуговування туристів. З метою контролю створена спеціальна система ярликів, які

використовуються при оцінці якості харчування і стану помешкань для сільських туристів.

Австрія, що славиться своїми гірськолижними курортами, активно інвестує кошти в розвиток сільського і екологічного туризму. Австрія давно вже стала туристичною Меккою для туристів з різних країн. Тільки чистий прибуток за один сезон досягає мільярдів євро.

Селянське подвір'я в Австрії – це, зазвичай, великий будинок, який тоне в зелені, а також чимале присадибне господарство. Гостя тут чекає затишна кімната (для повноти відчуттів можуть і матрац сіном набити), селянська їжа (екологічно чиста, власного приготування) і вся краса сільського життя: спів півнів уранці, запах сіна і парне молоко. Для тих, хто не вміє сидіти без діла, роботи на подвір'ї завжди вистачить, часто це входить програму відпочинку. Дуже популярний такий вид відпочинку серед родин з дітьми. Міську дитину, що бачила курочок та кізочок тільки в зоопарку, навчать поводитися з ними та годувати, навчать їздити верхи на поні. Часто буває, що, приїхавши один раз на тиждень, люди потім приїжджають на ціле літо.

У Фінляндії, Північній Карелії, де багато лісових озер, поширений відпочинок за типом – сільський туризм в невеликих котеджах на одну родину від 2 до 8 осіб. Будиночки відмінно обладнані всім необхідним адекватно їх вартості. Зазвичай вони складаються з вітальні і декількох спальних кімнат. У котеджах є гаряче і холодне водопостачання, невелика кухня, оснащена електроплиткою, холодильником, мікрохвильовою піччю, кавоваркою. Більшість котеджів мають каміни, сауни.

Туристам надаються напрокат човни, риболовецьке приладдя, лижне спорядження. Все це дозволяє в достатньо комфортних умовах досить відокремлено, але при цьому активно відпочити на березі чистого озера, в лісі.

Цей напрям туризму є добре організованою індустрією і пропонує свої послуги як фінам, так і іноземним туристам, зокрема, російським.

В Польщі, згідно різних джерел, функціонує від 6 до 12 тисяч агротуристичних господарств, які пропонують біля 100 тисяч спальних місць. Існує значна територіальна нерівномірність. Якщо йдеться про кількість господарств, найбільше їх в північних та південних воєводствах, а пальму першості тримає Малопольща, де функціонує біля 1300 господарств. Можна також зауважити, що агротуристичні гміни не створюють скупчень, розкидані по всій країні. Регіони з найбільшою кількістю гмін, це Вармія та Мазури, Помор'я, Карпати, Судети та Розточе. Вважається, що власне регіони північної та південної Польщі, також частина озерних районів Західного Помор'я та Великопольщі мають найбільші шанси на подальший розвиток агротуристичних господарств. Агротуристичні господарства в Польщі сильно відрізняються між собою, якщо мова йде про стандарти та цікаві речі, які пропонують відпочиваючим, а їх спеціалізація найрізноманітніша: є агротуристичні господарства, які пропонують сезонний відпочинок, відпочинок вихідного дня, на свята, або ж цілий рік; є господарства, де їжу готують самостійно, і такі, де їжу для відпочиваючих готують господарі; є господарства, де можна познайомитися з фольклором та народним мистецтвом; частина господарств пропонує гостям купувати харчові продукти власного виробництва: яйця, овочі, фрукти, молоко від корови чи мед з власної пасіки. За словами спеціалістів, польські господарства можуть запропонувати передусім своє місце знаходження. Природні умови є тим, що і надалі в найбільшій мірі впливає на їхню активність. Наявність поблизу лісу, водойми, багатств флори та фауни, як і цікаві краєвиди – власне ці фактори будуть тим магнітом, який притягує в агротуристичні господарства найбільшу кількість потенційних гостей. Якщо взяти до уваги статистику, то найбільш численною групою гостей є люди віком 30-49 років, тобто родини з малими та середнього віку дітьми, а переважна більшість з них має вищу або середню спеціальну освіту. Якщо розглядати критерій місця проживання, то агротуристичними послугами

користуються мешканці великих міст, які їдуть в господарства, щоб трошки сповільнитися, відпочити від швидкого темпу життя. В епоху глобалізації людина шукає чогось свійського, того, що є натуральним і до чого ще не дотягнулися руки загальної комерціалізації. На основі попереднього досвіду можна сказати, що агротуризм в Польщі стає фактором інтеграції сільської громади, її активізації та співпраці при реалізації туристичних проектів, повернення забутих кулінарних звичаїв та традицій, а також зросту споживання регіональних продуктів.

Болгарія стає все популярнішою для туристів, адже по території Болгарії проходить багато різноманітних туристських маршрутів: гірських, водних, пішохідних, кінних, велосипедних, автомобільних. У регіоні є не тільки унікальні природні можливості, а і надзвичайна культурно-історична спадщина. Велику перспективу в країні має молодіжний, сімейний, спортивний, пригодницький, релігійний, індивідуальний, культурно-пізнавальний туризм, екотуризм та конференц-туризм. Болгарія визнана найбільш перспективною рекреаційною зоною Європи, тут можливе цілорічне обслуговування туристів.

Туризм в Болгарії має особливе значення тому, що він об'єднує сучасну інфраструктуру з унікальними історичними культурними чинниками. Розвиток агротуризму для Болгарії є надважливим. Своєрідна мода на відпочинок в сільській місцевості, яка розповсюдилася в Європі останніми роками, прийшла і до Болгарії, хоча цей вид туризму для болгар є новим. Але, порівняно із Західною Європою, населення Болгарії тісніше пов'язане з природою і сільським господарством. Найціннішим туристичним ресурсом болгарських сіл є прекрасна природа, дефіцит спілкування з якою відчуває більшість міських мешканців. Туристів приваблює ландшафтна, кліматологічна, бальнеологічна, історико-культурна різноманітність, а також економічна доступність такого виду туризму. Міським жителям пропонується відпочити від обридлих звичних готелів номерів і типових санаторних кімнат. У Болгарії є давні традиції, а

можливість займатися агротуризмом у сільському будинку - цілорічна. Сьогодні 70% населених пунктів Болгарії - це сільські поселення, в яких проживає 60% населення.

Цікавим досвідом світового агротуризму є запровадження міжнародної програми WWOOF (англ. World Wide Opportunities on Organic Farms, тобто «Всесвітні Можливості на Органічних Фермах», або Willing Workers on Organic Farms, тобто «Добровільні Працівники на Органічних Фермах»), які дозволяють сумістити туризм з роботою в органічному сільському господарстві.

Суть програми полягає в обміні праці на житло і харчування - «добровільний працівник» працює на фермі 4-6 годин в день, а обмін на це фермер-господар надає йому житло і харчування. Ні фермер, ні турист не платять один одному.

Для того, щоб взяти участь в програмі, фермер повинен заплатити невеликий щорічний внесок організації WWOOF в своїй країні, заявивши, що його фермерське господарство відповідає стандартам органічного сільського господарства (тобто, принаймні, добровольцям не доведеться мати справу з ядохімікатами), і, що волонтерам, які працюють на фермі, буде надано житло, згідно санітарних норм. Зі свого боку, волонтер повинен заплатити річний членський внесок (\$20-60) організації WWOOF в тій країні, де він хотів би працювати. Він отримає каталог фермерів-учасників програми в цій країні, і зможе домовлятися з будь-ким із них про періоди роботи на їхніх фермах.

У деяких випадках країни дозволяють громадянам іншої договірної сторони безперешкодно жити і працювати на своїй території. Існують також угоди між деякими країнами, головним чином в Європі і Східній Азії, які надають можливість молоді цих країн отримати спеціальні візи, що дозволять їм працювати рік або навіть два в іншій країні по програмі WWOOF.

### 3.3 Оцінка ефективності функціонування садиби сільського зеленого туризму

Згідно з економічною теорією, важливим чинником розвитку будь-якого продукту є попит на нього на ринку. Попит же визначається, по-перше, потребами суб'єкта, по-друге, наявністю можливостей реалізації, тобто стосовно туристичного бізнесу – наявністю вільного часу і коштів для споживання послуг. Дані можливості з'являються у міру зростання продуктивності праці та її оплати. Для розвитку туристичної сфери необхідна також певна зміна умов суспільно-культурного середовища. Так, із підвищенням рівня життя повинні змінюватися стереотипи мислення і культура поведінки, в іншому разі спостерігається руйнування соціально-економічного середовища і настання кризи структури споживання.

В Україні агроекотуризм почав розвиватися не так давно, проте динаміка за кількістю садиб і туристів досить значна. У сегменті агроекотуристичного бізнесу є значні проблеми. Держава не хоче дивитися на агроекотуризм як на сегмент туристичного бізнесу з великим потенціалом. Важко передбачити, в якій площині буде рухатися галузь далі. Оскільки Україна все ж таки орієнтується на сільськогосподарський сектор, можливо, наша країна буде початківцем із великим потенціалом у цій галузі.

Щодо іноземних інвестицій, то можна відзначити, що іноземці не дуже зацікавлені у цьому. З огляду на рівень доходів українців, вони не бачать у них потенційно великих клієнтів. Тому потрібно організувати потік іноземних туристів в Україну – розвивати в'їзний туризм у нашій країні. Однак і тут існують проблеми. Окрім інфраструктури, якої в Україні поки немає, потрібно організувати мотивацію для приїзду іноземних туристів [18, с. 29-30].

Говорячи про залучення іноземних туристів, слід підкреслити, що перш за все таких людей цікавить не комфорт, а автентика (умови для життя,

натуральна їжа, місцеві традиції та фольклор). Що заважає розвитку цієї сфери? У першу чергу – відсутність в Україні позитивного міжнародного іміджу, скоординованої програми просування та маркетингової концепції.

Одне з головних завдань – створити умови для того, щоб турист затримувався в регіоні та країні як можна довше.

Таким чином, для успішного розвитку нового напрямку діяльності у сфері туризму потрібна мобілізація сил усіх учасників проєкту, учасників агротуризму – організаторів проєктів; власників засобів розміщення; інформаційно-реklamних служб; фінансових організацій; підприємств туристичного комплексу. Лише взаємодія всіх взаємопов'язаних структур здатна забезпечити ефективний, комплексний і прогресивний розвиток агроекотуризму.

Для досягнення цієї мети ми пропонуємо використовувати такий інструментарій для залучення сільського населення (показано в таблиці 3.1 ).

*Таблиця 3.1.*

Набір інструментів для залучення сільських жителів до підприємництва в сільському зеленому туризмі [75].

<b>Інформування населення про зелений туризм</b>	<b>Ознайомлення із зеленим туризмом для населення</b>	<b>Залучення сільського населення до туристичної діяльності</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- публікація матеріалів у ЗМІ щодо ефективності розвитку туризму в регіоні, досвіду розвитку сільського туризму;</li> <li>- інформування населення про події, цінності гостинності, новини галузі;</li> <li>- професійне керівництво школярами щодо здобуття професій у</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- проведення навчальних заходів для фахівців із зеленого туризму та підприємців;</li> <li>- забезпечення координації між учасниками освітнього процесу у сільському туризмі;</li> <li>- підтримка профільної професійної освіти, системи підготовки та перепідготовки кадрів на туристичних підприємствах, інтеграції в</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- організація та проведення щорічних конкурсів у галузі зеленого туризму;</li> <li>- організація та проведення фестивалів, свят, змагань, заходів, присвячених пам'ятним датам, туристичних та спортивних подій на селі;</li> <li>- створення системи преференцій для тих, хто бере участь у просуванні брендів сільського туризму,</li> </ul>

<p>галузі туризму, підписання цільових контрактів на навчання;</p> <p>- розробка заходів щодо формування патріотичного, відповідального ставлення до регіону, сільських територій у підростаючого покоління;</p> <p>- заохочення формування волонтерських рухів та їх залучення до реалізації проектів, що сприяють розвитку зеленого туризму.</p>	<p>освітній процес питань розвитку зеленого туризму.</p>	<p>що займаються зеленим туризмом, ініціюючи проекти у галузі сільського туризму;</p> <p>- проведення конкурсу на кращі проекти розвитку сільських територій;</p> <p>- гарантія організаційного та інформаційного забезпечення проектів у галузі зеленого туризму.</p>
--	--	--

У територіальному розподілі розміщення агроекотуризму повинні простежуватися такі тенденції: сприятлива екологічна ситуація; зосередження готельного фонду поблизу автомагістралей для залучення транзитних туристів; концентрація засобів розміщення в місцях транспортної доступності до великих міст, у тому числі до обласного центру; вибір унікальних природних екосистем для створення баз відпочинку. Організація проживання може бути забезпечена двома способами: здача в найм житла власниками засобів розміщення; проживання в сім'ях у сільській місцевості.

Для сільських регіонів України агроекотуризм надає значні потенційні вигоди:

– здатний стати важливим джерелом працевлаштування людей, які тут проживають, особливо в економічно малорозвинених районах. Місцеві жителі можуть бути офіціантами, роздрібними торговцями, працівниками системи гостинності;

- відкриває сільському населенню можливості для бізнесу;
- підвищує дохід місцевих бюджетів;
- зберігає місцеву культуру і звичаї, підтримує реставрацію наявних історичних пам'яток;
- сприятливо впливає на проведення заходів, пов'язаних із захистом навколишнього середовища, оскільки індустрія туризму порівняно з іншими видами діяльності є більш екологічно чистою.

Економічна вигода для сільських районів від розвитку агроекотуризму полягає у можливості використання в туристичному бізнесі людей старшого працездатного віку, які в структурі сільського населення становлять приблизно 67%.

Для ефективного розвитку і функціонування підприємств агроекотуризму необхідно виконувати низку заходів щодо поліпшення та вдосконалення організаційних і освітніх моментів діяльності.

Основним напрямом, який сприяє просуванню туристичного продукту на ринок, можна вважати розвиток традиційних промислів. Акцент слід робити на тому, на чому не залишили свого відбитку урбанізація і масова культура. Найбільшу привабливість мають споконвічно українські промисли, а особливу зацікавленість викликають промисли, що дійшли до нас в незмінному вигляді.

Слід більш детально продумати маркетингову політику, розробити відповідну тактику і стратегію для просування даного виду туристичного продукту. Для успішного просування агроекотуризму необхідно використовувати найрізноманітніші засоби комунікацій, що підлягають єдиній стратегії й єдиному фірмовому стилю. Оскільки Інтернет стає основним джерелом інформації для більшості туристів, необхідно ввести розділи з агроекотуризму на туристичних сайтах. При цьому важливо мати основний ресурс, на якому зосереджена вся база даних, основні новини, нормативно-правові акти і т. п.

Слід створювати інформаційні центри регіонів країни у сфері агроекотуризму. У рекламних матеріалах з агроекотуризму повинна міститися достатня інформація про враження, на які можуть розраховувати туристи, включаючи відомості про рельєф і клімат, тваринний і рослинний світ й у цілому про відвідувану місцевість. Сюди повинна також включатися правдива інформація про розміщення і організацію харчування, а також рекомендації про те, що можна і чого не можна робити в даному туристському центрі. У зарубіжних ЗМІ необхідно регулярно проводити інформаційно-ознайомчі заходи з метою формування привабливого іміджу України на світовому туристичному ринку.

Успішний розвиток агроекотуризму неможливий без фінансової підтримки. Можливі джерела – це, головним чином, позабюджетні кошти: власні кошти власників садиб і власників супутніх туристичних послуг; кредити банків; міжнародна технічна та гуманітарна допомога (гроші спонсорів різних проєктів у сфері розвитку агроекотуризму); гроші приватних інвесторів в об'єктах агроекотуризму; спонсорські кошти підприємств, що працюють на українському ринку. Ця фінансова система вже працює, проте потребує вдосконалення. Так, рекомендується спростити процедуру реєстрації проєктів міжнародної технічної допомоги, розширити сферу спонсорства для підприємств, а порядок видачі кредитів зробити менш витратним.

Підготовка кадрів у сфері агротуризму повинна стати одним із пріоритетних завдань освітньої діяльності аграрних університетів із підготовки затребуваних висококваліфікованих фахівців для агроекотуризму. Підготовка фахівців із відмінним знанням іноземних мов, сучасних комп'ютерних технологій для готельно-туристичного комплексу сприятиме створенню позитивного іміджу країни і, отже, притоку іноземних туристів.

Оскільки існує сезонність попиту на послуги агроекотуризму, то даний попит можна згладити, пропонуючи туристам у міжсезоння різні розважальні

програми, засновані на старовинних святах, обрядах і звичаях. Так, наприклад, «мертві» з погляду попиту лютий і березень можна зробити привабливими завдяки святкуванню Масляної, проводів зими й інших народних свят.

Основу ефективності функціонування зеленої садиби складають три основоположні елементи: собівартість послуг – прибуток – рентабельність. Система розрахунку показників фінансового стану закладу сільського (зеленого) туризму може базуватися на даних внутрішньої звітності, журналах відвідування, обліку виручки, моніторингу витрат та результатів загальної діяльності закладу в залежності від сезону та в розрізі по місяцях. Власнику сільської (зеленої) садиби доцільно вести розрахунок кількості гостей у розрізі місяців, обсяг виготовленого реалізованого туристичного продукту за період (сезон), в тому числі за проживання, харчування, екскурсійні, транспортні послуги, реалізацію продукції власного виробництва, сувенірної продукції, проведення майстер-класів; середні витрати на одиницю продукції за період (сезон) або в залежності від рівня завантаженості оселі, фіксовані постійні витрати на утримання господарства. Універсальна формула ціноутворення: "Ціна туристичного продукту = затрати на виробництво + затрати на реалізацію + винагорода за затрачені зусилля, ризик, підприємливість" [14, с. 135].

Собівартість туристичного продукту сільської (зеленої) садиби – це вартість затрат ресурсів, часу і праці на виготовлення одиниці продукції (послуг), до складу якого входять: комунальні платежі (витрати на оплату палива, електроенергії, води), матеріальні витрати (продукти харчування, побутова хімія, текстиль), витрати на оплату праці (власників садиб та найманого персоналу), транспортні витрати, оплата послуг зв'язку, сплату податків, комерційні витрати (інформаційні, маркетингові, рекламні) та інші витрати. Специфічними витратами сільського (зеленого) туризму можна назвати: можливі кредитні зобов'язання в банківських установах, екскурсійні, трансферні послуги, оплата гідів, перекладачів, витрати на охорону, навчання,

курси, тренінги власника садиби та персоналу, облаштування благоустрою подвір'я, присадибної ділянки, підвищення комфортності приміщення оселі, близька наявність пам'яток історії, архітектури, природи, тощо. Врахування амортизаційних витрат при розрахунку ціни на відпочинок у зеленій садибі дозволяє підтримувати оселю в належній якості на якісному рівні (підтримувати зовнішній стан будівлі, інтер'єру, екстер'єру). Собівартість туристичного продукту сільської (зеленої) садиби можна виразити формулою:

$$C = B(o) + Tr. v. + B(d) + B(sp) \quad (1)$$

де  $C$  – собівартість туристичного продукту (послуги) сільської (зеленої) садиби;

$B(o)$  – вартість основних послуг (складових) туристичного продукту (послуги) сільської (зеленої) садиби (проживання, харчування);

$Tr. v.$  – транспортні витрати, можливий трансферт туриста до місця відпочинку або подальший транспортний супровід за домовленістю;

$B(d)$  – вартість додаткових туристичних послуг, які споживає гість проживаючи в зеленій садибі – екскурсії, майстер-класи, купівля сувенірів, продуктів збиральництва, консервування тощо;

$B(sp)$  – вартість специфічних, одноразових, періодичних товарів, послуг та витрат, які турист споживає безпосередньо у садибі або за сприяння садиби; залежать від сезону, пори року, наявних фестивалів, спортивних та інших подій в регіоні, лікувально-оздоровчих, навчальних потреб, тощо.

Зниження собівартості туристичного продукту сільської (зеленої) садиби впливає на конкурентоспроможність закладу, рівень його прибутковості, визначає можливості до саморозвитку. При нерегулярному наданні туристичних послуг їх собівартість зростає, оскільки постійні витрати на утримання сільської садиби залишаються незмінними.

Ціна туристичного продукту закладу сільського (зеленого) туризму у великій мірі залежить від стратегії. Якщо господар садиби має на меті

підтримувати елітний імідж помешкання – ціни на його послуги будуть вищі ніж у інших. Це дасть змогу уникнути скупчення туристів та підтримувати помешкання на відповідному рівні. Ціна туристичного продукту сільської (зеленої) садиби виражається формулою:

$$Ц = (B(o) + \text{Тр. в.} + B(d) + B(sp)) * \text{Пр}\% , \text{ або } Ц = C * \text{Пр}\% \quad (2)$$

де Ц – вартість туристичного продукту (послуги) сільської (зеленої) садиби;

B(o) – вартість основних послуг (складових) туристичного продукту (послуги) сільської (зеленої) садиби (проживання, харчування);

Тр. в. – транспортні витрати, можливий трансферт туриста до місця відпочинку або подальший транспортний супровід за домовленістю;

B(d) – вартість додаткових туристичних послуг, які споживає гість проживаючи в зеленій садибі – екскурсії, майстер-класи, купівля сувенірів, продуктів збиральництва, консервування, тощо;

B(sp) – вартість специфічних, одноразових, періодичних товарів, послуг витрат, залежать від сезону, пори року, наявних фестивалів, спортивних та інших подій в регіоні, лікувально-оздоровчих, навчальних потреб, тощо.

Пр – прибуток (норма рентабельності), 10-20% залежно від стратегії закладу.

Сукупність реалізованих туристичних послуг зеленою садибою за окремий період складає виручку, валовий дохід закладу. У випадку якщо дохід від функціонування зеленої садиби складається з різних видів діяльності, валовий дохід доцільно розраховувати в розрізі за ключовими складовими (наприклад надання послуг проживання, харчування, реалізація продукції власного виробництва):

$$B_p = \sum \text{ТП} * Ц \quad (3)$$

де B<sub>p</sub> – валовий дохід (виручка) від реалізації туристичного продукту;

ТП – кількість реалізованого туристичного продукту (послуг);

Ц – ціна туристичного продукту [14, с. 137].

З поняттям валового доходу пов'язаний показник середнього валового доходу, що характеризує відношення валового доходу до кількості виробленої продукції, доцільно проводити розрахунок середнього валового доходу в залежності від сезону:

$$V_p(c) = V_p \text{ ТП} \quad (4)$$

де  $V_p(c)$  – середній валовий дохід (виручка);

$V_p$  – дохід (виручка) від реалізації туристичного продукту;

ТП – кількість реалізованого туристичного продукту (послуг);

Основною стратегією розвитку туристичного підприємства, закладу сільського (зеленого) туризму зокрема є оптимізація доходу від реалізації туристичного продукту. Дохід вважається оптимальним, якщо його вистачає для покриття витрат на створення туристичного продукту, утворення фонду саморозвитку садиби, вдосконалення, розширення асортименту послуг, сплату податків, тощо.

Зелена садиба від своєї діяльності може отримувати прибуток (або збиток), який визначається як різниця між доходами і витратами пов'язаними з наданням комплексу туристичних послуг.

Розрахунок прибутку закладу сільського (зеленого) туризму здійснюється за формулою:

$$\Pi = V_p - Ц \quad (5)$$

де  $\Pi$  – прибуток (збиток) сільської зеленої садиби;

$V_p$  – валовий дохід (виручка);  $Ц$  – ціна туристичного продукту [58, с. 141].

Методика розрахунку фінансових показників діяльності сільської (зеленої) садиби є аналогічною загально прийнятим економічним розрахункам з врахуванням специфіки функціонування сільського (зеленого) туризму.

Заклади сільського (зеленого) туризму, незважаючи на відсутність необхідності реєстрації підприємницької діяльності, функціонують за загальними принципами підприємництва і надають туристичні послуги з метою отримання прибутку (додаткового доходу). Конкурентоспроможний туристичний продукт сільської (зеленої) садиби вимагає професійного підходу в організації, плануванні та функціонуванні закладу в цілому. Стратегічне формування доходу закладу сільського (зеленого) туризму – це логічно побудована програма перспективних заходів, опираючись на які господар зеленої садиби може виконувати поставлені цілі та завдання. Використання методів економічно-статистичного аналізу: облік витрат, планування доходів, моніторинг діяльності, аналіз ринкової кон'юнктури, тощо – підвищують рівень якості отриманих результатів, розширюють межі економічного аналізу діяльності закладу, звужують діапазон ризику в прийнятті управлінських рішень, є запорукою позитивної довгострокової перспективи, професійного підходу до високої якості обслуговування туристів у сільській місцевості, стартовою площадкою для розвитку суміжних видів діяльності.

## ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Стратегічною метою розвитку сільського зеленого туризму в Україні має стати створення конкурентоспроможного на внутрішньому та світовому ринках національного туристичного продукту, здатного максимально задовольнити потреби як наших співвітчизників, так і іноземців. Визначальною передумовою успішного процесу становлення сільського зеленого туризму як організаційної форми підприємництва є удосконалення існуючої нормативно-правової бази та прийняття необхідних регулюючих законів; розробка комплексу організаційно-економічних заходів; удосконалення системи інформаційно-консультативного забезпечення; створення нових джерел фінансово-інвестиційного спрямування, спираючись на європейський досвід.

Розвиток сільського зеленого туризму у Європі розпочався в середині ХІХ ст. ЄС вбачає в сільському туризмі основний важіль економічного підйому своїх сільських територій.

На сьогодні всі національні організації зеленого туризму в Європі об'єднались у Європейську федерацію сільського туризму - EuroGites. Основними цілями цієї організації є сприяння розвитку зеленого туризму та цільове інвестування проектів розвитку сільського туризму. Кожна з європейських країн має свої особливості організації сільського зеленого туризму. В Італії зелений туризм більше пов'язаний із спа-салонами, дегустацією та гастрономічним туризмом. В Австрії сільський зелений туризм включає збір трави, приготування молочних продуктів, активний похід та еко-відпочинок. У Фінляндії зелений туризм відноситься до відпочинку на березі захищених озер та річок. В Іспанії зелений туризм особливо розвинений на Канарських та Балеарських островах, де щороку відкриваються нові фермерські

будинки. Цікавим є той факт, що в Німеччині зелений туризм передбачає участь у міжнародних ярмарках та виставках. Сільський зелений туризм у Великобританії характеризується більш доступними цінами та знижками. У Великобританії існує Національна організація сільського туризму та агротуризму, яка надає акредитацію на проживання.

В Європі, лідерами за рівнем розвитку індустрії сільського зеленого туризму є Франція та Іспанія. У цих країнах сільський туризм вже переріс у високорентабельний сектор їх міжнародної економічної спеціалізації.

Отже, сільський туризм активно розвивається в багатьох країнах, а на європейському та світовому рівні працює кілька організацій із підтримки розвитку сільського туризму. Литва та Республіка Білорусь мають схоже з Україною пострадянське минуле, обидві розташовані в Східній Європі. В обох країнах сільський туризм почав розвиватися порівняно недавно. Але, якщо у розвитку сільського туризму в Литві серйозну роль зіграла допомога Євросоюзу, то в Республіці Білорусь процес розвитку йде, спираючись на національне законодавство та внутрішні програми. Отже, позитивний досвід швидкого та ефективного розвитку сільського зеленого туризму в Білорусі та Литві може бути запозичений у відповідній галузі нашої держави. Розвиток сільського зеленого туризму міг би зупинити сумну тенденцію занепаду в українських селах, підвищити матеріальний добробут та частково вирішити проблеми зайнятості сільського населення.

На сьогоднішній день туризм у світовій економіці є глобальним бізнесом, і цей ринок постійно розширюється, не залишаючи жодної країни світу без уваги. Важливість туризму, зокрема сільського, для національної економіки пов'язана з вигодами, які він приносить з точки зору успішного розвитку і, одночасно, збільшення доходів та зростання добробуту населення, зростання робочих місць не тільки у самій галузі, а також у суміжних галузях послуг. Для досягнення цієї мети ми пропонуємо використовувати:

- набір інструментарію для залучення сільського населення до підприємництва в сільському зеленому туризмі, який згрупований по трьом напрямкам: інформування населення про зелений туризм; ознайомлення із зеленим туризмом для населення; залучення сільського населення до туристичної діяльності;

- структурну модель кластера суб'єктів господарювання у сфері зеленого туризму, об'єднаних спільною метою, яка полягає не лише у формуванні туристичного продукту, а й фінансуванні, навчанні, маркетингу та заохоченні для подальшого розвитку сільського зеленого туризму.

Підсумовуючи все вищезазначене, слід зазначити, що концептуальний підхід до розвитку сільського зеленого туризму в Європі має позитивний соціокультурний ефект як для місцевого населення, так і для всієї європейської спільноти, оскільки представляє систему поглядів на забезпечення умов для розвитку сектору зеленого туризму як високоефективного, недорогого, конкурентоспроможного сектору місцевої економіки. Вирішення цієї проблеми забезпечить розробку перспективних форм та методів управління щодо сфери зеленого туризму як в окремих країнах Європи, так і загалом на європейському континенті, що об'єктивно відповідатиме вимогам стратегічних соціально-економічних цілей .

Широке вивчення та розповсюдження досвіду Європейських країн українськими експертами та науковцями сприятиме розробці та реалізації різних моделей сільського розвитку з використанням туристичної діяльності.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аграрний екологічний туризм в країнах Центральної та Східної Європи: Матеріали міжнародного науково-практичного семінару. – Стрий, 2004. – 132 с.
2. Бизнес в агро- и экотуризме: пособие / под общ. ред. к. г. н., доц. А. И. Тарасенка. — Минск, 2014. – 380 с. [Електронний ресурс] – Режим доступу: [https://www.undp.org/content/dam/belarus/docs/Ekoturizm\\_gudebook\\_USAIDUNDP%20LEED.pdf](https://www.undp.org/content/dam/belarus/docs/Ekoturizm_gudebook_USAIDUNDP%20LEED.pdf)
3. Бондар В.В., Казімір Я.Л. Досвід диверсифікаційної діяльності сільського господарства в сферу сільського туризму за різними економічними моделями // Молодий вчений. – № 2 (17). – 2015. – С. 958-960.
4. Вавринюк А. В. Сільський туризм як перспективний напрямок розвитку транскордонного співробітництва в євро регіоні «Буг» / А. В. Вавринюк // Проблеми розвитку прикордонних територій та їх участі в інтеграційних процесах : Матеріали III Міжнар. наук.-практ. конфер. (Луцьк, 12–13 жовтня, 2006 р.). – Луцьк, 2006. – С. 244–246.
5. Васильєв В. Світовий досвід організації сільського туризму: метод. посіб. / В. Васильєв, П. Горішевський, Ю. Зінько та ін. – Вип. 1. – О. : 2009. – С. 54.
6. Величко В. В. Організація рекреаційних послуг [Текст] : навч. посіб. для студ. напряму підготовки «Туризм» / В. В. Величко ; Харків. нац. ун-т міськ. гос-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків : ХНУМГ, 2013. – 202 с.
7. Волошинський О. Сільський туризм – можливості для працевлаштування і реабілітації для людей з інвалідністю: практичний посібник. – Товариство Зелений Хрест, 2019. – 358 с.
8. Гальків Л.І., Килин О.В. Чинники та соціально-економічні ефекти розвитку сільського зеленого туризму в Україні // Вісник Національного

університету «Львівська політехніка». Проблеми економіки та управління. – 2015. – №815. – С.22-27.

9. Герасименко В., Давиденко І. Інтернет як засіб просування туристичних послуг. – Маркетинг в Україні. – 2009. №2. – С. 41-46.

10. Герасименко В.Г., Нездоймінов С.Г. Аграрний туризм як вид підприємництва : Монографія. – Одеса: Пальміра, 2011. – 178 с. [Електронний ресурс] – Режим доступу: [https://tourlib.net/books\\_green/gerasymenko.htm](https://tourlib.net/books_green/gerasymenko.htm)

11. Гоблик В.В., Щербан Т.Д. Регулювання діяльності у сфері сільського зеленого туризму: досвід Європи // Економіка і суспільство, 2016. – Випуск 3. – С. 27-29.

12. Горішевський П. Сільський зелений туризм: організація надання послуг гостинності / П. Горішевський, В. Васильєв, Ю. Зінько. – Івано-Франківськ: Місто НВ, 2003. – 148 с. [Електронний ресурс] – Режим доступу: [https://tourlib.net/books\\_green/gorishevsky.htm](https://tourlib.net/books_green/gorishevsky.htm)

13. Горішевський П.В., Васильєв В., Зінько Ю., Коберніченко Т. Сільський зелений туризм: організація діяльності. – Посібник – Київ: НМЦ «Освіта», 2005. – 128 с.

14. Городня Т.А. Економіка туризму: теорія і практика : навчальний посібник / Т.А. Городня, А.Ф. Щербан. – К. : Кондор, 2012. – 436 с.

15. Довідка за результатами опрацювання статистичних звітів туроператорів за 2018 рік. *Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України.* URL: <http://www.me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&id=be44a1a7-69b3-4a77-a86a-447499abcdd6&tag=Analitika&isSpecial=true>

16. Зелений туризм. Досвід окремих країн, проблеми законодавства України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.greentour.com.ua/ukrainian/green/inter3>.

17. Камушков О.С. Розвиток зеленого туризму як ланки туристичної сфери України / О.С. Камушков // Держава та регіони. Серія: Економіка і підприємництво. 2009. №5. С.78-83.
18. Кацемір Я.В. Сучасний стан та перспективи розвитку агроекотуризму в Україні // Інтелект ХХІ. – № 4 – 2020. – С. 28-31.
19. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні : навч. пос. / В. Ф. Кифяк. – Чернівці: Книги-ХХІ, 2003. – 300 с.
20. Коберніченко Т., Васильєв В., Зінько Ю., Горішевський П. Методичний посібник з сільського туризму. – К., 2005. – 84 с.
21. Коцан Р. І. Європейські інтеграційні процеси і транскордонне співробітництво / Р. І. Коцан // Тези доп. ІV Міжнар. наук.-прак. конф. студ., аспірантів і молодих науковців, Луцьк, 17–18 травня 2007 р. – Луцьк : РВВ «Вежа» Волин. держ. ун-ту ім. Лесі Українки, 2007. – С. 414–415
22. Кудла Н. Основи сільського туризму: Науково-теоретичний аспект / Н. Кудла. – Дрогобич, 2006. – 62 с.
23. Кузик С. П. Географія туризму : [навчальний посібник]. – Київ : Знання, 2011. – 271 с.
24. Липчук В.В. Агротуризм: організаційно-економічні засади розвитку: монографія / В.В. Липчук, Н.В. Липчук. – Львів: СПОЛОМ, 2008. – 160 с.
25. Литвин І.В., Нек М.А. Проблеми та перспективи розвитку сільського зеленого туризму в регіоні. Регіональна економіка. 2013. № 2. С. 81–88.
26. Лужанська Т. Ю. Сільський туризм: історія, сьогодення та перспективи: навч. пос. / Т. Ю. Лужанська, С. С. Махлинець, Л. І.Тєбляшкіна / за ред. д. г. н., проф. Волошина І. М. – К. : Кондор, 2008. – 385 с.

27. Лученок Є. Екоагротуризм у системі багатофункціонального регулювання сільського господарства Всесвітньою торговою організацією / Є. Лученок // Журнал Європейської економіки. – 2007. – № 6а. – С. 237.
28. Любіцева О.О. Туризмознавство: вступ до фаху: підручник / О.О. Любіцева, В.К. Бабарицька. – К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2008. – 335 с.
29. Маєвський Я. Агротуризм: poradnik для сільського господаря / Я. Маєвський. – Львів: Прес. – 2005. – С. 80.
30. Мазур Ф.Ф. Соціально-економічні умови розвитку рекреаційної індустрії. Київ, 2005. 96 с.
31. Міжнародний досвід. Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.greentour.com.ua/ukrainian/green/inter>
32. Мунін Г. Сільський туризм – альтернативний вид туризму / Г. Мунін, Г. Зінов'єв // Сільський туризм зелений, 111, 2003. – С. 44-45.
33. Оливье А. Международный маркетинг / А. Оливье, А. Дайан, Р. Есрсе // Академия рынка: маркетинг / пер. с фр. А. Дайан и др. - Москва: Экономика. 1993. 560с
34. Основи рекреалогії (економіко-екологічний та маркетинговий аспект) [Текст] : навч. посіб. / І. О. Гродзинська, С. Г. Нездоймінов, О. В. Гусєва, А. В. Замкова ; Одес. нац. екон. ун-т. – Київ : Центр учбової літератури, 2014. – 264 с.
35. Проект Закону України «Про сільський зелений туризм». Електронний ресурс. Режим доступу: [http:// goodpro.zp.ua](http://goodpro.zp.ua)
36. Реутенко Карина, Шуканова Анжела Використання інтернет-технологій в туристичному бізнесі України // Матеріали Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Тенденції та перспективи розвитку науки і

освіти в умовах глобалізації»: Зб. наук. праць. – Переяслав, 2020. – Вип. 55. – С. 40–42.

37. Розвиток сталого сільського туризму. Тематичний довідник. - Ужгород: Євроакадемія, 2007. - 88 с. [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://www.prismanet.gr/urll/cms/content/downloads/Guide\\_Final\\_UkrainianVis.pdf](http://www.prismanet.gr/urll/cms/content/downloads/Guide_Final_UkrainianVis.pdf)

38. Рутинський М., Зінько Ю. Сільський туризм. Навч. посібник. – Знання, 2008. – 271 с. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://studfiles.net/preview/5265679/>

39. Сарахман Л. Розвиток сільського туризму в Білорусії, Молдові, Румунії, Естонії, Литві, Латвії та Польщі / Л. Сарахман // Туризм сільський зелений. – 2013. – № 2 (липень-грудень). – С. 28–30.

40. Світовий досвід організації сільського туризму: методичний посібник // Громадська організація «Одеська обласна сільськогосподарська дорадча служба», «Центр розвитку та правової підтримки села». – Одеса. – 2009. – 56 с.

41. Семенов, В. Ф. Основні схеми і напрями регулювання сфери рекреації і туризму в країнах ЄС [Текст] /

42. Семенов Василь Федорович, Набієва Айша Ельварівна // Економічний аналіз: зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет; редкол.: О. В. Ярощук (голов. ред.) та ін. – Тернопіль: Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету «Економічна думка», 2017. – Том 27. – № 4. – С. 83-90.

43. Сільський зелений туризм для підвищення кваліфікації працівників сфери сільського зеленого туризму / Навч. посіб. / Т.П. Кальна-Дубінюк, О.А. Локутова, І. П. Кудінова, Л.Х. Рибак, В.В. Самсонова, Л.М. Сокол, М.В. Бесчастна, О.Ю. Панасюк, Васильєв В.П., Зінько Ю.В., Рутинський М.Й., Триліс В., Горішевський П.А., Волошинський О. – Ніжин: Видавець: ПП Лисенко М.М., 2016. – 621 с.

44. Сільський туризм: основи підприємництва та гостинності : навчальний посібник / Назар Кудла; М-во освіти і науки України, Львівський ін-т економіки і туризму. - К. : Центр учбової літератури, 2015. – 151 с. [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://culonline.com.ua/Books/Silskiy%20turizn\\_Kudla.pdf](http://culonline.com.ua/Books/Silskiy%20turizn_Kudla.pdf)
45. Славкова О. П. Розвиток сільських територій : теорія, методологія, практика : [монографія]. – Суми : Сумський аграрний університет, 2010. – 330 с.
46. Смолій В.А., Федорченко В.К., Цибух В.І. Енциклопедичний словник-довідник з туризму / Передмова В.М. Литвина. - К.:Видавничий Дім «Слово», 2006. – 372 с. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://leksika.com.ua/turizm/>
47. Столярчук П., Домінюк В. Аналіз європейського досвіду організації сільського зеленого туризму та його категоризації // Вимірювальна техніка та метрологія, №71, 2010 р. – С. 175-184.
48. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія / Т.І. Ткаченко. – 2-ге вид., випр. та доповн. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. – 463 с.
49. Товт М. Правове регулювання та стандарти сільського туризму. Досвід окремих країн, проблеми законодавства України // Відпочинок в українському селі. Порадник організатору відпочинку та власнику садиби. – 2003. – Вип. 5. Туризм сільський зелений. – № 1. – С. 9–15.
50. Томпсон А.А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии / пер.с англ. Л.Г. Зайцева, М.И. Соколовой. М.:ЮНИТИ, 2015. 576с.
51. Філюк С.М. Сутність поняття, умови та перспективи агротуристичної діяльності. Young Scientist. 2017. № 5.1(45.1). С. 141–145.

52. Чеглей В. М. Світовий досвід розвитку сільського зеленого туризму / В. М. Чеглей // Наук. вісн. Ужгород. нац. ун-ту. Серія «Економіка» / за заг. ред. В. П. Мікловди. – Ужгород : Вид-во «Говерла», 2011. – Спецвип. 33. Ч. 3. – С. 203–207.
53. Чернявая А. Л. Анализ современного состояния сельского зеленого туризма в АР Крым // Економічний вісник Донбасу. 2012. № 1 (27). С. 63-66.
54. Чудновский А.Д., Жукова М.А. Информационные технологии управления в туризме: Учеб. пособие. Москва: Кронус, 2006. 236 с.
55. Чуланова З. Факторы конкурентоспособности экономики Японии // Экономические стратегии – Центральная Азия . 2007. №3. с.138-143.
56. Шимечко Г.І. Агротуризм як напрям підприємництва: теорія і практика: монографія / Т.І. Шимечко, Г.В. Черевко. – Львів: Ліга-Прес, 2009. – 206 с.
57. Шпеник Т.К. Організаційно-економічний механізм функціонування сільської (зеленої) садиби / Т.К. Шпеник // Інноваційна економіка. – 2013. – № 5 (43). – С. 146-152.
58. Шпеник Т.К. Порівняльний аналіз організаційно-економічного механізму функціонування сільського зеленого туризму [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/shpenyk3.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/shpenyk3.htm)
59. Шпеник Т.К. Фактори формування комплексу послуг підприємств сільського (зеленого) туризму / Т.К. Шпеник // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія «Економіка». – 2012. – № 3 (37). – С. 67-71.
60. Шуканова А.А., Вішнікіна Л.П., Федій О.А. Сільський туризм та його геопросторова організація на Полтавщині. Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм». – 2020. – №12. – С. 261 – 271.

61. Шульгіна Л.М. Маркетингова діяльність підприємства на ринку послуг зеленого туризму: монографія / Л. М. Шульгіна, А. І. Зінченко, Н. А. Крахмальова. – К.: КНУДТ, 2014. – 232 с.
62. Andrush A. The reverse synergy: Another way of thinking // International Journal of Economic Practices and theories. 2012. №2. p.2-4.
63. Carter R. W. Improving environmental performance in the tourism accommodation sector / R.W. Carter, D. Whiley, C. Knight // Journal of Ecotourism. – 2004. – № 3 (1). – P. 46 – 68
64. Davis B. Promoting Farm/Non-Farm Linkages for Rural Development – Case Studies from Africa and Latin America [Електронний ресурс] / B. Davis, T. Reardon, K. Stamoulis, P. Winters. – Режим доступу : <http://www.fao.org/docrep/005/y4383e/y4383e00.htm#Contents/>
65. EuroGites. Європейська федерація сільського зеленого туризму. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.eurogites.org>
66. European tourism (2018). Trends&Prospects. Available on the Internet: <https://etccorporate.org/reports/european-tourism-2018-trends-prospects-q1-2018/>
67. Eurostat, Tourism industries–economic analysis. Available on the Internet:[http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-plained/index.php/Tourism\\_industries\\_-\\_economic\\_analysis](http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-plained/index.php/Tourism_industries_-_economic_analysis)
68. Eurostat, Tourism Satellite Accounts in Europe. Available on the Internet: <http://ec.europa.eu/eurostat/web/products-statistical-reports/-/KS-FT-17-002>
69. Full UK 2020 Brochure [Електронний ресурс] – Режим доступу: [https://www.farmstay.co.uk/pdf/Brochure-2020/fsuk\\_2020brochure\\_web.pdf](https://www.farmstay.co.uk/pdf/Brochure-2020/fsuk_2020brochure_web.pdf)
70. Jones A. Green Tourism / A. Jones // Tourism Management. – 1987. – № 8. – P. 354 – 356.
71. Lane B. What is Rural Tourism? / B. Lane // In Rural tourism and Sustainable Development Channel View Publications. Avon, 1994. – P. 7 – 21.

72. Lauku ceļotājs (Ассоциация «Сельский путешественник») [Электронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.celotajs.lv/ru/c/about/company?lang=ru>

73. Romanenko Y. O. Rural development by stimulating agro-tourism activities / Y. O. Romanenko, V. O. Boiko, S. M. Shevchuk, V. V. Barabanova, N. V. Karpinska // International Journal of Management. – Volume 11, Issue 4, April 2020, pp. 605–613.

74. Sharpley R. (2006). Ecotourism: a consumption perspective / R. Sharpley // Journal of Ecotourism. – 2006. – № 5. – P. 7 – 22.

75. Tatyana Petruk, Heorhii Skliar, Anzhela Shukanova, Victor Yemtsev and Vasyl Shykerynets. Establishment of Entrepreneurial Activities in the Field of Green Tourism in European Countries. *Academy of Entrepreneurship Journal* (Print ISSN: 1087-9595; Online ISSN: 1528-2686) – 2020 –Volume 26, Issue 4.

76. The International Ecotourism Society «Fact Sheet: Global Ecotourism» [Электронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ecotourism.org/Toursite.com.ua> [Электронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ittour.com.ua/>

## ДОДАТКИ

## Додаток А

Порівняльний аналіз механізму функціонування сільського зеленого туризму, можливості використання позитивного зарубіжного досвіду [58]

Європейська схема	Українська практика
<i>1. Державний контроль, категоризація</i>	
<p>В органах держаної влади функціонує спеціальний відділ з контролю, нагляду та сертифікації. Категоризація гостьових будинків здійснюється державними спеціалістами, що мають ліцензію на здійснення такої діяльності та регулярно проходять перевірку на професійність та об'єктивність.</p>	<p>Категоризація здійснюється на добровільних засадах за заявкою учасника до Спілки сприяння розвитку сільського зеленого туризму. Спеціалісти з категоризації проходять спеціальні курси за сприяння Спілки сприяння розвитку сільського зеленого туризму. Практично відсутній контроль за об'єктивністю, неупередженістю та беззастережністю.</p>
<i>2. Види розміщень у сільській місцевості</i>	
<p>Bed&amp;Breakfast (B&amp;B) - заклади сільського зеленого туризму проживання, харчування. Self-catering - гостьові будинки з системою самообслуговування (приготування їжі, прибирання), автономні від господарів. Агроферма - агроферми та садиби специфікою діяльності</p>	<p>Переважає більшість українських закладів сільського зеленого туризму позиціонують себе як: зелена садиба, приватна садиба, гостьова садиба, міні-готель. Гостьові будинки європейського типу Self-catering (система самообслуговування) поширені в</p>

<p>яких є сільськогосподарська діяльність, виноградарство та виноробство. Гостям пропонують екологічно чисті продукти натурального виробництва, майстер-класи, дегустації продуктів виноробства, бджільництва, спеціальні екскурсійні програми.</p>	<p>готельно-ресторанних комплексах та деякі власники здають окреме житло туристам, проживаючи в іншому місці. Українські агроферми не користуються значною популярністю у туристів, певною мірою, тому що участь в сільськогосподарських роботах, спостереження за свійськими тваринами не є популярним варіантом проведення дозвілля.</p>
<p><i>3. Кодування, система символів-ключів</i></p>	
<p>Єдина, чітка, прозора система кодування послуг за допомогою символів-ключів: категорія закладу "Bed&amp;Breakfast" (B&amp;B) або self-catering, найвища ціна на послуги у високий сезон, у "низький" сезон, кількість ліжкомісць, тематика відпочинку закладу, специфіка надання послуг, тощо.</p>	<p>Практично відсутнє кодування послуг закладів сільського зеленого туризму. Кодування послуг здійснюється на добровільних засадах, одиничними загально-інформаційними туристичними порталами.</p>
<p><i>4. Система бронювання, резервування послуг</i></p>	
<p>Функціонує єдина електронна система бронювання на загально-відомих інформаційних web-порталах. На офіційній web-сторінці сільського туризму певної країни,</p>	<p>Система бронювання не поширена, не функціонує на належному рівні. Web-сайти бронювання послуг закладів сільського зеленого туризму відомі</p>

<p>користувач може самостійно виставити вимоги для пошуку: регіон (місцевість), вид розміщення Bed&amp;Breakfast або self-catering (самообслуговування), кількість ліжкомісць, рівень категоризації (якості), час, тривалість відпочинку, прийнятний рівень цін.</p>	<p>обмеженому вузькому колу користувачів.</p>
<p><i>5. Тематика відпочинку на базі закладу сільського зеленого туризму</i></p>	
<p>Кінний спорт - агроферми, що займаються розведенням коней. На їх базі можна туристи можуть спостерігати, доглядати за тваринами різної вікової групи, проводиться практика анімотерапії. Риболовля - агроферми, гостьові садиби, що займаються розведенням, вирощуванням риби на професійному рівні, в якості тур продукту виступає процес риболовлі та гастрономічні страви. Мотобайкінг - гостьові садиби на базі яких можна здійснювати спеціально розроблені туристичні тури на квадроциклах, мотоциклах, велосипедах, джипах. Семінари-конференції - гостьові будинки з спеціально облаштованими</p>	<p>Більшість власників українських сільських зелених садиб позиціонують свої послуги з точки зору комфортності та переліку туристичних послуг, що можна отримати на їх базі. Пакет тур послуг сільських зелених садиб здебільшого включає транспортну доставку, послуги лазні, проведення екскурсій, харчування натуральними продуктами, дегустацію страв місцевої кухні. Популярними є риболовля, лижний, велосипедний спорт, мотобайкінг, джипінг. Сільські зелені садиби спеціалізуються на наданні таких послуг або співпрацюють з спеціалізованими закладами, клубами, туристичними</p>

<p>приміщеннями, технічними засобами зв'язку для проведення круглих столів, семінарів, конференцій, персональний підхід до гостей, мети їх зібрання.</p>	<p>організаціями. Останнім часом з'являються садиби тематичного напрямку, наприклад мілітарі, на базі пасіки, з соляними кімнатами, тощо.</p>
<p><i>6. Креативний підхід в створенні туристичного продукту</i></p>	
<p>Більшість європейських гостьових садиб, агроферм використовують мальовничі пейзажі, старовинний колорит, природні, натуральні матеріали як невід'ємну частину відпочинку, туристичного продукту.</p>	<p>Основним акцентом українського сільського туристичного продукту є природа, свіже повітря, натуральне харчування.</p>
<p><i>7. Позичіонування послуг</i></p>	
<p>В європейських країнах популярна практика друку періодичних видань (журналів) з тематикою проведення дозвілля в сільській місцевості. Основна увага приділяється не рекламі окремих закладів, а актуалізації, популяризації, можливостям та різноманіттю варіантів відпочинку на базі гостинних садиб, агроферм, їх корисності, цікавості, культурно-пізнавальному насиченню.</p>	<p>Українські заклади сільського зеленого туризму позиціонують свої послуги на власних web-сайтах, загально-інформаційних туристичних порталах, за допомогою Спілки сприяння розвитку сільського зеленого туризму. Наразі друк в журналі "Туризм сільський зелений" окремого розділу, каталогу переліку функціонуючих українських зелених садиб на стадії планування та розробки. Практично відсутні, не</p>

Наприклад, перелік садиб, агроферм в Швеції, їх назви контактні телефони, перелік основних послуг, рівень цін подається на останніх сторінках журналу за допомогою символічних кодів. Каталог з пропозиціями відпочинку, переліком діючих садиб (агроферм) в залежності від місцевості регіону або за тематикою дозвілля (розведення коней, риболовля, виноробство, семінари-конференції) можна замовити поштою, після чого обраний варіант каталогу надсилається на електронну скриньку безкоштовно.

працюють належним чином або не відому загалу web-ресурси, де можна було б ознайомитися, зарезервувати відпочинок у сільській місцевості.

## Додаток Б.

## Класифікація баз відпочинку, які належать до типу «Bed &amp; 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

77.