

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

**Факультет готельно-ресторанного та туристичного бізнесу**

**Кафедра туристичного та готельного бізнесу**

«До захисту в ЕК»

В.о. декана факультету

\_\_\_\_\_ (підпис)

Цирульнікова В. В.

(прізвище та ініціали)

« \_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2021 р.

«До захисту допущено»

В. о. завідувача кафедри

\_\_\_\_\_ (підпис)

Мельник І. Л.

(прізвище та ініціали)

« \_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2021 р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА  
НА ЗДОБУТТЯ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ БАКАЛАВРА**

зі спеціальності 242 «Туризм»

(код та назва спеціальності)

освітньо-професійної програми «Туризм»

на тему: «Шляхи розвитку сільського (зеленого) туризму в Україні»

Виконав: здобувач 5 курсу, групи ЗТУ-5-2

Семенова Віталіна Віталіївна

(прізвище, ім'я, по батькові повністю)

\_\_\_\_\_ (підпис)

Керівник Руднєва Марина Григорівна

(прізвище, ім'я та по батькові повністю)

\_\_\_\_\_ (підпис)

Рецензент \_\_\_\_\_

(прізвище та ініціали)

\_\_\_\_\_ (підпис)

Засвідчую, що в цій кваліфікаційній роботі немає запозичень із праць інших авторів без відповідних посилань.

Здобувач \_\_\_\_\_

(підпис)

Київ – 2021 р.

# НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Факультет готельного-ресторанного та туристичного бізнесу

Кафедра туристичного та готельного бізнесу

Освітній ступінь бакалавр

Спеціальність 242 «Туризм»

Освітньо-професійна програма Туризм  
(код і назва) (назва)

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

**В. о. завідувача  
кафедри** \_\_\_\_\_

**Мельник І. Л.**

\_\_\_\_\_ “ ” \_\_\_\_\_ 2021  
року

## З А В Д А Н Н Я

### НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧА

Семенової Віталіни Віталіївної

(прізвище, ім'я, по батькові)

- Тема роботи «Шляхи розвитку сільського (зеленого) туризму в Україні»  
керівник роботи Руднєва Марина Григорівна доц. канд. географічних наук  
( прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)  
затверджені наказом закладу вищої освіти від “27” листопада 2020 року №969-КС
- Строк подання здобувачем роботи 08 лютого 2021 р.
- Вихідні дані до роботи наукова, фахова література, статистична звітність підприємства
- Зміст пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)  
Наукові основи дослідження сільського (зеленого) туризму.  
Сучасний стан розвитку сільського зеленого туризму в Україні.  
Впровадження сучасних інформаційних технологій.  
Шляхи покращення розвитку сільського зеленого туризму в Україні.
- Перелік графічного матеріалу  
рисунків - 1 таблиць - 27 додатків- 4.

## 6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада Консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
I	Руднева М. Г. доц. канд. географ. Наук		
II	Руднева М. Г. доц. канд. географ. Наук		
III	Руднева М. Г. доц. канд. географ. Наук		
IV	Руднева М. Г. доц. канд. географ. Наук		

7. Дата видачі завдання 01 жовтня 2020 р.

## КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів виконання кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Вибір і затвердження теми роботи	01.09.2020- 30.09.2020	виконано
2	Оформлення і затвердження завдання на роботу	01.10.2020- 07.10.2020	виконано
3	Вступ РОЗДІЛ 1 (теоретичний)	08.10.2020- 21.10.2020	виконано
4	РОЗДІЛ 2 (аналітичний)	22.10.2020- 30.10.2020	виконано
5	РОЗДІЛ 3(рекомендаційний)	02.11.2020- 20.11.2020	виконано
6	РОЗДІЛ 4 (інформаційні технології)	23.11.2020- 04.12.2020	виконано
7	Висновки та пропозиції. Список використаних джерел. Додатки	07.12.2020- 14.12.2020	виконано
8	Оформлення роботи за структурою, представлення кваліфікаційної роботи на кафедрі та попередній захист у комісії	15.12.2020- 20.01.2021	виконано
9	Доопрацювання, оформлення, друкування, підготовка матеріалів до захисту	21.01.2021- 03.02.2021	виконано
10	Представлення готової зшитої кваліфікаційної роботи на кафедрі	08. 02.2021- 09.02.2021	виконано
11	Захист кваліфікаційної роботи в ЕК	15, 16, 17, 18.02.2021	

Здобувач

\_\_\_\_\_ (підпис)

Семенова В.В.

\_\_\_\_\_ (прізвище та ініціали)

Керівник роботи

( підпис )

\_\_\_\_\_ (прізвище та ініціали)

Руднева М.Г.

**РЕЗЮМЕ**  
**на кваліфікаційну роботу**  
**Семенової Віталіни Віталіївни**

«Шляхи розвитку сільського (зеленого) туризму в Україні»

Дипломна робота складається з – 119 сторінок. Кількість розділів – 4, рисунків – 1, таблиць – 27, додатків – 4.

**Об’єктом дослідження** є сільський туризм в Україні.

**Предметом кваліфікаційної роботи** є шляхи розвитку сільського (зеленого) туризму в Україні.

**Метою кваліфікаційної роботи** є визначення шляхів розвитку сільського (зеленого) туризму в Україні.

У I розділі визначено сутність та класифікацію сільського (зеленого) туризму, а також вимоги до організації сільського туризму. Охарактеризовано світовий досвід організації та визначені причини появи сільського туризму в світі.

У II розділі здійснений аналіз сучасного стану та особливостей розвитку сільського (зеленого) туризму в Україні, дана загальна характеристика садиби «Лісова хата», проаналізоване внутрішнє та зовнішнє середовища та конкурентні позиції і надана оцінка умов та ресурсів для сільського туризму на прикладі садиби.

У III розділі досліджено інформаційні технології в українському сільському (зеленому) туризмі, розроблено ряд майстер-класів та впроваджено перелік різноманітних послуг, а також здійснено їх оцінювання ефективності.

У IV розділі розглянуто перспективи розвитку сільського (зеленого) туризму в Україні, дані пропозиції щодо нових видів зеленого туризму.

**Ключові слова:** туризм, сільський туризм, зелений туризм, агротуризм, інформаційні технології.

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. НАУКОВІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ СІЛЬСЬКОГО (ЗЕЛЕНОГО) ТУРИЗМУ.....	5
1.1. Сутність та класифікація сільського (зеленого) туризму.....	5
1.2. Сучасні вимоги до організації сільського (зеленого) туризму .....	13
1.3. Світовий досвід організації сільського (зеленого) туризму.....	18
Висновки за розділом 1 .....	29
РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	30
2.1. Аналіз сучасного стану та особливостей розвитку сільського (зеленого) туризму в Україні .....	27
2.2. Оцінка умов та ресурсів для сільського (зеленого) туризму на прикладі садиби «Лісова хата».....	34
2.3. Забезпеченість сільських районів туристичними об'єктами та їх сучасний стан.....	48
Висновки за розділом 2 .....	66
РОЗДІЛ 3. ВПРОВАДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ.....	68
3.1. Інформаційні технології в українському сільському (зеленому) туризмі ...	68
3.2. Світовий досвід впровадження інформаційних технологій .....	70
3.3. Розробка пропозицій та оцінка їх ефективності .....	74
Висновки за розділом 3 .....	84
РОЗДІЛ 4.ШЛЯХИ ПОКРАЩЕННЯ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	83
4.1. Перспективи розвитку сільського (зеленого) туризму в Україні .....	83
4.2. Пропозиції щодо нових видів сільського (зеленого) відпочинку в Україні	93
4.3. Оцінка ефективності пропозицій.....	94
Висновки за розділом 4.....	101
ВИСНОВКИ .....	102
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....	106
ДОДАТКИ .....	112

## ВСТУП

**Актуальність теми дослідження.** Різноманітність туристських і рекреаційних потреб обумовлює розвиток великої кількості видів та напрямків розвитку туризму. Серед спеціалізованих видів виділяються як уже звичні спортивний, освітній, лікувально-оздоровчий, екстремальний, сільський туризм, так і більш екзотичні – науковий, гастрономічний, орнітологічний та ін. Україна має багатий ресурсний потенціал для розвитку практично всіх видів туризму. Одним з перспективних напрямків є сільський туризм (агротуризм, зелений туризм), який здійснює ефективний вплив на економічний і соціальний розвиток сільських територій, а також надає туристам можливість познайомитися із сільським побутом, взяти участь в традиційних заняттях жителів, провести час на природі і ін.

Сільський зелений туризм за відносно короткий проміжок часу органічно поєднався з різними галузями та сферами життя суспільства. У багатьох європейських країнах державна підтримка сприяє цій діяльності. Ось чому темпи приросту сільського зеленого туризму щороку збільшуються, а частка таких подорожей у загальній структурі туристичних послуг становить понад 20%. На прикладі європейських країн можна переконатись, що саме зелений туризм є одним із важливих напрямків вирішення проблем сільської громади, що виявляється у розвитку інфраструктури, забезпеченні бюджетних надходжень, зростанні доходів селян, рівні зайнятості, рівень екологічної обізнаності тощо.

**Мета дослідження** – визначення шляхів розвитку сільського (зеленого) туризму в Україні.

Відповідно до поставленої мети у даній роботі слід виконати наступні **завдання:**

- визначення сутності та класифікація сільського (зеленого) туризму;
- дослідження сучасних вимог до організації сільського (зеленого) туризму;
- аналіз світового досвіду організації сільського зеленого туризму;

- аналіз сучасного стану та особливостей розвитку сільського (зеленого) туризму в Україні;
- оцінка умов та ресурсів для сільського (зеленого) туризму;
- дослідження забезпеченості сільських районів туристичними об'єктами;
- аналіз сучасного стану і проблеми діючих сільських садиб;
- визначення особливостей інформаційних технологій в українському сільському (зеленому) туризмі;
- дослідження світового досвіду впровадження інформаційних технологій;
- розробка пропозицій та оцінка їх ефективності;
- визначення перспектив розвитку сільського (зеленого) туризму в Україні;
- вироблення пропозиції щодо нових видів сільського (зеленого) відпочинку в Україні;
- оцінка ефективності пропозицій;

**Об'єкт дослідження** – сільський туризм в Україні.

**Предмет дослідження** – шляхи розвитку сільського (зеленого) туризму в Україні.

**Методи дослідження.** При написанні дипломної роботи були використані наступні методи наукового пізнання: аналіз, синтез, індукція, дедукція, узагальнення.

**Практичне значення одержаних результатів** полягає в тому що робота є комплексним дослідженням шляхів розвитку сільського (зеленого) туризму в Україні. Дані роботи можуть бути використані як в практичній так і в науковій діяльності.

**Структура дипломної роботи** обумовлена метою та завданнями дослідження. Робота складається зі вступу, чотирьох розділів, висновків, список використаних джерел та додатків.

## РОЗДІЛ 1. НАУКОВІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ СІЛЬСЬКОГО (ЗЕЛЕНОГО) ТУРИЗМУ

### 1.1. Сутність та класифікація сільського (зеленого) туризму

Сільський туризм виступає масштабним і динамічним сегментом сучасного туристично-рекреаційного процесу. Зростання числа його учасників, починаючи з середини ХХ століття, на думку більшості дослідників – географів, економістів, культурологів, соціологів та ін., визначається цілим комплексом чинників, серед яких найважливішу роль відіграють процеси урбанізації, зміна культури споживання в постіндустріальному суспільстві, прогрес у транспортній інфраструктурі, посилення уваги до проблем збереження природного та культурного середовища.

У широкому сенсі слова сільський туризм трактується як комплекс заходів, пов'язаний з наданням послуг у сфері відпочинку і туризму в сільській місцевості. Ключовою фігурою, що надає послуги проживання, харчування, організуючою дозвілля і вирішальною організаційні питання туристів, є сільська родина; при цьому об'єктом розміщення туристів виступає сільська садиба, в т. ч. власне житло сім'ї або гостьовий будинок, побудований на присадибній ділянці.

Серед обов'язкових компонентів сільського туризму відзначаються також:

- власне сільська місцевість (особливості ландшафтно-кліматичних умов);
- сільське життя (місцевий уклад, традиції, способи ведення сільського господарства, народні промисли та ремесла, місцеві свята, етнокультурні особливості, народна музика, танці);
- місцева кухня (традиційні страви, напої);
- сільська спадщина (традиційна сільська планування і забудова, архітектура будівель, культові будівлі і ін.);

– активні компоненти сільських турпродуктів (піші походи, верхова їзда, велосипедні походи, водні види спорту, полювання, рибна ловля, збирання грибів та ягід і ін.).

Різноманітність видів діяльності туристів в сільській місцевості породило багатозначність понятійно-термінологічного апарату. Так, крім терміна «сільський туризм» (rural tourism), широке ходіння отримав термін «сільський зелений туризм» (rural green tourism), який акцентував увагу на природо орієнтовані види діяльності туристів, які відвідують сільську місцевість, і терміни «агротуризм» (agrotourism) і «фермерський туризм» (farm tourism), що підкреслюють пріоритет видів сільськогосподарських занять, до яких долучають туристів під час їх перебування в фермерському господарстві (догляд за тваринами, овочівництво, бджільництво, збір винограду, фруктів, ягід і грибів та ін.). В рамках окремих європейських програм туристи, які прибувають в країну, можуть поєднувати цілі туризму з частковою оплачуваною зайнятістю в сільськогосподарських роботах на органічних фермах [11, с.67].

Основною цільовою аудиторією сільського туризму виступають городяни, які прагнуть до тихого розміреного відпочинку в екологічно чистій і автентичної сільському середовищі, однак потенційними учасниками цього виду діяльності можуть бути і сільські мешканці, які проживають в районах з іншими природно-географічними умовами.

За даними Європейського центру екологічного та аграрного туризму, в 20 країнах Європи щорічно здійснюється близько 500 тис. Ночівель туристів в сільській місцевості. Абсолютним лідером в даному напрямку є Іспанія, яка пропонує до 4000 різних варіантів відпочинку та розваги в сільській місцевості та обслуговує потік сільських туристів до 6 млн туристів в рік. Реалізація різних підходів до обслуговування туристів в різних країнах є підставою для виділення декількох національних моделей організації сільського туризму.

Специфікою західноєвропейських моделей (британської, французької, німецької, італійської, іспанської) є систематична підтримка держави і високий

рівень спеціальної інфраструктури; східноєвропейських (польської, російської, української) – високі витрати на реконструкцію основних фондів; американської – націленість на внутрішній туризм; азіатської – використання національного колориту і розміщення туристів в спеціально побудованих «VIP-селах» або дорогих національних готелях, розташованих в сільській місцевості

В умовах кризи фермерських господарств, сільський туризм розвинувся в високоприбутковий сегмент туристичної індустрії, здатний вирішити проблему соціальної напруженості, забезпечивши додаткову зайнятість сільського населення і зростання підприємництва, стимулювати попит на місцеві товари і послуги і створити нові фокуси економічної та інноваційної активності в депресивних районах. Автори статті «Сільський туризм в Іспанії: аналіз недавньої еволюції», оцінюючи ефект від розвитку сільського туризму, відзначають його сумарний характер, що складається з трьох джерел – ефекту для приймаючих спільнот, ефекту для навколишнього середовища і ефекту для туристів від проведення дозвілля і туризму в сільській місцевості [11, с. 67].

Проблема ефективного розвитку сільського туризму входить в число пріоритетних напрямків теорії і практики туризму в Україні.

Аналіз наукової та періодичної літератури дозволив виділити приклади трактування поняття сільського туризму:

– Сільський туризм – подорож і відпочинок городян на сільських територіях в гостьових будинках, створених сільській сім'єю, яка має власну сільську територію і розташовану на ній садибу, що представляє в загальному фермерське господарство. Саме сільська сім'я в даному випадку забезпечує проживання, харчування та знайомство з місцевими сільськими пам'ятками.

– Сільський туризм – подорож за межами міського життя в межах місцевості з малою чисельністю населення.

– Сільський туризм – галузь туристичного бізнесу, головною особливістю якого є рекреаційні види діяльності на природі, наприклад, фотографування і спостереження за природою, риболовля і полювання, спортивна і пригодницька діяльність.

– Сільський туризм – це комплекс різних послуг, що включають в себе проживання, організацію туристичних походів, що передбачає безпосередню участь туриста в життя сільського населення.

– Сільський туризм – це цілеспрямоване подорож туристів на сільській території, що включає в себе ряд таких послуг як: відпочинок, проживання, організація екскурсійного обслуговування і спортивних заходів, а також цілий ряд активних видів туризму.

Таким чином, сільський туризм – це спеціалізований вид туризму, що включає в себе елементи організованого і неорганізованого відпочинку мандрівників на сільській території з метою їх залучення до місцевої природи, способу життя населення та ознайомлення з місцевими етнокультурними комплексами і їх цінностями.

На основі представлених понять можна сказати про те, що привабливими рисами сільського туризму є його затишна атмосфера, чиста природа і повітря, натуральні продукти, а також тиха і умиротворена життя. Особливо зручний такий вид відпочинку для тих туристів, які з різних причин не можуть дозволити собі інші види туризму. Також даний вид туризму користується попитом у такого сегмента споживачів як батьки з дітьми, бабусі, дідусі та онуки: дорослі прагнуть показати дітям сільський побут, дати можливість поспілкуватися з тваринами, побачити, як ростуть овочі та фрукти, тощо. Як правило, даний вид туризму дозволяє міським жителям долучатися до традицій і життєвого укладу сільських жителів. Сільський туризм дозволяє міському жителю відпочити від динамічного ритму життя, змінити обстановку на більш спокійну, поспілкуватися з природою [4, с. 55].

Актуальність цього виду туризму обумовлюється його впливом, як на економічне, так і на соціально-демографічний розвиток сільських територій. Розвиток сільського туризму є додатковим драйвером для економіки сільського господарства, перш за все, за рахунок диверсифікації агровиробництва, збільшення частки екопром-продукції, підвищення рівня доходів фермерів, в цілому добробуту сільського населення.

Як було зазначено вище, такий вид туризму як сільський включає в себе сукупність різних видів туризму, які здійснюються в сільських територіях та включають діяльність осіб, безпосередньо які подорожують тут і перебувають не тільки з метою відпочинку, але і з іншими цілями. У групі сільського туризму виділяють такі види туризму як аграрний, екологічний та туризм з цілями полювання.

Як будь-який вид туризму, сільський туризм базується на ресурсній базі, основу якої складають природні ресурси, так чи інакше використовуються в сільському господарстві (сільськогосподарські угіддя, присадибні ділянки, фермерські будівлі та ін.)

Крім розглянутих класифікаційних ознак, деякі автори виділяють таку ознаку як «Належність і види транспорту»: власні або орендовані транспортні засоби різних видів.

На розвиток сільського туризму впливають деякі фактори, такі як природно-кліматичні, соціально-економічні, економіко-географічні, соціальні, організаційні, екологічні тощо. Основною метою розвитку сільського туризму на території є формування конкурентоспроможності та високого доходу від даної сфери при повному використанні наявних ресурсів сільських регіонів, їх збереження, відтворення та збереження.

Облік чинників, позитивно і негативно впливають на розвиток сільського туризму і включення в господарську діяльність максимум ресурсів – це основа формування турпродукту сільського туризму.

Ведення сільського бізнесу заняття складне, що припускає в першу чергу наявність підприємницьких якостей і відповідальності з боку організатора даних послуг, а також завзятість, наполегливість і бажання бути залученим до процесу загалом. Туристичний продукт – ряд послуг, які надають підприємства туристично-екскурсійного комплексу, виходячи з мети поїздки та створення тихої і затишної атмосфери, тобто покупець не турист, а гість. Це дозволяє формувати постійну клієнтуру, яка вибирає відпочинок в сільській місцевості щорічно [11, с. 67].

Відносна безпека вкладених інвестицій в сільському туризмі, так як тут інвестиції для господаря будуть здійснюватися у власну справу. Однак якщо мова йде про позикових коштах, необхідно здійснювати оцінку ризиків, для того, щоб забезпечити завантаження і ефективне використання інфраструктури;

Основним напрямком забезпечення ефективного функціонування сільського гостьового господарства є співвідношення «ціна-якість», яке або дозволяє утримувати конкурентоспроможні ціни відносно низькі ціни, або обґрунтовувати підвищення ціни за рахунок поліпшення якості. Ціновий фактор є одним з найважливіших при формуванні споживчого попиту. Якщо ціна за послуги гостьового будинку буде конкурентоспроможною, а умови проживання та харчування будуть на гідному рівні для даної ціни, то немає підстав вважати, що пропоновані послуги не будуть користуватися попитом.

В рамках законодавства організацією гостьових будинків можуть займатися громадяни, які мають у своїй власності житлові приміщення, призначені розміщення і харчування туристів. Причому надання житлових приміщень гостям ніяким чином не перешкоджатимуть основним родом діяльності громадян. Для гостя цілком достатньо зайняти чисте приміщення і харчування, що може організовуватися протягом дня, у вільний час, або у вечірній членами сім'ї, які надають проживання туристу. Для заняття таким видом бізнесу можна зареєструватися як індивідуальним підприємцем, так і створити юридичну особу [15, с. 43].

## **1.2. Сучасні вимоги до організації сільського (зеленого) туризму**

В якості моделей розвитку сільського можуть виступати створення спеціальних великих і середніх сільських туристичних об'єктів, організація і створення сільських туристичних мереж, створення державних і приватних сільськогосподарських об'єктів. Крім того, незалежно від того, яка модель обрана для розвитку, необхідно пам'ятати про необхідність відтворення і

створення історико-культурної спадщини, а також інших елементів туристичної індустрії, які можуть бути цікаві для туристів, а також бути включені до туристичного продукту сільського туризму.

Одним з головних критеріїв якісної організації управління сільським гостьовим господарством, звичайно ж, є обслуговуючий персонал. На відміну від звичайних міських готелів, персонал сільських гостьових будинків може варіюватися від 2 до 4-5 чоловік, все буде залежати від площі, кількості номерів і динаміки прибуття самих туристів. Але, як і в будь-яких готелях, до персоналу сільського господарства пред'являється ряд певних вимог.

Якщо в міських готелях є певна організаційна структура, і кожен її працівник виконує конкретні функції, наприклад, служба прийому і розміщення, служба охорони, служба харчування, то в разі сільських гостьових будинків один працівник може виконувати відразу кілька функцій. Наприклад, сама господиня може приймати, розміщувати та навіть організовувати харчування для прибулих туристів, а господар займатися організацією робіт з туроператорами, вести бухгалтерський облік, виконувати господарські функції і організовувати систему безпеки.

Також в звичайних готелях персоналу приділяється чимала увага, особливе його підготовці, кваліфікації, проводяться різні навчальні курси, майстер-класи, а потім атестація і перевірка засвоєного матеріалу. Але в для сільських господарств такі заходи не проводяться, тому що самі господарства роз'єднані і не мають достатньо коштів для того щоб навчити свій персонал або запросити спеціального майстра для навчання.

Крім професійної кваліфікації, до персоналу сільського туристичного господарства пред'являються вимоги до їх фізичного стану. Також весь персонал повинен знати певні базові навички з надання першої медичної допомоги, правила пожежогасіння та евакуації.

У разі роботи з іноземними туристами бажано, щоб персонал мав якісь основи знань іноземних мов. Якщо хтось із персоналу володіє іноземною

мовою, то це буде забезпечувати найбільш тісне спілкування з господарями будинку.

Як правило, в будь-якому готелі і навіть в сільських господарствах, прийом туриста починається з моменту реєстрації як гостя, а також при роботі господарів будинку необхідно враховувати роботу обліку новоприбулих туристів. Для цього господарям гостьового будинку можна розробити спеціальний бланк реєстрації гостя, який буде включати в себе дату, час прибуття, прізвище, ім'я, по батькові, реквізити паспорта, закріплені підписом туриста. Копія такого бланка буде також надана гостю.

Після заповнення бланка, працівники гостьового будинку повинні проінформувати новоприбулих про правила проживання, а також про вимоги щодо пожежної безпеки. Також гостю повинна надаватися інформація про культурні заходи, транспортній схемі і місцевих умовах.

Організація розміщення туристів – це головна послуга, яку надають всі підприємства розміщення. Головними критеріями проживання є комфорт і зручність, а саме, кімнати, в яких будуть проживати гості. Вартість пакета послуг в індустрії сільських гостьових будинків може залежати від наступних факторів.

- місце розташування готелю: ті гостьові будинки, які розташовані поблизу від автомагістралей, тобто знаходяться в зоні транспортної доступності користуються найбільшим попитом серед туристів. Особливо популярно розташування в зоні з красивими пейзажами і видами;

- якість послуг, що надаються: особливу увагу туристи приділяють платним додаткових послуг сільських гостьових будинків. Чим якісніше підприємство відповідає всім планувальних, архітектурних, санітарно-гігієнічних характеристик, тим буде вище ціна на послуги, що надаються.

- кваліфікація персоналу: особливу увагу персонал повинен приділяти якісному наданню послуг гостю, особливо додаткових. Природно, вартість послуг, які надає досвідчений і навчений персонал будуть дещо вищі. Чим краще і уважніше персонал буде розуміти потреби і потреби гостя, тим більше

буде задоволень від проживання, харчування та в загальному, від усієї подорожі.

– сезонність прибуттів: головним чинником в розвитку підприємств сільського туристичного бізнесу є сезонність. Найбільший потік туристів припадає в основному на весну і літо. Але сільський туризм має свою відмінну рису в даному факторі. Перш за все, цей вид туризму може надавати цілорічний відпочинок, наприклад, у вихідні дні, канікули, літні і зимові відпустки. Але ціни в несезонні періоди повинні бути трохи нижче, ніж в період активного сезону [21, с. 114-115].

І останнім важливим критерієм цього етапу є маркетинг послуг сільських гостьових будинків і управління їх якістю.

Маркетинг для сільських туристичних господарств, означає постійне просування його послуг. Дуже важливо зробити цей процес був ефективним, щоб потенційний клієнт вибрав те чи інше підприємство розміщення, витративши мінімум енергії і часу.

Також важливим фактором обслуговування клієнта є атмосфера закладу. Гість сприймає атмосферу за допомогою своїх почуттів, наприклад, сенсорні відчуття: дотик, нюх, слух, зір. У тому числі візуальні і слухові аспекти: яскравість, колір, гучність; нюхові і відчутні аспекти: м'якість, твердість, запах.

Таким чином, з вище проаналізованого можна зробити висновок про те, що такий бізнес як сільський туризм і організація в ньому гостинності має ряд конкурентних переваг, по-перше, це його відповідність світовій тенденції індивідуалізації туристичних послуг, по-друге, задоволення індивідуальних потреб і гнучкий підхід до реалізації сільського туристичного продукту, коли можна міняти заходи, програми дозвілля та розваг в залежності від уподобань туристів, а також від стану кліматичних факторів.

Як відомо, розвиток будь-якого виду туризму позитивно впливає на соціально-економічний розвиток сільської території, тому розвиток індустрії туризму стає одним із пріоритетних економічних завдань нашої держави, особливо в рамках регіональної економіки.

Україна має переваги для розвитку сільського туризму:

- високий природний і сільськогосподарський потенціал регіонів;
  - наявність культурних та історичних пам'яток світового призначення;
- наявність великої кількості організацій, які можуть сприяти розвитку сільського туризму.

Стан сільського туризму в Україні і тенденції його розвитку, дозволяють виділити ряд факторів, які заважають його подальшому становленню:

- недостатня підтримка сільського туризму як окремої галузі економіки;
- нерозвинена законодавчо-нормативна база;
- відсутність комплексної системи стимулювання сільської туристичної діяльності;
- погано розвинена туристична інфраструктура, в т.ч. і транспортна система;
- низький рівень життя сільського населення українських регіонів;
- недостатньо ефективний механізм управління сільській сферою туризму;
- несприятливі кліматичні умови;
- тероризм, кримінальна обстановка;
- недостатньо розвинена інфраструктура сільських територій;
- слабка система просування та інформування сільського продукту на внутрішньому та міжнародних ринках;
- відсутність пізнаваного бренду;
- низький рівень підготовки туристичних кадрів;
- низький рівень інвестицій в розвиток сільського туризму;
- відсутність програм підтримки для сільської місцевості [11, с. 67].

Сільський туризм потребує підтримки з боку держави, причому, не тільки у фінансовій, скільки в правовому й організаційному. Відсутність державної підтримки і регулювання може призвести до негативних наслідків, в тому числі екологічних і економічних.

Сільський зелений туризм у світовому масштабі є досить розвиненим та прибутковим сектором економіки. З подальшою урбанізацією попит на цей вид відпочинку у світі буде зростати, а це означає, що зростатиме потреба у сільських садибах та туристично привабливих територіях, які ці послуги зможуть пропонувати. У зв'язку з цим Україна має досить потужний ресурсний потенціал, який сьогодні мало використовується і, як результат, залишається недостатньо вивченим туристами.

SWOT – аналіз сільського туризму, його сильні та слабкі сторони відображено в табл. 1.1 (додаток А).

Можемо підсумувати, що на розвиток сільського туризму впливає нестабільність політичної та економічної ситуації в країні; сильні бюджетні обмеження; орієнтація інвесторів, головним чином, на експлуатацію мінерально-сировинних, земельних ресурсів регіону; відсутність дієвого механізму використання для туризму об'єктів культурної спадщини та пам'яток природи; відсутність дієвої державної політики щодо використання курортно-рекреаційних зон; зменшення туристичного потоку через відсутність чіткого позиціонування.

### **1.3. Світовий досвід організації сільського (зеленого) туризму**

Туризм в сільській місцевості стає одним з видів відпочинку, завойовує все більшу і більшу популярність у світі. Вважається, що цей сектор туристичної галузі, який об'єднує різні види туризму, орієнтовані на широке використання природних, історичних, соціокультурних об'єктів і інших ресурсів сільської місцевості, може стати основою для створення комплексного регіонального туристичного продукту.

Сільський туризм – не тільки туристичний продукт, який відповідає сучасним вимогам, він – також альтернативна, несільськогосподарська форма зайнятості в сільській місцевості, що дозволяє вирішити ряд економічних і соціальних проблем. Тому, хоча причини появи сільського туризму в світі в

основному однакові, в різних країнах його розвиток, тим не менш, дуже специфічне.

Прообраз сільського туризму з'явився в Америці під час Великої депресії – тоді, щоб вивести країну з кризи, президент США Ф.-Д. Рузвельт втілював проекти державного будівництва автомобільних доріг, електростанцій та інших об'єктів інфраструктури з активним залученням безробітних на ці роботи. В результаті цих заходів в цілому в 1933-1939 рр. під егідою Адміністрації громадських робіт (PWA) і адміністрації цивільних робіт Civil Works Administration (CWA) чисельність зайнятих досягла 4 мільйонів осіб.

В результаті виникла внутрішня міграція населення, збільшилася кількість поїздок, під час яких люди потребували короткочасному відпочинку і харчування. Для задоволення вказаних потреб були необхідні малі засоби розміщення, які могли розраховувати саме фермерські господарства. Тому сім'ї фермерів, що живуть уздовж жвавих магістральних автотрас, і були першими, хто став надавати послуги подібного характеру. Все це дозволяє зробити висновок про те, що американські фермери були першими організаторами сільського туризму (перший етап розвитку сільського туризму).

Другим етапом розвитку сільського туризму в Америці була реформа освіти 50-х рр. ХХ ст. Тоді вищу освіту отримало значні державні субсидії і стало більш доступним для сільських жителів, що сприяло переселенню молоді у великі міста, а пізніше стало ясно, що підвищення рівня освіти корелює зі збільшенням інтересу до відпочинку на природі, екотуризму, спеціальними пропозиціями по сільським подорожам.

Урбанізація міст в 1960-1970-і рр. стала третім етапом розвитку сільського туризму, коли поширилися т.зв. «U-pick farms» (Pick-Your-Own) - ферми, особливістю яких було те, що на них брали туристів, які могли проживати безпосередньо на фермі, харчуватися продуктами, виробленими господарями, кататися на конях, брати участь в дегустації вин, але головним їх перевагою було те, що туристи могли самі займатися сільськогосподарською

діяльністю на території ферми, звідси і назва «U-pick farms» (Pick-Your-Own) – «Ти сам працюєш на фермі» [31, с. 67].

В середині 1990-х рр. для збільшення інтересу до сільської місцевості і діяльності фермерів група фермерів з метою створення позитивного іміджу сільського господарства для туристів організувала освітній тур, назвавши його «мистецтво врожаю».

Потім був тур для школярів, метою якого було «відкриття» особливостей сільського господарства і сільського побуту для молодого покоління міських споживачів. Мотивувалося зростання інтересу до сільського туризму можливістю побути на природі, безпосередньо купити свіжі продукти сільського господарства у фермерів, цікаво провести відпустку. Таким чином, проведення цих заходів дозволило сільському туризму в США зайняти стійку позицію в туристській індустрії.

У Європі розвиток сільського туризму було пов'язано з індустріалізацією сільського господарства, яке в період після Другої світової війни зазнало істотних модернізаційні зміни. Зросла технологічність привела до зростання комерціалізації сільського господарства, зниження чисельності фермерів, зменшення цін на сільськогосподарські товари і загального скорочення фермерських доходів. Це спричинило за собою зміни в сільському господарстві як секторі економіки. Виходячи зі сформованих умов, фермери європейських країн (Франції, Великобританії, Італії та ін., додаток Б)

Стали шукати можливість альтернативного використання своїх активів шляхом диверсифікації діяльності з метою підтримання достатнього рівня доходів. В рамках Європейського Союзу, туризм являє собою окрему галузь. Правова основа представлена статтею 235 Договору ЄС. Навіть на основі такої обмеженої правової бази, підписану Угоду Маастрихта (Нідерланди, 7 лютого 1992 року) відкрило туризму і, отже, сільському туризму нові можливості.

Поєднання сільського та пізнавального туризму також характерно для Франції. Багато селянські господарства, розташовані в долині річки Луари,

охоче розміщують туристів, охочих поєднати відпочинок в сільській місцевості з докладним оглядом знаменитих замків.

В альпійській Франції, зрозуміло, однією з основних мотивацій сільського відпочинку є спортивний туризм (прогулянки по гірських стежках, альпінізм, гірськолижний туризм).

Сільський туризм в Великобританії. У Великобританії в період 1970-1980-х рр. XX ст. сільський туризм також став займати стійку частину туристичного ринку – англійців, які хотіли відпочивати за кордоном, все більше цікавив сільський туризм, в якому вони побачили можливість отримати комфортний відпочинок за прийнятну ціну.

Організація сільського туризму в Великобританії становить інтерес, перш за все, особливою системою розміщення туристів:

- в будинку фермера з харчуванням у вигляді сніданку (farm B & B). В даному випадку відкривається можливість безпосереднього контакту з сім'єю фермера;

- в окремій будівлі на умовах самообслуговування (self catering unit). Ця будова зазвичай являє собою перероблений маленький комору;

- в ізольованому будові, що вміщає в середньому 8-15 туристів (bunkhouse). Для цього може бути використаний великий амбар, розділений на спальну зону (в якій зосереджені всі койко-місця), кухню і ванні кімнати

Сільський туризм в Швейцарії. Швейцарський національний офіс по туризму, що розташовується в Цюріху, є організацією, яка є уповноваженою в управлінні і організації туризму в цій країні. Річні доходи від сільського туризму в Швейцарії складають близько 8 мільярдів \$.

Федеральна політика орієнтована на розвиток сільського господарства і агротуризму, які розглядаються в якості двох взаємодоповнюючих, а не конкурують і взаємозамінних галузей, вважається ефективною ідея розвитку сільських районів. У зв'язку з цим, за винятком наявності курортних зон для відпочинку та оздоровлення, відомих у всьому світі (наприклад, в Санкт-Моріц, Монтре, Санкт-Галлені, Люцерні, тощо), які мають у своєму

розпорядженні розкішними готелями і комплексним туристичним обладнанням, останнім часом Швейцарія намагається включити в свою туристичну схему і села. Це робиться або шляхом розширення курортних туристичних програм для того, щоб можна було провести деякий час на фермах, або шляхом перетворення існуючих сільських населених пунктів відпочинку. Крім того, створюються і невеликі місця відпочинку поруч з великими туристичними центрами [21, с. 67].

В Італії розвиток агротуризму стало можливим на основі добре розвиненої туристичної інфраструктури. До цього додаються: краса пейзажів, значна кількість історичних і природних пам'яток, хороші вина і якісна місцева кухня, яка займає значне місце в «формулою успіху». В Італії виділяють три напрямки агротуризму:

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

– «Традиційна гастрономія» – розміщення в агрогосподарствах, що спеціалізуються на певному виді продукції – вина, оливкової олії, риби, морепродукту і т.д. – в залежності від регіону.

– «Спорт» – розміщення в кемпінгах, готелях при спеціалізованих спортивних об'єктах в сільській місцевості – в Італії це теж входить в сектор агротуризму. Сільський туризм є однією з найбільш затребуваних форм туризму в Італії, тому що, з одного боку, туристам пропонують більш низькі ціни на турпродукти, і по-друге, через численного потоку туристів, охочих відвідати альпійські курорти та італійську Рів'єру.

Польська держава стимулює розвиток сільського туризму, підтримуючи місцевих жителів, які беруть участь в розвитку туризму в сільських домогосподарствах з прийому туристів. Таким чином, держава виділяє різні кредити, надані сільськогосподарським банком, різними виробничими кооперативами та іншими фінансовими установами.

Крім того, жителі туристичних сіл звільнені від деяких податків на доходи від туризму. У зв'язку з цим, вони оподатковуються в розмірі 40%

доходу від сільського туризму. Держава не надає державних коштів для розвитку інфраструктури та централізації фінансових і технічних засобів. Вони виділяються з місцевих бюджетів і коштів різних економічних агентів.

Ефективний спосіб розвитку практики сільського туризму в Польщі – це дуже низькі ціни і тарифи, в порівнянні з цінами на послуги розміщення та харчування, пропонованими класичними видами туризму.

Приблизно в 200 селах існує більш ніж 20000 місць розміщення туристів. Частка заповнюваності номерного фонду дуже висока: майже 100% в сезон-пік і 60% в інші пори року. Ці туристичні села приваблюють туристів, в основному, під час канікул або у вихідні дні і, зокрема, – молодь.

Сьогодні в Польщі накопичено чималий досвід по категоризації (стандартизації) середовищ існування сільських туристів. Перш за все, це стосується нічліжної бази, яка повинна відповідати санітарним нормам і гарантіям безпечного відпочинку. Слід зауважити, що в Польщі категоризація сільській нічліжної бази не є обов'язковою умовою. Це – добровільні дії і виконуються вони з ініціативи постачальника агротуристичних послуг. Власники агросадиб самі зацікавлені в проведенні категоризації нічліжної бази з метою кращого просування своїх послуг на туристичному ринку (оскільки система стандартизації широко використовується організаціями, які займаються рекламою сільського туризму, як в самій Польщі, так і за кордоном) і наближення рівня послуг до міжнародних стандартів.

США «Зелений туризм» – це повноцінний відпочинок в сільській місцевості, при якому туристи деякий час ведуть сільський спосіб життя, знайомляться з місцевою культурою, звичаями, народними промислами, беруть участь в традиційному сільському праці на фермах. Найбільш популярними видами агротуризму є відпочинок на ранчо, верхова їзда як переважаюча форма діяльності.

Великобританія. Сільський туризм – це туризм в сільській провінції, який передбачає розміщення як економ-класу, так і розміщення, що відповідає класу «люкс»: в повністю реконструйованих старовинних садибах і спеціально

будуються міні-готелях або будинках, витриманих у традиційному стилі. Також поширеним видом сільського туризму є поєднання туризму з роботою в екологічному органічному сільському господарстві (WWOOF)

Індія. Будь-який вид туризму, який демонструє сільське життя, мистецтво, культуру і спадщину в сільській місцевості, тим самим приносить економічну і соціальну користь місцевій громаді, а також забезпечує взаємодію між туристами і місцевими жителями Кіпр Під сільським туризмом розуміється більш тісний контакт з місцевою культурою за допомогою включення в турпродукт унікальних елементів ландшафту, історичних і архітектурних об'єктів, ремесел і раціону

Швейцарія. Сільський туризм – це відпочинок на фермах, в сільських будинках, невеликих сільських готелях, а також в старовинних замках, реконструйованих під висококласні готелі з повним комплексом послуг для відпочинку Польща Сільський туризм – це максимально можливе використання ресурсів аграрного сектора для задоволення всіх потреб туриста. Також використовується термін «екологічна село». «Соціально орієнтована територія, що забезпечує відпочинок в природному середовищі з використанням традиційних засобів розміщення і харчування»

Німеччина. Сільський (м'який) туризм – сегмент туристичного ринку, відмінною рисою якого є рекреаційні види діяльності на природі в привабливих сільських місцевостях, на охоронюваних природних територіях. Цей сегмент включає ряд різних видів діяльності: від наукового туризму, спостереження за дикою природою і фотографування до споживчої діяльності (рибалка і полювання), а також спорт і пригодницький туризм Білорусія

Сільський туризм – це «цілеспрямовані подорожі на сільські території з відносно непошкодженими екосистемами і етнокультурними комплексами, які забезпечують безпосередній внесок у вирішення проблем сільського населення та такими, що підлягають адекватному режиму управління на основі сталого розвитку» походів і закінчуючи безпосередньою участю туристів в заняттях місцевого населення. Отже, буде правомірним різні поняття агротуризму

(сільський, сільський, фермерський, зелений, натуральний туризм) вважати рівноправними [20].

Основною функцією агротуризму є ефективне поліпшення психічного і фізичного стану людини. Серед економічних функцій необхідно виділити створення ринку для реалізації специфічних ресурсів сільських місцевостей, який формує фінансові кошти для їх діяльності і стимулює економічне зростання сільських територій.

Агротуризм є спільною діяльністю, так як сама агротуристична діяльність в повній мірі не може забезпечити всі типи розваг туристів, тому їй необхідна співпраця з іншими структурами, що обслуговують сільських туристів [32].

Спільна діяльність сільських організацій спрямована на економічний і соціальний розвиток сільських регіонів країни в цілому, що може бути досягнуто шляхом заохочення і підтримки середніх і малих туристичних фірм. Місцеве виробництво сільськогосподарської продукції, продаж традиційних продуктів, місцева культура і природні багатства, участь в різних заходах, допомога в сільськогосподарській діяльності допоможуть туристу розкрити справжність і красу природи.

Кожен вид агротуризму має свої особливості, переслідує конкретні цілі, спрямований на задоволення певних потреб, має різні форми організації різноманітних видів агротуризму сприяє залученню великої кількості споживачів, що мають різні інтереси, різний рівень доходу, що розрізняються за статевою та віковою склад

У ряді держав агротуризм є одним з провідних напрямків туристичної галузі, що знаходить відображення в національних концепціях розвитку туризму. Існує кілька значно відрізняються концепцій агротуризму, які переслідують різні цілі і орієнтованих на різні завдання, вироблених відповідно до конкретних умов і практикуються в різних групах країн. Реалізовані в світовій практиці концепції агротуризму крім економічного (комерційного) аспекту несуть також важливу ідеологічне навантаження. Як правило, розвиток

агротуризму безпосередньо пов'язують з рішенням соціокультурних завдань: збереження національних традицій та етнокультурної спадщини, природного та історико-культурного середовища проживання.

Агрогосподарства Італії в основному пропонують розміщення в апартаментах, але практикується також розміщення в окремих будинках, кімнатах і проживання в наметах на території агрогосподарств [13].

На сучасному етапі в розвинених європейських країнах популярність сільського туризму зростає, він займає друге місце після пляжного туризму і приносить до 30% прибутку всієї туріндустрії. У зарубіжних країнах, які активно розвивають сільський туризм, активно використовується державна підтримка. У країнах – піонерів агротуризму його перспективи спочатку оцінюються регіональною владою, ними ж виявляється підтримка його розвитку шляхом прийняття відповідних законів.

Поряд з державною і регіональною підтримкою створюються асоціації сільського туризму, що сприяють його розвитку шляхом надання консультаційних, маркетингових, інформаційних послуг. Дані організації можуть об'єднувати учасників бізнесу як на регіональному, так і на міжнародному рівні [12].

На міжнародному рівні активному розвитку сільського туризму сприяють європейські асоціації агротуризму. На національному рівні розвиток агротуризму підтримується за допомогою національних асоціацій сільського туризму, що складаються в свою чергу з безлічі регіональних об'єднань, які враховують специфіку конкретного регіону. У багатьох країнах світу вже визначився той чи інший вектор розвитку агротуризму. В Італію, Іспанію, Францію прагнуть ті, хто хоче зняти житло в сільській місцевості і познайомитися із знаменитою кухнею і виноробством в цих країнах. Регіони Тоскана, Бордо, Андалузія – мають тисячі агросадиб. Агротуризм в Фінляндії має більший ухил в бік активного відпочинку, риболовлі і велопоходів по берегах фінських озер. Агротуризм в Польщі і Німеччині, в Словаччині,

Угорщині та Болгарії – це можливість краще пізнати культуру і звичаї, а також пожити неподалік від природних пам'яток.

Поряд з країнами, що мають позитивний досвід агротуризму, з'являється безліч країн, які активно всмоктують цей досвід і мають уже значні досягнення в цьому виді діяльності. До таких країн належать Індія, Китай, Грузія, Білорусія, Україна, Литва, Латвія, Естонія, Росія та багато ін. Країни. У багатьох зарубіжних країнах агротуризм це досить зріле туристичний напрямок, що минув певні стадії розвитку і становлення, а отже, має цінний досвід, який необхідний для розвитку агротуризму в Україні

*Таблиця 1.2*

### **Особливості організації сільського зеленого туризму у різних країнах**

Країна	Особливість організації сільського зеленого туризму
Італія	агротуристичний бізнес тісно пов'язаний з курортним, міжнародна спеціалізація астрономічний і дегустаційний туризм
Австрія	зайнятість гостей у збірці трав, приготуванні молокопродуктів, вигоні худоби, активний гірський та екологічний туризм
Фінляндія	будиночки без господарів, розміщені на берегах заповідних озер та річок
Румунія	діє Національна асоціація сільського і культурного туризму, спеціалізація етнографічний та гастрономічний туризм
Угорщина	податкові пільги, міжнародна спеціалізація кінний туризм
Польща	відсутність тісного зв'язку з традиціями країни - тільки ночівля та харчування
Франція	приморські агросадиби, кінні ферми, винні агросадиби, гірськолижні шале, агрокоттеджі, замки, рибальські будинки
Іспанія	сільські готелі відкрито на Канарських і Балеарських островах, а також у переобладнаних монастирях та історичних замках
Данія	діє Національна асоціація агротуризму, спеціалізація велосипедний туризм
Ісландія	категоризація номерів на три категорії, категоризація гостьових будинків (А,В,С,D,T,F,G)

## Продовження таблиці 1.2

Німеччина	більшість туристів приїздить для участі у міжнародних ярмарках та торгових шоу
Великобританія	доступні ціни, спеціальні знижки для дітей, друкуються рекламно-інформаційні каталоги СЗТ

Найважливішим чинником успішного розвитку сільського туризму як сектора туристкою індустрією стало те, що туристичний продукт відповідав запитам нового споживача із середнім достатком, який становить найбільший сегмент платоспроможного попиту. Крім цього необхідно відзначити, що мікроекономічна модель сільського туризму виявилася досить ефективною. Виробництво турпродукту, в порівнянні з іншими секторами туріндустрії, виглядає досить маловитратними. Це означає, що сільський туризм може конкурувати за показником «ціна – якість» з іншими турпродукту.

На основі досліджень сільського туризму були виявлені основні мотиви туристичного попиту на відпочинок в сільській місцевості: психологічний (можливість максимально розслабитися, не думати про умовності, які задає нам цивілізація) і економічний (обслуговування обходиться туристам набагато дешевше, ніж в готельних умовах) аспекти.

## Висновки за розділом 1

Отже, сьогодні сільський туризм – галузь туристичного бізнесу, головною особливістю якого є рекреаційні види діяльності на природі, наприклад, фотографування і спостереження за природою, риболовля і полювання, спортивна і пригодницька діяльність.

Також сільський туризм можна визначити, як подорож і відпочинок городян на сільських територіях в гостьових будинках, створених сільській сім'єю, яка має власну сільську територію і розташовану на ній садибу, що представляє в загальному фермерське господарство. Саме сільська сім'я в даному випадку забезпечує проживання, харчування та знайомство з місцевими сільськими пам'ятками.

Сільський туризм потребує підтримки з боку держави, причому, не тільки у фінансовій, скільки в правовому й організаційному. Відсутність державної підтримки і регулювання може призвести до негативних наслідків, в тому числі екологічних і економічних

Як фактори успіху сільського туризму в Європі необхідно назвати, перш за все, політичну підтримку сільського туризму з боку національних держав і Євросоюзу. Це пояснюється тим, що сільський туризм спочатку розглядався як соціального амортизатора при реструктуризації аграрного сектора економіки, дозволяючи перевести надлишок трудових ресурсів в альтернативний сектор виробництва послуг і створювати нові робочі місця в сільській місцевості.

Цікавим є те, що в США мотивування зростання інтересу до сільського туризму полягало в можливості побути на природі, безпосередньо купити свіжі продукти сільського господарства у фермерів, цікаво провести відпустку. Таким чином, проведення цих заходів дозволило сільському туризму в США зайняти стійку позицію в туристській індустрії. Україні було б доцільно використовувати досвід США для розвитку сільського туризму в Україні.

## РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

### 2.1. Аналіз сучасного стану та особливостей розвитку сільського (зеленого) туризму в Україні

В контексті трансформації соціально-політичної та адміністративної структури розглядаються питання, пов'язані з пошуком нових підходів до активізації розвитку сільських територіальних громад та формуванням напрямів стратегічного розвитку сільського зеленого туризму як галузі, здатної забезпечити добробут громадян та сталий розвиток для регіонів набувають великого значення.

Сільський зелений туризм (СЗТ) у світовому масштабі є досить розвиненим та прибутковим сектором економіки. З подальшою урбанізацією попит на цей вид відпочинку у світі буде зростати, а це означає, що зростатиме потреба у сільських садибах та туристично привабливих територіях, які ці послуги зможуть пропонувати.

У зв'язку з цим Україна має досить потужний ресурсний потенціал, який сьогодні мало використовується і, як результат, залишається недостатньо вивченим туристами. Особливо сільські райони з багатою культурно-історичною спадщиною, значним природно-заповідним фондом та продовольчою базою. Дослідження вчених з цих питань переконують, що саме сільський туризм може стати одним із напрямків диверсифікації економічного розвитку села, стримувати демографічний спад та, у поєднанні з іншими сферами діяльності, вирішити нагальні проблеми регіону.

Ринок туристичних послуг характеризується швидкими темпами розвитку. Україна, яка має значний туристичний потенціал у вигляді природних, історичних, культурних, етнографічних, продовольчих, трудових ресурсів, не може залишатися осторонь процесів, що відбуваються в туристичній галузі.

Зокрема, уряд 16 березня 2017 року з метою ефективної координації дій затвердив Стратегію розвитку туризму та курортів до 2026 року, основними завданнями якої є наближення внутрішнього законодавства до законодавства ЄС про туризм та курорти, збільшити туристичні потоки, наповнити державний бюджет, збільшити зайнятість тощо.

Але, в той же час, документ не надає пріоритету розвитку внутрішнього туризму, містить скасування ліцензування для туроператорів, у документі відсутнє бачення, які цільові категорії туристів будуть залучені до споживання туристичного продукту на міжнародного рівня, які не призначені для пріоритетних видів туризму. Позитивним фактом є те, що в рамках реалізації стратегії вперше передбачається виділення коштів на туристичну галузь [8, с. 34].

В умовах нашої держави сільський туризм розвивається нерівномірно. Згідно зі статистичними даними, туристичне споживання України в основному орієнтоване на імпорт туризму, хоча наприкінці 2016 року спостерігається незначне зменшення кількості туристів, які скористались туристичними пропозиціями інших країн, але таке зменшення є не суттєво, і сьогодні можна говорити про стабільну тенденцію споживання імпортного туристичного продукту громадянами нашої країни. Така ситуація негативно позначається на доходах від туристичної діяльності держави, оскільки ті туристи, які споживають імпортну туристичну продукцію, фактично є інвесторами в економіку інших країн.

Позитивним є збільшення кількості іноземних туристів, які відвідують Україну. Наприкінці періоду дослідження кількість таких туристів зросла більш ніж удвічі. Цьому сприяють багато мотиви, зокрема, низькі ціни на комплекс послуг, покращення інфраструктури гостинності, природний, історичний та культурний потенціал країни, зростаюча популярність такого напрямку, як медичний туризм.

Найбільша кількість в'їзних туристів – громадяни Німеччини, Польщі, Туреччини, США, Канади, Білорусі. Крім того, ми спостерігаємо поживлення попиту на внутрішньому туристичному ринку серед українських споживачів.

Кількість вітчизняних 91 туристів за досліджуваний період зросла на 40,5%, що в абсолютному вираженні становить 130 815 осіб. Позитивною тенденцією є зростання кількості туристів, що користуються послугами сільського зеленого туризму. Їх кількість зросла на 40 580 осіб порівняно з базовим періодом.

Про зацікавленість споживачів сільським зеленим туризмом свідчить той факт, що частка туристів сільського зеленого туризму у внутрішньому туристичному потоці продовжує зростати в динаміці, яка на кінець 2019 року зросла на 5,4% і становила 17,6%. Ця тенденція свідчить про те, що з кожним роком зростає інтерес споживачів до туристичного продукту, пропонованого сільським туризмом, а також до того, що потрібно розвивати напрямок та створювати умови для поширення діяльності серед жителів української сільської місцевості. Оптимізму додає той факт, що спостерігається певне збільшення частки іноземних туристів у внутрішньому туристичному потоці. Таке зростання відбулося на 2,4%, і загалом у структурі внутрішніх потоків іноземці становлять 7,7% [6, с. 57].

Сьогодні в Україні є передумови для успішного розвитку туризму. Це сприятливий клімат, зручне розташування, природно-ресурсний потенціал, цікавий рельєф, об'єкти культурно-історичної спадщини, а головне – гостинні та працьовиті, щирі та доброзичливі, симпатичні та веселі люди, завжди раді гостям. Вважається, що Україна використовує лише третину доступних туристичних ресурсів і посідає лише 78 місце серед 124 країн. За оцінками експертів USAID (незалежного агентства з міжнародного розвитку федерального уряду США), в середньому іноземні туристи перебувають у нашій країні протягом 4 днів, що в грошовому вираженні становить близько 600 доларів.

В цих умовах українська держава повинна сприяти розвитку внутрішнього туризму, оскільки це позитивно вплине як на фінансові результати туристичних підприємств, так і на показники країни в цілому. Для цього повинні бути дотримані такі умови:

- забезпечення безпеки перебування в місці споживання туристичного продукту, оскільки відомо, що туристичний потік до країни, яка перебуває у стадії військового конфлікту, різко зменшується;
- покращення добробуту громадян, стабілізація національної валюти;
- вдосконалення туристичної інфраструктури;
- розвиток повітряного та залізничного сполучення всередині країни;
- потужна реклама України та її туристичних можливостей на міжнародному туристичному ринку;
- підвищення якості обслуговування відповідно до європейських стандартів;
- одним із важливих заходів з боку держави, на наш погляд, є залучення інвестицій в регіональну економіку, це питання особливо актуальне у світлі децентралізації влади та організації місцевого самоврядування.

Слід зазначити, що існують значні розбіжності в оцінці туристичної діяльності України різними міжнародними організаціями, а саме в оцінці її туристичних потоків, в оцінці ємності туристичного ринку та в оцінці індивідуальних показників розвитку.

Такі невідповідності можна пояснити різними методологічними основами. Крім того, як зазначалось у попередньому розділі 1.3, сучасна статистика України не виділяє туризм як окрему галузь (туризм відсутній у класифікації ОКВЕД), відсутній відповідний супутниковий рахунок, який використовується більшістю статистичних органів іноземних держав отже, статистичні дані про розвиток туризму часто містять такі неточності та суперечності. Для оцінки стану розвитку сільського зеленого туризму в Україні скористаємось даними таблиці.

Аналіз роботи сільських садиб зеленого туризму в Україні показав, що цей вид діяльності є нерівномірним. Найбільша концентрація закладів сільського туризму в Івано-Франківській області. Відомо, що найбільша кількість будинків знаходиться у Верховинському, Косівському районах та Яремче Івано-Франківської області. Ми згрупуємо заклади СЗЗ за кількістю маєтків з метою їх подальшого дослідження.

До першої групи (високий розвиток) входить Івано-Франківська область, де налічується найбільша кількість таких закладів, частка яких становить 81,33% від загальної кількості в Україні. Відповідно, цей регіон отримує найбільші потоки сільських туристів.

## **2.2. Оцінка умов та ресурсів для сільського (зеленого) туризму на прикладі садиби «Лісова хата»**

Сільський дім «Лісова хата» знаходиться на території Івано-Франківської області, Шешори, Садиба 453. 10 км від траси Коломия – Косів Р-24, 6 км від бугельного витягу.

Двоповерховий дерев'яний будинок на 8 місць (додаток В).

На першому поверсі – повністю обладнана кухня;

- двомісна кімната (розкладний диван, 2 крісла, стіл, шафа для одягу, комод, телевізор);
- роздільний санвузол (душ, умивальник, окремо – туалет);
- лазня.

На другому поверсі з окремого входу – хол (стіл, крісло);

3 двомісні кімнати (в кожній – двоспальне або 2 односпальні ліжка, вішалка для одягу).

Можливі додаткові місця.

Будинок можна орендувати повністю.

Опалення: на першому поверсі – газові конвектори, на другому – електричні конвектори.

Водопостачання: холодна та гаряча вода постійно.

Поряд є альтанка, мангал, барбекю. Навколо садиби є ліс, поряд – річка, в якій можна рибалити.

Харчування: за домовленістю. Домашня кухня. Власні продукти.

Можна користуватися кухнею (газова плита, холодильник, електрочайник).

До найближчого магазину – 600 м, кафе, ресторану – 2 км.

Сервіс, включений у вартість:

- Паркінг.
- Супутникове телебачення.
- Інтернет Wi-Fi.
- Користування пральною машиною, праскою, феном.
- Прибирання кімнат, зміна постелі – за потребою.

Сервіс за додаткову оплату:

- Сауна на дровах на 6 осіб – 300 грн за годину. Поряд протікає потічок Коров'як.
- Транспортні послуги легковим автомобілем або мікроавтобусом.

Поряд (100 м) на території курорту "Шешори" є більярд, настільний теніс, прокат велосипедів, лижного спорядження, послуги інструктора.

Походи в гори, збирання грибів та ягід, риболовля.

Катання на конях, взимку – на саних.

До водоспадів Великий Гук та Барани – 2 км.

До найближчого витягу – 6 км.

Ціна за будинок за добу представлена у таблиці 2.1

*Таблиця 2.1*

**Ціна за будинок за добу у садибі «Лісова хата»**

<b>Сезон</b>	<b>Вартість</b>
Літо	1800 грн
Осінь	1500 грн
Зима	2500 грн

## Продовження таблиці 2.1

29.12-05.01	4000 грн
05.01-20.01	3500 грн

Для об'єктивного вивчення виробничої програми садиби «Лісова хата» визначається ряд показників, що дозволяють дати реальну оцінку можливостям використання потужностей садиби.

Кількість і вартість проданих туристичних путівок у садибу «Лісова хата» представлена у таблиці 2.2

Таблиця 2.2

**Кількість і вартість проданих туристичних путівок у садибу «Лісова хата» у 2019 році**

Назви показників	Кількість туристичних путівок, одиниць	Вартість туристичних путівок, тис. грн.	Кількість туроднів за реалізованими туристичними путівками
1	2	3	4
Реалізовано туристичних путівок – усього	23371	350565,0	233710
у тому числі іншим організаціям	1794	26920,0	17947
безпосередньо населенню	21576	323644,0	215763

Аналізуючи показники, що наведені в табл. 2.3 можна побачити, що в 2019 році у садибу «Лісова хата» всього було реалізовано 23371 туристичних путівок вартістю 350565,0 тис. грн. з кількістю туроднів – 233710. В цьому ж числі 1794 путівок було реалізовано іншим організаціям, їх вартість склала 26920,0 тис. грн., а це 17947 туроднів.

Кількість обслугованих туристів (без екскурсантів) представлена у таблиці 2.3



Аналізуючи дані табл. 2.4 можна побачити розподіл туристів за метою поїздки за 2019 рік. Усього було обслуговано 23371 туристів, всі вони є виїзними туристами. За метою відвідування туристи розділились наступним чином: службова, ділова, навчання – 2058 осіб, з них діти віком 0-17 років – 735 особи; дозвілля, відпочинок – 16635 осіб; лікування – 1857 осіб; спортивний туризм – 1306 осіб; спеціалізований туризм – 635 особи; інші види туризму – 876 осіб. В'їзних та внутрішніх туристів немає. Таким чином видно, що найпопулярніша мета поїздки – дозвілля та відпочинок.

Аналіз виробничої програми садиби «Лісова хата» представлений у таблиці 2.5

Таблиця 2.5

### Аналіз виробничої програми садиби «Лісова хата»

№ з/п	Назва показника	Порядок визначення	Розрахунок
1	Одночасна місткість	Визначається як сума кількості номерів кожної категорії	396 м/діб
2	Загальна потужність готелю	Визначається шляхом множення показника одночасної місткості на число календарних днів року, що аналізується. Отримана кількість номеро – ночей характеризує можливу пропускну здатність, що має готель.	144540 м/днів
3	Пропускна здатність готелю	Визначається як різниця між загальною кількістю номеро – ночей у готелі та кількістю номеро – ночей перебування в капітальному ремонті та реконструкції.	143308 м/днів
4	Планова потужність (Кількість місць-днів, що надаються згідно з планом )	Визначається як різниця між пропускну здатністю готелю та кількістю номеро – ночей перебування у простої, пов'язаному з поточним ремонтом та іншими об'єктивними причинами.	140320 м/днів
5	Коефіцієнт використання можливої пропускну здатності готелю (коефіцієнт завантаження готелю)	$K_z = V_n / V_z$ , де $V_n$ - фактично продана кількість номеро – ночей, $V_z$ - пропускна здатність готелю	0,97

$$1.1*2+3*2+3*2+5*2+70*2+70*1+81*2=396 \text{ м/діб}$$

$$2.396*365=144540 \text{ м/днів}$$

$$3.144540 - (28*44)=143308 \text{ м/днів}$$

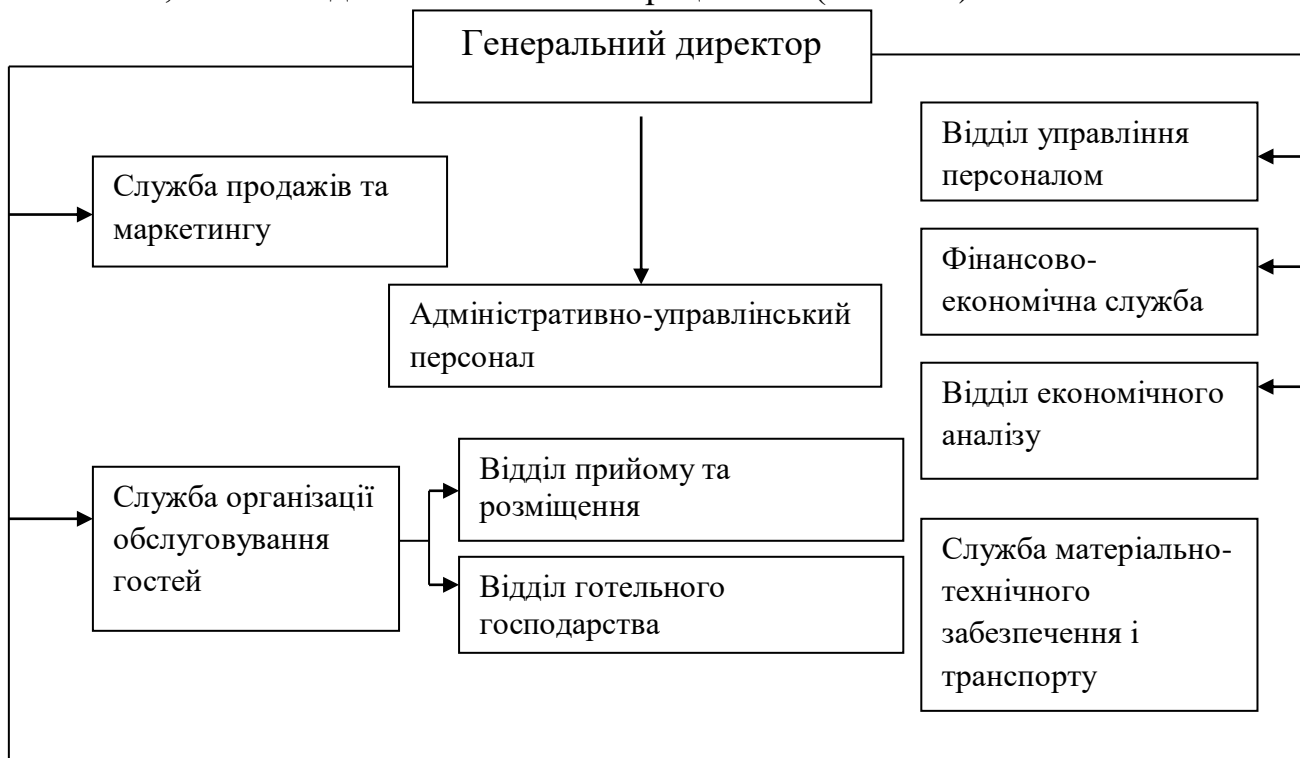
$$4.143308 - (144540 * 0,02) - (14 * 7) = 140320 \text{ м/днів}$$

$$5.140320 / 143308 = 0,97$$

Отже, садиба «Лісова хата» має одночасну місткість 396 місце/діб, з яких 2% номерів призначені для обслуговування персоналу, 28 номерів знаходяться у капітальному ремонті 44 дні, 14 номерів – у поточному ремонті 7 днів. Загальна потужність становить 144540 місце/днів, а пропускна здатність – 143308 місце/днів. Коефіцієнт завантаження садиби «Лісова хата» становить 0,97, що є непоганим результатом. Можна зробити висновок, що в садибі «Лісова хата» раціонально використовуються номери.

Організаційна структура управління підприємством – це сукупність взаємопов'язаних елементів, які функціонують та розвиваються як єдине ціле. В садибі «Лісова хата» саме організаційна структура відображає взаємозв'язок ланок управління підприємством. Досліджуючи дану структуру, можна зробити висновок, що вона – лінійно-функціональна, керівником даного підприємства є генеральний директор, оскільки садиба «Лісова хата» є публічним акціонерним товариством. На підприємстві існує демократичний стиль управління, оскільки всі рішення обговорюються колективом, але приймає їх та несе відповідальність лише керівник.

Сутність організаційної структури в делегуванні прав і обов'язків для поділу праці. Організаційна структура є відображенням повноважень і обов'язків, які покладені на кожного її працівника (Рис. 2.1.).



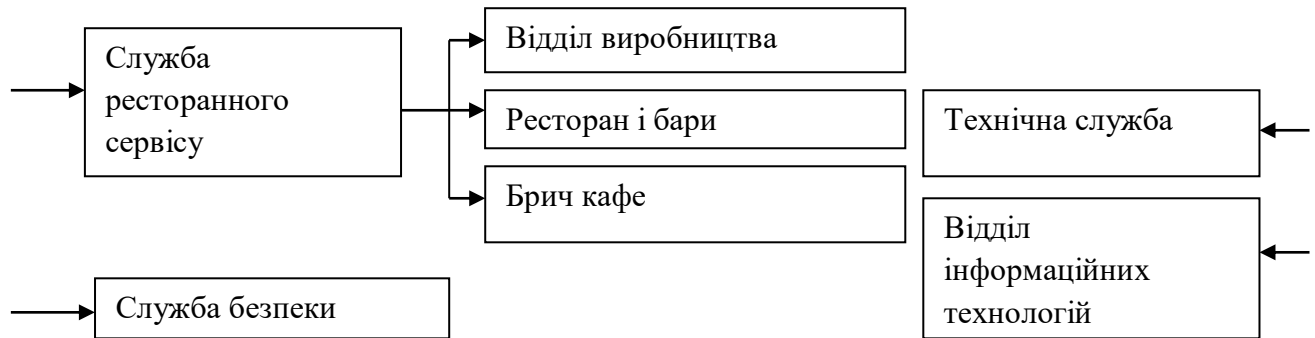


Рис. 2.1 Організаційна структура садиби «Лісова хата»

Метою організаційної структури є:

- Поділ праці;
- Визначення завдань та обов'язків працівників;
- Визначення ролей і взаємин.

Головним завданням організаційної структури садиби «Лісова хата» є встановлення взаємовідносин повноважень, які пов'язують вище керівництво з нижчими рівнями працівників. Ці відносини встановлюються через делегування, яке означає передачу повноважень і завдань особі, яка бере на себе відповідальність за їх виконання.

Для ефективної роботи керівництво має розподілити серед співробітників всі ті завдання, які необхідні для досягнення мети підприємства.

Є необхідним аналіз структури трудового потенціалу садиби «Лісова хата» за різними характеристиками для виявлення резервів підвищення ефективності діяльності підприємства.

Таблиця 2.6

### Структура трудового потенціалу туристичного підприємства «Лісова хата»

Категорія	Попередній період (2018)		Звітний період (2019 рік)	
	Осіб	%	Осіб	%
1	2	3	4	5
Структура трудового потенціалу за статтю				
Ч	43	41 %	45	40,5 %
Ж	62	59 %	66	59,5 %
Разом	105	100 %	111	100 %
Структура трудового потенціалу за віком				

## Продовження таблиці 2.6

До 35	33	31,4 %	45	40,5 %
35-45	47	44,8%	43	38,8 %
Від 45	25	23,8 %	23	20,7 %
Разом	105	100 %	111	100 %
Структура трудового потенціалу за якістю підготовки				
Вища освіта за фахом	58	55,2 %	54	48,6 %
Середня освіта за фахом	30	28,6 %	38	34,2 %
Без фахової освіти	17	16,2 %	19	17,2 %
Разом	105	100 %	111	100 %
Структура трудового потенціалу за категорією кадрів				
Керівник	6	5,7 %	6	5,4 %
Спеціаліст	67	63,8 %	62	55,9 %
Технічний Персонал	32	30,5 %	43	38,7 %
Разом	105	100 %	111	100 %
Структура трудового потенціалу за стажем роботи в галузі				
Немає	37	35,2 %	31	27,9 %
До 5	45	42,9 %	58	52,3 %
5-10	11	10,5 %	8	7,2 %
Від 10	12	11,4 %	14	12,6 %
Разом	105	100 %	111	100 %

Отож, з даних табл. 2.6 можна зробити висновок, що на туристичному підприємстві «Лісова хата» структура трудового потенціалу за статтю не зазнає значних змін. В 2018 році на підприємстві працювало 41% чоловіків та 59% жінок, в 2019 році – 40,5 % чоловіків, 59,5 % жінок. Щодо віку, то в 2018 році працівників віком до 35 років – 31,4 %, 35-45 років – 44,8%, від 45 років – 23,8 % , а в 2019 році до 35 років – 40,5 %, 35-45 років – 38,8 % , від 45 років – 20,7 %. Структура трудового потенціалу за якістю підготовки була на наступному рівні: в 2018 році працівники з вищою освітою за фахом – 55,2 %, з середньою освітою за фахом – 28,6 %, без фахової освіти – 16,2 %, а в 2019 році працівники з вищою освітою за фахом – 48,6 %, з середньою освітою за фахом

– 34,2 %, без фахової освіти – 17,2 %. Категорія кадрів виглядає наступним чином: станом на 2018 рік керівників – 5,7 %, спеціалістів – 63,8 %, технічний персонал – 30,5 %, а в 2019 році керівників – 5,4 %, спеціалістів – 55,9 %, технічний персонал – 38,7 %. Працівники в туристичному підприємстві «Лісова хата» з відсутністю трудового стажу в 2018 році склали 35,2 %, а в 2019 році – 27,9 %. Працівники з трудовим стажем до 5 років в 2018 році склали 42,9 %, а в 2019 – 52,3 %. Стаж 5-10 років мали 10,5 % працівників в 2018 році, а в 2019 – 7,2 %. Стаж від 10 років в 2018 році мали 11,4 % працівників, а в 2019 році цей показник складав 12,6 %.

Кількісні характеристики кадрів також доповнюються показниками ефективності використання трудових ресурсів, основним серед яких є продуктивність праці.

Продуктивність праці це ступінь ефективності доцільної діяльності людей або здатність виробити за одиницю робочого часу певний об'єм туристичних продуктів і послуг.

У широкому значенні продуктивність праці – це показник ефективності (результативності) праці, який розраховується як частка від ділення обсягу продукції (робіт, послуг) на ту кількість праці, що витрачена на його виробництво.

Таблиця 2.7

#### Аналіз використання трудових ресурсів садиби «Лісова хата»

Показники	Попередній період (2018 рік)	Звітний період (2019 рік)	Відхилення	
			Абсолютне, (+/-)	Відносне, (%)
Середньооблікова чисельність персоналу, осіб	105	111	6	5,7 %
Дохід від реалізації послуг, тис.грн	46253,4	57304,5	11051,1	23,9 %

## Продовження таблиці 2.7

Кількість обслугованих клієнтів, осіб	23064	23371	307	1,3 %
Продуктивність праці в вартісному виразі, тис.грн. / особу	430984,8	516256,8	85272	19,8 %
Продуктивність праці в натуральному виразі, клієнтів / особу	2196	2105	- 91	4,1 %

За результатами табл. 2.7 видно, що середньооблікова чисельність персоналу на підприємстві «Лісова хата» за 2019 рік збільшилась на 5,7 % в порівнянні з 2018 роком, тому в 2019 році і збільшився дохід від реалізації послуг на 23,9 % в порівнянні з 2018 роком. В 2019 році збільшилась кількість обслугованих клієнтів на 1,3 % в порівнянні з 2018 роком. Таким чином в 2019 році продуктивність праці у вартісному виразі збільшилась на 19,8 %, але продуктивність праці у натуральному виразі зменшилась на 4,1 % в порівнянні з 2018 роком за рахунок збільшення середньооблікової чисельності персоналу.

Рух трудових ресурсів відбувається завжди, і причини таких змін різноманітні. Аналіз кадрового потенціалу підприємства приведено у таблиці 2.8.

Таблиця 2.8

**Аналіз кадрового потенціалу підприємства «Лісова хата»**

Показники	Попередній період (2018 рік)	Звітний період (2019 рік)	Відхилення	
			Абсолютне, (+-)	Відносне, (%)
Чисельність працівників	105	111	6	5,7 %
Звільнено	6	4	- 2	33,3 %

## Продовження таблиці 2.8

з них: за власним бажанням	3	1	- 2	66,7 %
Прийнято	12	4	- 8	66,7 %
Коефіцієнт з вибуття (Ков)	5,7 %	3,6 %	- 2,1 %	-
Коефіцієнт обороту кадрів по прийому (Коп)	11,4 %	3,6 %	- 7,8 %	-
Коефіцієнт плинності кадрів (Кпл)	2,9 %	0,9 %	- 2 %	-

Аналізуючи кадровий потенціал підприємства «Лісова хата», що наведений в табл. 2.8 можна побачити, що чисельність працівників в 2019 році збільшилась на 5,7 % в порівнянні з 2018 роком. Кількість звільнених працівників зменшилась на 33,3 %, кількість звільнених за власним бажанням зменшилась на 66,7 %, так само як і кількість прийнятих працівників на роботу стала менше на 66,7 %. Також видно, що коефіцієнт з вибуття зменшився в 2019 році в порівнянні з попереднім роком на 2,1 %, коефіцієнт обороту кадрів по прийому зменшився на 7,8 %, коефіцієнт плинності кадрів зменшився в порівнянні з 2018 роком на 2 %.

Активи садиби зручніше аналізувати на основі балансового звіту фірми. Проаналізуємо наявність, склад і розміщення активів підприємства. Для зручності розгляду представимо дані в табличній формі. Вихідною базою є бухгалтерський баланс садиби.

Таблиця 2.9

**Аналіз складу і розміщення активів садиби «Лісова хата» за 2018 - 2019 рік, (тис. грн.)**

Активи	2018	2019	Зміна
Необоротні активи	159675	112293	-47382

## Продовження таблиці 2.9

Оборотні активи	86961	127343	40382
Витрати майбутніх періодів	76	137	61
Необоротні активи та групи вибуття	-	-	-
Всього	246712	239773	-6939

Аналізуючи дані таблиці 2.9. видно, що протягом року необоротні активи значно знизилися на 47382 тис. грн., зросли оборотні активи на 40382 тис. грн., витрати майбутніх періодів зросли на 61 тис. грн. Все це не могло позитивно позначитися на роботі садиби «Лісова хата». До кінця року підприємство отримало збиток у розмірі 6939 тис. грн.

Садиба знаходиться у важкому фінансовому положенні, і незначне зростання активів, в даному випадку, не може служити підставою для висновку про благополучний стан.

Проаналізуємо такий результативний критерій, як обсяг продажів. Для цього представимо дані про фінансові результати садиби «Лісова хата» (таблиці 2.10).

Таблиця 2.10

**Фінансові результати діяльності садиби «Лісова хата» за 2018- 2019р. (тис. грн.)**

Найменування	2018	2019	Відхилення
Виручка від реалізації послуг	19574	28107	8533
Чистий дохід від реалізації послуг	16291	23335	7044
Валовий прибуток	2582	6046	3464
Фінансові результати від операційної діяльності/прибуток	269	3263	2994
Фінансові результати від звичайної діяльності/збиток	9655	8060	-1595
Всього	48371	68811	20440

Як видно з таблиці 2.10 виручка від реалізації послуг помітно збільшилася, порівняно з попереднім роком – 8533 тис. грн. Чистий дохід від реалізації послуг порівняно з 2018 роком став більшим у 7044 тис. грн., валовий прибуток (3464 тис. грн.), прибуток фінансових результатів від операційної діяльності збільшився – 2994 тис. грн., збиток фінансових результатів від звичайної діяльності становить – -1595 тис. грн. Оцінюючи садибу «Лісова хата» можна сказати, що порівнюючи дані за цей і попередній рік, показники стрімко зросли, отже потік туристів збільшується.

Поточні витрати садиби «Лісова хата» збільшились на 295 тис. грн., або на 7,74%. Зазначимо, що темпи росту поточних витрат менші від обсягів реалізації та чистого доходу. Завдяки цьому у звітному році спостерігається зменшення рівня поточних витрат до обсягів реалізації на 0,12. Зменшення рівня поточних витрат відбиває відносну економію витрат, сума якої може бути розрахована за формулою [6]:

$$\text{Економія витрат} = 5633,5 * 0,12 / 100 = 6,76 \text{ тис. грн.}$$

Таблиця 2.11

**Динаміка основних показників господарської діяльності садиби «Лісова хата»**

Показник	Од. вим.	2018р.	2019р.	Відх. (+,-)	темпи росту, %
Дохід від реалізації послуг	тис. грн.	5220,00	5633,50	413,5	107,92
Рівень завантаженості номерного фонду	%	40,00	41,50	1,50	
Чистий дохід	тис. грн.	3915,0	4281,46	366,46	109,36
Рівень чистого доходу	%	75,0	76,0	1,0	101,33
Загальний обсяг витрат	тис. грн.	3810,3	6336,7	2526,4	66,30
Рівень витрат	%	72,99	72,87	-0,12	
Валовий прибуток	тис. грн.	104,70	176,16	71,46	168,25
Чистий прибуток	тис. грн.	73,29	123,31	50,02	168,25
Рентабельність надання послуг	%	1,40	2,19	0,78	

З таблиці 2.11 можна зробити висновок, що за рахунок зменшення рівня витрат садиба «Лісова хата» заощадила 6,76 тис. грн. Позитивним є збільшення чистого доходу (за відрахуванням податку на додану вартість та

готельного збору) комплексу на 9,36% до попереднього року. Зазначимо, що стабільне значення чистого доходу у готельному господарстві при збільшенні обсягів обслуговування та експлуатаційних доходів пов'язане з гнучкою ціновою політикою підприємства.

Таблиця 2.12

**Динаміка показників ефективності використання основних фондів садиби  
«Лісова хата»**

Показник	Од. вим.	2018 р.	2019 р.	Відх. (+,-)	Темпи росту, %
Виручка від реалізації	тис. грн.	5520,0	5633,5	413,5	107,92
Чистий прибуток	тис. грн.	104,7	176,16	71,46	168,25
Середньорічна вартість основних фондів	тис. грн.	15305,95	15400,0	94,05	100,61
Чисельність працівників	чол.	364	362	-2	99,45
Фондовіддача		0,36	0,37	0,01	102,8
Фондомісткість		2,77	2,73	-0,04	98,6
Фондоозброєність праці	тис. грн.	42,0	42,5	0,5	101,2
Рентабельність основних фондів	%	0,68	1,14	0,46	
Інтегральний показник		0,49	0,65	0,16	132,7

Як видно з даних таблиці 2.12, спостерігається покращення показників ефективності використання основних фондів садиби «Лісова хата». Так, показник фондовіддачі, який відбиває суму реалізації послуг на 1 грн. вартості основних фондів, зріс на 0,01, або 2,8%. Значно зменшилася фондомісткість, що також є позитивним здобутком. В той же час, показники фондоозброєності праці лишаються стабільними. Це пов'язане із незначними змінами вартості основних фондів, чисельності працівників. За рахунок значного покращення прибутковості спостерігається суттєве збільшення рентабельності основних фондів, яка в той же час лишається невеликою за абсолютним значенням. За рахунок збільшення фондовіддачі та рентабельності основних фондів, у звітному році значно покращилося значення інтегрального показника ефективності основних фондів. Таким чином, можна зробити висновок про більш ефективне використання основних фондів садиби «Лісова хата».

Узагальнену оцінку внутрішнього потенціалу підприємства «Лісова хата» подано у вигляді табл. 2.13 «Оцінка та характеристика основних бізнес-процесів підприємства «Лісова хата».

Таблиця 2.13

**Оцінка та характеристика основних бізнес-процесів підприємства «Лісова хата»**

Назва бізнес-процесу	Опис	Оцінка за 10-бальною шкалою
1	2	3
Виробництво основних послуг	Прийом і обслуговування туристів; надання послуг з туризму, готельних, культурних, спортивно-оздоровчих, екскурсійних, транспортних, рекламних, сервісних та перекладацьких послуг; забезпечення своїх клієнтів відповідним трансфертом.	10
Виробництво додаткових послуг	Надання екскурсій та розваг, забезпечення супроводжуваними і гідами; надання можливостей для проведення ділових зустрічей і наукових конференцій (в готелях існують конференц-зали, розраховані на різну кількість ділянок, оснащені сучасною аудіовізуальною апаратурою, комп'ютерами, а також можливість користуватися послугами перекладачів і секретарів).	9
Матеріально-технічне забезпечення	Робочі місця персоналу повністю обладнані. Робочі меблі персоналу і меблі для обслуговування відвідувачів досить прості і зручні. Столи, спеціально призначені для зручного розміщення технічного обладнання, а також мають достатньо місця для розміщення робочої документації і предметів господарського вжитку. З технічного боку робоче місце кожного співробітника оснащено прогресивним обладнанням.	9

## Продовження таблиці 2.13

Кадровий менеджмент	Підприємство має основні вимоги до персоналу, проводить оцінку перспектив розвитку організації; формулює концепції оплати праці, проводить матеріальне і моральне стимулювання працівників; шукає залучення, використання, збереження та вивільнення кадрів; розвиває соціальні відносини; визначає шляхи розвитку кадрів, навчання, перенавчання, підвищення їх кваліфікації або масової перепідготовки у зв'язку з переходом до нових технологій; здійснює стимулювання виходу на пенсію осіб, які не відповідають зміненим вимогам і не здатні освоїти нові напрямки і методи роботи; проводяться заходи з поліпшення морально-психологічного клімату в колективі.	10
Фінансовий стан	Аналізуючи дані видно, що дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) збільшився на + 23,9 %, валовий прибуток підвищився на 17,6 %, інші операційні доходи збільшились на 10,4 %, фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування збільшились на 54,7 %.	9
Маркетинг	Туристичне підприємство «Лісова хата» використовує розміщення рекламних звернень на телебачення, в газетах, радіомовлення, а так само в Internet. Але для просування свого продукту, туристичне підприємство надає перевагу рекламі в мережі Internet.	10

## Закінчення таблиці 2.13

Інноваційний менеджмент	Процес управління розвитком підприємства знаходиться на гарному рівні, адже на туристичній компанії «Лісова хата» постійно впроваджуються нові технології	9
Екологічний менеджмент	На сьогоднішній день криза відсунула питання екології на задній план, зробивши більш пріоритетними такі проблеми, як не виплата заробітної плати, і зростання безробіття. Таким чином економічні труднощі, які переживають сучасні підприємства, змушують економити на всьому і в першу чергу на охороні навколишнього середовища. На жаль витрати на неї здаються нераціональним використанням коштів. Даний погляд нерідко підтримується державними правоохоронними органами, які, виходячи з економічної ситуації, встановлюють знижені екологічні вимоги до підприємств. В результаті екологічна система менеджменту на підприємствах відсутня.	5
Корпоративна культура	«Лісова хата» має високий рівень організаційної культури, а також застосовує етичні та поведінкові стандарти.	10
Імідж	«Лісова хата» існує вже досить давно, і навіть криза не стала перешкодою для її розвитку та функціонування. Також «Лісова хата» приймає участь у різних туристичних виставках, є членом різних туристських асоціацій, що так само вселяє довіру до фірми.	10

Отже, з даних табл. 2.13 можна зробити висновок, що на підприємстві «Лісова хата» до бізнес-процесів, що знаходяться на досить високому рівні

можна віднести виробництво основних послуг, кадровий менеджмент, маркетинг, рівень корпоративної культури та імідж. До сильних сторін компанії також належать виробництво додаткових послуг, матеріально-технічне забезпечення, фінансовий стан, інноваційний менеджмент. І лише такий бізнес-процес як екологічний менеджмент потребує значного розвитку, впроваджень нових ідей в діяльність фірми для покращення роботи та іміджу.

### 2.3. Забезпеченість сільських районів туристичними об'єктами та їх сучасний стан

Ми провели аналіз забезпеченості готелями та іншими засобами розміщення місцевості у радіусі 2 км, оскільки містечко маленьке. Отримані дані були оформлені у таблиці 2.14

Таблиця 2.14

#### Забезпеченість досліджуваного регіону готелями

Діючі засоби розміщення	Адреса	Тип	Категорія	Номерний фонд та цінова політика	Інфраструктура та послуги
1	2	3	4	5	6
«Forest House»	Вул. Помірецька, 55	Будинок відпочинку	-	Трьохмісний номер комфорт – від 450 грн./добу за 1-місне розміщення; Покращений чотирьохмісний номер – 460 грн./добу за 1-місне розміщення.	<u>Інфраструктура:</u> -сад; -дитячий майданчик; - паркувальні місця; -ресторан; -бар.  <u>Послуги:</u> -розміщення; - харчування; -прибирання номерів; -розміщення з тваринами; -трансфер; -риболовля; -верхова їзда; -піші екскурсії; -велоспорт; -Wi-Fi[5].

## Продовження таблиці 2.14

«Карпати»	Вул. Карпатська, 2	Готельно-курортний комплекс (санаторій)	4	Одномісний стандарт – 1751 грн./добу; Одномісний покращений – 1998 грн./добу;	<u>Інфраструктура:</u> -ландшафтний парк; -звіринець; -лікувально-діагностичний центр;
				Двомісний стандарт –2124-2696 грн./добу; Двомісний покращений – 2324-3195 грн./добу; Півлюкс – 2849-3750 грн./добу; Люкс стандартний –3406-4183 грн./добу; Люкс покращений –3674-4817 грн./добу; Апартаменти стандарт – 7450 грн./добу; Апартаменти покращені – 8600 грн./добу.	-кінно-спортивна база; -бювет; -SPA-центр; -дитяча кімната; -дитячий майданчик; -конференц-зали на 45 і на 420 місць; -ресторан з банкетним залом на 240 гостей; -лобі-бар; -диско-бар; -етно-кафе «Гражда». Послуги: -розміщення; -триразове харчування; -Wi-Fi; -трансфер; -авіа-послуги; -лікування; -діагностика; -бенкет-сервіс; -конференц-сервіс [6].

## Продовження таблиці 2.14

«Перлина Прикарпаття»	Вул. Степана Бандери, 77	Медично-реабілітаційний центр МВС (санаторій)	-	<p>Одномісний – 900 грн./добу;  Одномісний покращений – 1200 грн./добу;  Двомісний – 1600 грн./добу;  Двомісний покращений 1800 грн./добу;  Напівлюкс – 1500-2050 грн./добу;  Люкс – 1700-2200 грн./добу;  Люкс трикімнатний – 2000-2600 грн./добу;  Люкс з двома спальнями – 2900 грн./добу.</p>	<p>Інфраструктура:  -закритий паркінг;  -дитячий майданчик;  -кіноконцертний зал;  -конференц-зал;  -перукарня;  -мінімаркет;  -відділення банку;  -косметичні кабінети;  -бібліотека;  -дитяча кімната;  -дитячий майданчик;  -басейн;  -камера зберігання.</p> <p>Послуги:  -проживання;  -триразове харчування;  -лікування;  -екскурсії  -настільний теніс;  -Wi-Fi[7].</p>
«Гермес»	Вул. Степана Бандери, 55Б	Готель	3	<p>Проживання:  Одномісний – 500 грн./добу;</p>	<p>Інфраструктура:  -платний паркінг;  -бібліотека;</p>
				<p>Стандарт – 600-800 грн./добу;  Комфорт – 900-1200 грн./добу;  Напівлюкс – 800-1300 грн./добу;  Люкс – 1000-2000 грн./добу.</p>	<p>-косметичні кабінети;  -ресторан.</p> <p>Послуги:  -проживання;  -харчування;  -трансфер;  -Wi-Fi;  -лікування;  -косметичні послуги;  -SPA-процедури;  -послуги пральні;  -екскурсії;  -більярд;  -теніс;  -міні-футбол;  -бадмінтон;  -риболовля;  -лижний відпочинок  взимку[8];</p>

## Закінчення таблиці 2.14

«Богема»	Вул. Помірецька, 35А	Пансіонат	-	Стандарт – 750-950 грн./добу; Напівлюкс однокімнатний – 850-1050 грн./добу; Напівлюкс двокімнатний – 950-1200 грн./добу; Люкс двокімнатний – 1150-1500 грн./добу; Апартаменти чотирьохкімнатні – 2500-3100 грн./добу; Напівлюкс однокімнатний з балконом –900-1200 грн./добу; Сімейний люкс двокімнатний – 1150-1500 грн./добу.	Інфраструктура: -паркінг; -ресторан; -майданчик для відпочинку; -дитячий майданчик; -тренажерний зал; -SPA-центр; -дитяча кімната.  Послуги: -проживання; -харчування; -лікування; -Wi-Fi; -апітерапія; -екскурсії[9].
«П'ятий океан»	Вул. Данила Галицького, 2	Готель	3	Півлюкс – від 690 грн./добу; Люкс – від 890 грн./добу;	Інфраструктура: -SPA-центр; -ресторан; -паб;
				Суперлюкс – від 1160 грн./добу; Апартаменти трикімнатні – від 1360 грн./добу; Апартаменти президентські – від 1880 грн./добу.	-конференц-зал на 45 місць; -паркінг; -тренажерний зал.  Послуги: -проживання; -харчування; -лікування; -фітнес-тур; -Wi-Fi; -конференц-сервіс; -банкет-сервіс; -авіа-послуги; -більярд; -екскурсії; -шопінг-тури; -катання на лижах[10].

Усі засоби розміщення мають різні за своїм призначенням, категорією і спектром послуг, що надаються. Однак, всі вони мають спільну особливість – надання лікування, wellness-послуг та SPA-процедур.

Характеристика основних і додаткових послуг готелів-конкурентів наведено у таблиці 2.15

*Таблиця 2.15*

**Характеристика основних та додаткових послуг конкурентів готельного господарства**

№	Підприємство готельного господарства	Переваги	Недоліки
1	Будинок відпочинку «Forest House»	<ul style="list-style-type: none"> <li>-хороше місце розташування у зеленій зоні;</li> <li>-безкоштовна парковка;</li> <li>-власний пляж;</li> <li>-трансфер;</li> <li>-оздоровчі послуги;</li> <li>-безкоштовне розміщення з тваринами;</li> <li>-наявність ресторану і бару;</li> <li>-орієнтований на сімейний відпочинок;</li> <li>-надання приладдя для барбекю;</li> <li>-послуги активного відпочинку;</li> <li>-помірні ціни.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-оплата лише готівкою;</li> <li>-відсутність бювету.</li> </ul>

## Продовження таблиці 2.15

2	Санаторій «Карпати»	<ul style="list-style-type: none"> <li>-великий лікувально-діагностичний центр;</li> <li>-екологічно чисті продукти з власної ферми;</li> <li>-ландшафтний парк з зоопарком;</li> <li>-безкоштовний басейн, сауна, тренажери;</li> <li>-власна кінно-спортивна база;</li> <li>-власний бювет;</li> <li>-SPA-центр;</li> <li>-безкоштовна дитяча кімната;</li> <li>-конференц-сервіс;</li> <li>-банкет-сервіс;</li> <li>-авіапослуги;</li> <li>-дні національних кухонь в ресторані;</li> <li>-цілодобовий лобі-бар;</li> <li>-проведення заходів;</li> <li>-відповідність ціни і якості.</li> </ul>	-завдаток при поселенні, який повертається при виїзді.
3	Санаторій «Перлина Прикарпаття»	<ul style="list-style-type: none"> <li>-розташування у зеленій зоні;</li> <li>-власний бювет;</li> <li>-дитячий майданчик і дитяча кімната;</li> <li>-потужна медична база;</li> <li>-екскурсійне бюро;</li> <li>-бібліотека;</li> <li>-кіноконцертний зал;</li> <li>-конференц-зал;</li> <li>-3 косметичні кабінети;</li> <li>-перукарня;</li> <li>-мінімаркет;</li> <li>-автостоянка;</li> <li>-проведення заходів.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-прокат чайника і праски платний;</li> <li>-необхідність проведення косметологічного ремонту в номерах.</li> </ul>

## Закінчення таблиці 2.15

4	Готель «Гермес»	<ul style="list-style-type: none"> <li>-ресторан;</li> <li>-послуги лікування;</li> <li>-масажний кабінет;</li> <li>-дитяча кімната;</li> <li>-дитячий майданчик;</li> <li>-послуги пральні;</li> <li>-сауна і джакузі;</li> <li>-настільний теніс;</li> <li>-більярд;</li> <li>-міні-футбол;</li> <li>-трансфер;</li> <li>-екскурсії;</li> <li>-помірні ціни.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-платний паркінг;</li> <li>-відсутність бювету.</li> </ul>
5	Пансіонат «Богема»	<ul style="list-style-type: none"> <li>-лісо-паркова зона;</li> <li>-паркінг;</li> <li>-дитячий майданчик;</li> <li>-тренажерний зал;</li> <li>-більярд;</li> <li>-сауна з басейном;</li> <li>-ресторан;</li> <li>-масажні кабінети;</li> <li>-трансфер.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-відсутність бювету.</li> </ul>
6	Готель «П'ятий океан»	<ul style="list-style-type: none"> <li>-SPA-центр з басейном;</li> <li>-послуга фітнес-туру;</li> <li>-послуга лікування;</li> <li>-ресторан з галицькою кухнею;</li> <li>-паб;</li> <li>-конференц-зал на 45 місць;</li> <li>-безкоштовний паркінг;</li> <li>-авіа-послуги;</li> <li>-більярд;</li> <li>-екскурсії;</li> <li>-шопінг-тури;</li> <li>-катання на лижах</li> <li>-тренажерний зал.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-відсутність бювету;</li> </ul>

Аналізуючи основні і додаткові послуги готелів-конкурентів стає зрозуміло, що всі заклади розміщення, окрім основних послуг, таких як проживання і харчування, надають послуги лікування та фізкультурно-оздоровчі послуги. Така тенденція пов'язана із спеціалізацією курорту та наявними природо-кліматичними і рекреаційними ресурсами. У санаторіях і оздоровчо-лікувальних закладах є величезна діагностично-лікувальна база,

якою можуть користуватися не тільки гості даних закладів, але й інших засобів розміщення. Гості готелів і пансіонів, де немає власного бюджету, можуть користуватися або центральним бюджетом, або бюджетами та території санаторіїв.

Зовнішні чинники туристичного підприємства характеризуються, передусім, своєю некерованістю і, часто, непередбачуваністю, проте спроможні безпосередньо або опосередковано впливати на туристичне підприємство. Врахування впливу цих факторів допомагає менеджменту туристичного оператора не тільки адекватно оцінити переваги і недоліки своєї організації, а й виявити нові можливості та окреслити перспективи.

Таблиця 2.16

### Аналіз факторів макросередовища туристичного підприємства

Сфера макросередовища	Назва фактора	Оцінка впливу факторів макросередовища за 10-ю шкалою
1. Міжнародна	1.1. Вартість ресурсів за кордоном	9
	1.2. Митні збори	8
	1.3. Особливості національного законодавства	9
	1.4. Візовий режим між країнами	6
2. Політична	2.1. Орієнтація на ринкове регулювання економіки	8
	2.2. Зниження стабільності у суспільстві	7
	2.3. Створення в органах державної влади угруповань	5
	2.4. Політична ситуація в країні	10
3. Економічна	3.1. Рівень інфляції	8

## Продовження таблиці 2.16

	3.2. Середня заробітна плата	9
	3.3. Податкова система	10
	3.4. Купівельна спроможність людей	10
	3.5. Підвищення цін на транспортні послуги	10
4. Соціально-демографічна	4.1. Рівень народжуваності	6
	4.2. Рівень освіти населення	7
	4.3. Рівень безробіття	7
	4.4. Державна підтримка соціальних програм	4
	4.5. Соціальна незахищеність населення	3
5. Технологічна	5.1. Рівень інновацій та технологічний розвиток	8
	5.2. Доступ до самих нових технологій	8
	5.3. Розвиток мережі інтернет та вдосконалення мобільних пристроїв	8
6. Екологічна	6.1. Забруднення навколишнього середовища	9
	6.2. Якість ґрунту, повітря, води	10
	6.3. Кількість твердих побутових відходів і отруйних речовин	8
	6.4. Розміри можливих необоротних наслідків діяльності підприємств на екосистему	7

Аналіз зовнішнього середовища допомагає контролювати зовнішні по відношенню до фірми чинники, отримати важливі результати (час для розробки системи раннього попередження на випадок можливих загроз, час для прогнозування можливостей, час для складання плану на випадок непередбачених обставин і час на розробку стратегій). З даних табл. 2.16 можна сказати, що найбільш вагомими для підприємства «Лісова хата» є економічні фактори. Адже податкова система, купівельна спроможність населення, підвищення цін на транспортні послуги – це фактори, які мають прямий і потужний вплив на діяльність компанії. Так як підприємство займається наданням туристичних послуг, то звісно екологічні чинники також відіграють важливу роль в діяльності. Хороший стан навколишнього середовища, якість повітря, води і ґрунту – основні показники здорового відпочинку без нанесення шкоди для здоров'я. Найменший вплив мають соціально-демографічні чинники та технологічні. Останні тому, що «Лісова хата» йде в ногу з новітніми технологіями.

Для з'ясування конкурентного статусу підприємства «Лісова хата» потрібно оцінити в балах його позицію серед конкурентів – тобто підприємств, які надають аналогічні послуги в даному сегменті ринку на даній території.

*Таблиця 2.17*

**Бальна оцінка позицій підприємства «Лісова хата» серед головних конкурентів**

Показники	«Лісова хата»	«Forest House»	«Перлина Прикарпаття»
1	2	3	4
Місце розташування	5	5	5
Зручність та оформлення сайту	4	3	5
Популярність серед населення	5	4	5

## Продовження таблиці 2.17

Рівень професіоналізму персоналу	5	5	5
Якість основних послуг	5	4	5
Асортимент додаткових послуг	4	4	4
Якість рекламних засобів	5	2	5
Цінова політика	4	5	4

Аналіз даних табл. 2.17 показує, що підприємство «Лісова хата» є досить конкурентоспроможним і має сильні сторони, але так само є і потужні конкуренти. Якщо підприємство «Forest House» трішки поступається місцем «Лісова хата», так як має слабкі сторони в якості рекламних засобів та зручності сайту, то компанія «Перлина Прикарпаття» займає міцну позицію, проте не дуже виривається вперед. Виходячи з даних можна зробити висновок, що підприємству «Лісова хата» потрібно ще доопрацювати оформлення сайту. Всі інші показники знаходяться на досить високому рівні.

«Лісова хата» має достатню популярність серед місцевого населення, висококваліфікований персонал, компанія гарантує високу якість наданих послуг, має широкий асортимент туристичних продуктів, помірні ціни.

Для узагальненої оцінки ринкового становища підприємства «Лісова хата» доцільно використати метод SWOT-аналізу, що є кінцевим етапом вивчення зовнішнього й внутрішнього середовищ. Дослідження сильних та слабких сторін здійснюється у напрямі вивчення стану підсистем підприємства: фінансової, технологічної, просторової, технічної, інформаційної, кадрової, структури управління, які визначають загальну позицію підприємства на ринку. Табл. 2.18 наглядно показує всі сильні сторони, слабкі сторони, можливості та загрози які можуть впливати на діяльність даного туристичного підприємства.

Таблиця 2.18

**SWOT-аналіз підприємства «Лісова хата»**

Сильні сторони	Слабкі сторони
Широкий асортимент послуг, місце розташування, впізнаваність та популярність компанії, хороша маркетингова діяльність, висококваліфікований та досвідчений персонал, диференційований рівень цін, проведення тренінгів для персоналу, використання сучасних технологій, висока якість послуг, що надаються, у колективі панує хороший психологічний клімат, наявність акцій, знижок та бонусів	Адаптація сайту, наявність сильних конкурентів на ринку туристичних послуг
Можливості	Загрози
Розширення асортименту надаваних послуг, вихід на нові ринки, підвищення рівня кваліфікації всього персоналу, проведення майстер-класів, участі в туристичних виставках, заохочення постійних клієнтів гнучкою ціновою політикою, ослаблення позицій конкурентів, спрямування політики уряду на підтримку туристичної сфери, збільшення кількості міжнародних та внутрішніх туристів	Посилення конкурентів на ринку, економічний спад, зменшення доходу споживачів, зміни в смаках споживачів, зниження курсу національної валюти

Таким чином, SWOT-аналіз показав, що досліджуване підприємство «Лісова хата» має стратегічний потенціал, однак має слабкі сторони, яким слід приділити увагу. Вирішення цих проблем є необхідною умовою для виживання на туристському ринку. Необхідно приділяти велику увагу оновленню сайту компанії, аналізувати діяльність конкурентів – це допоможе в першу чергу уникненню загроз, збереженню клієнтів, пошуку нових клієнтів, дасть можливість знайти нових партнерів, розширити коло ділового спілкування.

Для того, аби виділитися серед схожих закладів розміщення, потрібно розробити інноваційне рішення, яке б не мало аналогів на готельному ринку даного регіону.

Крім SPA-процедур курортні готелі пропонують гостям медичні обстеження, курси процедур та оздоровчі програми. До класичних вітчизняних

процедур входять лікувальна гімнастика, бальнеотерапія, гідротерапія, фізіотерапія, масажи, дієти.

Порівняно з вітчизняними діагностично-лікувальними центрами закордонні мають ряд переваг:

- Висока кваліфікація діагностичного персоналу;
- Мінімальний ризик неправильного діагнозу або його відсутність;
- Відсутність шкоди при діагностиці (МРТ замість опромінення рентгеном);
- Широкий асортимент медичних послуг.

Існує 2 основні види діагностики – базовий (загальний) Checkup і спеціалізований Checkup.

Базовий (загальний) Check-up – це набір мінімально-необхідних процедур для виявлення всіх відомих захворювань, результати яких інтерпретуються одним спеціалістом – професійним діагностом, який і є відповідальним за постановку діагнозу будь-то незначна алергія, серйозне онкозахворювання або констатація факту, що людина здорова. Виняток становлять лише процедури магніторезонансної томографії (МРТ), коли лікар-діагност проводить консультації з радіологом. Додаткові процедури призначаються лише за наявності підозр на якесь захворювання будь-якого органу або системи. За результатами додаткових процедур за діагноз несе відповідальність все той же лікар-діагност.

Спеціалізований Check-up – це набір мінімально-необхідних процедур для постановки діагнозу при підозрі на захворювання будь-якого органу або системи організму. На відміну від загального Check-Up перелік процедур в рази менше. Якщо мінімально-необхідні процедури не підтвердили підозр на захворювання, але і не спростували їх, тоді можуть бути призначені додаткові процедури для більш глибокого дослідження.

В обох випадках йдеться про мінімально-необхідні процедури, тобто таких, які необхідні на даному етапі і не завдадуть ніякої шкоди працездатності організму [17].

В сучасних медичних центрах при закладах розміщення використовують наступні діагностичні методи:

- Ультразвукова діагностика;
- Ендоскопічна діагностика;
- Езофагогастродуоденоскопія з відеосистемою;
- Цифрова рентгенодіагностика.

Крім цього готельне підприємство може спеціалізуватися на окремих методиках лікування, наприклад: лікування розладів сну, паразитарний детокс, нетрадиційні методи лікування, анти-стрес програми тощо.

Більшість курортно-оздоровчих закладів розміщення мають вузьку спеціалізацію – лікування певної системи чи органів людини: гінекологічні, урологічні захворювання; хвороби опорно-рухового апарату; неврологічні і гастроентерологічні захворювання; хвороби серцево-судинної системи, ендокринної системи тощо. Такі заклади називають санаторіями – це лікувально-профілактичні заклади для лікування та оздоровлення з допомогою природних факторів (клімат, мінеральні води, лікувальні грязі, морські купання, сонцелікування тощо) у сполученні з дієтотерапією, фізіотерапією, медикаментозним лікуванням та іншими заходами [18].

Як показує світовий досвід, готелі значно поступаються санаторно-курортним закладам у потужності діагностично-лікувальної бази. Оздоровлення у готелях передбачає не таке серйозне медичне втручання у лікування гостей.

Наприклад, Grand Hotel Castrocara Longlife Formula (Італія), побудований на одному з найпопулярніших гарячих джерел Італії, Terme di Castrocara, пропонує лікування з 1830-х років. Багата мінеральними речовинами вода та грязьові процедури VelvedMud – зіркові атракціони з безліччю додаткових лікувальних, anti-age, косметичних процедур.

Grand Hotel Castrocara поєднує в собі природну цілющу силу термальних джерел, з найновішими науково обґрунтованими методами профілактики,

оздоровчими процедурами, правильним харчуванням та достатньою фізичною активністю у прекрасному і спокійному місці в сільській місцевості Італії.

Програма готелю включає в себе: відмову від паління, алкоголю та інших шкідливих звичок, втрату ваги, очищення організму, re-start, аква-гімнастику, йогу, фітнес, басейн, катання на велосипеді, хайкінг, SPA-процедури, аюрведу, масажі, лазерні процедури, діагностика і консультування [19].

В готелі Lanserhof Tegernsee (Німеччина) персоналізовані програми детоксикації та голодування доповнюються лікувальними програмами «енергетичної медицини», які поєднують підходи старої школи (такі як терапія п'явками та настої печінки) з найкращими сучасними профілактичними методами.

Знамениті засоби для детоксикації Lanserhof LANS Med засновані на філософії австрійського лікаря і так званого «батька голодування» Франца Ксавера Майра, який вважав, що чиста травна система призводить до чистоти здоров'я. Метод Майра побудований на трьох опорах – спокій (голодування з чаєм і водою), детоксикація і тренування (ретельне переживання). Медичне лікування включає в себе обстеження, цілісну медичну консультацію, масажі, косметологічні процедури [20].

Отже, у світовій практиці індустрії гостинності діагностично-лікувальні центри зустрічаються на курортах, у санаторіях, рідше – у готелях, що спеціалізуються на оздоровленні гостей. Готелі, в свою чергу, пропонують поверхневе медичне обстеження, однак широкий асортимент оздоровчих та косметичних процедур доповнює цю прогалину.

На нашу думку, поєднання готелю з діагностично-лікувальним центром створить конкурентоспроможний продукт, який не має аналогів на вітчизняному готельному ринку.

## Висновки за розділом 2

Сільський зелений туризм на початку 21 століття – один із найперспективніших видів відпочинку в Карпатській, Поліській, Подільській та Наддніпрянській областях.

Для сільських жителів України цей вид туризму є найкращим стимулом для започаткування та розвитку туристичної діяльності, забезпечує додатковий дохід та підвищує рівень зайнятості членів сільських сімей.

Окрім того, діяльність сільських громад щодо організації служб сільськогосподарського відпочинку стимулює планування сільських будинків та благоустрій сільських територій, створює додаткові можливості для поповнення місцевих бюджетів та стає важливим фактором майбутнього розвитку сільських територій.

Сільський дім «Лісова хата» знаходиться на території Івано-Франківської області, Шешори, Садиба 453. 10 км від траси Коломия – Косів Р-24, 6 км від бугельного витягу.

Садиба знаходиться у важкому фінансовому положенні, і незначне зростання активів, в даному випадку, не може служити підставою для висновку про благополучний стан.

Поточні витрати садиби «Лісова хата» збільшились на 295 тис. грн., або на 7,74%. Зазначимо, що темпи росту поточних витрат менші від обсягів реалізації та чистого доходу. Завдяки цьому у звітному році спостерігається зменшення рівня поточних витрат до обсягів реалізації на 0,12.

Ми провели аналіз забезпеченості готелями та іншими засобами розміщення місцевості у радіусі 2 км, оскільки містечко маленьке. Усі засоби розміщення мають різні за своїм призначенням, категорією і спектром послуг, що надаються. Однак, всі вони мають спільну особливість – надання лікування, wellness-послуг та SPA-процедур.

Отже, у світовій практиці індустрії гостинності діагностично-лікувальні центри зустрічаються на курортах, у санаторіях, рідше – у готелях, що

спеціалізуються на оздоровленні гостей. Готелі, в свою чергу, пропонують поверхневе медичне обстеження, однак широкий асортимент оздоровчих та косметичних процедур доповнює цю прогалину.

На нашу думку, поєднання готелю з діагностично-лікувальним центром створить конкурентоспроможний продукт, який не має аналогів на вітчизняному готельному ринку.

## РОЗДІЛ 3. ВПРОВАДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

### 3.1. Інформаційні технології в українському сільському (зеленому) туризмі

В даний час ефективним каналом рекламної кампанії, розповсюдження та продажу продукту агротуризму, є інтернет-сайт. Веб-сайт дозволяє споживачам вивчати пропозиції селянського фермерського господарства і робити правильний вибір при бронюванні та купівлі «сільського» туру.

Сайт сімейного фермерського господарства – це сучасний і ефективний спосіб комунікації з користувачами - потенційними споживачами туристичних продуктів і послуг. Інтернет-сайт селянського господарства стає найбільш ефективним засобом маркетингової комунікації з потенційним споживачем, засобом постійного розширення клієнтської бази.

Переваги Web-сайтів, у порівнянні, з іншими інтернет-сервісами, виражаються в наступному [2]:

- На сайті можна розмістити будь-яку кількість текстових та мультимедійних матеріалів (відеоматеріали, фотографії). Немає ні часових, ні просторових обмежень.

- Можна звертатися безпосередньо до аудиторії, минаючи засоби масової інформації.

- Чи вдається добитися значної економії при доставці інформації у всі кінці світу.

- Інформацію легко оновлювати. Немає потреби роздруковувати брошури та інші рекламні матеріали.

- Засоби інформації та інші користувачі отримують доступ до запропонованих матеріалами 24 години на добу, перебуваючи в будь-якій країні світу.

Розкрутка сайту базується на принципі – стійкість. Даний принцип передбачає роботу за кількома напрямками

- збільшення числа відвідувачів за рахунок чіткого позиціонування (необхідно відповісти на питання «Яку саме потреба відвідувача задовольняє ресурс?»);

- активне просування в пошукових системах (пошукова оптимізація – SEO, банерна та контекстна реклама);

- регулярне оновлення, поповнення та якість інформації, введення розсилки;

- введення інтерактивних елементів і сервісів, наприклад, форуму для відвідувачів;

При розробці web-сайту необхідно враховувати ряд факторів, які можуть вплинути на його привабливість для потенційних клієнтів [1]:

- Перед розробкою сайту варто провести аналіз цільової аудиторії (дізнатися потреби і очікування потенційних покупців).

- Приділити увагу технічній розробці сайту. Не варто перевантажувати сайт картинками, які можуть перешкодити швидкій завантаженні сторінки. Сайт необхідно оптимізувати під вимоги пошукової системи.

Контент сайту повинен бути інформативним і цікавим для користувачів Інтернету. Бажано розміщувати на сайті статті, фотографії або розповіді про тих чи інших туристичних місцях відпочинку. Тексти, що містять PR-інформацію, традиційно розглядаються як один з основних комунікаційних інструментів, за допомогою яких суб'єкт PR поширює інформацію. Веб-сайти створюються з метою залучення уваги потенційних клієнтів та інших зацікавлених осіб. Тому важливо наповнювати веб-сайти грамотно складеними і оптимізованими під пошукові системи текстами.

Залучення покупців за допомогою акцій, знижок має стати невід'ємною частиною просування сайту та сільського туристичного продукту.

При розробці сайту варто приділити увагу інтерактивній (он-лайн-консультації, on-line бронювання, форум, чат, соціальні медіа та ін.).

Необхідно проводити ряд заходів для просування сайту в пошукових системах. Для цього варто зробити акцент на наступних діях:

- скласти список ключових слів, які дозволять потенційним клієнтам знайти сайт через пошукові системи;
- здійснити реєстрацію в інтернет-каталогах і пошукових системах;
- оптимізувати програмний код і контент таким чином, щоб сайт виходив у першу десятку результатів пошуку за певними ключовими словами;
- розмістити на сайтах партнерів свої текстові посилання і банер;

При створенні і просуванні сайту велике значення мають його дизайнерське рішення, структура і візуальне оформлення, але найважливіша складова популярності сайту – це його зміст, який повинен регулярно оновлюватися і бути завжди актуальним [3].

Важливо зацікавити відвідувача, який прийшов на сайт господарства, якісним наповненням ресурсу, необхідно надати йому розгорнуту інформацію:

- про організацію «сільських» турів з проживанням і харчуванням туристів в сільському (фермерське) будинку;
- про створення туристичних сіл на основі існуючих сільських поселень з традиційної народної дерев'яної архітектурою, сільським побутом і ремеслами;
- про здачу в оренду будинків і кімнат в сільській місцевості в екологічно чистих районах;
- про умови розміщення, ціни, наявність місць і т.д.

З метою поліпшення якості послуг та екологізації діяльності агротуристичних господарств необхідно впровадити в систему управління мережею агросадиб ряд екологічних критеріїв.

Інформаційно-аналітична система обліку садиб сільського зеленого туризму покликана інтегрувати в собі аналітичні функції по визначенню екологічного стану територій туристичного призначення за допомогою математичного апарату. Вона включає в себе функції збирання та виведення даних агросадиб та інших агротуристичних комплексів, функції пошуку та

вибору місць туристичного дозвілля за необхідними для туриста критеріями, а також надає можливість власникам агротуристичних об'єктів оптимізувати діяльність власного господарства і поліпшувати його престижність та привабливість для туристів.

Відповідно до функцій інформаційно-аналітичної системи обліку садиб сільського зеленого туризму, система поділяється на такі функціональні складові:

1. Математична модель для визначення індексів екологічної якості територій сільського зеленого (аграрного) туризму. На основі удосконалених індикаторів сталого розвитку туризму будується модель розрахунку індексу сталого розвитку територій, призначених для сільського зеленого туризму.

2. Реляційна база даних — містить загальні дані про садиби, надані власниками, гео-інформаційні дані садиб, інформацію екологічних паспортів та сертифікатів якості, індекси сталого розвитку територій розміщення агротуристичних господарств, рейтингові показники садиб, інформаційні дані веб-сайту.

3. Геоінформаційна система (ГІС) з геопросторовою інформацією про об'єкти та території сільського зеленого туризму, модулями пошуку та відображення інформації за садибами, яка міститься в базі даних. ГІС, яка входить до складу інформаційно-експертної системи управління сільським зеленим туризмом, дає змогу розробляти та пропонувати споживачам нові екологічно безпечні послуги (екологічні маршрути та стежки, екскурсії з екологічно-освітнім спрямуванням тощо). ГІС ґрунтується на користувацьких картах Google Maps або OpenStreet Maps, містить розмітку та позначки агротуристичних господарств, через взаємодію з якими користувачеві відображається інформація про вибрану садибу. Робота з геоінформаційною системою виконується за допомогою веб-інтерфейсу [3].

4. Система категоризації агросадиб та функції моніторингу агротуристичної діяльності туристичного регіону. Вона являє собою схему поділу агротуристичних господарств за:

- сферами надаваних послуг та контингентом їх споживачів;
- екологічними характеристиками;
- територіальним розташуванням;
- рейтингом садиб тощо.

Система категоризації спрощує пошук садиб користувачам, а також стимулює і дає змогу власникам садиб підвищувати рейтинг аграрного господарства.

5. Веб-інтерфейс у вигляді інтернет сайту з різними рівнями допуску для користувачів послуг, власників садиб сільського зеленого туризму та адміністраторів системи. Користувачі матимуть змогу виконувати пошук, порівняння, вибір та замовлення туристичних послуг. Власники садиб зможуть аналізувати ринок туристичних послуг свого регіону, керувати відображенням на сайті та характеристиками надаваних послуг, отримувати інформацію по рейтингах садиби та екологічних характеристиках діяльності та приймати відповідні рішення щодо поліпшення функціонування господарства.

Сільський дім «Лісова хата», що знаходиться за адресою: Івано-Франківська область, Шешори, Садиба 453, теж в повній мірі використовує інформаційні технології



[Проглянути фотогалерею садиби](#)

#### Контакти

Полагнюк Любов

Телефон: 034-785-85-95

Мобільний: 096-372-56-18

E-mail: lisovahatuna@gmail.com

#### Спеціалізація садиби:



#### Кількість місць:



8 3 1

Замовити цю садибу »

Подивитись наявність місць в садибі

Рис. 3.1. Сторінка сайту садиби «Лісова хата»

Сторінка сайту садиби «Лісова хата» є цікавою та пізнавальною. Кожен відвідувач може для себе знайти всю інформацію, яка його зацікавила.

### **3.2. Світовий досвід впровадження інформаційних технологій**

В європейських країнах, де сільський зелений (аграрний) туризм набув значного розвитку, є приклади систематизації та управління агротуристичними господарствами з використанням інформаційних технологій. Так, в Італії існує проект agriturismo.it, інформаційний майданчик якого реалізований у вигляді окремого веб-сайту. Користувачам надається широкий спектр можливостей щодо підбору туристичних послуг, починаючи від географічного розміщення та наявності морського узбережжя до побутових зручностей та харчування. Садиби сільського зеленого (аграрного) туризму розміщені на сайті в ієрархічному порядку широкого типу, де на верхніх рівнях ієрархії розподіл відбувається за критерієм географічного розміщення, а на нижніх - за ціною, видами послуг тощо, які обирає споживач, використовуючи функції сайту. Система пошуку садиб, які найбільше відповідають потребам споживача, організована за тією самою ієрархічною структурою. Верхні рівні містять регіон та провінцію, а нижні включають на даний момент 58 надаваних послуг, за якими проводиться пошук садиб. Користувач може ігнорувати непринципові критерії пошуку, наприклад, його може влаштувати будь-яка провінція, але він бажає знайти садибу з наявністю басейну. На сайті також вбудовано геоінформаційну систему пошуку садиб на базі карт Google [2-4].

Загалом у системі agriturismo.it на момент дослідження зареєстровано 3450 агротуристичних садиб.

За аналогічним принципом побудовано систему Torgrural, яка діє в Іспанії, країні з високим рівнем розвитку й поширення аграрного туризму.

Інформаційний майданчик системи знаходиться на веб-сайті [toprural.com](http://toprural.com). В цій системі зареєстровано і доступно для пошуку за бажаними критеріями 9176 агротуристичних садиб.

Крім того, в країнах Європи з розвинутою мережею сільського зеленого (аграрного) туризму паралельно діє велика кількість аналогічних інформаційних систем, призначених для пошуку та замовлення послуг.

Однак у проектах Agriturismo, Toprural та інших немає одного з основних критеріїв вибору - екологічного, який можна реалізувати за рахунок екологічної сертифікації. Функції оцінювання якості наданих послуг покладаються на користувачів, які за допомогою форми на сайті можуть оцінити за п'ятибальною шкалою суб'єктивні враження про окрему садибу та за бажанням залишити коментар. Суб'єктивні оцінки користувачів не можуть забезпечити достовірною інформацією про екологічність надаваних послуг. Відсутність інформації про екологічний стан території розміщення агротуристичного господарства (повітря, ґрунту, питної води) та про якість сільськогосподарської продукції в подальшому впливатиме на туристопотоки, особливо серед тих туристів, які цікавляться саме екологічно орієнтованими видами туризму, а також і на мотивації власників агросадиб до ведення туристичної діяльності в контексті збалансованого розвитку [3].

### **3.3. Розробка пропозицій та оцінка їх ефективності**

Інновації в індустрії туризму та гостинності більше не розглядаються як просто бажані. Своєчасне реагування компаній на нові технологічні зміни в різних областях діяльності, суміжних з туризмом, здатність до створення нових методів роботи і вдосконалення результатів діяльності – необхідна умова виживання компаній [13].

У туристичному і готельному бізнесі слід спиратися на два типи інновацій:

– ті, при яких відбувається оновлення окремих параметрів туристичного продукту, не змінюючи його по суті (електронні ключі в готелях).

– проривні – перехід на новий, більш високий рівень розробки і виробництва туристського продукту в цілому (інтернет).

Ми пропонуємо впровадити у готелі у якості інновації послуги *lost opportunities*.

Наші майстер класи будуть унікальними та оригінальними. Для їх проведення *буде створений мобільний додаток*. Учасник зможе переглянути дату майстер-класу, а також матеріали, якщо з певних причин не зможе бути присутнім.

Таблиця 3.1

### Майстер класи з приготування солодоців

Назва	Характеристика
1	2
<b>Майстер клас «Десерти»</b>	
Програма	День 1 - робота з тістом, приготування заготовок для майбутніх десертів День 2- основи десертів, солодкі соуси День 3 – секрети декорування із застосуванням сучасних методик
Що вивчатиметься	<b>Робота з тістом</b> Пісочне тісто для сирних десертів Pate Sable / Sucree Тісто Філо (витяжний) Температурні режими для видів тісту <b>Основи десертів</b> Вибір інгредієнтів: вершки / молоко / яйця Вершкові основи для чізкейку Вершкова основа для Панна-Котта і добавки (ваніль / шоколад / фрукти) Основа для Крем-брюле <b>Солодкі соуси</b> Карамельні соуси Мармелад / конфі Соуси з алкоголем Соуси з горіхами <b>Декор і інвентар</b> Сучасні методи декорування десертів Приготування кондитерської землі і стікла з глюкози Додання десерту скоринки за допомогою кулінарного фломбера Базові форми та інвентар на кухні Робота з плунжерами
Тривалість	5 годин

## Продовження таблиці 3.1

К-кість людей в групі	8-10 чоловік
Приклади оформлення	
<b>Майстер клас «Веганські та низькокалорійні десерти»</b>	
Програма	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1день - Основні тенденції і технології приготування низькокалорійних десертів. Альтернативне використання сировини. Співвідношення продуктів і смак, їх поєднання. Приготування зефіру, бананового мусу, торт «Бананакейк»</li> <li>• 2день – Приготування горіхового тістечка, тортів «Бургундія» та «Грінліфом», тістечко «Тропічний Рай». Декорування</li> </ul>
Що вивчатиметься	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Торт «Грінліфом» (мус з м'ятою і лаймовий гель, безглютеновий шоколадний бісквіт);</li> <li>• Тістечко «Тропічний Рай» (манговий желе, бісквіт «Дакуаз», мус з нотками лайма);</li> <li>• Торт «Бургундія» (Бісквіт з буряком і гірким шоколадом, мус буряковий, ягідне конфі);</li> <li>• Торт «Бананакейк» (Безглютенове кекс з ягодами, без цукру і яєць);</li> <li>• Зефір без цукру «Полуниця»;</li> <li>• Горіхове тістечко «Венеція» зі зниженим вмістом цукру;</li> <li>• Банановий мус з вівсяними хрумкими пластівцями без борошна.</li> </ul>
Тривалість	5 годин
К-кість людей в групі	8-10 чоловік
Приклади оформлення	
<b>Майстер клас «Неперевершений тарт»</b>	
<p>Майстер-клас «Неперевершений тарт» - можливість навчитися готувати тарт з абсолютно різними начинками: від солоної карамелі, до томатного мармеладу і блакитного сиру. Крім цього майстер-клас розкриє секрети приготування класичного пісочного тіста в 4-ох варіантах.</p>	

## Продовження таблиці 3.1

Програма	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Тарт «Salted Caramel» (Класична основа Pate Sablee, начинка з карамелі з сіллю)</li> <li>• Тарт з сезонними ягодами / фруктами і кремом Patessier (Класична основа Pate Sablee, крем Patessier / франжіпан і сезонні ягоди)</li> <li>• Двошаровий тарт «Лимон - апельсин»(Класична основа Pate Sucree, апельсиновий курд і лимонний мармелад)</li> <li>• Tarte-tatin з в'яленими томатами і блакитним сиром (Класична основа Pate Brisee, начинка з в'я лених томатів і блакитного сиру)</li> </ul>
Тривалість	4 годин
К-кість людей в групі	8-10 чоловік
Приклади оформлення	
<b>Майстер клас «Чарівний пензлик»</b>	
Програма на 2 дні	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 день – випікання тортів, приготування начинки, складання вирівнювання</li> <li>• 2 день – покриття мастикою та розмальовування</li> </ul>
Формат	Учасники роблять розмальовують торти самостійно під керівництвом шеф-кондитера.
На кого орієнтовано	Для осіб, які лише починають вивчати кондитерську справу та випікають вдома: на курсі вивчаються навички роботи з кремами, кондитерськими інгредієнтами та продуктами.
К-кість людей в групі	10 чоловік
Приклади	
<b>Майстер клас «Старовинні українські десерти»</b>	
Програма на 2 дні	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ 1 день – ночівля в хатинці при свічах, на лежанці</li> <li>◆ 2 день – ранній підйом, приготування сніданку (млинців, присканців тощо)</li> </ul> Повна атмосфера того часу.
Формат	Учасники роблять старовинні українські десерти під керівництвом шеф-кондитера.
На кого орієнтовано	Для осіб, які лише починають вивчати кондитерську справу та випікають вдома

## Закінчення таблиці 3.1

К-кість людей в групі	3-4 чоловіки		
Приклади			

В усіх майстер класах будуть дотримуватись санітарно-гігієнічні вимоги при роботі. Все обладнання та інвентар оброблятиметься перед проведенням майстер класів. Вся необхідна сировина буде постачатися завчасно до місця проведення майстер класу.

Окрім проведення майстер класів з солодоців, ми пропонуватимемо своїм гостям майстер класи з вишивання хрестиком, петриківський розпис та майстер клас з виготовлення ляльок-мотанок (табл.3.2).

Таблиця 3.2

## Майстер клас з рукоділля

Назва	Характеристика
1	2
<b>Майстер клас з вишивання хрестиком</b>	
Це спосіб вишивання малюнка на канві за допомогою голки і кольорових ниток муліне або інших ниток для вишивання, в тому числі вовняних, використовується техніка в повний хрест або напівхрест. Вишивка хрестиком вважається досить легким видом рукоділля, завдяки чому вона набула досить великої популярності. Але не всі знають, як правильно вишивати хрестиком. Адже у цього типу ручної роботи, як і у інших, є свої секрети і нюанси, якими володіють майстрині нашої студії, що займаються цим рукоділлям не один рік. Наш майстер клас подарує багато приємних вражень	
Програма майстер класу	формувати композицію з ниток розміщування матеріалу на поверхні правильно комбінувати колірну гаму
Тривалість	2 години




## Продовження таблиці 3.2

К-кість осіб в групі	15 чоловік
Приклади	
<b>Майстер клас з вишивки ассізі</b>	
Одне з напрямлення вишивання хрестиком. Раніше використовували й інші, подібні до хрестиків, шви. Найвідоміші з них – італійський, кельтський, ірландський, несиметричний, український та слов'янський чорногорський хрестики. Італійський та слов'янський хрестики – двосторонні, тобто готова робота виглядає однаково з обох боків. Ці види швів виглядають дещо інакше, ніж звичайний хрестик. Вони складніші і нечасто використовуються в основній вишивці, а лише для надання оригінальності або відтворення історичних вишитих виробів, що й роблять деякі креативні майстри.	
Програма майстер класу	формувати композицію з ниток розміщування матеріалу на поверхні правильно комбінувати колірну гаму
Тривалість	2 години
К-кість осіб в групі	15 чоловік
Приклади	
<b>Майстер клас з вишивки подвійним хрестиком</b>	
Програма майстер класу	біла вишивка «Хардангер», чорна вишивка (блекворк), вишивка по канві або вишивка мережок вишивання з бісероплетінням з додаванням різних прикрас
Тривалість	2 години
К-кість осіб в групі	15 чоловік

## Продовження таблиці 3.2

Приклад			
<p style="text-align: center;"><b>Майстер клас з петриківського розпису</b></p> <p>Петриківський розпис – це один з видів декоративного розпису, яким селяни прикрашали свої хати. Історично Петриківка зародилась на білосніжній стіні сільської хати в однойменному селі Дніпропетровської області. Значно пізніше розписи перейшли на різноманітні ужиткові речі. Історія Петриківського розпису досі детально вивчається, адже достеменно не відомо коли саме цей український розпис з'явився.</p> <p style="text-align: center;">Петриківка входить до списку нематеріальної спадщини ЮНЕСКО.</p>			
Програма майстер класу	<p>пізнання традиції навчання основним прийомам петриківського розпису розпис власноруч дерев'яну дощечку</p>		
У вартість входить	<p>спеціальні пензлики-кошачки, акрилові фарби калина дощечки</p>		
Тривалість	<p>1,5 години</p>		
К-кість осіб в групі	<p>до 8 чоловік</p>		
Приклади			
<p style="text-align: center;"><b>Майстер клас з виготовлення ляльок-мотанок</b></p> <p>Ляльки-мотанки – це давній український обряд. Їх робили на здоров'я, благополуччя, вдале заміжжя й для безлічі інших цілей. На майстер-класі ми створюватимемо ляльку Подорожницю. Колись такі дарували людям, які часто мандрували.</p>			
Програма майстер класу	<p>пізнання традиції, історії створення ляльок навчання основним прийомам виготовлення ляльок-мотанок «Подорожниця» Подорожниця обов'язково має мати вузлик із зерном, монеткою, сіллю і маком. Зерно — щоб мандрівник ніколи не був голодний, гроші – щоб завжди було за що подорожувати, а сіль і мак — це обереги, без яких люди в давнину не виходили з дому.</p>		
У вартість входить	<p>червона нитка, ножиці, клаптики бавовняної тканини, стрічки з орнаментом сіль, зерно, мак та монети</p>		
Тривалість	<p>1 година</p>		

## Закінчення таблиці 3.2

К-кість осіб в групі	до 16 чоловік
Приклад	  

Весь спектр інновацій готель запроваджує для того, щоб гості спробували щось нове, навчилися новим технікам, методикам та не замислювались над тим, що щось втрачено.

Всі майстер класи проходять в спеціально відведених приміщеннях, в готелі.

Таблиця 3.3

**Перелік обладнання і розрахунок корисної площі приміщень для проведення майстер класів**

Необхідне устаткування				Площа обладнання, м <sup>2</sup>
Найменування обладнання	Марка	Кількість одиниць, шт.	Габаритні розміри, мм	
<b>Приміщення для приготування солодошів</b>				
Шафа для випікання	LG	3	560x700x1540	1,176
Столи	Terbi	5	780x600x600	4,68
Плита	LG	5	450x600x600	2,7
Кухонний інвентар	-	10	120x120	-
Мийна ванна	Cersanit	5	340x600x600	2,04
Холодильник	LG	2	1300x760x1700	1,976
<b>Всього</b>				<b>S<sub>кор</sub> = 12,572</b>
<b>Приміщення для вишивання хрестиком</b>				
Столи	Terbi	8	1650x800x600	10,56
Інвентар	-	15	120x120	-
Крісло	Terbi	15	540x540x760	4,374
<b>Всього</b>				<b>S<sub>кор</sub> = 14,934</b>
<b>Приміщення для вишивання хрестиком</b>				
Столи	Terbi	4	1650x800x600	5,28
Інвентар	-	8	120x120	-
Крісло	Terbi	8	540x540x760	2,33
<b>Всього</b>				<b>S<sub>кор</sub> = 7,61</b>
<b>Приміщення для виготовлення ляльок-мотанок</b>				

## Продовження таблиці 3.3

Столи	Terbi	8	1650x800x600	10,56
Інвентар	-	16	120x120	-
Крісло	Terbi	16	540x540x760	4,66
<b>Всього</b>				<b>S<sub>кор</sub> = 15,22</b>
<b>Всього</b>				<b>S<sub>кор</sub> = 50,336</b>

Отже, приміщення для проведення майстер класів, займатимуть площу:

$$S_{\text{заг}} = 50,336 / 0,3 = 167,7 \text{ м}^2$$

Для майстер класів в використовуватимуться такий інвентар та інструменти,  
табл. 3.4

Таблиця 3.4

**Інвентар та інструменти для проведення майстер-класів**

<b>Назва майстер-класу</b>	<b>Інвентар та інструменти для проведення</b>
Майстер клас з вишивання хрестиком	Тканина з кроком в 10, з розміткою; нитки, голки, спиці; панно під полотно
Майстер клас з вишивки ассізі	Тканина з кроком в 10, з розміткою; нитки, голки, спиці; панно під полотно
Майстер клас з петриківського розпису	Акрилові фарби; спеціальні дощечки; калина; пензлики кошачки
Майстер клас з виготовлення ляльок-мотанок	Різні м'які тканини (ситцеві, несипучі); нитки
Майстер класи з приготування солодоців	Пароконвектомат; формочки для випікання; кондитерські шпателі, шприці; ножі; бамбукова паличка; комбайн; виделки; ложки; сито тощо

Для проведення майстер класів, всі харчові продукти закуповуватимуться у оптового посередника фірми ТОВ «Вавілон». Доставка відбуватиметься щодва дні, зранку.

Матеріали для проведення інших майстер-класів, закуповуватимуться у фірми ТОВ «Муліне». Поставка відбуватиметься 1 раз на місяць.

Інноваційна діяльність закладів готельного господарства нерозривно пов'язана з інвестиційним розвитком, тобто відбувається безперервне формування та використання інвестиційних ресурсів для досягнення організацією оперативних і стратегічних цілей їх економічної діяльності.

Зараз в Україні існує об'єктивна необхідність у розробці, впровадженні та реалізації інноваційно-інвестиційної моделі економічного зростання в сфері готельної індустрії.

### Висновки за розділом 3

Досвід промислово розвинених країн, в яких зелений туризм успішно практикується десятиліттями, природно свідчить, що для його розвитку повинна бути створена відповідна нормативно-правова база, яка допомогла б залучити до цього процесу підприємців. Такий підхід дає можливість виявити тих, хто справді хоче розпочати власну справу, заохотити їх ефективно керувати еко-садибами, створити комфорт та гідний рівень обслуговування. Хоча старші мусять починати передавати суть зеленого туризму суспільству, такі ремісники можуть знайти шлях до підприємництва чи фермерства.

Як кажуть, на поверхні завжди багато хороших ідей, і для початку потрібно посіяти насіння в маси, щоб вони проросли.

Зелений туризм – це великий крок у розвитку сільської інфраструктури, особливо допомога у будівництві доріг, розвиток інформації, екскурсій та інших послуг. Для тих громад, які хочуть розвивати зелений туризм, встановлення цікавих та креативних вивісок може бути першим кроком у цьому напрямку.

Щоб вижити в умовах конкуренції, що загострилася, менеджерам готелів все частіше доводиться придумувати незвичні послуги, якими можна заманити до себе клієнтів.

Для впровадження інновацій в готелі, ми обрали найбільш перспективну та цікаву тему, на наш погляд. Тема «lost opportunities» є важливою для кожного, адже в час великих змін та швидкого темпу життя, ми забуваємо свої бажання, мрії, реалізація яких робить нас щасливими.

Для готелю було розроблено ряд майстер-класів та впроваджено перелік різноманітних послуг. За допомогою них та висококваліфікованому персоналу, ми зможемо навчити гостей новому та розширити їх кругозір. Напрямок послуг був обраний з українською тематикою, щоб всі охочі та небайдужі до нашої культури могли долучитись та зробити власний внесок до спадку Батьківщини. Надавані послуги будуть однаково цікаві як дорослим, так і дітям.

Всі майстер класи будуть за додаткову плату, весь інвентар та обладнання включені в витрати готелю. Матеріально-технічна база повністю задовольнятиме треби для проведення майстер-класів та повного занурення у робочий процес.

Інноваційний потенціал готелю полягає в наданні послуг «lost opportunities». Для цього в готелі будуть спроектовані окремі приміщення, закуплене обладнання та інструменти, для проведення майстер-класів. Готель буде товариством з обмеженою відповідальністю, всі фінансові ресурси є власними ресурсами засновників закладу. Обрана інновація є цілком перспективною та рентабельною.

## РОЗДІЛ 4. ШЛЯХИ ПОКРАЩЕННЯ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

### 4.1. Перспективи розвитку сільського (зеленого) туризму в Україні

Серед європейських держав Україна визначається найбільшим різноманіттям ландшафтних комплексів, значною історичною, культурною та етнічною спадщиною. У сучасній Україні туризм стає стабільним та усталеним сектором економіки, багатим на його різновиди. В усьому світі туризм є визнаним та важливим фактором економічного розвитку. Сьогодні це стало невід'ємною частиною нашого життя. Він постійно розвивається, оскільки має соціальний характер.

Туристична активність має тенденцію до зростання через вищий рівень життя та збільшення часу для відпочинку працездатного населення. Ця тенденція поширюється і охоплює всі великі верстви суспільства. І тому раціональне використання туристично-рекреаційного потенціалу України слід розглядати як один із найефективніших шляхів вирішення проблем економічного розвитку, стабілізації екологічної ситуації та забезпечення належного рівня якості життя населення [11, с.90].

Серед прогресивних напрямків розвитку туристичної галузі в Україні сьогодні заслуговує на увагу сільський («зелений») туризм. Це пов'язано насамперед з тим, що українське село має багату культурну, історичну та архітектурну спадщину. Сама природа України дарувала мальовничі пейзажі. Крім того, природа нашої країни багата на медичні та рекреаційні ресурси.

Сьогодні розвиток сільських територій на основі громади – це розвиток, орієнтований на побудову основ сталості, створення довгострокових можливостей для громад самостійно справлятися з майбутніми викликами та можливостями. Це ланцюжок дій, в рамках яких громади візуалізують, ініціюють та реалізують власні ідеї щодо поліпшення щоденного життя. Зміни проводяться самими громадами після надання їм майнових прав шляхом

ефективного використання та контролю місцевих ресурсів; забезпечення подолання бідності, а не більш комфортного існування в її умовах.

Сільські громади в контексті політики розвитку сільських територій – це самоорганізуються жителі села, які розділяють спільний житловий простір, об'єднані прагненням, готовністю та реальними діями щодо покращення економічної, соціальної та екологічної ситуації. Тому в сучасних умовах формування об'єднаних територіальних громад розвиток сільського зеленого туризму впливає на стабілізацію економічного розвитку сіл, і визначає актуальність досліджуваної теми.

Наші села не тільки здатні забезпечити населення індивідуальним житловим фондом, але й мають значний трудовий потенціал. Оцінка останнього також може бути негативною: гострою проблемою для багатьох сіл є відсутність робочих місць, зростання надлишку робочої сили за наявності сільськогосподарського виробництва.

Розвиток сільського зеленого туризму є позитивним для України, оскільки надається можливість за його допомогою створювати нові робочі місця за відсутності потреби у значних інвестиціях у розвиток цього району. Переваги зеленого туризму в тому, що він давно практикується в Україні, оскільки в селах, які мали відповідну базу відпочинку, завжди було багато міського населення, що відпочиває.

Сільський туризм представляє національне багатство. Його розвиток сьогодні також залежить від підвищення рівня привабливості для іноземних туристів, але сьогодні частка іноземних туристів серед бажаючих відпочити в Україні в напрямку зеленого туризму становить не більше 20%. Така мала частка іноземних туристів пояснюється якістю туристичних послуг в Україні, значно нижчою, ніж у Європі. При розвитку сільського зеленого туризму необхідно враховувати його специфіку як такого виду відпочинку сільського туризму, пов'язаного з перебуванням туристів у власному житловому будинку фермера, в окремій будівлі або на території с. особисте селянське (фермерське) господарство [41, с. 65].

Аналіз сільського зеленого туризму в Україні доводить, що туристичні зони та маршрути звертаються до найбільших екологічних цінностей України – чистих річок, лісів, морського узбережжя, озер та водосховищ, а також до архітектурних комплексів малих міст та сіл. Крим та Карпати сьогодні є основними напрямками сільського зеленого туризму в Україні [4, с.55]. На заході нашої країни цей вид туризму особливо інтенсивно розвивається в Карпатському регіоні – Івано-Франківській, Закарпатській та Львівській областях. Зокрема, Львівська область пропонує туристам мальовничі пейзажі Сколівського Бескиду зі гірськолижною «столицею», села Славське, чудодійних джерел мінеральних вод Моршина та Трускавця, старовинних поселень та замків, музеїв, виставок, театральних та музичних фестивалів.

Сьогодні такі три типи сільського зеленого туризму в Україні заслуговують найбільшої уваги при плануванні майбутнього розвитку:

– Агротуризм – вид сільського зеленого туризму, як освітній, так і розважальний, пов'язаний із введенням підсобних ділянок населення або земель сільськогосподарських підприємств, тимчасово не використовуються в аграрному секторі [4]; цей тип може не мати обмежень щодо навантаження на територію та регулювання видів рекреаційної рекреації;

– Рекреація (відпочинок на селі), базою розвитку якої є капітальний житловий фонд у садибах власників та наявні природні, рекреаційні, історичні, архітектурні, культурно-побутові та інші досягнення певної території;

– Екотуризм – це науковий та освітній вид сільського зеленого туризму, характерний для сільських районів та сіл, розташованих на території національних парків, заповідних територій, парків тощо, де передбачені відповідні обмеження на навантаження на території та види розваг регулюються.

Отже, з одного боку, сільський зелений туризм сьогодні – це надання послуг туристам у сільській місцевості, пов'язане з їх перебуванням у будинку фермера та використанням місцевих ресурсів, а з іншого боку, це ефективний інструмент для стабільного соціально-економічного розвитку села. Розвиток

сільського зеленого туризму стимулює поліпшення життя на селі, а також стимулює підвищення культурного та освітнього рівня сільського населення.

Саме тому можна зробити висновок, що розвиток зеленого сільського туризму впливає на: вирішення соціально-економічних проблем села та економічний розвиток України; розширення можливостей продажу продукції особистого селянського господарства, та реалізації її на місці; зниження рівня безробіття в сільській місцевості та розширення діапазону самозайнятості сільського населення, особливо молоді; покращення благоустрою сільських садиб, вулиць, сіл загалом; стимулює розвиток соціальної інфраструктури; відродження, збереження та розвиток місцевих народних промислів, пам'яток історико-культурної спадщини; підвищення культурно-освітнього рівня сільського населення [11, с.90].

Позитивний вплив сільського зеленого туризму на вирішення соціально-економічних проблем села полягає насамперед у тому, що він розширює рівень зайнятості сільського населення і дає селянам додатковий дохід, збільшує можливості працевлаштування фермера не тільки в у виробничому секторі, а також у секторі послуг. Формується розуміння сільського зеленого туризму як специфічної форми сільського відпочинку з широкою можливістю використання природного, матеріального та культурного потенціалу регіону.

Щоб визначити пріоритет розвитку сільського зеленого туризму в Україні та наблизити його до стандартів ЄС, існує нагальна потреба прийняти Закон України "Про сільський зелений туризм", який би став основою для розробки програм регіонального розвитку сільського зеленого туризму з їх інтеграцією до Програми розвитку сільського туризму в Україні, визначив особливості та умови укладення контрактів у галузі сільського зеленого туризму, а також врегулював питання, пов'язані з професійною підготовкою фахівців із сільського зеленого туризму. Водночас головним завданням формування такої програми є координація зусиль уряду, парламенту, міністерств, відомств, інших державних органів, а також громадських

організацій та бізнес-структур для більш ефективного розвитку сільських зелених туризм в Україні. кучерявий туризм [21, с.90].

Сьогодні пріоритетними регіонами для розвитку сільського зеленого туризму в Україні є такі [3]:

- Західний регіон (Закарпатська, Івано-Франківська, Львівська та Хмельницька області);
- Південний регіон (АР Крим і Запорізька, Миколаївська, Херсонська області);
- Центральний і північний регіони (Київська, Полтавська і Чернігівська області).

Так, значна частина (29%) тих, хто відпочиває у сільській місцевості, віддає перевагу цьому виду відпочинку завдяки можливості наблизитись до природного середовища (плавати у водоймах, гуляти на свіжому повітрі, збирати ягоди, гриби). Відпочивати в селі 17% спонукає можливість харчуватися органічними, натуральними та відносно дешевими домашніми продуктами. Прагнення приєднатись до народної культури, звичаїв, традицій, взяти участь у святах та сільських розвагах, поринути у сільське життя є важливим мотиватором відпочинку у сільській місцевості 15% туристів.

Як виявилось, важливим мотивом туристів (12%), враховуючи фінансове становище більшості населення країни, є брак коштів для відпочинку на дорогих курортах за кордоном, адже добре відомо, що проживання в сільській місцевості садиба набагато дешевше, ніж відпочинок у курортній зоні з розміщенням в готелі.

Ще одним мотиватором для жителів міст (9%) є потреба у можливості спокійного відпочинку далеко від промислових міст, сприяє роздумам та поверненню внутрішньої гармонії. Певна частина населення (7%) відпочиває у сільській місцевості за сімейною традицією, а трохи менша частка туристів (6%) пояснюють своє бажання користуватися послугами сільського зеленого туризму необхідністю вдосконалюватись у певних кліматичні умови за рекомендацією лікаря.

Дещо менша частка туристів (5%) зазначила, що їх заохочує відпочивати у сільській місцевості завдяки можливості безпосередньо брати участь у сільськогосподарських роботах для власного задоволення.

Підсумовуючи існуючу практику, можна виділити декілька напрямків туристичного обслуговування:

пізнавальний (ознайомлення з культурними, історичними, етнографічними, природними цінностями території)

розважальний (риболовля, полювання, збір грибів, ягід, лікарських трав, катання на човнах, радіальні екскурсії в гори),

рекреаційні (купання у водоймах, фізична праця, заняття).

Пропозиція щодо туристичного продукту сільського зеленого туризму поділяється на первинну, що реалізується безпосередньо виробником туристичних послуг (економіка), та вторинну, коли задіяні посередники, отримують вигоду від перепродажу послуг [4, с.56]

Для розвитку зеленого сільського туризму також важливо визначити сильні, слабкі сторони, можливості та загрози його розвитку. Сильні сторони регіонів України для сприятливого розвитку сільського туризму: чисте та безпечне довкілля, красиві ландшафти, багата флора і фауна, наявність річок, гір, озер, лісів, багатство історичних та культурних пам'яток, низькі ціни на проживання і харчування, велика кількість індивідуальних операторів, традиційно приймають гостей, збережені сільські традиції, гостинність населення.

Слабкі сторони регіонів України, які можуть заважати розвитку сільського туризму: низька якість розміщення, проблеми з водопостачанням, відсутність достатньої практичної туристичної інформації про регіон, недостатня обізнаність власників сільських маєтків з іноземних мов, відсутність система бронювання, погане визначення туристичних визначних пам'яток та маршрутів, недостатньо розвинена інфраструктура.

Загрозам, які заважатимуть розвитку сільського туризму, слід запобігати: поява бази розміщення, зниження якості послуг; значний рівень безробіття

створює основу для збільшення злочинності, відлякує потенційних туристів; суперництво та відсутність координації між різними організаціями, що сприяють сільському туризму, заважає реалізації спільних стратегічних цілей розвитку сільського туризму в регіоні; поганий політичний імідж не сприяє діяльності іноземних інвесторів, відсутність політичної стабільності та закон "Про сільський туризм" заважає організації відпочинку на селі.

Потенційні можливості та вигоди від розвитку сільського зеленого туризму в регіоні: розвиток сільського туризму суттєво збільшить доходи селян, що покращить економічний розвиток сіл та сіл, об'єднаних у територіальні громади; збільшиться зайнятість сільського населення, особливо жінок; прибуття туристів сприятиме більшій турботі, а потім кращому збереженню культурно-історичних пам'яток регіону; будуть створені нові робочі місця у сфері послуг, медицині, транспортній мережі, які зможуть забезпечити роботою випускників вищих навчальних закладів.

Відповідно, завдяки створеним підприємствам та організаціям у селах та об'єднаних територіальних громадах доходи бюджету збільшаться за рахунок сплати податків на доходи підприємств та фізичних осіб; значну частину доходу становитиме сплата туристичного збору туристами. Розвиток сільського зеленого туризму не вимагає великих витрат, оскільки його основою є спосіб життя та особливості сільського життя.

Однак законодавство України не встановлює вимог до власників садиб щодо організації повсякденного життя та зручностей для відвідувачів. Розвиток сільського зеленого туризму має велике значення як для туристів, так і для об'єднаної територіальної громади, це сприятиме соціально-економічному розвитку території.

Для активного відпочинку на селі, споживання свіжої їжі, спілкування з місцевими жителями, знання культури, звичаїв та традицій села, набуття нових навичок, спілкування з природою тощо. Для територіального розвитку сільський зелений туризм дає можливість отримувати додатковий дохід,

покращувати інфраструктуру території, зберігати культурну спадщину села, особистий розвиток сільського населення

#### **4.2. Пропозиції щодо нових видів сільського (зеленого) відпочинку в Україні**

Для ефективного просування національного туристичного продукту на зовнішньому ринку необхідна як організаційна, так і часткова фінансова підтримка держави, а створення позитивного іміджу нашої країни та її туристичних об'єктів має стати частиною загальної стратегії розвитку туризму в Україні [5].

Привабливо, що зелений сільський туризм не вимагає надзвичайно великих інвестицій, але в той же час він може принести велику користь багатьом громадянам держави, особливо жителям сільської місцевості, оскільки розширює ринок товарів та послуг, сприяє потоку іноземної валюти, поліпшення інфраструктури території, створення нових робочих місць.... Саме об'єднані територіальні громади можуть надавати пільги при отриманні державних субсидій особам, які беруть участь у наданні туристичних послуг.

Сільський зелений туризм розвивається за тісної співпраці зацікавленого сільського населення, яке надає туристичні послуги об'єднаним територіальним громадам. Саме об'єднані територіальні громади надають високоякісні туристичні послуги та відповідну комунальну інфраструктуру (дороги, стоянки, централізоване водопостачання та водовідведення, телефони, охорона тощо), пропонують широкий спектр приватних садиб, магазинів, спорту та відпочинку заклади та туристичні послуги. Ще одна складова пропозиції на відпочинок - це умови життя.

Умови життя повинні гарантувати можливість комфортного проживання, особистої гігієни та повноцінного харчування. Тому власники повинні керуватися рекомендаціями щодо класифікації сільського житла Українського союзу сприяння розвитку сільського зеленого туризму. Присвоєння категорії

житла, передбаченого для відпочинку відпочиваючих, дає власникові будинку право повідомляти про належну якість житлових умов у рекламних засобах профспілки, що сприятиме зростанню туристичного попиту та доходу власника. Розвиток сільського зеленого туризму в об'єднаних територіальних громадах сприяє покращенню благоустрою сільських садиб, вулиць та сіл загалом; стимулює розвиток соціальної інфраструктури. Звичайно, спочатку прийом та обслуговування відпочивальників відбувається на основі наявного житлового фонду з використанням місцевих рекреаційних та інфраструктурних ресурсів.

Але з отриманням коштів від цієї діяльності ті, хто цим займається, починають інвестувати в покращення комунального облаштування житла та вулиць; спільна робота над досягненням змін до кращого сектора послуг. Водночас це вагомий внесок у розвиток села, яке входить до територіальної громади.

Розвиток сільського зеленого туризму позитивно впливає на вирішення соціально-економічних проблем села, перш за все, в напрямку розширення сфери зайнятості сільського населення. Сільський зелений туризм дає селянам додатковий дохід, розширює можливості зайнятості сільського господаря не тільки у виробничій сфері, але і в сфері обслуговування.

При збільшенні числа відпочиваючих з'являється необхідність в задоволенні їх різноманітних потреб, а це, в свою чергу, стимулює розвиток сфери послуг: екскурсійних, зв'язку, торгівлі, служби побуту, розважальних та інших. Для подальшого розвитку сільського зеленого туризму потрібна державна підтримка, тобто систематизація правових норм для регулювання правовідносин у цій сфері.

Незважаючи на значні туристично-рекреаційні можливості сільських територій в республіці Чувашія розвиток агротуризму вкрай обмежена, спостерігається значна урбанізація природних територій, посилюється відтік сільської молоді через відсутність можливості працевлаштування і розвитку підприємництва Сільський туризм розвиває найбільш пасивний елемент

продуктивних сил регіону та надає можливості в забезпеченні повної або часткової зайнятості, а також для повноцінного розвитку і реалізації підприємницьких здібностей для соціально незахищених груп на селі У нашій країні формується система сільського туризму, але існують серйозні проблеми, пов'язані з відсутністю єдиної нормативно-правової бази, класифікації та стандартів, які гальмують процес.

Це породжує в регіонах країни певну недовіру до органів влади. І якщо, офіційні дані свідчать, що сьогодні в Росії всього 1,5 тисячі сільських будинків, які приймають туристів, то провідні експерти вважають, що їх більше 4 тисяч. Індивідуальні підприємці не хочуть легалізуватися, боячись непосильних обремененій.

Події, пов'язані з непередуманим збільшенням розміру страхових внесків, говорять про те, що побоювання не позбавлені підстав. Тим часом, ситуацію на сільських територіях країни викликає серйозну заклопотаність. За роки проведення ринкових реформ в Росії рівень життя сільського населення істотно знизився. Зросла відставання від міста і в загальних соціальних умов життя в сільській місцевості. Реалізація цільових програм уряду, в яких декларувалося проведення змін в цьому напрямку аграрної політики, до масштабних зрушень не привела. За порогом бідності за грошовими доходами знаходиться більше половини сільського населення. У сільській місцевості проживає понад 40% всього незаможного населення Росії, хоча на частку села припадає 27% загальної чисельності населення країни. Інтенсивність вибуття населення, особливо молоді, із сільської місцевості залишається значною. Це визначає загальну відсталість, низьку ефективність і конкурентоспроможність сільського господарства, його фактичну нездатність забезпечити продовольчу безпеку країни.

Світовий досвід успішного вирішення накопичених проблем Для успішного вирішення накопичених проблем слід враховувати світовий досвід, тому що стан сільських територій – найвірніший показник розвиненості

аграрного сектора країн – членів Європейського союзу (ЄС), ступеня їх цивілізованості.

Повчально зупинитися на історико-економічні особливості розвитку Польщі, яка в радянські часи входила до Ради еко- під гостьовим будинком в практиці існуючої системи розуміється традиційний сільський будинок з усіма зручностями, орендований на тиждень або на вихідні кой взаємодопомоги (РЕВ), але на відміну від інших соціалістичних країн не проводила поголовну колективізацію. Сільське населення в переважній більшості не було членами колгоспів, а зберігало господарську дрібнотоварного самостійність, яка і в даний час залишається основою національного сільського господарства. У сільській місцевості країни проживає близько 38% населення, з якого виключно в сільському господарстві працює менше 6% поляків.

Довгострокова державна політика на сільських територіях спрямована на розвиток дрібних господарств, які розглядаються як ефективний засіб зайнятості населення та вирішення соціально-економічних проблем.

Відповідно до чинного законодавства, статутом визначено наступні напрямки діяльності товариства:

- розробка обов'язкових вимог до товарів (робіт, послуг), а також проектів законів та інших нормативних правових актів федерального і регіональних рівнів, що регулюють відносини у сфері захисту прав споживачів;
- проведення незалежної експертизи якості, безпеки товарів (робіт, послуг), заявлених продавцями в інформації про них;
- поширення інформації про права споживачів та про необхідні дії щодо захисту цих прав;
- внесення до органів виконавчої влади, організації пропозиції про вжиття заходів щодо підвищення якості товарів (робіт, послуг), щодо призупинення виробництва і реалізації товарів (виконання робіт, надання послуг) не відповідають пропонованим до них обов'язковим вимогам

### 4.3. Оцінка ефективності пропозицій

Проаналізуємо економічну ефективність від створення мобільного додатку з майстер-класами.

Витрати часу по окремих операціях технологічного процесу відображені в табл. 4.1.

Таблиця 4.1

#### Операції технологічного процесу та час їх виконання

№ п/п	Назва операції (стадії)	Виконавець	Середній час виконання операції, год.
1.	Витрати праці на підготовку опису задачі	інженер	11
2.	Витрати праці на розробку проекту	інженер	45
3.	Витрати праці на розробку структури системи	інженер	25
4.	Витрати праці на створення системи по вибраному проекту та структурі	інженер	70
5.	Витрати праці на підготовку документації	інженер	20
6.	Витрати праці на відлагодження роботи спроектованої системи при комплексній відладці	інженер	30
Разом			201

Сумарний час на проведення науково-дослідної роботи становить 201 годину.

При розрахунку заробітної плати кількість робочих днів у місяці слід в середньому приймати – 24,5 дні/міс., або ж 196 год./міс. (тривалість робочого дня – 8 год.).

Рекомендовані тарифні ставки: керівник проекту – 30,00...50,00 грн./год., інженер – 19,34...30,00 грн./год., консультант – 19,34...30,00 грн./год., технік – 19,34...30,00 грн./год., лаборант – 19,34...25,00 грн./год.

Основна заробітна плата розраховується за формулою:

$$Z_{осн.} = T_c \cdot K_z, \quad (4.1)$$

де  $T_c$  – тарифна ставка, грн.;  $K_z$  – кількість відпрацьованих годин.

Оскільки всі види робіт в даному дослідженні виконує інженер, то основна заробітна плата буде розраховуватись тільки за однією формулою

$$Z_{\text{осн}} = 30 \cdot 201 = 6030 \text{ грн.}$$

Додаткова заробітна плата становить 10–15 % від суми основної заробітної плати.

$$Z_{\text{дод.}} = Z_{\text{осн.}} \cdot K_{\text{дод.}}, \quad (4.2)$$

де  $K_{\text{дод.}}$  – коефіцієнт додаткових виплат працівникам, 0,1–0,15 (візьмемо його рівним 0,13).

$$Z_{\text{дод.}} = 6030 \cdot 0,13 = 783,9 \text{ грн.}$$

Звідси загальні витрати на оплату праці ( $B_{o.n.}$ ) визначаються за формулою:

$$B_{o.n.} = Z_{\text{осн.}} + Z_{\text{дод.}}. \quad (4.3)$$

$$B_{o.n.} = 6030 + 783,9 = 6813,9 \text{ грн.}$$

Крім того, слід визначити відрахування на соціальні заходи:

- єдини соціальний внесок ЄСВ (прибутковий податок) - 22%;
- військовий збір – 1,5%.

У сумі зазначені відрахування становлять 23,5 %

Отже, сума відрахувань на соціальні заходи буде становити:

$$B_{c.z.} = \Phi ОП \cdot 0,235, \quad (4.4)$$

де  $\Phi ОП$  – фонд оплати праці, грн.

$$B_{c.z.} = 6813,9 \cdot 0,235 = 1601,26 \text{ грн.}$$

Проведені розрахунки витрат на оплату праці зведемо у табл. 4.2.

Таблиця 4.2

## Зведені розрахунки витрат на оплату праці

№ п/п	Категорія працівників	Основна заробітна плата, грн.			Додаткова заробітна плата, грн.	Нарахув. на ФОП, грн.	Всього витрати на оплату праці, грн. $6=3+4+5$
		Тарифна ставка, грн.	К-сть відпрацьов. год.	Фактично нарах. з/пл., грн.			
<i>A</i>	<i>B</i>	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>
1	інженер	30	201	6030	783,9	1601,26	8415,16

Сумарні затрати на оплату праці становлять 8415,16 грн.

Матеріальні витрати визначаються як добуток кількості витрачених матеріалів та їх ціни:

$$M_{Bi} = q_i \cdot p_i, \quad (4.5)$$

де  $q_i$  – кількість витраченого матеріалу  $i$ -го виду;  $p_i$  – ціна матеріалу  $i$ -го виду.

Звідси, загальні матеріальні витрати можна визначити:

$$Z_{м.в.} = \sum M_{Bi}. \quad (4.6)$$

Проведені розрахунки занесемо у табл. 4.3.

Таблиця 4.3

## Зведені розрахунки матеріальних витрат

Найменування матеріальних ресурсів	Одиниця виміру	Норма витрат	Ціна за одиницю, грн	Затрати матеріалів, грн	Транспортно-заготівельні витрати, грн	Загальна сума витрат на матеріали, грн
1. Основні матеріали						
Програмне забезпечення різного рівня	комплект	1	4299	–	–	4299
Разом:						4299

Сумарні матеріальні затрати становлять 4299 грн

Затрати на електроенергію 1-ці обладнання визначаються за формулою:

$$Z_e = W \cdot T \cdot S, \quad (4.7)$$

де  $W$  – необхідна потужність, кВт;  $T$  – кількість годин роботи обладнання;  $S$  – вартість кіловат-години електроенергії.

Вартість кіловат-години електроенергії слід приймати згідно існуючих на даний час тарифів (1,69 грн. з ПДВ за 1 кВт).

Потужність комп'ютера для проведення дослідження – 550 Вт, кількість годин роботи обладнання згідно таблиці 5.1 – 201 годин.

$$\text{Тоді, } Z_e = 0,55 \cdot 201 \cdot 1,69 = 186,82 \text{ грн}$$

Характерною особливістю застосування основних фондів у процесі виробництва є їх відновлення. Для відновлення засобів праці у натуральному виразі необхідне їх відшкодування у вартісній формі, яке здійснюється шляхом амортизації.

Амортизація – це процес перенесення вартості основних фондів на вартість новоствореної продукції з метою їх повного відновлення.

Комп'ютери та оргтехніка належать до четвертої групи основних фондів. Для цієї групи річна норма амортизації дорівнює 60 % (квартальна – 15 %).

Для визначення амортизаційних відрахувань застосовуємо формулу:

$$A = \frac{B_B \cdot H_A}{100\%}, \quad (4.8)$$

де  $A$  – амортизаційні відрахування за звітний період, грн.;  $B_B$  – балансова вартість групи основних фондів на початок звітного періоду, грн.;  $H_A$  – норма амортизації, %.

Для даного дослідження засобом роботи є комп'ютер. Його сума становить 10650 грн. Отже, амортизаційні відрахування будуть рівні:

$$A = \frac{10650 \cdot 5\%}{100\%} = 532,5 \text{ грн.}$$

Оскільки робота виконувалась 201 годин, то амортизаційні відрахування будуть становити:

$$A = \frac{532,5 \cdot 201}{201} = 532,5$$

Накладні витрати пов'язані з обслуговуванням виробництва, утриманням апарату управління спілкою та створення необхідних умов праці.

В залежності від організаційно-правової форми діяльності господарюючого суб'єкта, накладні витрати можуть становити 20–60 % від суми основної та додаткової заробітної плати працівників.

$$H_{\epsilon} = B_{o.n.} \cdot 0,2 \dots 0,6, \quad (4.9)$$

де  $H_B$  – накладні витрати.

Отже, накладні витрати:

$$H_B = 6813,9 \cdot 0,5 = 3406,95 \text{ грн.}$$

Результати проведених вище розрахунків зведемо у табл. 4.4.

Таблиця 4.4

#### Кошторис витрат на НДР

Зміст витрат	Сума, грн.	В % до загальної суми
Витрати на оплату праці (основну і додаткову заробітну плату)	6813,9	40,46
Відрахування на соціальні заходи	1601,26	9,50
Матеріальні витрати	4299	25,52
Витрати на електроенергію	186,92	1,10
Амортизаційні відрахування	532,5	3,16
Накладні витрати	3406,95	20,23
Собівартість	16840,53	100

Собівартість ( $C_B$ ) НДР розрахуємо за формулою:

$$C_B = B_{o.n.} + B_{c.z.} + Z_{m.v.} + Z_e + A + H_{\epsilon}. \quad (4.10)$$

Отже, собівартість дослідження дорівнює:

$$C_B = 6813,9 + 1601,26 + 4299 + 186,92 + 532,5 + 3406,95 = 16840,53 \text{ грн.}$$

В результаті проведених розрахунків собівартість науково-дослідної роботи становить 16840,53 грн.

Ціну НДР можна визначити за формулою:

$$Ц = \frac{C_B \cdot (1 + P_{рен}) + K \cdot B_{н.і.}}{K} \cdot (1 + ПДВ), \quad (4.11)$$

де  $P_{рен.}$  – рівень рентабельності, 30 %;  $K$  – кількість замовлень, од. (встановлюється лише при розробці програмного продукту та мікропроцесорних систем);  $B_{н.і.}$  – вартість носія інформації, грн. (встановлюється лише при розробці програмного продукту);  $ПДВ$  – ставка податку на додану вартість, (20 %).

Оскільки розробка є прикладною, і використовуватиметься тільки для одного підприємства, то для розрахунку ціни не потрібно вказувати коефіцієнти  $K$  та  $B_{н.і.}$ , оскільки їх в даному випадку не потрібно.

Тоді, формула для обчислення ціни НДР буде мати вигляд:

$$Ц = C_B \cdot (1 + P_{рен}) \cdot (1 + ПДВ). \quad (4.12)$$

Звідси ціна на НДР складе:

$$Ц = 16840,53 \cdot (1 + 0,3) \cdot (1 + 0,2) = 26271,22 \text{ грн.}$$

Ефективність виробництва – це узагальнене і повне відображення кінцевих результатів використання робочої сили, засобів та предметів праці на підприємстві за певний проміжок часу.

Економічна ефективність ( $E_p$ ) полягає у відношенні результату виробництва до затрачених ресурсів:

$$E_p = \frac{\Pi}{C_B}, \quad (4.13)$$

де  $\Pi$  – прибуток;  $C_B$  – собівартість.

Плановий прибуток ( $\Pi_{пл}$ ) знаходимо за формулою:

$$\Pi_{пл} = Ц - C_B. \quad (4.14)$$

Розраховуємо плановий прибуток:

$$\Pi_{пл} = 26271,22 - 16840,53 = 9430,69 \text{ грн}$$

Отже, формула для визначення економічної ефективності набуде вигляду:

$$E_p = \frac{\Pi_{пл}}{C_в}. \quad (4.15)$$

$$\text{Тоді, } E_p = \frac{9430,69}{16840,53} = 0,56$$

Поряд із економічною ефективністю розраховують термін окупності капітальних вкладень ( $T_p$ ):

$$T_p = \frac{1}{E_p}, \quad (4.16)$$

Термін окупності дорівнює:

$$T_p = \frac{1}{0,56} = 1,79 \text{ року}$$

Розраховане значення економічної ефективності становить 0,56, що є високим значенням.

Для даного дослідження термін окупності становить 1,79 року.

*Таблиця 4.5*

#### Техніко-економічні показники НДР

№ п/п	Показник	Значення
1.	Собівартість, грн.	16840,53
2.	Плановий прибуток, грн.	9430,69
3.	Ціна, грн.	26271,22
4.	Економічна ефективність	0,56
5.	Термін окупності, рік	1,79

Отже, дана пропозиція може бути впроваджена та мати подальший розвиток, оскільки є економічно вигідною за всіма основними техніко-економічними показниками.

## Висновки за розділом 4

Отже, щороку сільський зелений туризм набирає популярності як у світі, так і у нас. З одного боку, це сприяє активізації верств населення з низькими доходами, які можуть розраховувати на дешеві канікули, а з іншого боку, розвитку фермерських господарств, що пропонують послуги сільського зеленого туризму. Створення нових підприємств, які дають змогу жителям сільської місцевості створювати робочі місця; Зменшення міграції населення працездатного віку за межі нашої держави. Це також дозволить залучати вітчизняні та іноземні інвестиції, реалізовувати нові проекти та додавати значні додаткові надходження до бюджету Об'єднаної територіальної громади, включаючи весь регіон. Тому сільський зелений туризм є одним із головних пріоритетів подолання депресії та покращення соціально-економічного розвитку сільських територій України

За останні кілька десятиліть сільський туризм був в Україні важливі кроки для просування їх пропозиції для національних та міжнародних ринків туризму. Він базується на приватних сільськогосподарських землях у різних регіонах України. У той же час сільський туризм країни стикається організаційні, економічні та маркетингові проблеми конкурентного туристичного ринку. Кластери та кластерні ініціативи у сільському туризмі в Україні в більшості випадків перебувають на ранніх стадіях свого розвитку.

## ВИСНОВКИ

Провівши дослідження, можемо зробити наступні висновки:

1. Сільський туризм – галузь туристичного бізнесу, головною особливістю якого є рекреаційні види діяльності на природі, наприклад, фотографування і спостереження за природою, риболовля і полювання, спортивна і пригодницька діяльність.

Також сільський туризм можна визначити, як подорож і відпочинок городян на сільських територіях в гостьових будинках, створених сільській сім'єю, яка має власну сільську територію і розташовану на ній садибу, що представляє в загальному фермерське господарство. Саме сільська сім'я в даному випадку забезпечує проживання, харчування та знайомство з місцевими сільськими пам'ятками.

2. Як фактори успіху сільського туризму в Європі необхідно назвати, перш за все, політичну підтримку сільського туризму з боку національних держав і Євросоюзу. Це пояснюється тим, що сільський туризм спочатку розглядався як соціального амортизатора при реструктуризації аграрного сектора економіки, дозволяючи перевести надлишок трудових ресурсів в альтернативний сектор виробництва послуг і створювати нові робочі місця в сільській місцевості.

3. Сільський зелений туризм на початку 21 століття – один із найперспективніших видів відпочинку в Карпатському, Поліському, Подільському та Наддніпрянському регіонах.

Для сільських жителів України цей вид туризму є найкращим стимулом для започаткування та розвитку туристичної діяльності, забезпечує додатковий дохід та підвищує рівень зайнятості членів сільських сімей.

Зелений туризм – це великий крок у розвитку сільської інфраструктури, особливо допомога у будівництві доріг, розвиток інформації, екскурсій та інших послуг. Для тих громад, які хочуть розвивати зелений туризм, встановлення цікавих та креативних вивісок може бути першим кроком у цьому напрямку.

4. Сільський дім «Лісова хата» знаходиться на території Івано-Франківської області, Шешори, Садиба 453. 10 км від траси Коломия – Косів Р-24, 6 км від бугельного витягу. Двоповерховий дерев'яний будинок на 8 місць.

Садиба «Лісова хата» має одночасну місткість 396 місце/діб, з яких 2% номерів призначені для обслуговування персоналу, 28 номерів знаходяться у капітальному ремонті 44 дні, 14 номерів – у поточному ремонті 7 днів. Загальна потужність становить 144540 місце/днів, а пропускна здатність – 143308 місце/днів. Коефіцієнт завантаження садиби «Лісова хата» становить 0,97, що є непоганим результатом. Можна зробити висновок, що в садибі «Лісова хата» раціонально використовуються номери.

На підприємстві «Лісова хата» до бізнес-процесів, що знаходяться на досить високому рівні можна віднести виробництво основних послуг, кадровий менеджмент, маркетинг, рівень корпоративної культури та імідж. До сильних сторін компанії також належать виробництво додаткових послуг, матеріально-технічне забезпечення, фінансовий стан, інноваційний менеджмент. І лише такий бізнес-процес як екологічний менеджмент потребує значного розвитку, впроваджень нових ідей в діяльність фірми для покращення роботи та іміджу.

5. Використання інформаційних технологій, зокрема мережі Інтернет, надає унікальні можливості надійного конфіденційного глобального зв'язку, що зручно як для локальних виробників агротуристичних послуг, так для турпосередників, які мають свої філії у регіоні та по всій країні, і, передусім, для самих споживачів послуг сільського зеленого туризму. Зрештою, Інтернет нині дедалі активніше перетворюється в найбільшого турпосередника між виробниками та споживачами послуг сільського зеленого туризму.

За допомогою застосування сучасних інформаційних технологій в галузі туризму значно спрощується процедура формування та реалізацій туристичних послуг. Саме тому зараз і проходить інтенсивна структуризація ринку туристичних послуг, що викликана новою технологічною хвилею.

6. Застосування сучасних інформаційних технологій у розвитку сільського зеленого туризму в Україні є однією із умов його успішного

функціонування. Для цього потрібно розвивати освіченість власників садиб, консультувати їх з питань використання Інтернету для їх потреб та розробки реклами для їх діяльності.

5. Для впровадження інновацій в готелі, ми обрали найбільш перспективну та цікаву тему, на наш погляд. Тема «lost opportunities» є важливою для кожного, адже в час великих змін та швидкого темпу життя, ми забуваємо свої бажання, мрії, реалізація яких робить нас щасливими.

Для готелю було розроблено ряд майстер-класів та впроваджено перелік різноманітних послуг. За допомогою них та висококваліфікованому персоналу, ми зможемо навчити гостей новому та розширити їх кругозір. Напрямок послуг був обраний з українською тематикою, щоб всі охочі та небайдужі до нашої культури могли долучитись та зробити власний внесок до спадку Батьківщини. Надавані послуги будуть однаково цікаві як дорослим, так і дітям.

Всі майстер класи будуть за додаткову плату, весь інвентар та обладнання включені в витрати готелю. Матеріально-технічна база повністю задовольнятиме треби для проведення майстер-класів та повного занурення у робочий процес.

6. Нами було проаналізовано економічну ефективність від створення мобільного додатку з майстер-класами. Розраховане значення економічної ефективності становить 0,56, що є високим значенням. Отже, дане дослідження може бути впроваджене та мати подальший розвиток, оскільки воно є економічно вигідним за всіма основними техніко-економічними показниками.

За останні кілька десятиліть сільський туризм зробив в Україні важливі кроки для просування їх пропозиції для національних та міжнародних ринків туризму. Він базується на приватних сільськогосподарських землях у різних регіонах України. У той же час сільський туризм країни стикається з організаційними, економічними та маркетинговими проблемами конкурентного туристичного ринку. Кластери та кластерні ініціативи у сільському туризмі в Україні в більшості випадків перебувають на ранніх стадіях свого розвитку.



## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Акимова О. Е., Волков С. К. Особенности мотивации предпринимательской деятельности в сфере туризма в сельской местности // Региональная экономика: теория и практика. 2013. – №40(319). – С. 32-42.
2. Бадалянц С. В. Зарубежный опыт и отечественная практика развития сельского туризма // Образование и наука в современных условиях. 2015. – №3. – С. 184-186.
3. Бейдик О. О. Рекреаційно-туристські ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування. – К.: Київ. нац. ун-т, 2001. – 395 с.
4. Биржаков М. Б., Биткулова Л. И., Панова Д. Н. Организация сельского туризма: практическое пособие. Всевожск: ЕЛГО. 2010. – 120 с.
5. Биржаков М. Б. Введение в туризм / Биржаков М.Б. – СПб.: «Издательский дом Герда», 2007. – 576 с.
6. Биркович В. І. Розвиток сільського туризму в депресивних регіонах України: економіко-правовий аспект // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [old.niss.gov.ua/Monitor/September09/5.htm](http://old.niss.gov.ua/Monitor/September09/5.htm).
7. Биркович В.І. Сільський зелений туризм – пріоритет розвитку туристичної галузі України. Стратегічні пріоритети / В.І. Биркович // Науково-аналітичний щоквартальний збірник. – 2008. – №1 (6). – С. 138-143.
8. Бондар В. В. Агротуризм як вид диверсифікаційного розвитку сільськогосподарського підприємництва Вісник Чернігівського державного технологічного університету. 2016. – № 4. – С. 114 – 120.
9. Бородин А. Н. Формирование механизма управления сельской туристской дестинацией: дисс. канд.экон.наук. Сочи, 2013. – 162 с.
10. Волков С. К. Развитие агротуризма как фактор повышения конкурентоспособности сельской территории // Менеджмент в России и за рубежом. 2014. – №3. – С. 140-143.

11. Галич О. А. Зелений туризм: сутність та перспективи розвитку на Полтавщині // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/2010/01/38.pdf](http://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/2010/01/38.pdf)
12. Дарчук В. Г. Формування стратегічних основ розвитку сільського зеленого туризму в Україні: автореф. дис. канд. екон. наук: спец. 08.00.03. Донецьк, 2014. – 21 с.
13. Дмитрук О. Ю. Екологічний туризм: сучасні концепції менеджменту і маркетингу: навчальний посібник / Дмитрук О.Ю. – К.: Альтерпрес, 2004. – 192 с.
14. Зелене досьє. Екологічний менеджмент. Посібник для малих та середніх підприємств. – Таллін, 2008.
15. Зелений туризм – панацея чи черговий міф? [Електронний ресурс] / Н.В. Васильєва – Режим доступу: <http://www.greentour.com.ua/ukrainian/news/22>
16. Зеркалов Д. В. Екологічна безпека та охорона довкілля: монографія. Київ: Основа. 2012. – 514 с.
17. Зінченко А. І. Маркетинг зеленого туризму: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.04 "Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)". К., 2016. – 21 с
18. Клицунова В. А. Зеленые маршруты / Клицунова В.А. – Минск, 2009. – (В рамках проекта программы развития ООН «Устойчивое развитие на местном уровне»).
19. Костриця М. М. Сільський туризм: теорія, методологія, практика (етноісторичний туристичний кластер "Древлянська земля"): монографія. Житомир: ЖДТУ. 2006. – 196 с.
20. Костриця М. Ю. Підприємницькі засади розвитку сільського туризму: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.04 економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності) / М. Ю. Костриця, 2008. – 18 с.

21. Костиця М. Ю. Становлення організаційних форм українського географічного краєзнавства // Географія та основи економіки в школі. – 2005. – № 3. – С. 39-41.
22. Костиця М. М. Сільський туризм: теорія, методологія, практика: Монографія / М.М. Костиця; За наук. керівництвом і заг. ред. проф. Є.І. Ходаківського, проф. Ю.С. Цал-Цалка. – Житомир: ЖДТУ, 2006. – 196 с.
23. Кравцов С. С. Оцінка інвестиційної привабливості сільського зеленого туризму на основі розрахунку ефекту мультиплікатора. Механізми державного управління економікою України: зб. наук. праць ДонДУУ, 2010. Т.ХІ. – С.398 – 405.
24. Кравчук А. О. Сільський Туризм як стратегічний напрям диверсифікації операційної діяльності суб'єктів аграрного сектору // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <file:///C:/Users/Андрій/Downloads/1013-4854-1-PB.pdf>;
25. Кравчук А. О. Управління розвитком діяльності суб'єктів сільського зеленого туризму. Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук. Чернігів, 2015. – С.61-64.
26. Курышева М. В. К вопросу о развитии туризма на сельских территориях // Академия профессионального образования. 2013. – №3-4. – С. 55-58.
27. Лужанская Т. Ю., Махлинец С. С., Тебляшкина Л. И. Сельский туризм: история, настоящее и перспективы: Учебное пособие. / Под редакцией д. г. н., Профессора Волошина И. М. – К.: Кондор, 2008. – 385 с.
28. Лужанська Т. Ю., Махлинець С. С., Тебляшкіна Л. І. Сільський туризм: історія, сьогодення та перспективи: навч. посібник. / Т. Ю. Лужанська, С. С. Махлинець, Л. І. Тебляшкіна; За ред. Волошина І. М. – К.: Кондор, 2008. – 385 с.
29. Мозговая О. Инструменты управления развитием экологического туризма в регионах мира / О. Мозговая // Белорусский журнал международного права и международных отношений. – 2004 – № 2

30. Природно-заповідний фонд Бережанського району // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ecoternopil.gov.ua/data/Ber.doc>
31. Проблемы и перспективы развития туризма на территории украинских Карпат. [Електронний ресурс] / И.Б. Зазгарская. – Режим доступу: [http://tourlib.net/books\\_tourism/zazgarskaya1.htm](http://tourlib.net/books_tourism/zazgarskaya1.htm)
32. Програма добровільної категоризації садиб у сфері сільського зеленого туризму «Українська гостинна садиба», затверджена Спілкою сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні від 6 травня 2008р. № 46. // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.greentour.com.ua/english/category/low>.
33. Програма розвитку туризму та курортів в Одеському регіоні на 2017-2020 рр.: Рішення Одеської обласної ради від 23 грудня 2016 року за № 285- // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://oda.odessa.gov.ua/statics/pages/files/5a58d0f18f339.pdf>
34. Пугач Н. А. Інформаційно-консультаційне забезпечення розвитку сільського туризму. Економіка АПК. 2014. – № 9. – С. 62-68.
35. Рихлицька Х. М. Розвиток підприємств сільського зеленого туризму в контексті кластерного підходу: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)». К., 2013. – 21 с.
36. Рутинський М. Й. Сільський туризм: навч. посіб. / М. Й. Рутинський, Ю. В. Зінько. – К.: Знання, 2006. – 271 с.
37. Рутинський М. Й., Зінько Ю. В. Сільський туризм: Навчальний посібник. К.: Знання, 2008. – 271 с.
38. Сайт «Зелений туризм» // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ruraltourism.com.ua/index2.php>.
38. Саковська О. М. Визначення ефективності рекламно-маркетингових заходів з просування туристичного продукту на регіональному рівні. Бізнесінформ. 2018. № 7. с. 327 – 335.

39. Сільський зелений туризм. Білорусь. // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://pidruchniki.com/2015073165657/turizm/silskiy\\_turizm\\_inshih](http://pidruchniki.com/2015073165657/turizm/silskiy_turizm_inshih).
40. Сільський зелений туризм: організація надання послуг гостинності / П. Горішевський, В. Васильєв, Ю. Зінько. – Івано-Франківськ: Місто НВ, 2003. – 500 с.
41. Смолій В.А., В.К. Федорченко, В.І. Цибух. Енциклопедичний словник-довідник з туризму. К.: Видавничий дім «Слово». 2006. – 372 с.
42. Степанов В. Ю. Сільський зелений туризм в Україні: проблеми та перспективи. Регіональне управління та місцеве самоврядування. – 2018 – №1. С.1-5.
43. Стратегія економічного та соціального розвитку Одеської області до 2020 року. // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://oda.odessa.gov.ua/socialnoekonomchnijrozvitok/strategiya-ekonomchnogota-socialnogo-rozvitku-odeskooblast-do-2020-roku>
44. Теличкань В. В. Просування агротуристичних послуг за допомогою сучасних інформаційних технологій. Збірник наукових праць Уманського національного університету садівництва. 2018. – №27(2). – С.169-175.
45. Тищук І.В. Концептуальні засади формування розвитку зеленого туризму в регіоні. Економічний форум. 2015. – № 2. – С. 146 - 155.
46. Ткаченко Т. І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія / Ткаченко Т. І. – К.: Київський національний торговельно-економічний університет, 2006. – 537 с.
47. Траченко Л. В., Тымчук С. В., Нещадим Л. М. Социальное значение зеленого туризма в контексте развития сельских территорий Украины. Современные технологии управления. 2015. – №.1(49). – С. 43–47.
48. Туєва О. М. Сільський зелений туризм як категорія аграрного права. Науковий вісник Херсонського державного університету. 2016. – Випуск 4. Том 1. – С.99-102.

49. Хези Израели. Устойчивое развитие сельского туризма / Йехезкель (Хези) Израели // Материалы Международной специализированной конференции «Агрэкотуризм - состояние и перспективы развития». – Минск, 2010. – С. 49.

50. Храбовченко В. В. Экологический туризм: учеб.-метод. пособие / Храбовченко В. В. – М.: Финансы и статистика, 2004

51. Шевченко І. В. Маркетинг у сільському зеленому туризмі // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.pdaa.edu.ua/sites/default/>

## ДОДАТКИ

## Додаток А

## Таблиця 1.1.

## SWOT - аналіз сільського туризму

Strength - сильні сторони	Weaknes - слабкі сторони
<p>унікальні природничі та туристичні ресурси для розвитку туризму (сакрального, пізнавального, та ін.): наявність унікальних пам'яток вигідне географічне розташування;</p> <p>наявність унікальних та сприятливих рекреаційних ресурсів, клімату і погоди; розміщення історичних об'єктів (замки, костели і т.п.);</p> <p>наявність значної кількості природних ресурсів для забезпечення розвитку місцевої промисловості та створення рекреантам умов європейського рівня;</p> <p>відсутність відповідних закладів розміщення різних стандартів і низький рівень розвитку сфери обслуговування;</p> <p>незадовільний стан доріг, відсутність під'їздів до багатьох популярних туристичних об'єктів;</p> <p>незадовільний стан багатьох пам'яток культурної спадщини і відсутність дієвих програм їх збереження та пристосування для потреб туристів;</p> <p>відсутня взаємодія органів виконавчої влади та місцевого досить розвинута транспортна інфраструктура, висока щільність транспортних мереж, наявність кваліфікованих трудових ресурсів;</p> <p>потужний освітній потенціал регіону;</p> <p>збережені унікальні національно-культурні традиції, достатньо екологічно-чистий компактний регіон;</p> <p>досить висока готовність місцевого населення до ведення рекреаційного бізнесу</p>	<p>відсутність відповідних закладів розміщення різних стандартів і низький рівень розвитку сфери обслуговування;</p> <p>незадовільний стан доріг, відсутність під'їздів до багатьох популярних туристичних об'єктів;</p> <p>незадовільний стан багатьох пам'яток культурної спадщини і відсутність дієвих програм їх збереження та пристосування для потреб туристів;</p> <p>відсутня взаємодія органів виконавчої влади та місцевого досить розвинута транспортна інфраструктура, висока щільність транспортних мереж, наявність кваліфікованих трудових ресурсів;</p> <p>потужний освітній потенціал регіону;</p> <p>збережені унікальні національнокультурні традиції, достатньо екологічно-чистий компактний регіон;</p> <p>досить висока готовність місцевого населення до ведення рекреаційного бізнесу. самоврядування щодо забезпечення розвитку рекреації у районі;</p> <p>відсутність системного рекламного та інформаційного забезпечення;</p> <p>слабке пристосування для розвитку спеціальних видів туризму (сплави, спелеотуризм);</p> <p>низька платоспроможність населення;</p> <p>недостатня ефективність діяльності відповідних структур щодо забезпечення екологічної безпеки для розвитку рекреаційного бізнесу;</p> <p>недосконале податкове законодавство;</p> <p>відсутність нормативних документів, які б регулювали діяльність власників сільських садиб;</p> <p>обмежене фінансування державного бюджету;</p> <p>недооцінка значення туризму для розвитку району;</p> <p>низький рівень підготовки управління кадрів;</p>

	<p>відсутність даних про цільові ринки та цільові групи туристів, які відвідали Бережанщину;          відсутність активності бізнесу у співпраці по промоції району;</p>
Opportunity - шанси	Threats – ризики
<p>зростання ваги туристичної галузі в економіці країни;          - розвиток дотичних галузей, який приводить до росту ділового туризму, підприємницької активності, розвиток нових видів туризму;          - стає зростання кількості туристів (в'їзний та внутрішній туризм);          - удосконалення законодавчої бази туризму;          - швидке збільшення попиту на туристичні послуги на основі зростання купівельної спроможності окремих верств населення; створення позитивного іміджу району; включення регіону в глобальну нестабільність політичної та економічної ситуації в країні; сильні бюджетні обмеження; орієнтація інвесторів, головним чином, на експлуатацію мінерально-сировинних, земельних ресурсів регіону;          - відсутність дієвого механізму використання для туризму об'єктів культурної спадщини та пам'яток природи;          - відсутність дієвої державної політики щодо використання курортно-рекреаційних зон;          - зменшення туристичного потоку через відсутність чіткого позиціонування туристично-рекреаційну систему;          - покращення транспортної доступності області (будівництво чи облаштування парковок для автотранспорту); можливість покращення кваліфікації працівників за рахунок створення освітніх програм (навчальних центрів, співпраця з вузами); розвиток туристичної інформаційної інфраструктури та створення єдиного календаря подій.</p>	<p>- нестабільність політичної та економічної ситуації в країні;          - сильні бюджетні обмеження;          - орієнтація інвесторів, головним чином, на експлуатацію мінерально-сировинних, земельних ресурсів регіону;          - відсутність дієвого механізму використання для туризму об'єктів культурної спадщини та пам'яток природи;          - відсутність дієвої державної політики щодо використання курортно-рекреаційних зон; зменшення туристичного потоку через відсутність чіткого позиціонування</p>

Додаток Б



Рис. 1.1. Зелений туризм у Франції

## Додаток В



Рис. А1. Садина «Лісова хата»



Рис. А2. Садиба «Лісова хата»



Рис. А3. Садиба «Лісова хата»



Рис. А4. Садіба «Лісова хата»



Рис. А5. Шешори

## Додаток Г

## Визначення терміна «сільський зелений туризм» вітчизняних та зарубіжних авторів

№ п/п	Автор та джерело інформації	Зміст терміна
1.	Зелений туризм [8]	Суть сільського зеленого туризму полягає у відпочинку в приватних господарствах у сільській місцевості, яка приваблює своєю недоторканою природою, пам'ятками історії та природи.
2.	Биркович В.1.[1]	Це специфічна форма відпочинку в приватних господарствах сільської місцевості з використанням майна та трудових ресурсів особистого селянського, підсобного або фермерського господарства, природно-рекреаційних особливостей місцевості, а також культурної, історичної та етнографічної спадщини регіону.
3.	Булах Т.М.[2]	Це вид туризму, що передбачає знайомство з місцевим побутом в агрооселях, вивчення традицій проведення народних свят, фольклорної творчості, організації подорожей вихідного дня.
4.	Рутинський М.И. Зшько Ю.В. [7]	Відпочинок у сільській місцевості характеризується тим, що, по-перше, відпочивальники ведуть сільський спосіб життя і знайомляться з місцевими звичаями; по-друге - це надання господарями туристу-відпочивальнику (споживачу ) якісної послуги, яка повинна повністю відповідати його платоспроможному попиту.
5.	Медлж С. [4]	Це є відпочинковий вид туризму, зосереджений на природних територіях, який передбачає заняття різними формами активної рекреації у природних ландшафтах без заподіяння шкоди навколишньому середовищу.
6.	Камушков О.С. [5]	Це вид проведення вільного часу у формі стаціонарного, з можливістю недалеких виїздів чи походів, відпочинку в сільській місцевості.
7.	Ecotourism Society, 1994 [10]	Це спрямована мандрівка в сільську місцевість з метою ознайомлення з місцевою культурою та історією природного

		середовища, яка не порушує цілісності екосистеми, при цьому робить охорону природних ресурсів відповідною для сільських мешканців.
8.	Міжнародний Союз охорони природи (МСОП) Ceballos-Lascurain, 1993 [11]	Мандрівка з відповідальністю перед навколишнім середовищем по відносно незайманих територіях з метою вивчення і насолодження природою, що сприяє її охороні, чинить «м'який» вплив на навколишнє середовище, забезпечує активну соціально-економічну участь місцевих мешканців у збереженні природи та отриманні ними переваг від цієї діяльності