

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

**Інститут (факультет) готельно-ресторанного та туристичного бізнесу  
Кафедра туристичного та готельного бізнесу**

**«До захисту в ЕК»**  
Директор інституту (декан факультету)  
Доценко В. Ф.  
(підпис) (прізвище та ініціали)

« \_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2020 р.

**«До захисту допущено»**  
В. о. завідувача кафедри  
Антоненко І. Я.  
(підпис) (прізвище та ініціали)

« \_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2020 р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА  
НА ЗДОБУТТЯ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ БАКАЛАВРА**

Зі спеціальності 242«Туризм»  
(код та назва спеціальності)  
освітньо-професійної програми «Туризм»

на тему: «Вдосконалення обслуговування туристів в закладах сільського зеленого туризму»

Виконав: здобувач 4 курсу, групи ТУ- 4 - 10

Шамкіна Вікторія Сергіївна  
(прізвище, ім'я, по батькові повністю)

\_\_\_\_\_ (підпис)

Керівник Балабанов Геннадій Васильович  
(прізвище, ім'я та по батькові повністю)

\_\_\_\_\_ (підпис)

Рецензент Сильчук Тетяна Анатоліївна  
(прізвище та ініціали)

\_\_\_\_\_ (підпис)

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

Здобувач \_\_\_\_\_  
(підпис)

Київ – 2020 р.

# НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Факультет готельного-ресторанного та туристичного бізнесу

Кафедра туристичного та готельного бізнесу

Освітній ступінь бакалавр

Спеціальність 242 «Туризм»  
(код і назва)

Освітньо-професійна програма Туризм  
(назва)

## ЗАТВЕРДЖУЮ

В. о. завідувача кафедри \_\_\_\_\_

**Антоненко І. Я.**

“ \_\_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 2020 року

## ЗАВДАННЯ

### НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧА

Шамкіної Вікторії Сергіївни

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи «Вдосконалення обслуговування туристів в закладах сільського зеленого туризму»

керівник роботи Балабанов Геннадій Васильович, д. геогр. н., проф.

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

затверджені наказом закладу вищої освіти від “03” червня 2020 року № 310-кв

2. Строк подання здобувачем роботи 01 червня 2020 р.

3. Вихідні дані до роботи наукова, фахова література, статистична звітність підприємства

4. Зміст пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)

Теоретичні аспекти розвитку сільського зеленого туризму; розкриті питання - сільський зелений туризм як пріоритетний вид туристичної діяльності та модель управління якістю послуг сільського зеленого туризму. Динаміка розвитку та структура сільського зеленого туризму Закарпатської області, тенденції розвитку, територіальна структура, загальна характеристика та аналіз сільських садіб області. Проблеми, перспективи розвитку сільського зеленого туризму на прикладі садиби «Смерекова хата» та організація туру у сільську садибу. Економічне обґрунтування туру. Впровадження сучасних технологій садиби. Пропозиції щодо удосконалення інформаційної діяльності садиби.

5. Перелік графічного матеріалу

рисунків - 9; таблиць - 12; додатків- 4.

## 6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
I	Балабанов Г.В. професор		
II	Балабанов Г.В. професор		
III	Балабанов Г.В. професор		
IV	Балабанов Г.В. професор		

7. Дата видачі завдання 02 березня 2020 р.**КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН**

№	Назва етапів виконання кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Вибір і затвердження теми роботи	20.01.2020-28.02.2020	виконано
2	Оформлення і затвердження завдання на роботу	02.03.2020-13.03.2020	виконано
3	Вступ РОЗДІЛ 1 (теоретичний)	16.03.2020-31.03.2020	виконано
4	РОЗДІЛ 2 (аналітичний)	01.04.2020-19.04.2020	виконано
5	РОЗДІЛ 3(рекомендаційний)	20.04.2020-03.05.2020	виконано
6	РОЗДІЛ 4 (інформаційні технології)	04.05.2020-17.05.2020	виконано
7	Висновки та пропозиції. Список використаних джерел. Додатки	18.05.2020-24.05.2020	виконано
8	Оформлення роботи за структурою, представлення кваліфікаційної роботи на кафедрі та попередній захист у комісії	25.05-27.05.2020	виконано
9	Доопрацювання, оформлення, друкування, підготовка матеріалів до захисту	20.05.2020-31.05.2020 .	виконано
10	Представлення готової зшитої кваліфікаційної роботи на кафедрі	01.06.2020	виконано
11	Захист кваліфікаційної роботи в ЕК	15,16, 17,18,19 06.2020	

Здобувач

(підпис)

Шамкіна В.С.

(прізвище та ініціали)

Керівник роботи

(підпис)

Балабанов Г.В.

(прізвище та ініціали)

**РЕЗЮМЕ**  
**НА ДИПЛОМНУ РОБОТУ**  
**ШАМКІНОЇ ВІКТОРІЇ СЕРГІЇВНИ**  
**НА ТЕМУ:**  
**«ВДОСКОНАЛЕННЯ ОБСЛУГОВУВАННЯ ТУРИСТІВ В ЗАКЛАДАХ**  
**СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ»**

Дипломна робота складається з 131 сторінок. Кількість розділів - 4, рисунків - 9, таблиць - 12, формул - 1, додатків - 4.

Об'єктом дослідження є садиба «Смерекова хата».

Предметом дипломної роботи є умови та послуги в садибі «Смерекова хата» та їх вдосконалення

Метою дипломної роботи є пошук шляхів за рахунок яких господарі садиб можуть покращити пропозицію для туристів.

У I розділі розглянуті теоретичні аспекти розвитку сільського зеленого туризму; розкриті такі питання: сільський зелений туризм як пріоритетний вид туристичної діяльності та модель управління якістю послуг сільського зеленого та їхніх послуг.

У II розділі розглянута структура сільського зеленого туризму Закарпатської області та динаміка його розвитку.

У III розділі описані проблеми та перспективи розвитку сільського зеленого туризму на прикладі садиби «Смерекова хата», розроблений та розрахований тур в дану садибу.

У IV розділі наведені пропозиції щодо удосконалення інформаційної діяльності садиби.

**КЛЮЧОВІ СЛОВА:** зелений туризм, сільський туризм, екологічний туризм, розвиток сільського зеленого туризму, садиба.

## ЗМІСТ

### ВСТУП.....

### **РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ.....**

- 1.1. Сільський селений туризм як пріоритетний вид туристичної діяльності.
- 1.2. Класифікація закладів сільського зеленого туризму та їхніх послуг .....
- 1.3. Модель управління якістю послуг сільського зеленого туризму .

Висновки до розділу 1 .....

### **РОЗДІЛ 2. ДИНАМІКА РОЗВИТКУ ТА СТРУКТУРА СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ ЗАКАРПАТСЬКОЇ ОБЛАСТІ**

- 2.1. Тенденції розвитку сільського зеленого туризму Закарпаття.....
- 2.2. Територіальна структура сільського зеленого туризму регіону ...
- 2.3. Загальна характеристика та аналіз сільських садиб Закарпатської області  
.....

Висновки до розділу 2 .....

### **РОЗДІЛ 3. ПРОЕКТ ВДОСКОНАЛЕННЯ ЗЕЛЕНОЇ САДИБИ «СМЕРЕКОВА ХАТА».....**

- 3.1. Проблеми та перспективи розвитку сільського зеленого туризму на прикладі садиби.....
- 3.2. Організація обслуговування туристів у сільській садибі «Смерекова хата»  
.....
- 3.3. Економічне обґрунтування туру.....

Висновки до розділу 3 .....

### **РОЗДІЛ 4. ВПРОВАДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В САДИБИ «СМЕРЕКОВА ХАТА».....**

- 4.1. Характеристика технічного та програмного забезпечення автоматизації робіт в садибі .....
- 4.2. Аналіз Інтернет-контенту садиби «Смерекова хата».....
- 4.3. Обґрунтування пропозицій по удосконаленню інформаційної діяльності садиби .....

Висновки до розділу 4 .....	
<b>ВИСНОВКИ .....</b>	
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ...</b>	
<b>ДОДАТКИ.....</b>	

## ВСТУП

**Актуальність теми.** Одним із способів гармонійного контакту людини з навколишнім середовищем є екологічний (зелений) та сільський туризм. На сьогоднішній день, в умовах глобальної модернізації та урбанізації, саме цей вид туризму набуває популярності. Люди швидко втомлюються від того ритму життя, який їм завдає густонаселене місто. Відпочинок в затишній садибі дає можливість насолодитися тишею, відчувати себе частиною природи, дізнатися та приміряти на себе місцеві звичаї та культуру.

Зелений та сільський туризми не завдають шкоди екологічному та соціально-економічному середовищу відвідуваної місцевості, а навпаки, сприяють їх збереженню та розвитку.

Тобто, основними клієнтами даного туризму є міські жителі, які прагнуть відпочити в умовах координально відмінних від життя в місті. Для того, щоб задовільнити потреби такого клієнта, власникам садиб достатньо мати затишне та охайне житло в мальовничій місцевості, запропонувати домашнє харчування (з особливостями місцевої кухні) та організувати активне дозвілля (рибальство, збір грибів та ягід, прогулянки на велосипеді, конях, човнах). Деяких туристів може зацікавити можливість зайнятися роботою характерною для сільської місцевості: рільничі роботи, косіння сіна, доїння корів та кіз, випікання хліба, квашення огірків та капусти.

Сільський туризм у великій мірі залежить від гостинності господарів, їхнього ставлення до нових гостей і тих, які вже відпочивали у них раніше. Позитивне, ввічливе, відкрите ставлення важливе ще й тому, що туристи завжди повертаються туди, де їм сподобалось, або рекомендують друзям.

**Тема роботи.** Вдосконалення обслуговування туристів в закладах сільського зеленого туризму.

**Об'єкт та предмет дослідження.** Об'єктом дослідження є заклади сільського туризму на прикладі трьох садиб. Перша садиба - «Смерекова хата», яка знаходиться в Закарпатській області, м. Рахів, вул. Шевченка, 8. Друга садиба

- «Лісова пісня» (Закарпатська область, Мукачівський район, с. Синяк, 69). Третя садиба - «У Гусяшки» (Закарпатська область, Міжгірський район, с. Колочава, вул. Духновича, 14).

Предметом дослідження є умови та послуги які пропонують власники вищеперерахованих садиб для своїх клієнтів та їх вдосконалення.

**Мета і завдання дослідження.** Основною метою дослідження є пошук шляхів за рахунок яких господарі садиб можуть покращити пропозицію для туристів.

Завдання дослідження:

- Дослідити сільський зелений туризм як пріоритетний вид туристичної діяльності;
- Надати класифікацію закладів сільського зеленого туризму та їхніх послуг;
- Визначити модель управління якістю послуг сільського зеленого туризму;
- Зробити аналіз тенденції розвитку сільського зеленого туризму Закарпаття;
- Розглянути територіальну структуру сільського зеленого туризму регіону;
- Зробити загальну характеристику та аналіз сільських садиб Закарпатської області;
- Визначити проблеми та перспективи розвитку сільського зеленого туризму на прикладі садиби;
- Дослідити організацію обслуговування туристів у сільській садибі «Смерекова хата»;
- Зробити економічне обґрунтування проекту.

**Методи дослідження.** В даній дипломній роботі використовувався комплекс методів дослідження:

- *діалективний метод* - для вивчення соціально-економічних процесів, серед яких процес розвитку підприємницької діяльності садиб та процесу

сільського розвитку та їх роль в організації економічної діяльності постійних жителів сільської місцевості;

- *метод наукового абстрагування* - для пояснення термінів «сільський туризм», «екологічний туризм», «агротуризм»;
- *методи індукції та дедукції*, а також *методи аналізу та синтезу* - для дослідження характеристик розвитку садиб як об'єкту підприємницької діяльності;
- *абстрактно-логічний метод* - для вивчення особливостей діяльності, а також виявлення чинників які впливають на формування, становлення та розвиток садиб. Також цей метод необхідний для формування висновків;
- *статистико-економічний метод* - для порівняння показників туристичної діяльності в садибах, які є об'єктом дослідження цієї дипломної роботи;
- *розрахунково-конструктивний метод* - для визначення перспектив розвитку садиб у сільському туризмі.

**Практичне значення одержаних результатів.** Запропоновані теоретико-методологічні положення, науково-практичні рекомендації та висновки можуть бути корисними та використовуватися власниками садиб для покращення свого продукту, а також для формування і реалізації державної та регіональних програм розвитку сільського зеленого туризму.

**Структура роботи.** Дипломна робота включає в себе вступ, чотири розділи, висновки, список використаних джерел та додатки. Загальний обсяг роботи становить 107 сторінок комп'ютерного тексту. Основний зміст роботи викладено на 102 сторінках. Робота містить 12 таблиць та 9 рисунків і 5 додатків. Список використаних джерел включає 53 найменувань

## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ

### 1.1 Сільський зелений туризм як пріоритетний вид туристичної діяльності

В Україні існує великий потенціал для розвитку різних видів туризму. Однак, на превеликий жаль, розвиток йде досить повільно і не системно. Одним з пріоритетних видів туризму, на який необхідно зробити ставку в процесі розвитку даної індустрії і залучення додаткового числа туристів (в тому числі і іноземних), є сільський, екологічний та агротуризм.

Сільський туризм - відпочинковий вид туризму, сконцентрований на сільських територіях. Він передбачає розвиток туристичних шляхів, місць для відпочинку, сільськогосподарських і народних музеїв, а також центрів з обслуговування туристів з провідниками та екскурсоводами. Поняття "сільський туризм" часто ототожнюють з "агротуризмом", але поняття "сільський туризм" значно ширше.

Агротуризм - відпочинковий туризм, що передбачає використання сільського (фермерського) господарства. Агротуризм може проявлятися у різних формах, але завжди включає винаймання помешкання. Розрізняють дві базові форми агротуризму: винаймання помешкання з обслуговуванням безпосередньо в межах дворогосподарства або розміщення на нічліг з самообслуговуванням на землях, що належать до дворогосподарства, наприклад, в кемпінгах та наметах. Агротуризм, таким чином, виступає однією з форм сільського туризму. В агротуризмі дворогосподарство (фермерське господарство) становить одночасно нічліжну базу та головний предмет інтересу для туриста. Агротуризм вид сільського туризму, що тісно пов'язаний з сільським господарством, аграрним середовищем, агропродуктами. Фермерський туризм - складова частина агротуризму, пов'язана із прийомом туристів безпосередньо у помешканнях фермерського господарства, часто з мінімальними вимогами щодо зручностей (особливо щодо умов проживання). У даному контексті фермерське господарство становить одночасно базу для ночівлі та головний предмет

інтересу для туриста (їжа на фермі, дозвілля на фермі тощо). Зв'язок між цими поняттями наведений на Рис. 1.1., на якому ми бачимо, що фермерський туризм і агротуризм - це частина сільського туризму.



Рис. 1.1. Зв'язок між поняттями "сільський туризм", "агротуризм" і "фермерський туризм"

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

В таблиці 1.1 винесена характеристика поняттю «сільський туризм»

Таблиця 1.1

## Характеристика "сільського туризму"

Сільський туризм	
Джерело	Поняття
С. Медлік [5]	Сільський туризм - відпочинковий вид туризму, сконцентрований на сільських територіях. Він передбачає розвиток туристичних шляхів, місць для відпочинку, сільськогосподарських і народних музеїв, а також центрів з обслуговування туристів з провідниками та екскурсводами
В. Васильєв, П. Горішевський, Ю. Зінько [1]	Сільський туризм – це відпочинок з будь-якою метою, видом та формою організації туристської подорожі у сільській місцевості з розміщенням на відпочинок у будинку сільського господаря
В. Биркович [4]	Сільський зелений туризм – 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 та культурної, історичної та етнографічної спадщини регіону

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

Зелений туризм, як і природний туризм - є синонімом поняття "екотуризм".

Існують різновиди поняття «зеленого туризму», характеристика яких наведена в таблиці 1.2

Таблиця 1.2

## Характеристика "зеленого туризму"

Зелений туризм	
Джерело	Поняття

Звіт підприємств Швеції щодо перспектив розвитку ринку міжнародного туризму [6]	Зелений туризм – термін, який можна віднести до будь-якої форми туризму, який має відношення до природного середовища та культурного багатства певної місцевості або впроваджує практику ефективного (або зеленого) менеджменту навколишнього середовища. У звіті проілюстровано як різноманітні «зелені» сегменти ринку взаємодіють у цілому туристичному ринку
Британський словник з подорожей, туризму та гостинності С. Медліка [5]	Зелений туризм - це синонімом поняття «екотуризм», тобто це форма подорожі, сприятлива для навколишнього середовища
С. Медлік, Британський словник з подорожей, туризму та гостинності [5]	Екологічний туризм - це форма подорожі, сприятлива для навколишнього середовища. Вона відбувається на територіях, що мають природничу цінність (національні та ландшафтні парки). Екотуризм спрямований на охорону природного й культурного середовища регіонів, які відвідуються туристами

Розглянемо відмінності і спільні риси між сільським туризмом і зеленим туризмом. Деякі аналітики ототожнюють поняття "сільського" і "зеленого" туризму. Так, наприклад в Україні у назві "Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму" присутнє поєднання двох термінів — "сільський" та "зелений" туризм з метою особливого акцентування на тому, що відпочинок відбувається у безпосередньому контакті з природним середовищем та є за сутністю окремим видом туризму. Але, як ми бачимо, з вищевказаної таблиці в різних країнах науковці по-різному тлумачать ці поняття. Отже зелений туризм відноситься до будь-якої форми туризму, який має відношення до природного середовища, а сільський туризм концентрується тільки на сільських територіях. Сільський туризм (агротуризм) і екотуризм відрізняються основними цілями використання вільного часу, їхня головна різниця полягає у базових мотивах подорожування.

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

Спільне між цими поняттями є те, що обидва об'єкти можуть розміщуватися на території, що належить сільським радам, відпочинок від буденної суєти, зміна середовища перебування, можуть функціонувати у формі

комплексних об'єктів (наприклад, із залученням персоналу з-поміж сільського населення, диверсифікація діяльності).

Для України цей напрямок може стати одним з важливих джерел отримання доходів для сільських територій і ринковою нішею для багатьох сільських підприємців.

Сільський туризм є відносно новим і перспективним напрямком, що дозволяє городянам долучитися до традиційного укладу життя сільських жителів. Суть даного виду туризму полягає у відпочинку в сільській місцевості, де організаційне забезпечення проживання туристів (в тому числі харчування, дозвілля, обслуговування та ін.) бере на себе приймаюча сім'я.

Сільський туризм представляє можливості відпочинку для тих, хто з яких-небудь причин інші види туризму дозволити собі не може. Його привабливими рисами є чисте повітря, домашня атмосфера, незаймана природа, натуральні продукти, тиша і неквапливий побут [24, с. 317].

Розвиток сільського підприємництва сприяє зниженню соціальної напруженості в сільських місцевостях шляхом створення додаткових робочих місць.

Наявність великої кількості покинутих і зруйнованих сіл говорить про велику інвестиційну привабливість регіону, адже ці землі так і залишилися селищними і в них значно простіше розмістити етнографічні села — гостьові комплекси.

Агротуризм в Україні може і повинен стати привабливим видом підприємницької діяльності на території сільської місцевості.

Актуальність цього виду діяльності проявляється в його впливі як на економіку, так і на вирішення соціально-культурних проблем села. Мультиплікативно сільський туризм, особливо в умовах реалізації цільових програм розвитку, робить позитивний вплив на збереження і розвиток сільських територій, раціональне використання їх ресурсного потенціалу, стимулює розвиток особистих підсобних господарств, розширюючи попит на екологічно чисті, натуральні продукти харчування, а також облаштування сільських

територій, сільське будівництво, народні промисли, культуру і самобутність, тобто в цілому на вирішення соціально-економічних проблем сільських територій, насамперед проблем зайнятості населення сільської місцевості [33, с. 18].

Для збільшення частки малого та середнього підприємництва в структурі сільського туризму, а як наслідок для комплексного розвитку сільських територій, необхідно вжити комплекс заходів для залучення інвестицій у зміцнення туристської інфраструктури села. Необхідне створення системи стратегічного планування розвитку туризму в сільській місцевості. Йдеться не тільки про розробку національної цільової програми з розвитку сільського туризму, а перш за все про необхідність розробки і реалізації програм соціально-економічного розвитку муніципальних утворень всіх рівнів — від сільського поселення до району і міського округу [31, с. 260].

Одним з ключових моментів, що визначають вибір форм і методів управління територією є становлення конкурентних відносин між територіями.

Конкуренція між територіями - це суперництво територій один з одним, з метою залучення до себе уваги споживачів територіального продукту, що виражається в припливі на територію людських, фінансових, матеріальних, інноваційних та інших ресурсів [43].

Для більшості сільських територій успіхи в конкурентній боротьбі є питанням виживання, оскільки товари, капітал, робоча сила та інформація стають все більш і більш мобільними.

Багато вчених відзначають, що територія не може бути конкурентоспроможна у всіх галузях економіки. Виникає необхідність у пошуку сильних сторін розвитку території, її конкурентних переваг [33, с. 511] Разом з цим абсолютно чітко розуміючи, що розвиток сільського господарства сучасної України виключно за органічним сценарієм, незважаючи на значну кількість незатребуваних орних земель, якість людського і науково-технічного потенціалу, зростаючий попит на екологічно чисті і корисні для здоров'я продукти харчування, сьогодні неможливо з цілого ряду причин.

Це: стан продовольчої безпеки країни, більш того, загострення цієї проблеми в останні роки у зв'язку з новими глобальними викликами і погрозами, обмеженість фінансових ресурсів на нові масштабні проекти, відсутність «стратегії зеленого зростання» і т.д. тому саме в цих умовах існує необхідність в пошуку нових мобілізаційних можливостей для сільського розвитку.

У зв'язку з цим, важливого значення набуває диверсифікація сільської економіки як передумова альтернативної зайнятості населення в несільськогосподарських галузях народного господарства, головною метою якої є підвищення ресурсовіддачі суспільства на основі комплексного і безвідходного використання ресурсів, а також покриття збитків сільських жителів під час аграрних криз за рахунок прибутку, отриманого в інших галузях [34, с.58].

Враховуючи той факт, що сільська економіка – це система соціально-економічних відносин на селі, спрямована на комплексне і раціональне використання ресурсного потенціалу, розвиток і ефективне функціонування об'єктів соціальної сфери та інженерної інфраструктури, збереження самобутнього способу життя населення на сільських територіях, то необхідно створити в сільських районах максимально повний набір різноманітних господарських форм і видів діяльності за всіма базовими складовими сільського соціуму. [32, с. 52]

Вирішити проблему раціонального використання ресурсів та їх ефективного розподілу між альтернативними варіантами використання можна за допомогою диверсифікації економіки. Безумовно, розвиток сільськогосподарської галузі має бути основою для будь-якого сільського поселення, незалежно в якій організаційній формі воно буде реалізовано. Але в сучасних умовах заходи з розвитку сільського господарства повинні бути спрямовані не тільки на розвиток аграрного виробництва, а й на місцеву промисловість, туризм, соціально-побутову інфраструктуру та інші види діяльності, що сприяють підвищенню ефективності сільської економіки і поліпшенню умов проживання в сільській місцевості. Одним з напрямків

несільськогосподарського виду діяльності на сільській території виступає сільський туризм. [28, с. 417]

Сільський туризм є прибутковою галуззю економіки будь-якої країни, як вважають вже в багатьох європейських країнах. Цей напрямок дозволяє задіяти сільське населення, що живе в сільській місцевості і зберегти при цьому місцевий колорит, звичаї, уклад і культуру.

На відміну від країн ЄС в Україні відсутня загальноприйнята Національна концепція розвитку сільського туризму, немає чітко сформульованої державної політики з сільського туризму і, відповідно, системи нормативно-правового забезпечення цього виду діяльності. У зв'язку з цим розробка відповідної нормативно-правової бази сільської туристської діяльності є необхідною умовою успішного розвитку цього сектору туристичної індустрії. [28]

У розвитку сільського туризму зацікавлені всі суб'єкти ринку туристично-рекреаційних послуг:

- туристи-задоволення потреб громадян в активному і повноцінному відпочинку в екологічно чистій місцевості, що сприяє зміцненню здоров'я, залученню до культурних та історичних цінностей, укладу життя населення сільських територій;

- органи місцевого самоврядування-залучення інвестицій з використанням механізмів державно-приватного партнерства, збільшення податкових надходжень;

- місцеве населення – відродження традиційного укладу життя, заснованого на народних і православних традиціях;

- господарюючі суб'єкти – отримання додаткового доходу за рахунок організації туристських послуг, послуг проживання, харчування, транспорту, торгівлі сувенірною продукцією. [27, с. 3-4]

Останні десять років просуванням України та її окремих туристичних регіонів займалися переважно комерційні структури і регіональні органи влади.

Фактично не існувало єдиної стратегії просування, але, незважаючи на це, за останні кілька років на туристичний ринок активно вийшли Закарпатська,

Львівська, Тернопільська, Ужгородська, Івано-Франківська, Полтавська, Сумська, Харківська області. Провідну роль у створенні та реалізації програм з розвитку сільського туризму відіграють територіальні утворення, але без підтримки вищестоящих органів влади, основним завданням яких повинна бути розробка державної політики з розвитку сільського туризму та відповідної програми її реалізації, вони не в змозі самотійно запустити механізм функціонування даного виду туристської діяльності. [9, с. 28]

Пріоритетною метою розвитку сільського туризму є підвищення рівня і якості життя населення, шляхом створення сучасної, конкурентоспроможної, відповідної міжнародному рівню туристської інфраструктури, що забезпечує повну зайнятість населення і задоволення потреби населення в активному і повноцінному відпочинку

Також для просування та розвитку сільського туризму проводиться детальна інвентаризація туристичних об'єктів, складено банк унікальних характеристик району за сімома категоріями: природні об'єкти, історична спадщина, виробництво, культура, спорт, побут та особистість. [5, с.51]

Туристична діяльність в Україні здійснюється на величезній території, що характеризується великою різноманітністю умов.

Своєрідні регіональні риси в природно-географічному, ресурсному, економічному, соціальному, політичному, демографічному аспектах визначають територіальні особливості в розвитку туристичної індустрії. З цього виходить, що без урахування особливостей, інтересів і можливостей регіонів не можна ефективно управляти розвитком туризму в країні.

Важливим фактором розвитку є наявність туристичного потенціалу територій, знання якого є однією з головних умов при формуванні туристського продукту. Завдяки розвитку туризму в певному регіоні можна спостерігати структурні зміни, як в господарському, так і в суспільному житті.

Особливе значення надається розробці комплексних програм, де б розвиток туризму було тісно пов'язане з вирішенням соціальних, економічних і культурних завдань. При цьому основною вимогою до таких програм є те, що

вони, по-перше, повинні бути тісно пов'язані з програмою збереження і використання культурної і природної спадщини, а по-друге, входити в комплексну програму соціально-економічного і соціокультурного розвитку регіону [32, с.44].

Недоліком сучасного підходу при плануванні розвитку туризму є те, що увага акцентується на розвитку одиничних територій з високим рівнем туристського потенціалу, в той час як багато інших частин регіону залишаються за межами проектів.

На даному етапі розвитку агротуризму перешкоджає ряд проблем: недостатній розвиток інфраструктури в регіонах країни, низький рівень сервісу, відсутність спеціального федерального законодавства, стандартів і нормативів, що регулює діяльність в галузі сільського туризму. Однак, не дивлячись на ці недоліки формування сільського туризму, як одного з напрямків диверсифікації сільської економіки, продовжує посилюватися. [9, с.29]

Так, у багатьох регіонах пропонуються заходи щодо створення та розвитку туристичного напрямку на селі.

Одним з них є Львівська область, в якому обґрунтована доцільність розвитку сільського туризму як несільськогосподарського виду діяльності на базі малого та середнього сільськогосподарського бізнесу. Проведені дослідження показали, що найбільше в сільському відпочинку приваблює отримання унікальних туристичних послуг (свіже повітря і тиша, використання натуральних продуктів і т.д.) [43, с. 89].

Суміщення сільськогосподарської та туристської діяльності селянського (фермерського) господарства (СФГ) та господарств населення (ГН) дозволяє їм здійснювати комплексний розвиток своїх господарств, вирішуючи питання щодо реалізації продукції; отримувати додаткові доходи, долаючи спади сезонності та здійснювати більш повну зайнятість працівників фермерських господарств.

Ще одним перспективним регіонів для розвитку туристичного сектора на селі є Закарпатська область, де пропонується створення аграрно-туристської кооперації, яка може бути представлена в наступних моделях [9, с. 15]:

1) розвиток аграрно-туристичної кооперації на основі малого сімейного бізнесу з опорою на існуючі в селі певні ресурси для аграрно-туристської діяльності та інфраструктуру аграрного туризму. При цьому передбачається обов'язковий розвиток сільгоспвиробництва на базі сільськогосподарських об'єднань із залученням в сезон додаткової робочої сили, що дозволить розвивати як самі малі форми господарювання, так і туризм на сільських територіях, довівши їх до рівня самозабезпечення продовольчою продукцією;

2) створення або відновлення соціального і культурного середовища сільських поселень, що включає: історичні та національні села; старовинні дворянські садиби; спеціалізовані Аграрні туристські центри;

3) створення С(А) ТК (сільських (аграрних) туристичних комплексів) - великих багатофункціональних виставкових, культурно-пропагандистських, туристських виробничих формувань, що володіють відповідною інфраструктурою і засобами розміщення і мають розвинену мережу переробних підприємств;

4) розвиток міжнародних аграрно-туристичних центрів, що характеризується формуванням національних туристичних поселень з національними особливостями харчування, проживання, дозвілля, а також - спеціалізованих подієвих заходів та забезпечення аграрно-туристичної галузі передовими технологіями.

Крім засобів відпочинку, аграрно-туристична кооперація має на увазі використання в сільськогосподарському виробництві, будівництві та переробці в пікові сезони додаткової робочої сили. Це вимагає, у свою чергу, створення пільгових умов перебування, харчування, придбання свіжої або переробленої сільськогосподарської продукції [9, с. 17-18]:

У зв'язку з тим, що сільське господарство - основний вид діяльності на селі, то одним з головних напрямків у розвитку сільського туризму є агротуризм, який передбачає ознайомлення з особливостями ведення сільськогосподарського виробництва у великих сільськогосподарських організаціях, селянських фермерських господарствах і господарствах населення, промислових

підприємств району, а також дозволяє дізнатися про традиційні для кожного поселення видах сільськогосподарської діяльності та його продукції.

Іншим не менш важливим напрямком туристичної діяльності в регіонах є історико-краєзнавчий тур, який передбачає відвідання пам'яток історії та культури, розташованих на території району, краєзнавчого музею, музею історії села історико-краєзнавчого музею та ін.

Вплив туризму на економіку району і поселень проявляється як результат витрат туриста на придбання товарів і послуг туризму. Доходом держави від сільського туризму будуть податки, отримані від виручки і залишаються в розпорядження району.

Гроші, які витрачають туристи, створюють дохід, який призводить до ланцюгової реакції: витрати – доходи – витрати – доходи і т.д., що підтверджує непрямий вплив туризму на економіку району. Сільський туризм генерує вторинний попит на товари і послуги, його непрямий внесок в економіку району проявляється в ефекті повторних витрат туристів на покупку послуг і товарів в певний час і в певному місці, який називається «ефект мультиплікації».

Мультиплікаційний вплив сільського туризму проявляється в тому, що в результаті ланцюгової реакції «витрати – доходи» дохід, одержуваний від одного туриста, перевищує суму грошей, витрачених ним у місці перебування на покупку товарів і послуг. [40, с. 31]

Таким чином, туристична діяльність впливає на розвиток багатьох секторів економіки і соціальної сфери як областей в цілому, так і сільські поселення окремих районів, вносячи позитивні зміни і розставляючи певні акценти в цій діяльності. Це ще раз доводить, що доходи від сільського туризму здатні не тільки сформувати додаткові стимули економічного розвитку сільської території, а й створити необхідні передумови та умови щодо збереження її культурно-історичного та природного потенціалу.

## 1.2 Класифікація закладів сільського зеленого туризму та їхніх послуг

Серед різноманітних видів туризму в якості сфери розвитку підприємництва найбільш ефективним є сільський зелений туризм, так як він сприяє вирішенню соціальних та економічних проблем в селах, які зараз актуальні для України.

Сільський зелений туризм виступає як амортизатор, що дозволяє перевести надлишок трудових ресурсів в альтернативний сектор виробництва послуг і створити нові робочі місця в сільській місцевості.

Згідно ДСТУ 4527:2006 [53] в Україні визначено види колективних та індивідуальних засобів розміщення, призначених для сільського туризму: агроготель, гостьовий будинок, гірський притулок («туристський притулок»), сільський будинок, фермерський будинок. Їх сутність описана в таблиці 1.3:

Таблиця 1.3

Види індивідуальних засобів розміщення в сільському туризмі [53]

Назва	Визначення
Агроготель	Готель, розташований у сільській місцевості, який має умови для сільськогосподарської діяльності під час відпочинку.
Гостьовий будинок	Аналогічний готелю засіб розміщення з умебльованими кімнатами та з мінімальними зручностями; здебільшого пропонують сніданок.
Гірський притулок	Засіб розміщення, розташований у віддаленій гірській місцевості на туристичному маршруті з активними способами пересування, призначений для короточасного перебування та відпочинку. Примітка 2. Для сільської місцевості вживається термін «туристський притулок».
Сільський будинок	Приватний будинок на території особистого селянського господарства, де можуть надавати послуги харчування або умови для самостійного готування їжі переважно із продуктів особистого селянського господарства.
Фермерський будинок	Сільський будинок, розташований на території фермерського господарства.

У функції підприємств, що займаються сільським зеленим туризмом, входить:

- збагачення туристів життєво важливими загальнокультурними та природничо-науковими екологічними знаннями, у тому числі у сфері особистої та громадської екологічної безпеки;

- емоційне оздоровлення, позбавлення від "міського" стресу;

- соціалізація світогляду туристів шляхом формування їх екологічної культури, що включає нові, важливі для сталого розвитку суспільства ціннісні орієнтації і поведінку;

- формування толерантного ставлення до незнайомих культур і етносів, до їх способу життя і традицій, адаптованих до природного середовища проживання;

- створення нових робочих місць для місцевого населення;

- стимулювання традиційних форм природокористування, виробництва екологічно чистих продуктів харчування;

- збільшення інвестицій як в інфраструктуру і сервіс, так і в охорону природи;

- зростання добробуту місцевого населення та розвиток спеціальної освіти, спрямованої на придбання туристських та природоохоронних професій;

- розвиток ремесел;

- удосконалення місцевого самоврядування [29, с. 49].

Ведення сільського бізнесу заняття складне, що передбачає в першу чергу наявність підприємницьких якостей і відповідальності з боку

Організатора даних послуг, а також завзятість, наполегливість і бажання бути залученим в весь процес.

Туристичний продукт – комплекс послуг, які надають підприємства туристично-екскурсійного комплексу, виходячи з мети поїздки. На рис. 1.2. представлена комплексна система послуг сільського туризму [41, с. 35].

На Рис. 1.2. наведена система послуг в сільському туризмі.



Рис. 1.2. Комплексна система послуг сільського туризму [40, с. 35].

Система управління сільським туристичним господарством включає в себе досить широкий перелік напрямків роботи. 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 будь-яких готелях, до персоналу сільського господарства пред'являється ряд певних вимог [41, с. 37]

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 і 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 досить велика увага, особлива його підготовці, кваліфікації, проводяться різні навчальні курси, майстер-класи, а потім атестація і перевірка засвоєного матеріалу. Але в Україні для сільських господарств такі заходи не проводяться, тому що самі господарства роз'єднані і не мають достатньо матеріальних засобів 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, у будь-якому готелі і навіть в сільських господарствах, прийом туриста починається з його 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 має надаватися інформація про культурні заходи, транспортну схему та місцеві умови. 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 прибулі гості повинні бути чи - стими і не мати неприємних запахів [41, с. 37].

Всі приміщення гостьового будинку повинні відповідати вимогам санітарних і протипожежних норм. Чим комфортніше виглядає приміщення, тим вищу ціну воно буде мати. У разі організації сільського туризму можуть мати місце два варіанти: - розселення в комфортних умовах, наближених до рівня стандартних, комфортних готелів (гаряча вода, душ, туалет та інше); - розселення в умовах, максимально наближених до реальних умов проживання в сільській місцевості.

Для того щоб очікування туриста збігалися з конкретною реальною пропозицією, власники гостьових будинків повинні попереджати туристів про умови проживання. Організація харчування туристів також є важливим елементом туристського продукту. На великих підприємствах розміщення з великим потоком гостей не завжди можливо врахувати смаки кожного, в цьому і полягає перевага сільських будинків. Тому існують певні правила організації системи харчування для сільських туристів: необхідно дізнатися про побажання гостя, чи не буде їжа залежати від його віри, також необхідно про алергічні реакції; заздалегідь узгодити з гостем меню; необхідно надати інформацію про фірмові страви в меню.

Деякі гостьові будинки працюють за принципом «що на столі у господарів – то і у гостей», крім того актуально пропонувати сезонне меню, з місцевих продуктів. Це важлива відмінність сільського туризму від інших видів туризму, можливість створити привабливу можливість для просування свого турпродукту. Для подачі страв також необхідно розробити правила етикету і подачі страв. Забезпечення безпеки проживання також є невід'ємною завданням будь - якого підприємства розміщення, в тому числі сільського гостьового будинку.

В даному критерії можна виділити ряд факторів потенційної небезпеки сільських гостьових будинків в Україні, до них відносяться:

- особиста і майнова безпека, в даному випадку заздалегідь необхідно попередити гостя про криміногенних ситуаціях на території, селі (правопорушення, епідемії кліща і т.д.);

- небезпека при проживанні, тобто необхідно попередити про можливе відключення води, електроенергії як в будинку, так і в населеному пункті;

- харчування, попередження про можливість недоброякісних продуктів.

Організація системи безпеки також багато в чому залежить від внутрішніх і зовнішніх факторів.

Внутрішні фактори залежать від самих господарів гостьового будинку, наприклад, недотримання санітарно-гігієнічних норм, протипожежної безпеки та ін зовнішні фактори, як правило, не залежать від власників, наприклад, політичне, соціальноекономічне середовище ведення бізнесу. Забезпечення безпеки власності може бути досягнуто завдяки страхуванню, за рахунок якого може відшкодуватися як завдана фізична, так і моральна шкода. [40, с. 38]

Однією з неурядових організацій, що проводить добровільну категоризацію садиб, є Спілка сприяння розвитку зеленого туризму в Україні. Добровільна категоризація у сфері сільського зеленого туризму «Українська гостинна садиба» має чотири категорії, які позначаються відповідним знаком. Знак «Українська гостинна садиба» включає композицію із словосполучення українською - «українська гостинна садиба», англійською – «ukrainian guest house» та графічного символу, на якому зображена українська хатинка. Під хатинкою розміщені одна, дві або три квітки мальви.

Чотири категорії засобів розміщення позначаються:

- базова – позначається без квітки
- перша – однієї квіткою
- другу - двома квітками
- третя - трьома квітками

Знак дає право сільському господарю повідомляти про відповідну якість житлових умов та рівень послуг у засобах реклами та інформації, встановлювати плату, співставлену з його категорією тощо. Цей знак надається ГО «Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні» може використовуватися як маркетинговий інструмент у зростанні популярності садиби.

Знак «Українська гостинна садиба» у діаметрі 0,5 м надається власнику для розміщення на зовнішній стороні будинку. Знак надається на термін три роки, що засвідчується відповідним сертифікатом.

На сьогоднішній день на території Закарпатської області жодна садиба не відповідає критеріям третьої категорії. Другу категорію отримали 10 садіб, першу - 5 садіб та базову категорію - 3 садиби. [32]

Стратегія сільського зеленого туризму в кожній окремо взятій місцевості в залежності від її рекреаційного потенціалу потребує визначення пріоритетів, які повинні періодично переглядатися, в чому повинні бути зацікавлені як власники садіб, так і громадські спілки сприяння і розвитку сільського зеленого туризму.

Ефективність розвитку сільських садіб у сфері сільського зеленого туризму залежить від місця розташування садиби, площі землі, наданого спектру послуг, а також від рівня кваліфікації персоналу [52, с. 53].

Отже, завдяки «Спілці сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні» турист має змогу знайти перевірену садибу для відпочинку та бути впевненим у якості наданих послуг. Власники садіб, в свою чергу, мають мотивацію для вдосконалення свого продукту, адже чим вищою категорією буде відзначена садиба, тим більше туристів матимуть бажання її відвідати.

### **1.3 Модель управління якістю послуг сільського зеленого туризму**

В сільському туризмі, як і в інших видах туризму, основним оцінювачем якості послуг є турист. Для процвітання в цьому виді підприємства необхідно запропонувати гостю послуги найвищої якості. Перше і основне, що притягує туриста - це гостинність. Якщо господар садиби може знайти спільну мову зі своїм клієнтом, передбачити його потреби та задовільнити їх, проявити турботу про здоров'я та зручне перебування - скоріш за все його бізнес приречений на успіх. У гостей садиби під час подорожі залишається ряд вражень, які можна поділити на фази, які описані у таблиці 1.4:

Таблиця 1.4

## Фази, які формують загальне враження гостей садиб [18, с.84]

Фаза	Опис
Передпочаткова	Враження гостя формується до приїзду у садибу (реклама, відгуки, рекомендації).
Прибуття	Формується перше враження гостя про садибу та його господаря.
Перебування	Враження формується у гостя під час відпочинку у садибі та на основі запропонованої гостинності зі сторони господаря.
Від'їзд	Гість формує враження під час взаєморозрахунків з господарем.
Підсумкова	Враження формується у гостя шляхом аналізу відпочинку в цілому. На підсумкове враження впливають всі вищепераховані фази.

Виникає питання, чи завжди враження гостя позитивне і що можна зробити, щоб клієнт залишився задоволеним після відпочинку та рекомендував садибу своїм знайомим? Є ряд вказівок, які можуть допомогти господарю у вирішенні цієї задачі:

- запропонувати своїм гостям якнайтепліший прийом;
- мати охайний вигляд;
- розмовляти з гостями, добре слово дасть змогу відчути гостинність;
- мати охайний та прибраний будинок;
- називати гостей на імена;
- усміхатись;
- приділяти увагу та уважно слухати гостей;
- створити дружні стосунки;
- володіти інформацією та знаннями про місцеві пам'ятки, природні ресурси та інше;
- надавати точну і суттєву інформацію;
- професійно реагувати на скарги.

Тобто, для гостей більш важливою є функціональна якість, ніж технічна. Основні напрями покращення якості послуг в сільському туризмі зображені на рис. 1.3

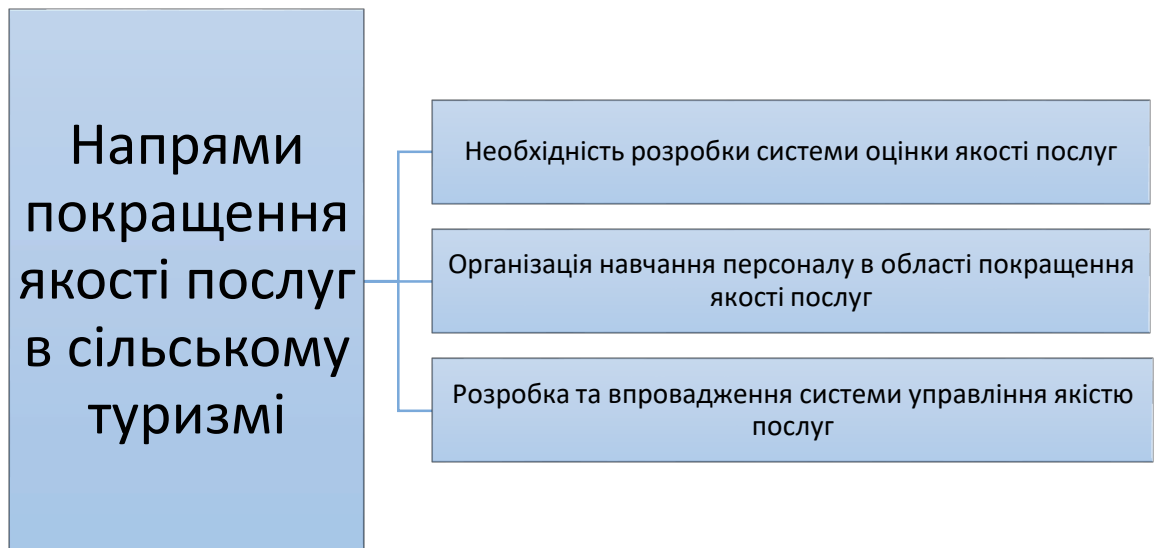


Рис. 1.3. Основні напрями покращення якості послуг в сільському туризмі

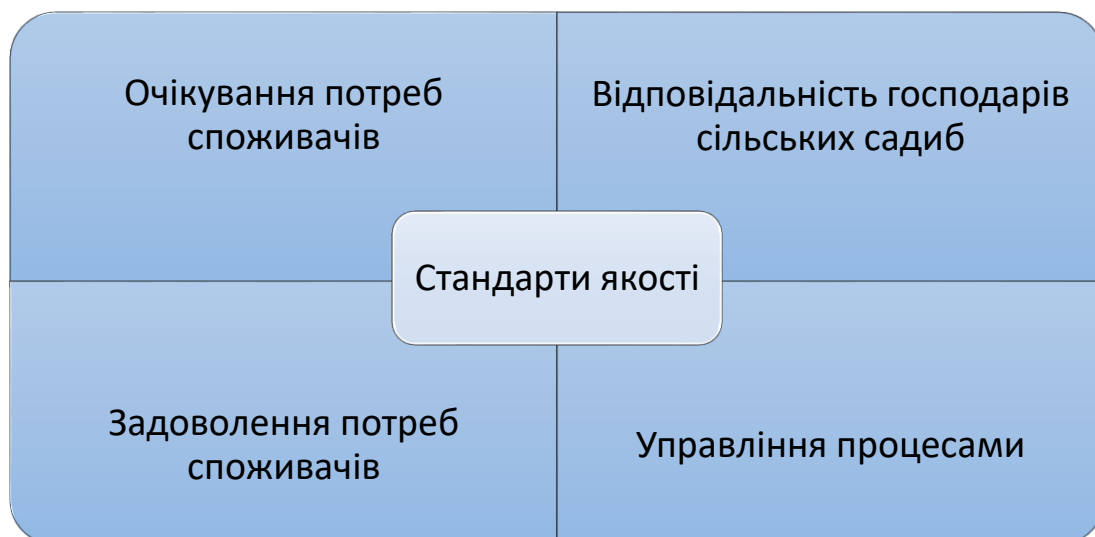
При формуванні системи управління якістю послуг в сільському туризмі необхідно брати до уваги наступні принципи:

- 1) Необхідно розробити правила обслуговування, які б передбачали систематичне навчання персоналу задіяного в сільському туризмі. Це допоможе підвищити якість обслуговування.
- 2) Організація та розподіл послуг має залежати від потреб споживача та спробою задовільнити їх шляхом індивідуального підходу.
- 3) Головна мета забезпечення якості послуг - задовільнити потреби споживача;
- 4) Оцінка якості послуг має ґрунтуватися критеріями споживача.
- 5) Задача сільського туризму - не передбачити, а виправдати очікування клієнта.
- 6) Операційний менеджмент повинен мати структуру дій, завдяки якій кожна з них робить свій внесок в складові частини процесу задоволення потреб туристів.

- 7) В суб'єкті сільського туризму має діяти система заохочення персоналу з метою покращення якості обслуговування.
- 8) Високий рівень обслуговування дасть суб'єкту сільського туризму постійних клієнтів, які шляхом рекомендацій можуть збільшити число відпочиваючих та покращити фінансовий стан.
- 9) Самою важливою формою є аналіз помилок в роботі з клієнтами, чії потреби не були задовільнені.

Розробка та впровадження системи управління якістю послуг в суб'єкті сільського туризму повинна залежати від її особистих цілей, потреб, наданих послуг, процесів та робочої практики. Існує модель управління якістю послуг. Хоч вона і не відображає усі процеси в деталях, але вимоги до системи управління якістю по досягненню відповідності кожної послуги можуть розміщатися всередині цієї моделі. Модель показує протікаючі процеси в системі управління якістю послуг та їх взаємозв'язок [22, с.29].

Дана модель управління якістю послуг сільського туризму дозволяє досягнути задоволення потреб туристів. Метою політики в області якості є відповідність потребам суб'єкта сільського туризму та споживачів цих послуг; обов'язки задоволення потреб та прагнення до покращення якості послуг; Забезпечення основи для розробки та аналізу цілей в області якості. На рис. 1.4 відображена схема моделі управління якістю послуг сільського туризму.



### Рис. 1.4 Модель управління якістю послуг сільського туризму

Для вирішення проблеми якості обслуговування необхідно вирішити наступні завдання:

- визначити критерії якості обслуговування;
- з'ясувати механізм управління якістю послуг;
- розробити етапи прогнозування стратегії підвищення якості турпродукту;
- сформулювати основні напрями в організації й наданні якісного туристичного обслуговування.

Механізм управління якістю послуг включає наступні елементи:

- заходи в галузі формування політики якості;
- формування системи якості;
- документальне оформлення методик оцінки якості з встановленими вимогами для здійснення всіх процесів (маркетинг, проектування послуг, надання послуг і інше);
- розв'язання проблеми створення інформаційної системи з повним набором даних переліку послуг (маршрутів, об'єктів, закладів, природно-рекреаційних ресурсів, історично-культурних пам'яток, транспортного забезпечення та інших послуг із зазначенням цін), а також порталів в інформаційному просторі Інтернет дозволить вийти на нові ринки споживачів, у тому числі й іноземних.

Якість послуг агрооселі слід розглядати у трьох аспектах:

- 1) Якість розробки. Ступінь відповідності послуги потребам ринку.
- 2) Якість відповідності. Ступінь готовності виробничої системи підприємства до надання послуг відповідно до специфікацій.
- 3) Якість виробництва. Ступінь безпомилковості (відсутність дефектів).

Фахівці вважають, що якість послуг агрооселі розглядають на основі п'яти категорій.

Першою категорією є внутрішня якість, вона непомітна споживачеві та виявляється як організація надання послуг і технічне обслуговування обладнання.

Друга категорія - матеріальна якість (помітна споживачеві) — у дизайні приміщень, меблів, якості технічного оснащення, посуду, білизни;

Третя - нематеріальна якість (помітна споживачеві) представлена у вигляді загального рівня комфорту, музичного оформлення, достовірності реклами.

Четвертою категорією є психологічна якість, вона також помітна споживачеві та характеризується виявом гостинності, ввічливості, доброзичливості обслуговуючого персоналу.

П'ята категорія - тривалість обслуговування (помітна споживачеві) включає час очікування, оперативність та швидкість обслуговування.

До складових компонентів якості послуг входять соціальна складова, технічна, правова, економічна, функціональна, етична та екологічна складові. Більш детально ці складові описані в таблиці 1.5.

Таблиця 1.5

## Складові компоненти якості послуг [20, с.385]

Складова якості	Сутність складових
Соціальна	Відповідність послуг рівню добробуту людей, національним, регіональним традиціям та особливостям; культура та професійність персоналу агросадиби
Технічна	Забезпечення належної матеріально-технічної бази при наданні послуг, виконання принципів комплексності, своєчасності; впровадження засобів механізації та автоматизації
Правова	Відповідність послуг вимогам законодавчих актів, нормативно-технічної документації, технології обслуговування та виконання робіт, вивчення та задоволення вимог споживачів
Економічна	Послуга повинна мати корисний ефект як для споживача (задовольняти його потреби, очікування, бути доступною певному контингенту споживачів), так і для агросадиби (одержання прибутку)
Функціональна	Якість надання послуг
Етична	Рівень якості послуг з точки зору споживачів, експертів, загального іміджу, набутого досвіду та громадської думки
Екологічна	Безпека послуг для людини, захист навколишнього середовища

На конкурентоспроможність агроосель впливає застосовувана ними форма обслуговування туристів. Форма обслуговування характеризує спосіб комплектації та реалізації продукту споживачеві і найбільшою мірою визначає умови обслуговування і час, який витрачається на купівлю продукту. Залежно від участі туриста в обслуговуванні, розрізняють традиційну і сучасну форму обслуговування. Традиційна форма вимагає найбільших витрат часу від туриста, тоді як за сучасних форм участь туриста в обслуговуванні є найбільшою мірою обмеженою; відбувається економія часу туристів та економія ресурсів фірми. Сучасні форми обслуговування передбачають замовлення турів по телефону, факсу, широке застосування Інтернету в купівлі і самостійному комплектуванні турів. [20, с.385].

Працівники повинні створювати атмосферу гостинності і доброзичливості стосовно клієнтів, надавати їм повну необхідну інформацію. Конкурентоспроможність агрооселі залежить і від середовища обслуговування, тобто від зовнішнього оформлення, стану утримання і обстановки агрооселі. Більшість клієнтів судять про імідж агрооселі за її виглядом. Тому її оформлення є не тільки технічним питанням, але й виконує в багатьох випадках вирішальну роль у рекламі та просуванні туристичного продукту агросадиби. Тому екстер'єр та інтер'єр агрооселі, який визначається його оформленням, станом утримання та цілісною обстановкою, повинен сприяти гарному настрою, підвищувати життєвий тонус та здійснювати в цілому позитивний вплив на відвідувачів. [20,с.385].

Отже, для покращення якості послуг в сільських садибах потрібно мати систематичний підхід який буде включати в себе ефективні технічні й управлінські методи. Ці методи забезпечать ефективну взаємодію між господарями садиби, персоналом та клієнтами, що зробить послуги садиби більш конкурентоспроможними. Саме організація та налагодження всіх процесів управління і обслуговування є основним показником якості.

## Висновок до розділу 1

Сільський, зелений туризм є одним з напрямків розвитку внутрішнього і міжнародного туризму, це відносно новий і перспективний напрямок.

Розвиток туризму на сільських територіях є соціально значущим видом підприємницької діяльності, який сприяє сталому розвитку сільських територій: розвитку інфраструктури, поліпшенню якості життя, збільшенню доходів місцевого населення, створенню робочих місць, підтримці та збереженню традицій і культури, збереженню екології. Сьогодні не існує універсального визначення даного виду туристської діяльності, але загальноприйняте в світі визначення виглядає приблизно наступним чином: сільський туризм (агротуризм) — це подорожі громадян з постійного місця проживання в сільську місцевість з розміщенням в сільських гостьових будинках, сільських садибах і на фермах з туристськими цілями і без заняття діяльністю, пов'язаною з отриманням доходу від джерел в місці тимчасового перебування.

В даний час сільській зелений туризм отримав досить інтенсивний розвиток і велику популярність в світі, головним фактором, що сприяє цьому, є необхідність збереження природи і її ресурсів. Ця тема стає все більш значущою в новосферно мислячому суспільстві, даний вид туризму визнається способом захисту і сприяння охороні природи. Проте на українському туристичному ринку цей напрямок недостатньо розвинений, але є всі необхідні ресурси і умови для його здійснення. Природа України має великий потенціал для розвитку цього виду туризму, так як в нашій країні є багато особливо охоронюваних природних територій, що представляють екологічну та культурну цінність, а також є важливими ресурсами для розвитку цього напрямку.

Розвиток сільського зеленого туризму взяла на себе «Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні». Саме вони розробили проект «Українська гостинна садиба», який займається добровільною категоризацією садиб, що дає змогу туристу знайти перевірену садибу для відпочинку та бути впевненим у якості наданих послуг. Категоризація також на руку й власникам садиб, які мають мотивацію для вдосконалення свого продукту, адже чим вищою

категорією буде відзначена садиба, тим більше туристів матимуть бажання її відвідати.

Рівень категорії садиби залежить в більшій мірі від якості послуг, які надають господарі. Для підвищення рівня послуг господарі садиб мають прислухатися до потреб своїх клієнтів і зробити їх відпочинок висококласним та якісним.

## РОЗДІЛ 2. ДИНАМІКА РОЗВИТКУ ТА СТРУКТУРА СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ ЗАКАРПАТСЬКОЇ ОБЛАСТІ

### 2.1 Тенденції розвитку сільського зеленого туризму Закарпаття

Закарпатська область розміщена на заході України. Вона межує з Польщею, Словаччиною, Угорщиною і Румунією, а також з Львівською та Івано-Франківською областями країни. Таке положення надає їй низку гео економічних переваг у зовнішньо-економічній діяльності. Область утворена в січні 1946 року. За територіально-адміністративним устроєм Закарпаття поділяється на 13 районів, 11 міст, з них 5 обласного значення, 19 селищ міського типу, 307 сільських рад. В області 609 населених пунктів, з яких 193 мають статус гірських. Протяжність території із заходу на схід 184 км, із півночі на південь – 80 км. Обласний центр – м. Ужгород, розташований на відстані 788 км шосейними дорогами та 898 км залізницею від м. Києва.

Територія області на півночі захищена Карпатським хребтом, з північного заходу – Татрами, з півдня – західними Румунськими горами і Мараморошським масивом. Від інших регіонів України область відділяють Яблуницький, Вишківський, Ужоцький, Вервицький та Воловецький перевали висотою від 931 до 1614 метрів над рівнем моря [5].

Закарпаття надзвичайно перспективний регіон України з точки зору туризму, рекреації та відпочинку. Туристична галузь – це потужний чинник розвитку області. Унікальний лікувально-рекреаційний потенціал, який сприяє розвитку різних видів туризму, з кожним роком залучає у Закарпаття все більше відвідувачів. [5]

Це неймовірна місцевість, яка приваблює своїм колоритом у будь-яку пору року. Так, наприклад, навесні та влітку любителі активного відпочинку можуть насолодитися подорожами на квадроциклах, велопрогулянками, сплавами по гірським річкам, екскурсіями та захоплюючими пішохідними маршрутами. Для тих хто любить більш пасивний відпочинок, хоче відпочити від шуму міста,

насолодитися природою, відновити сили, даний регіон може запропонувати відпочинок у затишних садибах. Місця, які рекомендують відвідати туристам в Закарпатській області зображені на туристичній карті цього регіону (Рис. 2.1).



Рис. 2.1. Туристична карта Закарпаття

Осінь на Закарпатті - пора фестивалів, можливість для місцевого населення показати всі принади своєї області. Восени проходять фестивалі вина, меду, різноманітні гастрономічні фестивалі, де ви можете не тільки насолодитися бринзою, скуштувати вурду, домашні ковбаси, сир та славнозвісний бограч, а й дізнатися у місцевого населення секрети приготування цих страв.

Для популяризації закарпатського туристичного продукту та збільшення відвідуваності фестивалів, які проводяться у області, було підготовлено до друку та встановлено на територіях інших регіонів 22 інформаційні стенди. [5]

Взимку Закарпаття славиться гірськолижним туризмом. Так, «Драгобрат» славиться своїми найвищими рельєфами й дуже крутими трасами для фрістайлу, а у «Подобовці» та «Пилипці» насолодитися гірськолижними трасами може вся

родина. У 2018 році діяло 63 витяги (52 бугельних, 8 крісельних, 2 якірних, 2 елеваторного типу), 33 ратраки та 44 пункти прокату гірськолижного спорядження. [9, с. 62-63].

Окремої уваги потребують водні ресурси Закарпаття. Гірські річки та озера не єдині водойми краю. На території Закарпаття існує 67 основних родовищ цього дарунку природи. Так, мінеральними джерелами славляться Свалявський, Хустський, Мукачівський, Рахівський райони. Термальні басейни гостинно зустрінуть своїх відвідувачів в Берегівському, Ужгородському, а також Хустському районах. Безперечною родзинкою Закарпаття, що користується неабиякою популярністю, є чани з гарячою водою (38-45°C), настояною на ялинових гілках та травах. Прадавня сила землі, яку увібрала в себе кожна рослинка, зігріє своїми м'якими обіймами, пригорне, оповість невагомістю та легкістю. Під відкритим небом усі охочі можуть насолодитися неймовірним ефектом цілющих купальнь. В Закарпатті немає моря? Природні та штучні басейни є його чудовою альтернативою, що здатна дарувати душевну рівновагу, спокій, здоров'я та натхнення. [5]

Основними напрямками розвитку туристичної галузі в області є бальнеологічний, гірськолижний, сільський, пішохідний туризм. У краї є всі умови для розвитку внутрішнього та міжнародного туризму, які набули популярності. [9, с. 63-64]

За інформацією управління туризму та курортів департаменту економічного розвитку і торгівлі облдержадміністрації, станом на кінець 2019 року, мережа оздоровчих, рекреаційних та туристичних об'єктів області нараховує 511 об'єктів, у т.ч.: оздоровчих – 23, рекреаційних – 126, туристичних – 362. В області одночасно можна розмістити близько 26000 осіб. [9, с. 61-62]. Розвиток мережі туристичних закладів характеризує табл. 2.1.

Таблиця 2.1.

Мережа туристичних закладів Закарпатської області (2014 - 2018 рр.) [37]

Рік	Кількість туристичних та санаторно-лікувальних закладів	у тому числі оздоровчих	у тому числі рекреаційних	у тому числі туристичних
2014	392	24	123	245
2015	392	24	123	245
2016	443	18	146	279
2017	445	23	103	319
2018	511	23	126	362

Крім цього, на території області нараховується 25 туристично-інформаційних центрів, які надають інформацію щодо наявного туристично-рекреаційного потенціалу Закарпаття. [5]

Туризм вважається однією з провідних галузей, яка здійснює позитивний вплив на розвиток регіону в цілому. Протягом останніх років область активно вкладає у розвиток туристичної інфраструктури, підвищення привабливості регіону, планує промоцію туристичного потенціалу регіону. [9, с. 64-65]



Рис. 2.2. Динаміка фінансування регіональної програми підтримки галузі туризму Закарпаття за роками

Згідно аналізу потоків до Закарпатської області, отриманого шляхом моніторингу діяльності СПД та додатково проведених маркетингових

досліджень можна побачити, що заходи, які проводяться за підтримки місцевої влади позитивно впливають на кількість туристів на території області. Дану позитивну тенденцію можна побачити на Рис. 2.3 [9, с. 62-63]



Рис. 2.3. Кількість туристів та екскурсантів на території Закарпатської області за даними моніторингу управління туризму і курортів ОДА

В області діє «Програма розвитку туризму і курортів у Закарпатській області на 2016-2020 роки», затверджена рішенням сесії обласної ради 22.12.2015 № 95 (зі змінами від 21 вересня 2017 року, 29 березня, 07 червня, 13 грудня 2018 року). За своєю структурою та завданнями Програма передбачає:

- Розвиток туристичної і транспортної інфраструктури області
- Популяризація туристичного потенціалу області
- Просвітницька діяльність та науково-освітнє забезпечення сталого розвитку туризму та діяльності курортів
- Формування ефективної моделі управління та координації туризму в області
- Активізація сталого розвитку туристичної сфери області

- Співфінансування проекту регіонального розвитку «Розвиток туристичної інфраструктури Закарпатської області через покращення навігаційних елементів та встановлення туристичних стоянок». [9, с. 65-66].

На офіційному веб-сайті Закарпатської обласної ради [5] інформують, що відповідно до плану заходів на 2019 рік для реалізації даної Програми, здійснювались організаційні заходи щодо покращення туристичної інфраструктури області (знакування і маркування туристичних шляхів та маршрутів територією області). У рамках співпраці управління туризму та курортів департаменту облдержадміністрації та ГО „Карпатські стежки” у теперішній час здійснюється маркування відрізка Закарпатського Туристичного Шляху від перевалу Ужоцький до смт Воловець протяжністю 61,5 км.

Аналізуючи зростаючий попит на рекреаційно-туристичні послуги в Закарпатській області є тверде розуміння того, що потрібно покращувати пропозицію. Саме тому, власники сільських садиб працюють над створенням нового туристичного продукту для відпочиваючих. Активно допомагає цьому обласний осередок Співпраці сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні "Закарпатський обласний центр розвитку сільського туризму". Він розташований за адресою: 89421, Закарпатська обл., Ужгородський район, село Сторожниця, вулиця Вишнева, буд. 16. Дата заснування - 18.02.2004. Директор - Пранничук Богдан Дмитрович.

На сьогоднішній день понад 500 сільських садиб надають послуги з розміщення, харчування та організації дозвілля. Для порівняння, у 2015 році послуги надавали 360 садиб; у 2016 – 400 садиб; у 2017 році – 450 садиб; у 2018 - 460 сільських садиб [9, с. 62-63].

З метою покращення розвитку сільських територій управління туризму та курортів департаменту економічного розвитку і торгівлі із проводить семінари-навчання на тему: „Сільський туризм: з чого розпочати та як досягти успіху”. Відповідно до заходів Програми розвитку туризму і курортів у Закарпатській

області на 2016 – 2020 роки у 2018 році департаментом економічного розвитку і торгівлі облдержадміністрації разом з обласною спілкою сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні було проведено 9 семінарів з питань започаткування власної справи у сфері сільського туризму „Сільський туризм: з чого розпочати та як досягти успіху”. Семінари-навчання проводилися спільно з Закарпатським обласним центром зайнятості і охопили всі райони області. Сертифікати отримали 404 мешканця області. У 2017 році було проведено 13 таких семінарів для 310 слухачів, а у 2016 році відповідно 13 семінарів і було залучено 315 осіб [35, с. 31].

На фоні швидкої модернізації та урбанізації сільський туризм може стати саме тим важелем, який вирішить ряд завдань:

1. Мінімізує міграцію сільського населення до міст;
2. Забезпечить можливість працевлаштування місцевих жителів;
3. Зменшить бідність;
4. Збереже культурну спадщину

Саме ці завдання роблять зелений туризм пріоритетним напрямком розвитку в сфері туризму.

У «Плані заходів із реалізації у 2021 – 2023 роках Регіональної стратегії розвитку Закарпатської області на період 2021 – 2027 років» [29, с. 97-99] є проект «Сприяння розвитку сільського та агротуризму Закарпатської області». Даний проект спрямований на активізацію розвитку сільського екологічного туризму шляхом ефективного та раціонального використання природно-ресурсного потенціалу області, історико-архітектурної спадщини, культури та самобутності побуту краю в туристичних цілях.

Основними заходами проекту є:

- Проведення 30 семінарів-навчань; круглих столів у тому числі, за участі представників асоціації приватних виноградарів та виноробів, асоціації бджолярів тощо;
- Організована сертифікація сільських садіб;

- Розробка та випуск інформаційного каталогу «Закарпатські села запрошують на відпочинок»;
- розроблення та випуск методичних рекомендацій «Власнику сільської садиби»;
- Залучення представників сільських садиб до участі в туристичних виставках, презентаціях та інших спеціалізованих заходах з метою популяризації сільського туризму;
- Розробка курсів онлайн освіти для започаткування власної справи у сільському туризмі;
- Побудова системи консультування, підтримки та ринкової інформації для власників садиб;
- Реалізація ініціатив на розвиток туризму в громадах;
- Пошук ресурсів, підготовка проектів з розвитку інфраструктури сільського туризму;
- Поширення інформації про можливість започаткування власної справи в сільському туризмі шляхом реалізації Державної програми «Власний дім», яку здійснює Закарпатський обласний фонд інвестування з метою облаштування сільських садиб, урізноманітнення надання туристичних послуг; організація проведення циклів навчальних семінарів, тренінгів для населення: як розпочати власну справу, у тому числі і з питань організації сільського туризму.

Впроваджуючи ці заходи місцева влада очікує на:

1. Збільшення кількості сільських садиб на 50%;
2. Створення системи підготовки для власників сільських садиб, з використанням онлайн ресурсу;
3. Залучення в систему навчання, підвищення кваліфікації власників сільських садиб.
4. Розробку рекомендацій по розвитку сільського туризму, для кожної ОТГ та району, з врахуванням специфіки ринку та ресурсів.

- Покращення самозайнятості населення та створення нових робочих місць;
- Випуск та презентація інформаційних видань з популяризації сільського туризму, «Закарпатські села запрошують на відпочинок»;
- Покращення якості надання туристичних послуг власниками сільських садиб;
- Популяризація сільського та агротуризму області;
- Скорочення міграційних процесів мешканців села до інших країн, як заробітчан;
- Збільшення кількості обслуговуваних туристів

Порівнюючи між собою обидві програми можна побачити, що вони доповнюють одна-одну. Якщо проект «Сприяння розвитку сільського та агротуризму Закарпатської області» спрямований на активізацію розвитку сільського екологічного туризму шляхом ефективного та раціонального використання природно-ресурсного потенціалу області, історико-архітектурної спадщини, культури та самобутності побуту краю, то «Програма розвитку туризму і курортів у Закарпатській області на 2016-2020 роки» націлена на покращення туристичної інфраструктури області працюючи над знакуванням і маркуванням туристичних шляхів та маршрутів області.

Поряд з програмами розвитку туризму органам місцевого самоврядування рекомендується розробляти бізнес-план розвитку туризму. Але він матиме шанс на успіх, якщо його розроблятимуть не тільки відділ економіки або туризму виконкому, а всі зацікавлені сторони, які нададуть свої можливості та пропозиції. Зазначені напрямки діяльності є можливостями місцевих органів самоврядування підвищити ефективність управління сільським зеленим туризмом на підвідомчих територіях.

Аналіз законодавчої бази регулювання сільського зеленого туризму в Україні дозволив виявити проблеми місцевого самоврядування в даній сфері, а виходячи з них – визначити можливості розширення участі органів місцевого самоврядування в розвитку туризму. Надалі для реалізації запропонованих

рекомендацій необхідно розробити механізми безпосередньої участі територіальних у розвитку сільського зеленого туризму та їх взаємодії з органами місцевого самоврядування. Це сприятиме вирішенню проблем організації сільського зеленого туризму, посилення економічної самостійності територіальних громад.

В комплексі ці спроможні вирішити низку завдань. Але для цього також важливою є співпраця органів влади і місцевого населення. Ініціаторами розвитку сільського зеленого туризму мають бути обидві сторони. Для жителів сільської місцевості цей вид туризму дасть нові робочі місця та можливість розвитку не залишаючи рідні місця. Влада ж, в свою чергу, за рахунок туристів буде наповнювати бюджет і сприяти процвітанню свого регіону.

## **2.2 Територіальна структура сільського зеленого туризму регіону**

Сільські поселення становлять 83 % населених пунктів Закарпатської області, в яких проживає 63 % населення (в Україні загалом - 32 %) [30, с. 50]. Сільське господарство забезпечує близько 30% валового суспільного продукту краю. Тому відкриваються широкі можливості для впровадження на Закарпатті сільського зеленого туризму.

Статус гірських мають 214 населених пунктів Закарпатської області. Гірські населені пункти зосереджено в 10 адміністративних районах і частині двох об'єднаних територіальних громад (Вільховецькій та Полянській). У тому числі 49 - високогірні (знаходяться на висоті 600 метрів і вище над рівнем моря), де проживає 24% населення регіону[29].

Проблематикою Закарпатської області є суттєва диспропорція у соціально-економічному розвитку низинних та гірських територій краю. Значна диференціація показників у районах Закарпаття спричинена неоднорідністю енергетичного, трудового, інфраструктурного потенціалу тощо, а основна концентрація ресурсів області зосереджена якраз у низинних районах.

В гірських селах зосереджені основні рекреаційні ресурси, більшість з яких – це сільські садиби зеленого туризму. Без економічно розвинутого села, його виробничої та соціальної інфраструктури їх функціонування набуває спотвореної форми. Звідси необхідність конкретно поєднання економічних і екологічних інтересів територіальної громади, бізнесу і держави в розвитку гірських сіл, з пріоритетністю екологізації господарського життя.

Сільський зелений туризм є важливим для Закарпатської області. В області існують давні традиції, а можливість займатися сільським туризмом на базі сільської садиби - цілорічна. Зелений туризм на Закарпатті, дає можливість вдихнути екологічно чисте гірське повітря і на час забути про всі щоденні клопоти. Побувавши в одному з сіл Закарпатської області, є можливість долучитись до національної екзотики, побачили пам'ятки архітектури з дерева, а також об'єкти, пов'язані з промислами тутешнього народу – вишивання, гончарство, ткацтво, різьблення по дереву і ще багато чого цікавого.

Закарпатські садиби неповторні та унікальні. Може бути, вони не завжди досконалі, але кожна садиба індивідуальна, так як кожна відображає характер і смак господарів. У туристів є можливість зняти цілий будинок за досить невисокою ціною. Сільська сім'я надає харчування і все, що є необхідним для комфортного відпочинку.

В цілому, тут можливо поєднати відпочинок з лікуванням: мінеральні джерела, грязьові ванни, термальні води і багато іншого, кожен з нас знайшов щось для себе до смаку, відновити сили в екологічно чистому середовищі регіону, пізнати побут, культуру, місцеву кухню, а також насолодитися екскурсіями по тутешньому краю.

Найдинамічніше сільський зелений туризм розвивається у традиційних туристичних зонах на: Рахівщині (сmt Ясіня, с Кваси), Великоберезнянщині (с. Вишка, с Ужок), Міжгірщині (с. Пилипець), Свалявщині, Берегівщині.

Сільська місцевість Закарпаття багата на цікаві екскурсійні об'єкти, пов'язані з народними промислами: ткацтвом, вишиванням, гончарством, лозоплетінням, різьбленням по дереву, які розкривають витоки та джерела

народної культури. Є серед них унікальні, чи не єдині в Європі, такі як: музей ковальської справи «Кузня Гамора» в селі Лисичеві Іршавського району та музей лісосплаву на річці Чорна Міжгірського району. Це надає широкі можливості розробці та реалізації цікавих програм для гостей сільських садиб.

У Закарпатті нараховується більше 500 домогосподарств, які приймають туристів і надають їм відповідні послуги (проживання, харчування). У розрізі районів області найбільша кількість садиб наявна у Берегівському, Свалявському, Міжгірському районах (відповідно 79, 61 та 56 сільських садиб). У відсотках до всієї кількості садиб у Закарпатській області на Берегівський район припадає 16,7 %, Свалявський – 12,9 %, Міжгірський – 11,8 %. Найменша кількість садиб нараховується в таких районах, як Ужгородський, Іршавський та Виноградівський (10, 9 та 7 садиб відповідно), у відсотках до загальної кількості – 1,9 %, 2,1 % та 1,5 % [5].

Аналізуючи розташування сільських садиб, можна зробити висновок, що найбільша їх кількість сконцентрована в популярних туристичних курортах, які спеціалізуються на різних видах туризму (оздоровчий, лікувальний, гірськолижний, екологічний, винний тощо). Для більшої наочності дані щодо кількості сільських садиб у розрізі районів Закарпатської області відображено на Рис. 2.4. [30, с. 53].

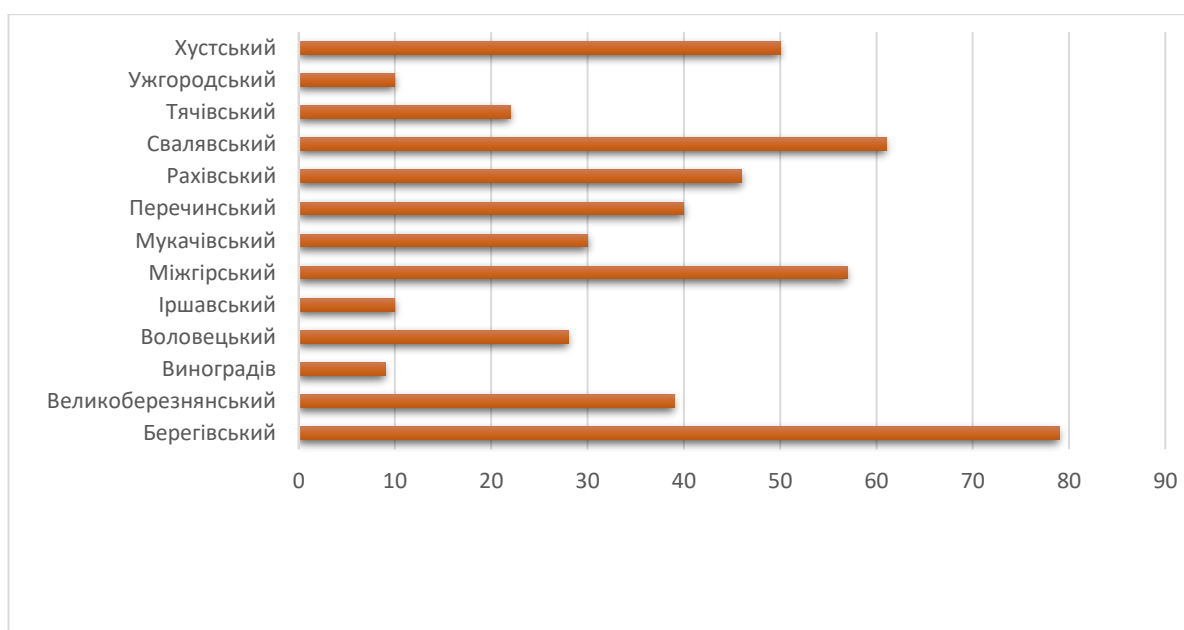


Рис. 2.4 Розподіл кількості сільських зелених садиб по районах Закарпаття

Кожен з районів Закарпатської області має чим вразити туристів, так наприклад, у Берегівському районі можна відчутти на собі гостинність господарів сільських садиб, неповторний смак Закарпатських фруктів та овочів, відпочинок на ріках Тиса і Боржава, самобутню народну творчість угорського народу, захоплююче архітектурно-історичне минуле краю. Гості мають можливість відвідати діючу старовинну готичну церкву з дерев'яною дзвіницею (XIV-XVII ст.) у с. Четфавла. Не менш цікавою є пам'ятка архітектури у с. Бене — готичний костюл XI-XIV століття. Найбільш популярними садибами цього району є: садиба «Родан», садиба «Меріленд» та садиба «Фозекош». [36]

Місто Виноградів, або Старовинний Севлюш (така назва офіційно існувала до 1946 року), розташовується біля підніжжя Чорної гори праворуч від річки Тиси. Це місто першим у краї одержало привілеї королівського містечка. Виноградів недаремно називають мальовничим куточком Закарпаття. На Виноградівщині неймовірна природа наділена цілющою силою, привітні і щирі люди, які допоможуть пізнати народні традиції та звичаї. В цьому регіоні можна спробувати себе в різних видах сільської праці й оцінити закарпатську народну кухню. Виноградівщина подарує приємне дозвілля та незабутні враження. Найпопулярнішими садибами цього району є: садиба «У Поличків», садиба «Колиба» та садиба «Турцанаш» [36].

У Великоберезнянському районі вишукані гірські ландшафти, лісисті горн, квітучі полонини, швидкоплинні ріки, сріблясті джерела цілющих мінеральних вод. Район розташований в гірському масиві Східних Карпат. Особливе надбання краю — це дерев'яні триверхі шатрові церкви. Дерев'яні храми, що збереглися до сьогодні, відносяться переважно до XVII-XVIII століття. Більшість із них своєрідні візитні картки Закарпаття. Найбільш популярними садибами цього району є: садиба «У дяді Вані», садиба «Ставноє №158» та садиба «Кострино» [36].

Воловецький район — гірський район північної частини Закарпаття. Гірські хребти простягаються з північного заходу на південний схід, в цьому напрямі

збільшується їх висота, змінюється вигляд. Окрасою і багатством району є рослинний і тваринний світ, що відзначається різноманітним видовим складом. Верховинський край багатий духовними цінностями, має досить розвинуту соціально-культурну сферу. Воловеччина — гостинний край. Якщо ви шукаєте спокою в оточенні прекрасної природи ви потрапили саме туди, куди прагнули незалежно від пори року. Найбільш популярними садибами цього району є: садиба «У Мар'яни», садиба «У Галі» та садиба «Лінія Арпада» [36].

В Іршавському районі надзвичайно цікавим для туристів є регіональний ландшафтний парк «Зачарований край» – це справжня скринька з коштовностями природи. Букові праліси, оліготрофне болото «Багно», вкрите товстим килимом моху, непримітна на перший погляд рослина росичка круглолиста, яка залюбки обідає комахами. Діюча музей-кузня «Гамора» (с. Лисичево), якій майже 300 років – це збереження вікових традицій працелюбного народу. Сільськогосподарський реманент, викуваний під важким водяним молотом, користується у місцевих газдів особливим попитом. А історія місцевої вузькоколійки сягає в минуле тисячоліття. Некваплива подорож віковою залізницею – це нагода побувати в чарівному куточку Боржавської долини та помилуватися: неповторними краєвидами сільської місцевості. Найбільш популярними садибами цього району є: садиба «Стара підкова», садиба «У Ганни» та садиба «Мелегеш М.Ф.» [36].

Свалявський район розташований у центральній частині Закарпатської області, у передгірній частині Карпат, і відзначається надзвичайно різноманітними формами рельєфу. Тут зосереджена більшість мінеральних вод України (понад 100 родовищ), представлені майже всі її типи. Води унікальні за своїм складом та лікувальними властивостями, а в народі їх називають «Святими криницями». Сприятливий клімат дозволяє розвивати на території району різні види літнього та зимового відпочинку. Край також відомий оригінальною пам'яткою архітектури XVII ст. — дерев'яною церквою у с. Бистре. Ще одним доказом давньої історії міста є пам'ятка природи — дуб у центрі Сваляви, вік якого сягає майже 500 років.

Здійснивши моніторинг попиту відпочинку в сільських садибах слід відмітити, що найбільше відпочиваючих з м. Києва, м. Ужгорода, Львівської, Івано – Франківської, Дніпропетровської та Закарпатської областей.

Міжгірський район — один із наймальовничіших куточків Карпат. Мандрівник, який подорожує по Міжгірщині, обов'язково захоче побувати на Синевирському озері, яке знаходиться на висоті 989 м над рівнем моря. Милувати око буде один із найгарніших водоспадів Українських Карпат — «Шипіт». Серед карпатських гір, у мальовничих селах на туристів чекають доброзичливі господарі затишних садиб. Найбільш популярними садибами цього району є: садиба «У Гусяшки», садиба «Під водоспадом» та садиба «Шипот».

Мукачівський район — край живописних Карпатських гір та лісів, де Ви зможете потрапити в храм незайманої природи, відчутти радість спілкування з природою, де є можливість побачити сімейства диких кабанів, косуль, оленів, де збереглися унікальні пам'ятки природи. Це край самобутньої культури та історії, де поряд співіснують пам'ятки далекого минулого з об'єктами сучасності, де є можливість з XXI ст., зробити крок та потрапити в XII-XIII ст., пізнати таємниці середньовічних замків та палаців, історію, культуру, традиції наших країн. Найбільш популярними садибами цього району є: садиба «Лісова пісня», садиба «Вишня» та садиба «Золота рибка». [37]

Поміж мальовничих смарагдових гір, у долинах швидкоплинних річок Уж і Тур'я розташувалася коштовна перлина Закарпаття — Перечинський район. Це неповторний і дивовижний край з невичерпними багатствами, могутніми віковичними лісами, цінними копалинами, цілющими джерелами, родючими землями. На Перечинщині — знаменита полонина Руна (1472 м. н.р.м), основні вершини Менчул (1295 м. н.р.м), Високий Верх (1413 м. н.р.м), Рівний Плай (1228 м. н.р.м). Довкола полонини справжнє намисто водоспадів. Перечинщина заворожує красою довкілля, щедрими дарами природи, багатою історією, самобутньою культурою, цікавою говіркою місцевих жителів, різноманітною і

смачною кухнею. Найбільш популярними садибами цього району є: садиба «Урбанове», садиба «Лушмори» та садиба «Квітка Карпат». [36]

Рахівський район займає найбільш високогірну частину Українських Карпат. Тут знаходиться найвища вершина України гора Говерла, географічний центр Європи, найбільші праліси Європи, джерела цілющої мінеральної води, бере початок найбільша притока Дунаю – ріка Тиса, Карпатський біосферний заповідник, територія якого віднесена до найцінніших екосистем Землі і входить до міжнародної мережі біосферних заповідників ЮНЕСКО. У Європі цей унікальний, високогірний район України знають як регіон, де разом з природою збереглася самобутня гуцульська культура корінних жителів краю. Найбільш популярними садибами цього району є: садиба «Смерекова хата», садиба «У Мухана» та садиба «У Йонаша».

Тячівський район має високий туристично-курортний потенціал. На території району виявлено понад 67 водопроявів мінеральних (у т.ч. термальних) вод, які містять до 20 життєво необхідних для здоров'я людини мікроелементів та за своїми властивостями не поступаються відомим водам Кавказу, Чехії, Франції. У районі знаходиться близько 60 пам'яток археології, історії та монументального мистецтва. Серед них городище Капуна (VI-V ст. до н.е.), Карпатські кургани (IV-III ст. до н.е.), залишки замкових та фортифікаційних споруд, печери біля с. В.Уголька. Найбільш популярними садибами цього району є: садиба «Вікторія», садиба «Кубарич», садиба «У Іванчика» [36].

Хустський район знаходиться у передгірській та гірській зоні середньої частини Закарпаття. Своєрідною візитною картою Хустщини є її архітектурні споруди: 4 унікальні пам'ятники народної архітектури – дерев'яні церкви з елементами готики: с. Крайниково — церква св.Михайла (1662 року); в с. Сокирниця — церква св.Миколая Чудотворця (1709 року); с. Александріївка – церква св.Параскеви (перша половина XVII ст.); с.Данилово – церква св.Миколая (1779 року). Стрімкі шпилясті вежі гармонійно поєднуються з ідеальними пропорціями та формами цих простих та невимушених будівель. Найбільш

популярними садибами цього району є: садиба «Вовчок», садиба «У Світлани», садиба «Етвеш Іда».

Ужгородський район знаходиться у західній частині Закарпатської області, в передгірській зоні Карпат. Завдяки вигідному геополітичному положенню, район має можливість розвивати туристично-рекреаційну галузь. На сьогодні активно відпочивати можна в мальовничому куточку, на озері, біля села Андріївка, де розташований екотуроб'єкт «Золота Підкова». Тут поєднуються елементи сільського туризму: екскурсії на конях гуцульської породи за розробленими маршрутами, знайомство з рідкісними та екзотичними тваринами, відпочинок на березі озера. Найбільш популярними садибами цього району є: садиба «Левада», садиба «Камелія» та садиба «У родини Ковача» [38].

Отже, перерахувавши всі райони з їх перевагами, природними ресурсами та пам'ятками можна виділити Рахівський, Мукачівський та Міжгірський райони.

### **2.3 Загальна характеристика та аналіз сільських садиб Закарпатської області**

Для аналізу ринку сільського туризму в Закарпатській області візьмемо три садиби. Для порівняння обслуговування та організації додаткових послуг садиби будуть з різним рівнем добровільної категоризації мережі «Українська гостинна садиба»: садиба другої категорії - «Смерехова хата», першої категорії - «Лісова пісня» та садиба базової категорії - «У Гусяшки».

Гостинний двір «Смерехова хата» (м. Рахів, вул. Шевченка, 8) знаходиться в екологічно чистій гірській місцевості Українських Карпат, столиці Закарпатської Гуцульщині - місті Рахів, на висоті 500 м над рівнем моря. На території садиби розміщено трьохповерховий будинок та дерев'яний котедж. У будинку другий і третій поверх для гостей. Котедж повністю надано гостям. На другому поверсі будинку розташований загальний хол і 4 номери: окремий двомісний номер зі зручностями, двомісний стандартний номер із зручностями, два двомісні номери з просторним холлом, де можна зіграти в шахи та нарди. На

третьому поверсі будинку розташовано 3 номери: двомісний номер зі зручностями та два двомісних номери зі спільним санвузлом. Котедж складається з 4-х двомісних номерів. У кожному номері двоспальне ліжко з натурального дерева, гідробокс, біде, унітаз, умивальник, телевізор. Загалом садиба налічує 11 номерів. На задньому дворі - сад, альтанка, мангал, дитячий майданчик, бесейн та парковка[37].

До послуг туристів, які надає даний гостьовий двір, належать:

- транспортні послуги;
- мастер-клас по приготуванню гуцульських страв;
- дегустація закарпатських вин;
- катання на лижах;
- підйом на найвищу вершину українських Карпат - г. Говерла;
- купання в солоних лікувальних озерах в селищі Солотвино;
- екскурсія в соляні шахти на глибину 550 метрів;
- екскурсія до географічного центру Європи і на форелеві ферми;
- екскурсія в гори на гуцульських конях;
- ознайомлення з працею народних умільців;
- відвідування пасік карпатської бджілки, дегустація карпатського цілющого меду;
- прогулянки до мінеральних джерел;
- збирання ягід та грибів;
- Екскурсія на сироварню в Нижнє Селище;
- екскурсія на озеро Синевир;
- екскурсія до термальних вод в село Велятино;
- купання в чанах та в дерев'яній гарячій бочці.

Послуги харчування обговорюються з власниками садиби окремо. У розпорядженні клієнтів є спільна кухня, де вони мають можливість приготувати їжу самостійно. Також, в 150 метрах є кафе з смачною місцевою кухнею.

Вартість проживання в садибі «Смерекова хата» на одну особу складає: взимку - 200-220 грн. за добу, влітку - 160-180 грн., в міжсезоння - 150-170 грн.

за добу. Варто зазначити, що в дану вартість входить проживання, паркінг, користування гаражем, автономне опалення, постійна холодна та гаряча вода, інтернет (WI-FI), сад, альтанка, мангал. Додатково оплачується користування кухнею - 15 грн./доба.

Садиба «Лісова пісня» (Мукачівський район, с. Синяк, 69) має комфортні номери з видом на лісовий гірський масив. До послуг клієнтів - безкоштовний трансфер, парковка (безкоштовна), справжня лазня, масаж, альтанка з барбекю у дворі, можливість оренди гірських велосипедів і близькість до всіх екскурсійних маршрутів.

Садиба «Лісова пісня» налічує 7 номерів, в кожному з яких можуть розсташуватись від 2 до 3 гостей. У кожному номері є інтернет (WI-FI), холодильник, зручні ліжка з ортопедичними матрацами та новою постільною білизною, душ і санвузол, фен, телевізор, шафа для речей, автономне опалення приміщення та тепла підлога.

Трансфер надається туристам, які приїжджають в "Лісову Пісню" без власного автомобіля. Транспортні послуги безкоштовні і виконуються мікроавтобусом або легковим автомобілем від залізничної станції Карпати.

У садибі «Лісова Пісня» є можливість для самостійного приготування їжі, для потреб клієнтів обладнана кухня і їдальня. На кухні знаходиться плита, холодильник, робочі поверхні, мікрохвильова піч, чайник і весь необхідний посуд для готування і сервірування столу. У 500 метрах розташовані кафе і ринок. В 200 метрах - магазин-маркет.

Вартість проживання в садибі «Лісова пісня» на одну особу складає: Взимку і влітку - 170 грн. за добу, у міжсезоння - 150 грн. Додатково оплачується харчування: сніданок - 50 грн., дворазове харчування - 110 грн., трьохразове харчування відсутнє. Діти до 6 років проживають безкоштовно, діти 6-12 років - зі знижкою 50%[39].

Садиба «У Гусяшки» (Міжгірський район, с. Колочава, вул. Духновича, 14) розташована у 500 м від центру та 200 м від траси Міжгір'я-Колочава. На

території садиби розташовані трьохповерховий будинок, двоповерховий котедж та крита тераса, паркінг.

На першому поверсі будинку знаходиться хол з обіднім столом, кухня з газовою плитою, холодильником, електрочайником, мікрохвильовкою, мийкою та посудом. Два двомісні кімнати (у кожній — двоспальне ліжко, шафа для одягу, телевізор, в одній кімнаті — камін) та санвузол (ванна, туалет, умивальник).

На другому поверсі — двомісна кімната (двоспальне ліжко, вішалка для одягу, телевізор); дві тримісні кімнати (у кожній — двоспальне та односпальне ліжка або 3 односпальні ліжка, вішалка для одягу, телевізор); санвузол (душова кабіна, туалет, умивальник) та тераса з плетеними меблями.

На третьому поверсі — двомісна кімната (2 розкладні ліжка, шафа для одягу); тримісна кімната (3 односпальні ліжка, вішалка для одягу, стіл зі стільцями).

На першому поверсі котеджу знаходиться сауна на дровах, кімната відпочинку (стіл з лавами), санвузол (душ, туалет, умивальник). На другому поверсі — дві двомісні кімнати (в одній — розкладний диван; в іншій — двоспальне ліжко, телевізор, вішалка для одягу, балкон, санвузол — туалет, умивальник).

Серед розваг для туристів слід виділити:

- походи в гори, збирання грибів та ягід;
- виїзд в гори на автомобілі зил;
- екскурсії — за попередньою домовленістю;
- найближчий гірськолижний витяг в 20 км.

Вартість проживання в садибі «У Гусяшки» на одну особу складає: взимку - 200 грн. за добу, влітку - 150 грн., в міжсезоння - 130 грн./доба. В дану вартість входить паркінг, інтернет (WI-FI) та користування кухнею.

Додатково оплачується харчування:

- сніданок - 30 грн.
- дворазове харчування - 80 грн.
- трьохразове харчування - 110 грн.

- сауна на 4-6 осіб з кімнатою відпочинку - 300 грн./2 години та транспортні послуги.

Порівняння садиб за кількістю гостьових номерів, сезонністю, вартістю та класифікацією представлене в Табл. 2.2.

Таблиця 2.2

Порівняльний аналіз садиб «Смерекова хата», «Лісова пісня»,  
«У Гусяшки»

Ознака	«Смерекова хата»	«Лісова пісня»	«У Гусяшки»
за кількістю гостьових номерів	11	7	9
за кількістю місць	22	18	21
за сезонністю	Цілий рік	Цілий рік	Цілий рік
за вартістю (середня)	180 грн.	160 грн.	160 грн.
за класифікацією	2 категорія	1 категорія	Базова категорія
за середньою завантаженістю чол/рік	702	575	671
за середнім прибутком грн/рік	126 360	92 000	107 360

Проаналізувавши садиби за цими ознаками, наступним кроком є їх порівняльна характеристика з ціллю виявлення найбільш конкурентноспроможної. Оцінка показників буде проходити за десятибальною шкалою. Дана характеристика також дасть можливість зрозуміти різницю між другою, першою та базовою категоріями садиб і наскільки суттєвими є відмінності між ними. Більш детальний аналіз ви можете побачити у таблиці 2.3.

За основу порівняння асортименту додаткових послуг були взяті послуги, які надають господарі садиби для своїх гостей за додаткову плату. До них входять різного роду екскурсії, прогулянки та мастер-класи.

Для оцінювання цінової політики було взяте співвідношення ціна-якість. Якість послуги визначається не тільки технологічними вимогами до виконання відповідної операції, але і часом очікування, комфортністю отримання послуги, зручністю інформаційного обслуговування клієнтів, характеристиками мережі обслуговування, тощо.

Для того, щоб визначити більш конкурентноспроможнішу з трьох обраних садиб різних категорій, було проведено порівняльне оцінювання за основними характеристиками. Результати оцінювання відображені в таблиці 2.3

Таблиця 2.3

## Бальна оцінка позицій садиб сільського зеленого туризму

Показники	«Смерекова хата»	«Лісова пісня»	«У Гусяшки»
Місце розташування	8	6	5
Середній рівень завантаженості	8	5	6
Популярність серед населення	8	6	6
Рівень професіоналізму персоналу	6	6	5
Якість основних послуг	7	7	7
Асортимент додаткових послуг	9	5	6
Якість рекламних засобів	6	5	5
Цінова політика	7	6	6
<b>ВСЬОГО:</b>	<b>59</b>	<b>47</b>	<b>46</b>

За даними таблиці ми бачимо, що садиба другої категорії - «Смерекова хата» вагомо випереджає своїх конкурентів набравши 59 балів. Найбільшими перевагами цієї садиби є місце розташування та асортимент додаткових послуг.

На другому місці згідно таблиці розташувалась садиба першої категорії «Лісова пісня» з 47 балами. Саму високу оцінку дана садиба отримала за якість основних послуг. За цим показником вона ні чим не поступається «Смерековій хаті».

Третє місце зайняла садиба базової категорії «У Гусяшки» - 46 балів. Слід відзначити, що за якістю основних послуг вона також не поступається

«Смерековій хаті» та «Лісовій пісні», а за середнім рівнем завантаженості та асортиментом додаткових послуг навіть випереджає останню.

Отже, «Смерекова хата» є самою конкурентноспроможною садибою з тих, що досліджувались. Краєвиди її місцезнаходження та гостинність господарів не дарма оцінена мережею «Українська гостинна садиба», як садиба другої категорії.

Як ми бачимо, якість послуг в садибах в більшій мірі залежить від господарів. Саме господарі задають вектор напрямку бізнесу.

Господарями садиби «Смерекова хата» є сім'я з трьох чоловік, вони ж і є персоналом. Ніхто з членів сім'ї не має профільної освіти, але це не заважає їм досить вдало вести цей бізнес. Чоловік відповідає за функціонування санітарно-технічного обладнання і електротехнічних пристроїв, закупівлю продовольства, трансфер туристів та роботи на подвір'ї садиби. Дружина займається фінансовою діяльністю, приготуванням їжі, послугами прання для гостей садиби. Донька вирішує питання пов'язані з бронюванням номерів, розміщенням, випискою та прибиранням.

Всі члени сім'ї аналізують, планують та контролюють результати господарської діяльності. Аналіз основних економічних показників діяльності садиби відображені у таблиці 2.4

Таблиця 2.4

## Аналіз основних економічних показників діяльності садиби

## «Смерекова хата»

Стаття, тис.грн.	Попередній період	Звітний період	Відхилення	
			Абсолютне	Відносне %
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	125,6	135,6	10	8,0
Інші операційні доходи	31,3	33,5	2,2	7,02
Інші доходи	23,3	26,4	3,1	13,3
<b>Разом доходи</b>	<b>180,2</b>	<b>195,5</b>	15,3	8,5
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	36	36,5	0,5	1,4
Інші операційні витрати	12,8	13,2	0,4	3,13
Інші витрати	9,6	9,8	0,2	2,1
<b>Разом витрати</b>	<b>58,4</b>	<b>59,5</b>	1,1	1,9
Фінансовий результат до оподаткування (2280 - 2285)	121,8	136	14,2	11,7
Податок на прибуток	21,924	24,48	2,6	11,7
<b>Чистий прибуток (збиток)</b>	<b>99,876</b>	<b>111,52</b>	11,64	11,6

Для надання послуг сільського зеленого туризму в межах особистого господарства не потрібно отримувати дозвіл від органів державної влади.

Доходи від цієї діяльності оподатковуються як доходи фізичних осіб. З 2016 року ставка ПДФО становить 18% [6].

Наступним кроком після аналізу основних економічних показників діяльності садиби «Смерекова хата» є розрахунок рентабельності за попередній і звітний періоди. Аналіз динаміки показників рентабельності зображені в таблиці 2.5

Таблиця 2.5.

## Аналіз показників рентабельності садиби «Смерекова хата»

Показники	Формула для розрахунку	Норматив	Значення за роками		Відхилення (+), (-)
			Попередній період	Звітний період	
Рентабельність діяльності, %	$K = \frac{\text{ЧП}}{\text{В}} \times 100\%$	>0	171	187	17

Отже, за попередній звітний період чистий прибуток садиби становив 99 876 грн., рентабельність – 171%. За дійсним звітним періодом прибуток – 111 520 грн., рентабельність – 187%. Це говорить про досить непоганий попит на послуги обраної садиби.

Для того, щоб дати повну оцінку ринковому становищу обраної садиби, використаємо метод SWOT-аналізу в таблиці 2.6.

Таблиця 2.6

## Матриця SWOT садиби «Смерекова хата»

Сильні сторони	Слабкі сторони
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Привабливість розміщення садиби.</li> <li>- Гостинність.</li> <li>- Невисокі ціни.</li> <li>- Зростання числа постійних клієнтів.</li> <li>- Високий рівень додаткових послуг.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Застаріле обладнання.</li> <li>- Значне навантаження одного фахівця.</li> <li>- Високі витрати ручної праці.</li> <li>- Не стабільні обсяги реалізації.</li> <li>- Недостатня кількість реклами садиби.</li> </ul>
Можливості	Загрози
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Розширення асортименту.</li> <li>- Навчання персоналу.</li> <li>- Наявність креативних ідей.</li> <li>- Зростання числа туристів.</li> <li>- Покращити умови проживання.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Економічна криза.</li> <li>- Зменшення кількості туристів.</li> <li>- Відсутність політичної стабільності.</li> <li>- Нехватка інвестицій.</li> <li>- Зростання конкуренції.</li> </ul>

За даними господарів, у 2019 році садибу «Смерекова хата» відвідало 712 клієнтів, в основному це жителі міст України, але за останні роки все частіше трапляються туристи з країн Європи. Статистика клієнтів садиби по регіонах зображена на рис 2.5



Рис. 2.5 Кількість клієнтів садиби «Смерекова хата» по регіонам

Отже, більше всього послугами садиби користуються туристи з Київської області - 20%, на другому місці Харківська область - 16%, замикають трійку туристи з Дніпропетровської області - 14%. В 2019 році «Смерекову хату» відвідало 22 іноземних туристи, що становить 3% від всіх відвідувачів.

Діяльність садиби «Смерекова хата» є прибутковою, що свідчить про сталість якості послуг, та спрямована на популяризації послуг сільського зеленого туризму в регіоні.

## Висновок до розділу 2

Закарпаття-єдина в Україні область, яка за міжнародною шкалою оцінки сумарних сприятливих можливостей для туризму отримала оцінку «найкраща».

Туристична статистика Закарпаття констатує, що саме цей вид діяльності є найбільш перспективним у нашому регіоні з його природними та історико-культурними ресурсами.

До послуг відпочиваючих в області більше 2 тисяч об'єктів ресторанного бізнесу, 600 - готельного бізнесу, 3 тисячі сільських садиб, які обслуговують туристів, більше сотні гірськолижних підйомників, більше два десятки SPA і велнес-об'єктів, більше сотні туроператорських і тур-агентських підприємств.

Туризм у Закарпатті стає дієвим засобом формування ринкового механізму господарювання, надходження значних коштів до його бюджету. Завдяки такому широкому спектру природних туристичних ресурсів дестинація вважається перспективною практично для всіх основних видів туризму. Тут є всі необхідні умови для гарного функціонування як літніх, так і зимових видів відпочинку.

Рахівський, Мукачівський та Міжгірський райони є найпопулярнішими для поціновувачів сільського туризму. Природні ресурси цих районів дають можливість місцевому населенню розвиватись в туристичній галузі, тому були проаналізовані садиби саме цих районів.

Садиба «Смерекова хата» є самою конкурентоспроможною з тих що досліджувались. За попередній рік її відвідало 712 клієнтів. Чистий прибуток садиби за поточний звітний період становить 108 322 грн., рентабельність – 183%.

### **РОЗДІЛ 3. ПРОЕКТ ВДОСКОНАЛЕННЯ ОБСЛУГОВУВАННЯ ТУРИСТІВ В САДИБИ «СМЕРЕКОВА ХАТА»**

#### **3.1 Проблеми та перспективи розвитку сільського зеленого туризму на прикладі садиби «Смерекова хата»**

Не дивлячись на те, що кількість садиб сільського зеленого туризму збільшується, всі вони зіштовхуються з рядом проблем, які значно стримують розвиток цього виду туризму. З цими проблемами зіштовхнулись і господарі садиби «Смерекова хата»:

- недостатньо розвинена інфраструктура або повна її відсутність у ряді сільських територій;
- недостатня проінформованість сільських жителів про можливості розвитку сільського туризму;
- низька ресурсна забезпеченість селян, які бажають займатися організацією сільського туризму;
- критичне скорочення чисельності працездатного сільського населення — носіїв культури або хоча б її окремих збережених елементів (відсутність робочих місць на селі, пияцтво, відтік молоді);
- відсутність гарантій безпеки туристів;
- відсутність кваліфікованих кадрів для організації сільського туризму;
- відсутність державної некомерційної реклами;
- відсутність кооперації між усіма учасниками процесу розвитку;
- відсутність єдиної загальнодержавної програми та фінансового забезпечення підтримки розвитку сільського туризму.

Сільський туризм потребує підтримки з боку держави, причому, не стільки у фінансовій, скільки в правовій та організаційній. Відсутність державної підтримки та регулювання може призвести до негативних наслідків, у тому числі екологічних та економічних.

Позитивним моментом є те, що починають з'являтися нові програми і проекти, спрямовані на позитивну перспективу даного виду туристичної діяльності.

Але для збільшення частки малого і середнього бізнесу в ролі сільського туризму, а в тому числі і для комплексного розвитку сільських місцевостей, необхідно зробити основний комплекс заходів для залучення інвестицій у зміцнення і розвиток сільської інфраструктури. Також одним з важливих завдань держави є підтримка і стимулювання підприємців, а особливо місцевих сільських жителів, до заняття даним видом діяльності

На жаль, незважаючи на наявні в Україні реальні приклади організації агротуристичної діяльності, слід констатувати практичну відсутність нормативно-правової бази, спеціально регулює агротуристичну діяльність як таку [46, с. 456]:

1. В існуючих нормативно-правових актах, що регулюють діяльність у сфері туризму, і національних програмних документах в галузі туризму поки відсутня згадка про поняття «агротуризм» (сільський туризм, «зелений» туризм, «Еко-агротуризм», «Фермерський туризм» або ін. термінів, що застосовуються в нашій країні і міжнародній практиці для позначення розглянутого виду туристичної діяльності);

2. Спеціальне законодавство, що регулює діяльність в області агротуризму в Україні, поки відсутнє;

3. Відсутні стандарти і нормативи, застосовні у сфері агротуризму як специфічного сектора туристичної індустрії і — одночасно — приносить дохід додаткової (несільськогосподарської, невиробничої, альтернативної) форми діяльності сільського населення.

Слід особливо підкреслити, що стандарти і нормативи, що діють в Україні у сфері готельного та рекреаційного бізнесу, не можуть механічно переноситися на сектор малого сімейного готельного бізнесу на селі в силу специфіки останнього;

4. Згадка агротуризму як одного з підтримуваних видів несільськогосподарської діяльності в сільській місцевості, на жаль, поки не отримало розвитку у вигляді розробленої системи понять і норм.

Для вирішення існуючих проблем, виходячи і світового практичного досвіду, перспективними в умовах України, на наш погляд, могли б бути наступні напрямки (моделі), що відносяться до Еко-агротуристичних.

1. Створення регіональних агротуристичних мереж за допомогою розвитку малого, сімейного та індивідуального бізнесу на базі існуючих турсресурсів сільської місцевості: засобів розміщення (малого сімейного готельного господарства) та інфраструктури (включаючи різні об'єкти і види бізнесу, пов'язані із забезпеченням агротуризму).

Організація ефективно працюючої мережі приватних агротуристичних господарств на території регіону передбачає створення системи держпідтримки на рівні центру або, як мінімум, на рівні регіону.

2. Відтворення соціокультурного середовища історичного поселення - історичного села, національного села, дворянські садиби, монастирі і т.д.

3. Створення великих і середніх спеціалізованих агротуристичних об'єктів, орієнтованих на прийом туристів і організацію їх повноцінного відпочинку, наприклад культурно-історичні комплекси.

4. Створення державних і приватних сільськогосподарських парків як великих багатофункціональних туристичних, виставкових, рекламно-експозиційних, культурно-пропагандистських, науково-дослідних і виробничих і подібних комплексів, що володіють засобами розміщення і відповідною інфраструктурою [43, с. 457].

Всі перераховані вище моделі могли б бути реалізовані і в Україні при виконанні ряду ключових умов, специфічних для кожної з них. Систему цих умов і пріоритетні моделі повинна позначити Національна концепція розвитку агротуризму в Україні. Якщо 10-15 років тому напрямок був на створення гостьових мереж, причому держава не надавала системної підтримки, були відсутні необхідні умови для нормального функціонування цього виду бізнесу,

то зараз інтерес великих інвесторів звернений на інші форми агротуризму, перш за все великі приватні агротуристичні об'єкти.

Такими об'єктами є культурно-історичні тематичні парки, етнокультурні комплекси і т.п. реалізація такого роду проектів має не тільки економічну вигоду, але здатна вирішити ряд існуючих гострих соціальних завдань. Потрібно чітко усвідомлювати, що сьгоднішнє покоління більше не бажає асоціювати себе з Україною, поняття народ і держава в нашій країні більш не тотожні, поняття патріотизму втрачає своє значення, молодь відривається від своєї культури, тягнеться до культури Заходу, втрачається інтерес до власної історії.

Сьгоднішній стан села потребує вдосконалення. Частина працездатного населення залишає свої рідні місця, інші ж просто спиваються. Вирішення всіх перерахованих вище проблем вимагає політичної підтримки влади-мінімум на рівні регіону, вже цього, як показує досвід Заходу, буде достатньо для запуску ринкового механізму в секторі агротуризму — будівництво культурно-історичних комплексів може стати локомотивом в розвитку сільського туризму регіонів.

Однак всі ці проблеми, безумовно, грамотніше, легше і швидше вирішуються за наявності політичної підтримки Центру — відповідної державної програми (підпрограми розвитку агротуризму як «точки зростання» українського регіону), що передбачає відповідне правове і фінансове забезпечення [4, с. 458].:

- державна концепція розвитку сільського туризму і програма підтримки села;
- державна система пільгового кредитування або навіть дотування туристичних господарств на стартовому етапі;
- державні програми вдосконалення макроінфраструктури туризму, фінансування інфраструктури сільської місцевості (насамперед, дороги, електро- та водопостачання, телефонізація, інтернет);
- створення громадської або державної асоціації, що об'єднує суб'єктів сільського туризму (функції: консультування бажаючих займатися

агротуризмом з усіх питань; реєстрація; організація каналів мікрокредитування агротуристичних об'єктів; Організація первинного інформаційного забезпечення — картографічне тощо.;

- організація рекламної та маркетингової діяльності по сектору агротуризму; переклад турпродукту в Інформаційну форму; в перспективі сертифікація), фінансування програм необхідної профпідготовки (перепідготовки);

- просування туристичного продукту на ринок (формування на базі цих об'єднань масштабних інтерактивних баз даних, власне і створюють як завгодно широкий ринок пропозиції місцевих турпродуктів в інформаційній формі), активна рекламно-пропагандистська кампанія.

Розвиток сільського туризму, реалізація великомасштабних культурних проектів матиме серйозне соціально-економічне значення і позитивний ефект.

Для держави:

- збільшення податкових надходжень;
- поліпшення добробуту громадян надають послуги;
- поліпшення здоров'я громадян користуються послугами;
- відродження культурних традицій;
- збереження малих населених пунктів;
- поліпшення умов життя сільського населення;
- підвищення доходів сільських жителів;
- зменшити міграційний потік з села в місто за рахунок створення додаткових робочих місць;
- стимулювання вивчення народних звичаїв і обрядів;
- Відродження і пропаганда традиційних цінностей і способу життя;
- розвиток народних промислів;
- збереження культурної та історичної спадщини території;
- оцінка ефективності з позиції господаря, що надає послуги сільського туризму-додатковий дохід;
- розширення виробництва;
- розвиток виробництва;

Для мешканця сільського поселення :

- для ряду соціальних груп, особливо дітей, важливим стає усвідомлення історико-культурного значення власної "малої Батьківщини", гордості від її популярності в стані і Світі;

- вирішення проблеми зайнятості місцевих жителів, надаючи їм робочі місця, долучаючи до цінностей міжнародної культури, в тому числі шляхом міжособистісного спілкування [43, с. 459].

- підтримка соціально-незахищених верств населення;

- поліпшення утримання житлового фонду;

- розширення збуту сільгосппродукції;

Для туристів:

- культурний розвиток, знайомство з історією, традиціями, релігією, обрядами, кухнею місцевого населення;

- набуття навичок, умінь в тій чи іншій галузі діяльності;

- додаткове місце відпочинку;

- різноманітність природи;

- можливість поліпшення здоров'я;

Виходячи зі сказаного вище, ця діяльність повинна розглядатися як стратегічний соціально-економічний і соціально-політичний проект підтримки українського села в цілому, що вимагає політичного рішення на рівні уряду і міжвідомчої координації, а також зважений підхід при відборі проектів.

Туристи, які обирають сільський зелений туризм мають наступні характерні риси: висока мобільність і автономність; прагнення випробувати щонебудь нове й значуще; прагнення одержати додаткові можливості розвитку та самовдосконалення, отримати новий досвід; прагнення до незалежного проведення дозвілля; потреба в індивідуалізації послуг (за строками, маршрутами, умовами проживання, характером розваг і дозвілля та ін.)

Перелік послуг у кожному конкретному випадку може бути різним, причому кожен з видів цих послуг містить в собі безліч складових. Традиційно послуги у сфері сільського зеленого туризму поділяють на основні та додаткові.

Основні послуги, це переважно: — послуги з організації перевезення туристів; послуги з організації розміщення туристів; послуги з організації харчування туристів.

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

Такий поділ досить умовний, оскільки суттєвої різниці з точки зору споживчих властивостей між ними немає. Послуги, що входять в основну програму перебування туриста в селі, зазвичай відносять до основних. Додаткові послуги турист купує самостійно у місці перебування і вони не включені у вартість турпакета. Крім нематеріальних послуг, туристові ще можуть бути надані інші товари чи матеріальні послуги. Наприклад, карти місцевості, народні сувеніри, туристичне спорядження тощо.

Отже, сільські мешканці здатні отримувати реальні доходи у сфері зеленого туризму від таких видів діяльності, як: — транспортне обслуговування туристів; — організація проживання та харчування туристів; — виробництво та реалізація екологічно чистих продуктів харчування; — надання екскурсійних послуг, робота гідом-перекладачем; — облаштування туристичних маршрутів та стоянок для туристів; — надання послуг з прокату туристичного спорядження; — навчання народним ремеслам і рукоділлю; — виготовлення та реалізація товарів народних промислів; — організація реабілітаційно-оздоровчих процедур; — егерська діяльність (допомога у полюванні, аматорському та спортивному рибальстві); — проведення культурно-розважальних заходів з урахуванням історикоетнографічної спадщини (анімація).

У зв'язку з тим, що значна частина туристів вважають за краще відпочивати самостійно, є необхідність в розробці пакету послуг для цієї

категорії клієнтів. Ефективним способом розробки якісного відпочинку та стимулювання тривалого перебування є розробка пакетів спільно з місцевими та регіональними партнерами. Приватне житло є центральним елементом проекту. Житло — це база для туристів, які замовляють пакет послуг, що вимагає найбільших витрат.

Послуги проживання можуть складатися з надання кімнати, щоденного сніданку та, можливо, одного або двох харчувань, залежно від терміну перебування. Також в пакет послуг можуть входити відвідування: — історичних місць; — музеїв; — пам'ятників; — заповідників та заказників; — ресторанів; — розважальних об'єктів; — культурних та інших об'єктів. Власник житла може бути контактною особою, якщо тур планується без участі туроператора.

В даному випадку пакет послуг повинен включати ваучери, які гості отримуватимуть при виконанні кожної послуги. Потім господар буде звітувати за розподіл прибутку від кожного елемента пакету між постачальниками цих послуг. Наприклад, якщо відвідини музею, включені в пакет послуг, коштують 10 грн, гість повинен віддати музею ваучер вартістю 10 грн. Проте гість не знає, скільки насправді він платить за той або інший елемент пакету, для нього важлива лише загальна вартість, а також те, наскільки будуть цікаві пропоновані послуги. Тому хазяїн отримує попередню плату за усі включені в тур послуги, а потім розподіляє її між кожною організацією або приватними особами, чії послуги включені в пакет.

Наявність декількох послуг в рамках одного пакету збільшують привабливість останнього, а це призводить до збільшення чистого доходу кожного елемента.

Технологічні основи надання послуг сільського зеленого туризму — це пакет послуг, яким користується турист під час перебування в агрооселі. Перелік послуг та якість можуть бути досить широкими та різними. Але є основний набір послуг — ночліг, харчування та гігієна. Ці послуги завжди мають бути надані гостю [12, с.256].

Гостьовий цикл сільського зеленого туризму — це процес рекреаційного обслуговування гостя від часу його прибуття в агрооселю до остаточного виїзду з неї, гостьовий цикл сервісного обслуговування гостя агрооселі складається з тісно пов'язаних між собою окремих блоків взаємодії між господарем оселі та його гостем. Для чіткішого усвідомлення господарем послідовності його дій під час відвідин оселі туристом відобразимо гостьовий цикл їхньої взаємодії у формі технологічної схеми. Вона складається з дев'яти основних послідовних технологічних фаз обслуговування:

I. Перша фаза гостьового циклу розпочинається з моменту першого спілкування власника агрооселі з потенційним клієнтом щодо можливості попереднього замовлення його послуг. Зазвичай, ініціатором такого спілкування є: а) сам гість; б) агент з продажу туристичної фірми-посередника між потенційним клієнтом та власником агросадиби; в) оператори комп'ютерних комунікацій глобальної мережі Інтернет — глобальні й національні портали online бронювання послуг агротуризму, промоційно-збутові веб-сайти національних спілок сільського туризму, їхніх регіональних осередків чи сайти місцевих об'єднань власників агросадиб. Якщо у власника сформувалося певне коло постійних клієнтів, важливим є запрошення їх у агросадибу на початок грибного чи мисливського сезону, збору лікарських трав, отримання першого літнього квіткового (липового, гречаного) меду, заготівлі лісових чи садових ягід та плодів, урочистих релігійних святкувань тощо. Власник агрооселі повинен вести календарний журнал бронювання та обліку клієнтів. Цей журнал потрібен для раціонального розподілу в часі затрат зусиль і ресурсів на створення турпродукту, прогнозування і планування обсягів гостьової завантаженості агросадиби, руху готівкових коштів тощо. Перша фаза гостьового циклу завершується узгодженням між сторонами всіх основних аспектів майбутнього перебування в агрооселі, рівня та вартості сервісу.

II. Друга фаза гостьового циклу сільського туризму пов'язана з остаточною підготовкою агрооселі до приймання гостей. Напередодні їх приїзду господареві доцільно ще раз за телефоном підтвердити факт їхнього заїзду, оскільки різні

обставини приватного характеру можуть затримати приїзд гостей на один чи кілька днів. Важливою складовою гостьового сервісу сільського туризму є прагнення господаря чимось приємно здивувати й потішити гостей. Скажімо, на воротах агросадиби сім'ю можуть зустрічати загальними мелодіями троїсті музики й розігрувати театралізований обряд зустрічного чаркування господаря з головою гостьової родини.

III. Третя фаза гостьового циклу полягає в організації трансферу – тобто зустрічі й довозення гостей з вокзалу в агрооселю. Це дуже важливий елемент сервісу, оскільки від того, з яким настроєм гість потрапляє в агро, залежить його подальше сприйняття відпочинку та розваг. І ще одне правило сільського сервісу — якщо є така можливість (і попереднє бажання гостей), трансфер повинен виконувати додаткову важливу анімаційну функцію. Враження від відпочинку в селі будуть повнішими, якщо вже на вокзалі гостей зустрінуть.

IV. Четверта фаза гостьового циклу полягає в організації поселення гостей. Цю технологічну фазу господарю треба продумати так, щоб вона відбувалася на рівні загальноприйнятних готельних стандартів якості, однак відрізнялася від них якомога більшим сільським колоритом. З цією метою можна давати гостям у користування вишиті рушники, колоритне домашнє взуття, легкі домашні довгополі сорочки після душу чи лазні, а у подушки — ароматичні сушені трави тощо. У цій фазі здійснюється попередня оплата за проживання й наперед обумовлені супутні послуги.

V. П'ята фаза гостьового циклу – одна з найвідповідальніших для господаря агросадиби. Вона полягає в організації зустрічі – частування гостей. Від того, наскільки вдало відбудеться налагодження психологічного контакту між гостями й гасдами, залежить, наскільки охоче гості матимуть потребу в подальшому спілкуванні з сільською родиною, наскільки комфортно та «подомашньому» почуватимуться, чи захочуть вони ще раз приїхати до таких гасдів. Ця фаза відіграє триєдино важливі гастрономічну, адаптаційну та комунікаційну функції. Чим швидше гостям стане комфортно та затишно в агросадибі, то тим більші шанси на те, що відвідувачі стануть постійними

клієнтами такої агросадиби, тобто – надійним джерелом прибутків для її господаря.

VI. Шоста фаза гостьового циклу відіграє рекламно-інформаційну функцію. Вона зводиться до інформування гостей про потенційні можливості господарства щодо організації їхнього дозвілля. На цьому етапі господареві важливо виявити смаки й уподобання його гостей, їхні мрії, сподівання та побажання. Вмілий організатор і співрозмовник здатен залучити своїх гостей навіть до посильної фізичної праці у своєму присадибному господарстві. Важливо розкрити гостям принади відвідин тих чи інших урочищ, романтику тієї чи іншої роботи тощо. Кінні прогулянки, нічний випас коней на обolonі за річкою, досвітнє рибальство, зустріч сонця, заготівля власноруч у саду яблук, груш, слив, а в лісі – грибів, суниць, малини, лікарських трав – цими принадами агротуриста здатен привабити кожен пересічний господар агросадиби.

VII. Сьома фаза гостьового циклу займає весь період проживання гостей в агрооселі. Основну мету, яку повинен ставити перед собою господар упродовж усього часу перебування в ній гостей, не дати їм занудьгувати й «втомитися» (тобто втратити яскравість сприйняття) від відпочинку на селі. їм потрібно пропонувати якісь цікаві для них справи та розважати у вільний час.

VIII. Восьма фаза гостьового циклу зводиться до організації «родинного» прощання з гостями. Перефразовуючи народну приказку, треба наголосити на такій аксіомі гостьового бізнесу: щиро й гречно розпрощаєшся з відвідувачами – невдовзі знову очікуй їх у гості. З іншого боку, байдужість власників агросадиби до клопотів своїх клієнтів, пов'язаних з виїздом чи навіть показне прагнення якнайскоріше їх позбутися, у більшості випадків обертається для таких власників агросадиби образою з боку гостей і втратою цих клієнтів назавжди. У готелі подібні клопоти входять у коло посадових обов'язків консьєржа, а в агрооселі ними повинні опікуватися особисто господарі. Передоручення піклування про гостей – прояв неповаги до гостей. Атмосфера домашнього затишку й сентиментальний жаль від прощання з сільською садибою та її задушевними господарями надовго залишаться у пам'яті туристів за умови організації

традиційних для української культури проводів – частування гостей перед далекою зворотньою дорогою додому. Додаткові затрати господарів на організацію такого частування – це своєрідні інвестиції в майбутнє свого бізнесу, адже згодом вони окупляться фінансово під час чергового візиту цих же клієнтів чи, можливо, відвідин їхніх знайомих, приваблених захопленими розповідями друзів про відповідно високий рівень сервісу.

ІХ. Завершальною, дев'ятою фазою гостьового циклу є процедура прощання й трансферу гостей на вокзал. Введення її у практику сільської гостинності стимулюватиме у туристів прагнення знову відвідати цю оселю власне не так завдяки комфортності й анімаційності відпочинку, як завдяки особистим якостям господарів і їх індивідуального душевного підходу до справи, забезпечення особливої аури цього відпочинку [13, с. 256 с.].

Таким чином, можна дійти висновку що розвитку сільських зелених садиб в цілому і садибі «Смерекова хата» заважає слабка увага зі сторони обласної та районної адміністрації. Регіональні органи виконавчої влади мають розвивати цей вид туризму в рамках стратегій соціально-економічного розвитку, адже це буде сприяти добробуту населення, розвитку інфраструктури та підвищенню іміджу села.

### **3.2. Організація туру в садибу «Смерекова хата»**

Тур є ринковим продуктом туристичних підприємств, формою, яку набуває споживання послуг, матеріальних і нематеріальних благ, заходом, який реалізує мету подорожування і в той же час результатом діяльності турфірми, джерелом її прибутку. Складовими туру є маршрут, програма та комплекс послуг по життєзабезпеченню туриста, в межах яких реалізується на відповідному якісному рівні мета подорожування. Маршрут і програма забезпечують мету подорожування, а заходи з життєзабезпечення туриста під час подорожування - безпеку та комфортність при реалізації цієї мети.

Розробка туру включає такі етапи: вибір пунктів маршруту, ієрархізація цих пунктів, вибір пунктів початку та закінчення маршруту, після чого провадиться розробка схеми маршруту та його оптимізація. Розробка схеми маршруту та його програмне забезпечення є нерозривно пов'язаними паралельними процесами. Розрахунок вартості туру ґрунтується на проведених організаційно-технічних заходах з пошуку партнерів та укладених з ними угод [35, с.69].

Етап I. Вибір пунктів маршруту. Критерієм відбору є екстрактивний об'єкт показу для задоволення мети подорожі, можливість забезпечити різноманітність програми перебування в даному населеному пункті, його транспортна доступність та забезпеченість послугами гостинності.

Етап II. Ієрархічність пунктів маршруту провадиться за зазначеними вище критеріями, при цьому основна увага повинна бути звернена на клас гостинності та транспортну доступність обраних пунктів маршруту.

Етап III. Вибір початкового та кінцевого пунктів маршруту здійснюється за показником транспортної доступності, тобто пов'язане з місцем проживання постійних потенційних туристів, взаємозамінності видів транспорту, типу транспортних засобів.

Етап IV. Розробка схеми маршруту. Схема маршруту належить від зворотного форми. Маршрут - це напрямок переміщення туриста. За схемою маршрути можуть бути лінійні, кільцеві, радіальні та комбіновані. Я розробила тур за схемою кільцевої. Вибір пунктів по маршруту узгоджується з програмою відповідно до виду туризму, терміну та класу обслуговування.

Етап V. Оптимізація маршруту щодо туру полягає в ряду об'єктивних і суб'єктивних обмежень. Об'єктивність обмеження виходять з умов сегментації ринку, а суб'єктивність визначаються, перш за все, цільовим споживчим сегментом. Часові обмеження стосуються сезонності подорожі. Економічні обмеження виходять з умов функціонування ринку. Основним обмеженням на початковому етапі розробки туру є обмеження в часі та засобах по забезпеченню комфортності подорожування. Саме часові обмеження визначають вибір

транспортних засобів та їх тип під час проходження маршруту. Вибір транспортного засобу слід розглядати як введення певних обмежень в організаційні параметри туру. Види транспорту і типи транспортних засобів дуже відрізняються за своїми характеристиками. При виборі засобів пересування керуються відстанню, а при виборі типу транспортного засобу - його комфортністю.

Етап VI. Програмне забезпечення туру, є його якісною ознакою. Програма є щоденним розпорядком, призначеним для реалізації мети подорожі. У відповідності з метою програми поділяються за тематикою на програми, які забезпечують відпочинок, лікування, ознайомлення, з історією, культурою, природою краю, задоволення, професійно або конфесійний орієнтованих інтересів.

Етап VII. Організаційно-технічне заходи щодо забезпечення туру, є наступним етапом в розробці туру після визначення схеми маршруту та програми перебування. Організаційно-технічні заходи є етапом визначення класу обслуговування. Вони включають відбір засобів розміщення, умов екскурсійного обслуговування та організації дозвілля. Цей етап найбільш варіативний саме за класом обслуговування. Клас обслуговування визначається рівнем послуг, які надаються системою гостинності [35, с.69]

Садиба «Смерекова хата» пропонує туристам 4 варіанти відпочинку в залежності від їх потреб:

Варіант 1. «Bed & Breakfast» (з англ. «Ліжко та Сніданок») – класичний варіант, з якого, по-суті, і розпочався сільський туризм як окремий вид туристичної діяльності. Передбачає розміщення гостя (туриста) на ніч та приготування йому сніданку, після якого гість має вільний час на здійснення самостійних подорожей або походів, відвідин природних, історичних, релігійних пам'яток. Основні послуги: надання ліжко-місця, прибирання, харчування. Додаткові послуги: прокат туристичного та іншого спорядження, продаж сувенірної, рекламної та іншої продукції, баня (сауна) [46, с.46].

Варіант 2. «Тур вихідного дня» передбачає розміщення туриста (родини) на два вихідних дні (дві доби). Основні послуги: надання ліжко-місця, прибирання, харчування або надання доступу до місць самостійного приготування їжі. Додаткові послуги: організація пікніку, пісенного вечора, екскурсії, рибної ловлі, прогулянки по околицях, баня (сауна), продаж сільгосппродукції.

Варіант 3. «Відпочинок в сільській садибі» передбачає розміщення гостей (переважно родин з дітьми або подружніх пар) на термін від 5 до 10 днів (іноді на триваліший строк) та вимагає більш ретельної підготовки та більших капіталовкладень. Розмір капіталовкладень впливає на якість послуг та їхню ціну. Основні послуги: надання окремих приміщень (краще з окремими виходами) у будинку господарів або окремому гостьовому будинку, прибирання, харчування або надання доступу до місць самостійного приготування їжі. Додаткові послуги: організація пікніків, екскурсій, рибної ловлі, прогулянок по околицях, походів, пісенних вечорів, майстер-класів, баня (сауна), продаж сільгосппродукції, демонстрація процесів сільськогосподарського виробництва (збір меду, стрижка овець, догляд за тваринами, виробництво сиру, і т.д.), ознайомлення з традиційними народними промислами.

Варіант 4. «Культурно-етнічна програма» - є варіантом не дуже розповсюдженим, але при гарній його організації достатньо ефективним з точки зору прибутковості. Програма проводиться на базі господарства, триває 2-4 години та передбачає занурення групи туристів в атмосферу повсякденного побуту, притаманного тій чи іншій місцевості або народності. У «високий» сезон можна проводити по 2-3 програми на день. Основні послуги: екскурсія по садибі, організація харчування стравами національної кухні, етнічна програма з аматорськими або професійними виконавцями з залученням гостей до участі у цій програмі. Додаткові послуги: продаж сувенірної, рекламної та сільськогосподарської продукції.

Варіант 5 «Відпочинок на галявинці» передбачає надання групі туристів доступу до користування територією господарства та його спорудами (дитячими

та спортивними майданчиками, альтанками, місцями для приготування шашликів та барбекю). Гості приїздять, як правило, зі своїми харчами, з яких і готують собі страви. Набирає популярності як корпоративний, так і сімейний, дитячий (шкільний) види відпочинку. Зростає попит на цей вид відпочинку з боку родин під час проведення другого дня весілля (перший день святкується, як правило, в ресторані, після якого залишається багато їжі та напоїв). Основні послуги: надання платного доступу до користування територією і спорудами, прокат спортивного спорядження, продаж дров, прокат мангалів та іншого обладнання. Додаткові послуги: прокат посуду, шезлонгів, матраців тощо, продаж сувенірної, рекламної та сільгосппродукції, баня (сауна), приготування замовлених страв.

Варіант 6 «Спеціалізована садиба» проектується та облаштовується як відпочинок для певної цільової групи туристів: рибалок, мисливців, любителів верхової їзди, людей з обмеженими можливостями, родин з маленькими дітьми та ін. В цьому випадку до основних послуг, крім послуг проживання і харчування, будуть віднесені послуги, які спеціально розробляються та позиціонуються для певної категорії туристів, наприклад, надання плаваючих засобів (для рибалок), організація полювання (для мисливців), надання коней, організація кінних походів, іпотерапія (для любителів верхової їзди) тощо [46, с.47].

На прикладі третього варіанту відпочинку «Відпочинок в сільській садибі» створюємо тур – «Канікули в Смерековій хаті», тривалість туру 8 днів/7 ночей (5 ночей в садибі «Смерекова хата» + 2 нічних переїзди).

Маршрут туру: Київ – Рахів – Буковель – Говерла – Солотвино – Іза – Ужгород – Лушмори – Мукачево – Берегово – Синевір – Пилипець – Київ.

В програму входить: купання в чанах з мінеральною водою, термальні басейни, солені озера, підйом на Говерлу та інше.

Перший день: Виїзд з Києва.

Другий день: Прибуття в місто Рахів, Закарпатської області, знайомство з господарями садиби заселення та смачний сніданок. Виїзд у SPA-курорт

Буковель і Полонину Перців. До послуг відпочиваючих: гідроцикли, вейкборд, дайвінг на великому озері, кінні прогулянки, велопрокат, екстрим-парк, скалодром та багато іншого. Також комплекс надає послуги басейну під відкритим небом з постійною температурою води 32-34 градуси, площею 300 кв. м., гідромасажми та водними гейзерами. Римська парна, Середземна та Фінська сауни і Соляна печера. Повернення в садибу. Вечеря.

Третій день: Сніданок. Сходження на найвищу гору України – Говерлу. Після сніданку туристів забирають спеціалізовані машини для поїздки в гори. Підйом в гору здійснюється з інструктором в групі не менше 8 чоловік. Повернення в садибу. Вечеря.

Четвертий день: Сніданок. Поїздка до географічного центру Європи, на водопад Труфянець та в Солотвино. Солоні озера в Солотвино – шматок Мертвого моря, вода в озері в декілька разів солоніша за моську воду. Концентрація солі в воді близько 200 грам на літр. На зворотньому шляху заїзд до центру лозоплетіння – с. Іза. Повернення в садибу. Вечеря.

П'ятий день: Сніданок. Поїздка в Лумшори та Ужгород. Лушмори – маленьке село в оточенні букових та хвойних лісів у підніжжя найкрупнішої в Карпатах половини Рівна (комплекс альпійських лугов, висота котрих дотягає 1479 метрів, а площа – 1100 га). Екскурсія в Ужгородський замок – одна з самих збережених середньовічних захисних споруд на території України. Повернення в садибу. Вечеря.

Шостий день: Сніданок. Екскурсія: Берегівські вина – Термаль – Мукачево. Паланок в Мукачево – один з самих цінних архітектурно-історичних пам'ятників XIV-XVII віків. Берегівський термальний басейн - Жаворонок – це відомий курорт з унікальними термальними лікувальними водами високої мінералізації, аналоги відповідної води є тільки в чотирьох кутках світу – Сахалін, Нова Зеландія, Ісландія і Берегівському. Екскурсія на виноградники, де проходить дегустація закарпатських вин та ознайомлення з історією виноробства. Повернення в садибу. Вечеря.

Сьомий день: Останній ранок на Закарпатті. Сніданок. Прощання з господарями садиби. Перед від'їздом в Київ, поїздка за маршрутом Синевір – Пилипець – Міжгір'я. Озеро Синевір утворилося близько 10 тисяч років тому унаслідок перекриття річкової долини зсувами, площа водного плеса становить 4-5 га, глибина озера – в середньому 8-10 м. В Пилипці знаходиться один з самих гарних водоспадів – чотирнадцятиметровий водоспад Шипот. Від'їзд в Київ.

Восьмий день: Прибуття в Київ

В тур з собою радять брати зручний одяг та взуття, так як буде декілька піших походів. Для відвідування термальних басейнів, чанів, озер необхідно мати з собою плавки, або купальник, полотенце та змінне взуття. Екскурсії можуть переноситись, замінятись на рівноцінні, в залежності від погодніх умов.

Для підйому на Говерлу з собою треба мати: зручне водонепроникне взуття, куртку, зручні штани, головний убір, дощовик, рюкзак, воду (1,5 літра на чоловіка), їжу (бутерброди, шоколад, термос з чаєм або кавою), індивідуальну аптечку, лейкопластир.

Як бачимо, тижневий тур в Закарпаття «Канікули в Смерековій хаті» є досить збалансованим. В турі поєднується активний відпочинок, екскурсії в природні та історичні пам'ятки та затишок в українській гостинній садибі зі смачною місцевою кухнею, гірським повітрям та гарним краєвидом місцевості.

### **3.3. Економічне обґрунтування туру**

Ціна туру залежить від класу обслуговування, терміну та сезону подорожі, її виду та форми. На неї впливає кон'юнктура ринку та характер обраної маркетингової стратегії (реклама, канали реалізації тощо). Нижньою межею вартості тура є його собівартість, яка включає зафіксовану в угодах ціну основних послуг за обумовленими параметрами туру та поточні витрати на їх реалізацію та організацію споживання. Останній параметр залежить від обраної фірмою маркетингової стратегії: характеру реклами і рекламної кампанії,

розгалуженості мережі та її географії, різноманітності каналів збуту турпродукта.

Собівартість тура є сумарною ціною складових (проживання, харчування, транспортування, екскурсійне обслуговування та ряд додаткових послуг, які, на думку туроператора, якісно підвищують конкурентоздатність пакета, медичне страхування та візова підтримка для зарубіжних турів) відповідно до сезону та регіону (сезонні націнки практично на всі види послуг, націнки на послуги в популярних туристсько-рекреаційних центрах), терміну (чим довший тур, тим він дорожчий), обраного виду подорожування (авіа-, автобусний тощо), його форми (індивідуальні тури дорожчі за групові в розрахунку на одного туриста і чим численніша група, тим менша ця вартість), складу учасників групи (багато послуг надається певним категоріям споживачів на пільгових умовах, наприклад, дітям дошкільного віку та школярам, пенсіонерам, військовим).

До складу групи входять також особи, що організують споживання послуг (супроводжувач, гід-перекладач), отримуючи за це заробітню плату.

Основні статті витрат по туру можна поділити на фіксовані (податки, наприклад, на додану вартість, на землю, транспортний збір, готельний збір; сплати в бюджет, наприклад, за кредит; аренда приміщень, техніки, транспортних засобів тощо; комунальні послуги та інше) та довільні, які залежать від діяльності фірми (заробітня плата, видатки на організацію тура, його рекламу, реалізацію, маркетинг турпродукту тощо). В залежності від способу визначення статті витрат поділяються на прямі, що відносяться на одиницю послуг, та опосередковані, що розподіляються по видах за певною ознакою, наприклад, пропорційно нормам витрат. Таким чином, основні витрати по туру складаються з собівартості (сумарної вартості основних та додаткових послуг турпакету) та розрахунків з державою. Додатковими витратами по туру є вартість додаткових послуг, які пропонуються туристам на вибір і за їх бажанням можуть бути включені до остаточної ціни турпакету чи сплачуватись в місці споживання. До собівартості тура часто не включають вартість перевезення до початку подорожі, особливо коли є варіанти такого транспортування.

Ціна на турпродукт обраховується методом нормативної калькуляції. При визначенні калькуляції собівартості одиниці послуг слід виходити з їх споживчої вартості, але мати на увазі мінливість послуг (залежно від рівня кваліфікації персонала, технічного забезпечення та інших складових обслуговування).

Ціна туру повинна покривати видатки на його організацію і реалізацію та приносити суб'єкту ринкової діяльності певний прибуток, який би давав можливість для розвитку. В той же час ціна повинна бути гнучкою, щоб забезпечувати діяльність в умовах ринкової конкуренції (як цінової так і якісної) і відповідати попиту.

В ціну турпакета обов'язково закладається прибуток туроператора, який встановлюється в процентах до собівартості і залежить від рентабельності туру, що планується.

Тобто відповідно до маркетингу даного турпродукту, туроператор встановлює норму рентабельності (%) і чим вона вища, тим більша сума прибутку. Норма рентабельності коливається в широких межах (від 5% до 100 і більше) і залежить від кон'юнктури попиту та конкурентного середовища на ринку даного цільового сегменту. Ціна, таким чином, визначається в обрахунку на одного туриста як добуток витрат по туру і норми прибутку.

Розрахунок вартості туру проводиться за наступними формулами:

Проживання.  $\text{Проживання} = \text{вартість номера} * \text{кількість днів}$

Харчування.  $\text{Харчування} = \text{вартість харчування} * \text{довго тривалість туру}$

Екскурсії.  $\text{Екскурсії} = \text{вартість екскурсії} / \text{кількість туристів}$

Проїзд.  $\text{Проїзд} = \text{аренда} / \text{кількість туристів}$

Трансфер.  $\text{Трансфер} = \text{вартість трансферу} / \text{кількість туристів}$

Екскурсії.  $\text{Екскурсії} = \text{вартість екскурсії} / \text{кількість туристів}$

Визначення вартості туру є основою проведення певної цінової політики на ринку туристичних послуг. Цінова політика - інструмент маркетингу, залежний від обраної стратегії, що ґрунтується на певній концепції управління маркетингом. Розглянутий метод ціноутворення на основі визначення собівартості за схемою "собівартість + надбавка" придатний при всіх практично

концепціях маркетингу. За концепції соціально-етичного маркетингу все більшого значення набувають методи ціноутворення на основі визначення цінності товару та урахування поведінки конкурентів. Схема ціноутворення на основі визначення цінності турпродукту обернена до схеми ціноутворення на основі визначення собівартості: якщо ціноутворення на основі визначення собівартості турпродукта ґрунтується на визначенні видатків виробника, то ціноутворення на основі визначення цінності турпродукта спирається на оцінки споживачем цінності пропонованого товару, отримані в результаті аналізу споживацьких потреб і кінцева ринкова ціна відбиває саме уявлення споживачів про цінність даного турпродукту. Ціноутворення, основане на цінній поведінці конкурентів, також не відбиває реальних видатків турфірми на певний турпродукт, оскільки при формуванні власних цін орієнтується на ціни конкурентів на аналогічну продукцію в більшій мірі, ніж на реальний попит.

Середня ціна послуг проживання в садибі «Смерекова хата» на одну людину становить 180 грн./доба. Тур «Канікули в Смерековій хаті» передбачає 5 днів перебування в садибі:  $170 * 5 = 900$  грн. – сума проживання в турі.

В турі передбачене триразове харчування – сніданок та вечеря проходять в садибі, а обід, в якості сухпайків, дають з собою на виїзді екскурсії. Вартість харчування 150 грн./день. Враховуючи день приїзду та від'їзду виходить 6 днів з триразовим харчуванням:  $135 * 6 = 810$  грн. – сума харчування в турі.

Проїзд з Києва до Рахова в турі «Канікули в Смерековій хаті» здійснюється приватною маршруткою найнятою господарями садиби. Саме цей транспорт протягом всього туру буде здійснювати всі поїздки по заданому маршруту. Сумарна вартість за проїзд та трансфер на 8 днів туру становить 2000 грн./чол.

Тур «Канікули в Смерековій хаті» передбачає дуже насичену та колоритну екскурсійну програму. Факультативні екскурсії:

- Поїздка в Спа-курорт Буковель + Полонина Перців – 200 грн./чол.;
- Похід на Говерлу – 350 грн./чол.;
- Ужгород та Лумшори – 300 грн./чол.;
- Берегівські вина і Термаль + Мукачево – 200 грн./чол.;

Вхідні квитки:

- Вхідний квиток в Солотвино: дорослі – 70 грн., діти – 50 грн.;
- Ужгородський замок: дорослі – 50 грн., діти – 20 грн.;
- Водоспад Шипот: дорослі – 10 грн., діти – 5 грн.;
- Синевірське озеро: дорослі – 30 грн., діти – 10 грн.;
- Абонемент на підйомник в Міжгір'ї – 80 грн.

Для того щоб розрахувати повну вартість туру, зведемо всі витрати туру в таблицю 3.1

Таблиця 3.1

Калькуляція туру «Канікули в смерековій хаті»

Надані послугу	Вартість на 1 особу	Вартість на 5 осіб	Вартість нв 12 осіб
Проїзд	2000 грн.	10000 грн.	24000 грн.
Проживання	900 грн.	4500 грн.	10800 грн.
Харчування	810 грн.	4050 грн.	9720 грн.
Екскурсійні витрати	1290 грн.	6450 грн.	15480 грн.
Всього	5000 грн.	25000 грн.	60000 грн.

Отже, вартість туру «Канікули в смерековій хаті» на одну особу становить 5000 грн. Придбавши цей тур турист з головою може окунутися в природу та культуру Закарпаття, відвідати найвидатніші місця, насолодитися місцевими стравами та відпочити від шаленого міського ритму життя.

За рік садиба може прийняти максимально до 15 таких турів, групами туристів по 12 чоловік. Сума туру на 12 осіб становить 60 000 грн. В дану суму входить проїзд (24 000 грн.) та екскурсійні витрати (15 480 грн.), з яких власники садиби не будуть заробляютьи, тому дохід з одного туру становитиме 20 520 грн., без урахування витрат на закупівлю продуктів та обслуговування номерів. Оскільки за один рік садиба може прийняти максимум 15 таких турів, її дохід від даної діяльності може становити 307 800 грн. Варто взяти до уваги, що за останній звітній період сума доходів садиби становила 195 500 грн.

Тобто, впровадження туру «Канікули в Смерековій хаті» може збільшити дохід садиби на 112 300 грн., але слід зазначити що ця сума не враховує витрати на обслуговування та закупівлю продуктів харчування.

### Висновок до розділу 3

Не дивлячись на існуючі проблеми розвитку сільського зеленого туризму та слабку допомогу зі сторони держави, власники садиб розвивають цей напрям самостійно, шукають нові можливості для просування свого продукту.

Допомогою для власників садиб є створення турів в Закарпаття, прикрасою яких буде проживання в справжній українській садибі. Такий крок вигідний для всіх – туроператори матимуть місце де клієнти туру зможуть відпочити після екскурсій та смачно поїсти, клієнти відчують всю гостинність Закарпаття, а господарі отримають постійний потік клієнтів, які можуть стати їх постійними гостями.

Перевагою таких турів є те, що турист заплативши всю суму не матиме турбот. Приїхавши на Закарпаття не потрібно думати про те куди йти, що робити, де їсти. Трансфер, проживання, харчування, комплекс з цікавих екскурсій та відпочинку - все це вже передбачено в турі. Кожен день буде наповнений новими емоціями від краси Закарпатського регіону, гори, озера, архітектурні пам'ятки.

Вартість туру «Канікули в Смерековій хаті» коштує 5000 гривень і за рахунок високого рівня організації та гостинності виправдовує свою ціну. Господарі садиби з урахуванням впровадження туру «Канікули в Смерековій хаті» на рік можуть збільшити дохід на 112 300 грн.

## РОЗДІЛ 4. ВПРОВАДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В САДИБИ «СМЕРЕКОВА ХАТА»

### 4.1. Характеристика технічного та програмного забезпечення садиби

Сучасне суспільство характеризується швидким розповсюдженням інформаційних технологій і радикальними змінами соціально-економічного життя під впливом цих процесів. Важко уявити сучасну людину без телефону, інтернету, телевізору та інших гаджетів. Хоч сільський зелений туризм є саме тим інструментом, який має відволікати та давати відпочити туристу від сучасних технологій, господарі садиб розуміють, що їх відсутність може значно понизити рейтинг садиби. Саме тому в садибі «Смерекова хата» кожен номер оснащений телевізором та постійним доступом до мережі інтернету, WI-FI.

Особливе місце у сфері зеленого туризму займає сайт садиби як універсальна конкурентна перевага, оскільки він є і інструментом інформування, і інструментом продажів послуг.

Веб-сайт садиби - один з найважливіших факторів конкурентоспроможності. Під конкурентоспроможністю розуміють здатність компанії конкурувати на ринку з виробниками і продавцями аналогічних товарів і послуг за допомогою забезпечення більш високої якості, доступних цін, створення зручності для споживачів.

Напрямок зеленого сільського туризму потребує реклами та просування. Досягти хороших результатів в цьому відмінно дозволяють можливості мережі Інтернет.

Сайт садиби «Смерекова хата» є досить простим і не дуже інформативним. Серед інформації про садибу є лише її місцезнаходження, фотографії та рекомендації клієнтів. Слід зауважити, що наявність добре продуманого сайту сприяє підвищенню конкурентоспроможності на ринку туристичних послуг.

Серед основних функцій веб-сайтів варто відзначити можливість онлайн-бронювання, що, безсумнівно, створює зручність для зайнятих клієнтів. Сайт

садиби «Смерекова хата», на жаль не має такої функції. Клієнт може лише залишити заявку де вписує своє ім'я номер телефону та e-mail, після чого господарі телефонують йому, або надсилають листа на електронну адресу.

Не менш важливою виступає функція інформування та реклами послуг садиби, програм лояльності і т.д. добре спланований і грамотно організований веб-сайт є стійкою конкурентною перевагою будь-якого підприємства.

Сайт садиби повинен бути зручним, інтуїтивно зрозумілим і доступним для користувачів, виступати в якості одного з конкурентних переваг по відношенню до конкурентів, чії веб-сайти поступаються по ряду характеристик (інформативність, зручність використання, дизайн, функціональність, пошукове просування).

У зв'язку з цим успішний розвиток і просування даної галузі передбачає широке використання новітніх технологій, як в області створення продукту, так і його просування на ринок послуг. Одним з ефективних способів даного просування є використання Інтернету. На сьогоднішній день важко уявити собі садибу, яка не зареєстрована в жодному з глобальних ресурсів, присвячених туризму.

Сьогодні інтернет в садибі «Смерекова хата» використовується починаючи з ведення власного сайту в мережі, до застосування необмеженого Wi-Fi доступу у всіх номерах садиби. Неможливо переоцінити роль інтернет сайту, де можна детально представити всі переваги закладу, і використовувати його в якості комунікаційного майданчика для зв'язку з клієнтами.

Створення сторінки садиби на вже існуючому сайті або порталі – більш економічний варіант, проте з точки зору іміджу і престижу (що важливо при формуванні купівельного попиту), не найвдаліший.

Розміщення інформації про садибу на сайтах туристичних фірм, на різних інформаційних порталах готельної тематики, сприяє залученню додаткових відвідувачів. Крім того, багато садиб реєструються в глобальних системах бронювання і для спілкування з майбутніми клієнтами активно використовують електронну пошту, вайбер, телеграм та інші месенджери.

Садиба «Смерекова хата» зареєстрована на всіх основних порталах туристичної та готельної тематики. На цих сайтах описуються основні переваги відпочинку в даній садибі підкріплені фотографіями території і номерів та ціни на послуги проживання.

Грамотно оформлений інтернет сайт є незамінним засобом залучення клієнтів, зручним способом надання необхідної інформації, як для співробітників, так і для споживачів даного виду послуг. При його створенні слід дотримуватися основної концепції садиби, враховувати психофізіологічні особливості впливу кольору, шрифту на людину, орієнтуватися на запити потенційного клієнта, а також не забувати про рекламний вигляд. Інформація, що надається на сайті, повинна бути повною і достовірною, що в сукупності з усіма названими факторами є неодмінним гарантом процвітання будь-якого підприємства.

Таким чином, садибі «Смерекова хата» слід використовувати, всі можливі способи залучення та утримання клієнтів, і грамотно створений сайт є хорошим інструментом реалізації даної стратегії, особливо в кризовий час.

#### **4.2. Аналіз Інтернет-контенту садиби**

У загальну структуру маркетингової діяльності готельних підприємств сьогодні все активніше входить просування в соціальних мережах. Привабливість цього маркетингового інструменту обумовлена незначними фінансовими витратами, так як вимагає мінімальних капітальних вкладень, що сприяє його використанню не тільки великими міжнародними мережами, а й незалежними підприємствами. Використання соціальних мереж дає однакові можливості і тим і іншим.

Основними причинами популярності соціальних мереж фахівці вважають:

- розвиток звички користування мобільними пристроями та Інтернетом;

- зростання послуг зв'язку та розширення впровадження смартфонів і планшетів;
- рух таких показників, як вартість трафіку і самих мобільних пристроїв, у бік зменшення;
- збільшення цільової аудиторії за рахунок популяризації Wi-Fi і 4G-інтернету.

На сьогоднішній день смартфони є найбільш поширеним і популярним видом мобільних пристроїв. За оцінками фахівців, проникнення мобільного інтернету останнім часом значно збільшилося. Серед молодих українців (16-29 років) використання мобільного інтернету досягло 98%. Люди, які досягли віку 55 років і старше, стали більш часто користуватися інтернетом і їх частка протягом цього року зросла на чверть. Понад 67 мільйонів людей виходять в Інтернет, використовуючи мобільні пристрої. Зростання за рік склало 20%.

На початок 2020 року доступом в Інтернет зі смартфонів користувалися більше половини українців від 16 років і старше (51,5 %). А ось використання планшетів для виходу в Інтернет в останні роки зросло незначно, можна сказати, стоїть на місці. 16 мільйонів (13,2% від усього населення 16+) користуються Інтернетом тільки на мобільних пристроях.

Найвища частка "тільки мобільних" користувачів-серед молоді до 30 років (18,4 %), а також у сільській місцевості (16,4 %). Причому, для користування Інтернет-ресурсами, смартфони користуються найбільшою популярністю у населення України старше 16 років [41].

Садиба «Смерекова хата» не зможе ефективно працювати, якщо не буде представлена в глобальній мережі. У цих умовах соціальні мережі стають ідеальним майданчиком для просування послуг, що надаються садибою. Однак дана садиба не використовує цю можливість на повну потужність.

Instagram, Facebook, Twitter, Google+ є найпопулярнішими соціальними мережами, якими користуються більшість населення незалежно від віку, соціального статусу та освіти. Садиба «Смерекова хата» з усіх перелічених соціальних мереж використовує лише Facebook.

Однією з головних переваг цих соціальних мереж є їх широке охоплення цільової аудиторії. У всьому світі ці мережі є головним інструментом для донесення необхідної інформації та спілкування. Проаналізувавши переваги соціальних мереж, можна дійти висновку, що їх формат може стати відмінною платформою для просування садиби.

Для просування послуг господарі садиби «Смерекова хата» використовують спеціалізовані інтернет-ресурси, що дозволяють здійснити швидкий пошук за запитом клієнтів. До таких можна віднести системи інтернет-бронювання Booking.com, tripadvisor, інші.

Вони скоріше відносяться до спеціалізованих пошукових систем, що дозволяє знайти за певними параметрами оптимальну садибу, забронювати номер і орендувати транспортні засоби. Такі пошукові системи є дуже корисними для тих садиб, на сайтах яких не має можливості онлайн бронювання. Тобто, господарям садиби «Смерекова хата»

Однак ці ресурси не можуть скласти пряму конкуренцію соціальним мережам, незважаючи на те, що і ті й інші широко застосовують маркетингові інструменти для просування послуг.

До переваг соціальних мереж для бізнесу сільського зеленого туризму, що обумовлює ефективність їх використання, в порівнянні зі спеціалізованими інтернет-сервісами і традиційними маркетинговими інструментами, слід віднести:

- професійне позиціонування;
- просування послуг;
- рекламу конкретних об'єктів і проектів;
- обмін думками та можливість дискусії з цільовою аудиторією.

Сьогодні просування та інвестування в соціальні медіа є необхідністю, а не справою привілейованих брендів. Використовуючи можливості, що надаються соціальними мережами, представники садиб, що мають обмежений бюджет, можуть знайти потенційних клієнтів або партнерів.

Крім того, робота в соцмережах дозволяє господарям садиби мати зворотній зв'язок з клієнтами, отримувати статистичні дані, необхідні для аналізу ефективності використовуваних ресурсів, своєчасно вносити зміни в свою маркетингову стратегію. Так, враховуючи цільову аудиторію основних соціальних мереж, можна зробити висновок, що садибам доцільно використовувати мережу Facebook та Instagram.

До основних переваг соціальних мереж для садиб можна віднести наступні:

- реклама “з вуст в уста”;
- підвищення лояльності та довіри гостей;
- брендинг компанії і зростання впізнаваності бренду;
- покращення охоплення аудиторії і вплив на неї;
- SEO (Search Engine Optimization) - всебічний розвиток і просування сайту з метою його виходу на перші позиції в результатах видачі пошукових систем за запитами відвідувачів для збільшення відвідуваності і, як наслідок, збільшення доходу.

В даний час господарі садиби «Смерекова хата» досить пасивно використовують всі види інтернет-маркетингу. Цей інноваційний вид маркетингової діяльності полягає в реалізації цілого комплексу заходів з метою просування садиби в мережі Інтернет. Багато в чому завдяки інтернет-маркетингу великі готельні компанії відомі у всьому світі, в тому числі і в Україні. А просування садиби в соціальних мережах можна віднести до найбільш популярних і ефективних методів цього інноваційного виду маркетингу.

Таким чином, соціальні мережі дуже важливі для просування послуг садиби «Смерекова хата», вони можуть стати ефективним інструментом взаємодії з величезною аудиторією існуючих і потенційних клієнтів садиби, що в кінцевому рахунку, відіб'ється на рівні її конкурентоспроможності. Це дозволить не тільки підвищити привабливість самої садиби, а й створити точки тяжіння уваги до регіонів і країні в цілому.

### 4.3. Обґрунтування пропозицій по удосконаленню інформаційної діяльності

Господарі садиби «Смерекова хата», як і господарі інших садиб Закарпаття, досить слабо використовують соціальні мережі як інструмент просування своїх послуг. Більшість садиб області використовують лише ресурси Facebook і то досить пасивно і взагалі не мають сторінок в Instagram.

Щоб мати можливість виділитися серед інших садиб, господарям слід активно використовувати соціальні мережі. Контент, що представляється в соціальних мережах повинен бути не тільки яскравим, але корисним і цікавим для майбутніх клієнтів. У зв'язку з цим особливої уваги заслуговує вибір тем. План постів доцільно розробляти на щомісячній основі на весь наступний місяць з урахуванням максимально збалансованого чергування тематик постів і відображення новин. Протягом місяця необхідно вносити правки, так як будуть з'являтися нові актуальні новини та спеціальні пропозиції. При створенні контенту головне-баланс. Контент повинен бути яскравим, незабутнім і корисним.

Окрім соціальних мереж, садибам слід мати хороші інформативні сайти. Сайт садиби «Смерекова хата» не виділяє її з-поміж інших садиб. Відвідавши його клієнт не отримує відповіді на питання які його цікавлять.

Основним недоліком сайтів садиб Закарпатської області є відсутність онлайн бронювання. Багатьом клієнтам набагато зручніше забронювати номер онлайн, ніж дзвонити і домовлятися про бронь в телефонному режимі. Крім того, онлайн бронювання є більш безпечнішим, так як клієнт відразу отримує листа на електронну адресу і має певний документ, який підтверджує бронювання.

При наявності активних сторінок в соціальних мережах та хорошого, інформативного сайту, наступним кроком є реклама.

У нинішньому інформатизованому світі з кожним роком усе більш популярною стає реклама в мережі інтернет. У галузі сільського туризму вона є найбільш ефективною, з огляду на те, що головним споживачем є міські жителі,

які здебільшого своїй мають доступ до інтернету і звикли ним користуватися. Безперечною перевагою інтернет-реклами є її відносно низька собівартість порівняно з поліграфічною продукцією, а також доступність для потенційних клієнтів. Створити власну сторінку з рекламою своєї садиби і розмістити її в інтернеті можна практично безкоштовно. Така інформація буде доступна у кожному куточку світу. Але у інтернет-реклами є свої закони і свої проблеми. На практиці, якщо використати вищезгаданий спосіб, то за місяць таку сторінку побачить лише кілька випадкових відвідувачів. Решта просто не зможе її знайти у велетенському масиві інформації, запропонованому в інтернеті. Для пошуку в інтернеті існують спеціальні пошукові системи, і потрібен цілий комплекс професійних заходів для того, щоб дана конкретна сторінка цими пошуковими системами ефективно знаходилась. Як правило, окремому власнику сільської садиби такі заходи не під силу.

Реклама, як і будь-який інший вид маркетингових комунікацій, грає дуже важливу роль в реалізації планів садиби. Вона надає соціально-культурний і психологічний вплив на суспільство. Цивілізована реклама - це не маніпулювання суспільною свідомістю, а формування актуальних, спрямованих на саморозвиток потреб людини. За допомогою реклами садиби освоюють нові ринки збуту. Будучи засобом конкурентної боротьби, реклама загострює її, сприяючи підвищенню якості туристського обслуговування.

Реклама в сфері сільського туризму є формою непрямого зв'язку між туристським продуктом і споживачем. Це означає, що реклама садиби повинна переконати потенційних туристів зупинити вибір саме на в них, запевнити клієнтів у правильності їх вибору.

Контекстна реклама-дорога. Це змушує рекламодавців рахувати кожен вкладену гривню і тестувати нові інструменти, благо Google регулярно «викочує» корисний функціонал.

Розглянемо 5 інструментів реклами та аналітики в Google Ads, які допоможуть отримувати більше кліків за менші гроші.

Відеореклама

Рекламний відеоконтент показується на YouTube, а також на партнерських відеоресурсах. Головний плюс-відеореклама значно дешевше текстових оголошень.

Розглянемо всі доступні формати і вимоги до них.

Оголошення In-Stream з можливістю пропуску. Вона не дарма так називається - ви платите тільки за перегляди відео або взаємодію з ним. Тобто, коли користувач переглянув 30 секунд ролика або повністю (якщо ролик коротше) або натиснув на вбудований оверлей із закликом до дії. Ви не платите за кожен показ оголошення, як при використанні ціни за тисячу показів.

Сума оплати розраховується з урахуванням кількості показів, тому ви платите за кожен тисячу показів вашої реклами.

Оголошення показуються на YouTube і на сайтах і додатках – партнерах КМС Google (Контекстно-Медійна мережа). При цьому сам ролик повинен бути розміщений на YouTube. Тривалість не обмежена 30 секундами + Google вітає будь-які формати . Це може бути Відео-відгук покупця, зйомка продукту в дії, навчання і т. д.

Він з'являється на початку, середині або кінці ролика. Користувач може пропустити оголошення через 5 секунд після початку.

В оголошеннях In-Stream без можливості пропуску все те ж саме, крім того, що користувач не може пропустити рекламний ролик і максимальна тривалість ролика не більше ніж 15 секунд..

Оголошення Video Discovery. Цей формат дозволяє показувати рекламу користувачам, що відкривають для себе нові цікаві відео на YouTube (у списку схожих відео і на сторінці результатів пошуку), а також на головній сторінці мобільної версії YouTube. Оголошення містить текст і значок відео (зменшене зображення кадру з ролика). Зовнішній вигляд і розмір таких оголошень залежить від місця, де вони з'являються. Кошти списуються тільки в том випадку, якщо користувач вирішує переглянути оголошення, натиснувши на значок відео.

Найбільш оптимальна - технологія TrueView for Shopping. Це інтерактивна реклама з міні-картками товарів прямо всередині відео. Можна клікнути і вийти в форму замовлення. Товари беруться з Google Merchant Center і показуються в рекламі ті з них, що користуються великим попитом.

Саме соціальні мережі та такий інтернет-ресурс як YouTube є найпопулярнішими на сьогоднішній день. Власникам садіб Закарпатської області необхідно користуватися цим для просування свого продукту та послуг. Інформативна та приваблива сторінка в соціальних мережах та реклама в YouTube за допомогою Google Ads є чудовим методом для вдосконалення інформаційної діяльності садиби.

#### **Висновок до розділу 4**

Туристичний бізнес - дуже специфічний вид підприємницької діяльності, розвиток якого без реклами, уявити практично неможливо. Реклама в туризмі, крім безпосереднього залучення клієнтів, також покликана сформувати певний, бажано позитивний, імідж.

Реклама - це специфічний спосіб спілкування, основною метою якого є привернення уваги до будь-якого товару або послуги. За допомогою художньої форми, емоційного забарвлення та інших рекламних трюків виробник повинен підкреслити найбільш важливі відомості про вироблених ним продуктах і про підприємство в цілому.

В наш час інтернет є саме тим механізмом за допомогою якого можна зробити майже все. Власники садіб мають розуміти це і йти в ногу з часом. Особистий сайт садиби має бути інформативним і обов'язково мати можливість онлайн-бронювання.

Рекламуючи садибу буде результативнішим і економічно вигідним використання інтернет-реклами, точніше створення своєї інтернет-сторінки з яскравими фотографіями та повною інформацією про послуги, що надаються і розміщення на усіх платних ресурсах невеликого обсягу інформації з

обов'язковим посиланням на цю електронну сторінку. Також досить ефективним видом реклами для потреб сільського туризму буде реклама за допомогою інструментів Google Ads.

## ВИСНОВКИ

У дипломній роботі проведено теоретичне обґрунтування та практичне вирішення проблем пов'язаних з розширенням туристичної сфери Закарпаття шляхом створення туру для розвитку зеленого туризму.

Зелений туризм - форма активного і безпосереднього відвідування територій з особливими природними і культурними умовами.

Традиція сільського зеленого туризму почала розвиватися в країнах Європи і набула величезних масштабів. Головною дійовою особою в організації відпочинку виступає сім'я, яка здійснює основну діяльність, пов'язану з веденням особистого селянського господарства, і побічну — з використанням цього господарства для надання послуг у сфері зеленого туризму (забезпечення відпочиваючих житлом, харчуванням, ознайомленням з місцевою культурою і традиціями, ознайомлення з місцевими пам'ятками і т.д.).

Прикладом такої діяльності на Закарпатті є садиба «Смерекова хата». Господарі «Смерекової хати» – це сім'я, яка і є персоналом.

Однією з основних переваг зеленого туризму є надання послуг у сфері туризму за цінами в кілька разів нижчими, ніж в інших галузях туризму.

Зелений туризм сприяє популяризації національної культури, поширенню знань та інформації про історичні, природні та етнографічні особливості місцевості. Впливає на вирішення основних соціально-економічних проблем села, в тому числі зайнятості сільського населення, благоустрою інфраструктури сіл, зростання доходів і життєвого рівня сільських жителів, поповнення місцевих бюджетів.

Так, наприклад, садибу «Смерекова хата» за попередній рік відвідало 712 туристів. Більше всього послугами садиби, користуються туристи з Київської області, Харківської та Дніпропетровської області, також присутні іноземні туристи. Діяльність садиби «Смерекова хата» є досить прибутковою, і це є доказом того, що зелений туризм сприяє зростанню доходів і досить непогано поповнює місцевий бюджет.

Аналіз туристичної діяльності Закарпаття показує, що туристична сфера в існуючій формі досягла межі свого розвитку і не надає можливості для використання всього рекреаційного потенціалу регіону. Також дозволив встановити наявність жорстко визначених функціональних і часових рамок регіонального рекреаційного природокористування.

Саме тому було розроблено тур «Канікули в Смерековій хаті», який буде сприяти розвитку зеленого туризму в Закарпатті. Цей тур розрахований на 8 днів, включає в себе відпочинок в садибі «Смерекова хата», на території якої знаходиться трьохповерховий будинок та дерев'яний котедж. В кімнатах окрім ліжка є санвузол, душова кабіна, робочий стіл, телевізор зі супутниковим телебаченням, безкоштовний WI-FI. Також тур «Канікули в Смерековій хаті» передбачає насичену екскурсійну програму, так клієнти даного туру мають змогу відвідати соляні шахти, насолодитися красою водоспадів, гірських озер, піднятися на найвищу точку України – гора Говерла. Це дає можливість збільшити потік клієнтів, що освіжить рекреаційний потенціал регіону та дозволить господарям в рази збільшити дохід садиби. З розрахунку 15 турів на рік, групами по 12 чоловік дохід може збільшитись на 112 300 гривень.

Внутрішніми сильними сторонами для розвитку зеленого туризму в садибі «Смерекова хата» є: значні природно-екологічні, історико-культурні та рекреаційні ресурси; низька вартість наданих послуг; індивідуальний підхід до клієнтів (максимальне задоволення потреб, запитів і потреб клієнта); відсутність масового туризму; широкий перелік надаваних послуг.

Потенційними зовнішніми можливостями є: вирішення соціально-економічних проблем села; поповнення сільських бюджетів; розвиток інфраструктури села.

Розвитку зеленого туризму сприяє сприятлива кліматична та екологічна ситуація.

Для розвитку сільського зеленого туризму на Закарпатті необхідний ефективний маркетинг, який передбачає наступні умови:

- глибоке насичення ринку послугами, основними (проїзд, проживання, харчування), так і додатковими (екскурсії, організація різних видів трудової діяльності, дозвілєві заходи);
- розвиток існуючої інфраструктури сільських регіонів, будівництво та реконструкція доріг, інженерних комунікацій, створення мережі міні-готелів, хостелів, котеджів для проживання туристів;
- дослідження і формування переваг різноманітних сегментів ринку споживачів;
- створення бази даних ділових партнерів, в тому числі з адміністрацією сільських районів;
- формування різноманітної системи просування, що включає рекламу в мережі Інтернет, PR, директ-маркетинг, участь у виставках і ярмарках, створення рекламних турів і т.д.

Взагалі, на сьогоднішній день, остання умова відіграє важливу роль для садиб, так як за допомогою реклами в мережі Інтернет можна підвищити популярність садиби, що дасть великий приріст клієнтів. Зручний в користуванні та інформативний сайт садиби і яскраві, цікаві сторінки в соціальних мережах є важливим фактором розвитку будь-якої сфери в сьогодні.

Існує проблема формування конкурентоспроможності сільського туризму на основі використання її зв'язку з проблемами екології та розвитку ринку екологічно чистих товарів.

Використання екологічного маркетингу (і, як наслідок, посилення темпів формування ринку екологічно чистих товарів) є орієнтацією як на інтереси туристів, так і на критерії прибутковості аграрних підприємств, приватних ферм, садовоогородних господарств.

Це не тільки приклад екологічно орієнтованого партнерства, а й інтеграція зусиль приватних підприємців і підприємств на взаємодію з місцевими (регіональними) органами влади та консультантами в ході формування стійких асоціацій в регіоні розвитку сільського туризму.

Для регіональних влад екологічний маркетинг надає наступні переваги: поліпшення екологічної обстановки, що забезпечує економічно ефективні заходи і краще використання природних ресурсів; формування стійких об'єднаних структур з підтримки та просування передового досвіду з екологічної, соціальної та економічної ефективності; збереження в регіоні робочих місць і своєчасне вирішення соціальних проблем і проблеми відтоку молоді із сільської місцевості; підвищення якості життя сільського і міського населення, поліпшення здоров'я і зростання туристської привабливості, зниження витрат на медичне обслуговування; зростання інвестиційної привабливості регіону, найважливішим компонентом якої є сприятлива екологічна обстановка і збереження природних ресурсів.

Наша планета володіє величезними внутрішніми резервами для розвитку такої галузі як туризм. Привабливими об'єктами сільського туризму в першу чергу є унікальні природні об'єкти, рідкісні представники тваринного світу і рослин, природні та культурні ландшафти, об'єкти природної та історичної культурної спадщини.

Цим необхідно користуватися, тому господарі садиби «Смерекова хата» розвивають даний вид туризму на Закарпатті. Також, причиною зростання інтересу до сільського туризму є погіршення якості навколишнього середовища.

Основні переваги сільського туризму, що забезпечили його розвиток у сучасному світі – розвиток територій, залучених до сфери екотуризму, природоохоронний характер екотуристичних програм.

Розвиток екологічного туризму в Закарпатті може сприяти зростанню добробуту регіонів, зіграти важливу роль у збереженні природних багатств України.

Отже, тур «Канікули в Смерековій хаті» є саме тим важилем, який буде сприяти розвитку сільського зеленого туризму в Закарпатській області. Перевагами є те, що туристи скориставшись ним отримують повний пакет послуг, в який входить трансфер з Києва до самої садиби, збалансований екскурсійний набір, харчування їжею місцевої кухні, територію в українському

стилі, номер з усіма необхідними зручностями. Клієнтам не потрібно самим організувати собі туристичний маршрут, так як про це вже потурбувались господарі садиби. Вони ж і піклуються про комфорт і затишок своїх гостей і їх перевезення по екскурсійним маршрутам.

Власники садиби завдяки туру «Канікули в Смерковій хаті» можуть підняти свій рейтинг серед туристів, збільшити фінансовий дохід, що дозволить покращити умови проживання та ще краще рекламувати свою садибу за допомогою Інтернет ресурсів.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Борщевський В.В. Сільськогосподарська кооперація: ринкові механізми розвитку / В.В. Борщевський, В.М. Магас // Економіка АПК. – 2014. – № 10. – С. 14-19.
2. Вікіпедія [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://ru.wikipedia.org/>
3. Волкова А.О. Проблеми та перспективи розвитку зеленого туризму як пріоритетної складової туристичної галузі України у XXI столітті / А.О. Волкова // Ефективна економіка - 2013 - №10 - С. 27-30
4. Горішевський П., Васильєв В., Зінько Ю. Сільський зелений туризм: організація надання гостинності – Івано-Франківськ: Місто НВ, 2003. – 148 с.
5. Грицку-Андрієш Ю., Грицку В. Географія сільського туризму в Закарпатській області / Ю. Грицку-Андрієш, В. Грицку // Вісник львівського університету. Серія міжнародні відносини. - 2014 - №34. с. 48–55
6. Державна фіскальна служба України [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://sfs.gov.ua/>
7. Децентралізація дає можливості. [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://decentralization.gov.ua/>
8. Довгаль О. В. Сільський туризм як перспективний напрям підприємництва у соціально-економічному механізмі розвитку села/ О.В. Довгаль// Бізнес Інформ. – 2013. – №4. – С. 316–320.
9. Дсту 4527:2006 послуги туристичні. Національний стандарт України. Послуги туристичні засоби розміщення.
10. Забуранна Л. В., Кулік А. В. Конкурентостійкість підприємств сільського зеленого туризму: теорія, механізм формування та управління: монографія / Л. В. Забуранна, А. В. Кулік. - К. : Центр учбов. л-ри, 2016. - 291 с.

11. Закарпатська обласна рада [електронний ресурс] - Режим доступу: <https://zakarpat-rada.gov.ua/> - офіційний веб-сайт
12. Закон України «Про добровільне об'єднання територіальних громад». Відомості Верховної Ради. 2015. № 13. ст.91.
13. Зелений туризм [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://ruraltourism.com.ua/index2.php?a=oblast&id=21>
14. Ильина Е. Н. Туроперейтинг: организация деятельности. Учебник. - М.: Финансы и статистика, 2000. - 256 с
15. Кифяк О. Ресурсний потенціал розвитку туристичних дестинацій/ О. Кифяк // Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право - 2019 - №4 - С. 60-70
16. Козловський Є.В. Іноземний досвід регулювання міжнародного туризму та його використання в Україні. [електронний ресурс] - Режим доступу: <http://academy.gov.ua/ej/ej1/txts/KOZLOVSKIY.htm> - Національна Академія Державного Управління при Президентові України.
17. Колодійчук А.В. Туризм як вид підприємницької діяльності на селі / А.В. Колодійчук // Формування ринкових відносин в Україні - 2017 - №1 (188) - С. 47-51
18. Костиця М.М. Сільський туризм: теорія, методологія, практика (етноісторичний туристичний кластер «Древлянська земля») : монографія / М.М. Костиця [за наук. керівництвом і заг. ред. проф. Є.І. Ходаківського, проф. Ю.С. Цал-Цалка]. – Житомир: ЖДТУ, 2006. – 196 с.
19. Кравчук А.О. Кластерний розвиток суб'єктів зеленого туризму в Україні/ А.О. Кравчук // Ефективна економіка. - 2015 - №15 - С. 1-22
20. Кузьмін О.Є., Фещур Р.В., Дрималовська Х.В. Концепція та інструменти проектного підходу до диверсифікації видів діяльності підприємства/ О.Є. Кузьмін, Р.В. Фещур, Х.В. Дрималовська // Математичні методи, моделі та інформаційні технології в економіці. - 2015 - №12(174) - С.415-422
21. Кулініч О.В., Аніщенко А.П., Меляков А.В., Дармостук Д.Г. Порадник організатору та власнику агрооселі: методичні рекомендації / О.В. Кулініч,

- А.П. Аніщенко, А.В. Меляков, Д.Г. Дармостук. – Х. : Інститут соціальної політики регіону, 2016. – 84 с.
22. Кундиус В.А., Чермянина В.В. Проблемы и перспективы агротуризма в регионе/ В.А. Кундиус., В.В. Чермянина// Известия Алтайского государственного университета. - 2011 - №2. - С. 287-292
23. Лужанська Т. Ю., Махлинець С. С., Тебляшкіна Л. І. Сільський туризм: історія, сьогодення та перспективи: Навчальний посібник./ За редакцією д. г. н., професора Волошина І. М. - К.: Кондор, 2008. — 385 с.
24. Матвійчук Л. Ю., Тищук І. В. Сільський зелений туризм як фактор регіонального розвитку: методологічний аспект та практичний досвід: монографія. Л.Ю. Матвійчук, І.В. Тищук // Луцьк: РВВ Луцького НТУ. – 2017 – С. 260
25. Меренкова И.Н. Диверсификация экономики как предпосылка перехода к полифункциональной модели устойчивости развития сельских территорий/ И.Н. Меренкова// Вестник Орел ГАУ - 2011 - №5 - С. 52
26. Методические рекомендации по ведению сельского туризма / Министерство культуры Российской Федерации. – Калуга: Ноосфера, 2016 – С.29-35
27. Новикова И.И. Сельский туризм, конкурентноспособность, диверсификация, сельские территории/ И.И. Новикова// Островские чтения - 2017 - №1 - С. 510-515
28. Нохріна Н.Л., Александрова С.А., Погасій С.О. Конспект лекцій з дисципліни «економіка та ціноутворення на підприємствах туризму» / Л.А. Нохріна, С.А. Александрова, С.О. Погасій // Харківський Національний Університет Міського Господарства Імені О. М. Бекетова - 2015 - С. 30-35
29. Папп В.В. Сільський зелений туризм як пріоритетний напрям розвитку сільських територій України/ В.В. Папп// Агросвіт - 2015 - №18. - С. 17-22
30. План заходів із реалізації у 2021 – 2023 роках Регіональної стратегії розвитку Закарпатської області на період 2021 – 2027 років [Електронний

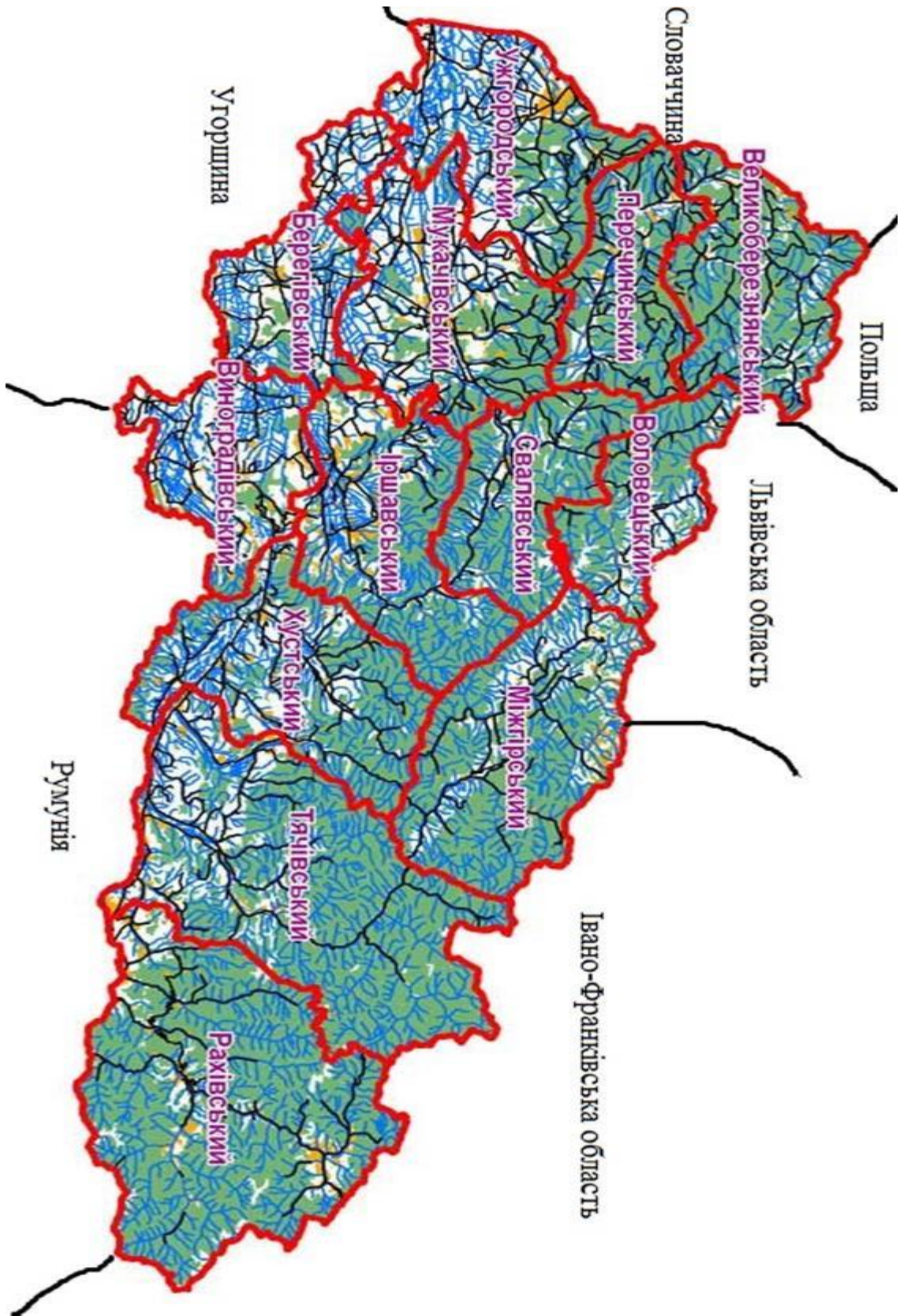
- ресурс] - Режим доступу:  
[https://carpathia.gov.ua/sites/default/files/imce/191220\\_1631\\_pz.pdf](https://carpathia.gov.ua/sites/default/files/imce/191220_1631_pz.pdf) - С.97-99
31. Полякова І.Л., Григор'єва М.П. Сільський туризм: Класифікація і особливості організації / І.Л. Полякова, М.П. Григор'єва // Мережевий науковий журнал - 2017 - №5 - С. 31-42
32. Регіональна стратегія розвитку Закарпатської області на період 2021-2027 років – [Електронний ресурс] – Режим доступу:  
<https://www.minregion.gov.ua/wp-content/uploads/2020/04/zakarpatska-regionalna-strategiya-rozvytku>
33. Регіональний інформаційний центр «Карпати» [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://carpaty.net/?lang=uk>
34. Рутинський М.Й., Зінько Ю.В. Сільський туризм: Навчальний посібник. - К.: Знання, 2008. – С. 271
35. Рябоконт В.П. Розвиток соціальної інфраструктури сільських територій/ В.П. Рябоконт// Економіка АПК - 2016 - №4 - С. 56-65
36. Світовий досвід організації сільського туризму: методичний посібник // Громадська організація «Одеська обласна сільськогосподарська дорадча служба», «Центр розвитку та правової підтримки села». – Одеса. – 2009. – С. 56
37. Сиволовська О.В., Шаля О.Г. Розробка туристичних маршрутів як напрямку диференціації діяльності на залізничному транспорті// О.В., Сиволовська, О.Г. Шаля// Вісник економіки транспорту і промисловості - № 28 - 2009 – С. 68-69.
38. Скрипка І. В. Вплив міжнародного туризму на соціально-економічний розвиток України/ І.В. Скрипка// Тернопіль – 2012 – С. 43-49
39. Соціально-економічний аналіз розвитку Закарпатської області / Закарпатська обласна державна адміністрація Департамент економічного розвитку і торгівлі - Ужгород - 2019 С. 60-61
40. Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні / Інф. // <http://www.greentour.com.ua>.

41. Ставська Ю.В. Особливості та тенденції розвитку індустрії сільського туризму/ Ю.В. Ставська// Східна Європа: економіка, бізнес та управління. – 2018 - №6 (17). – С. 84-91
42. Ставська Ю.В. Сільський зелений туризм як напрям розвитку сільських територій / Ю.В. Ставська// Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики. – 2019 - №1 (41). – С. 89-91
43. Столярчук П. Аналіз європейського досвіду організації сільського зеленого туризму та його категоризації / П. Столярчук, В. Домінюк // Вимірювальна техніка та метрологія. - 2010 - №71 - С. 175-184
44. Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. [електронний ресурс] - Режим доступу: <https://www.kmu.gov.ua/npas/249826501> - Урядовий портал. Єдиний веб-портал виконавчої влади України.
45. Трохимець, О. І. Розвиток туризму в Україні та його стратегічне значення для національної економіки [Текст] / О. І. Трохимець // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – 2012. – № 3. – С. 62–66
46. Укрінформ [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.ukrinform.ua/rubric-technology/2797152-v-ukraini-kilkist-internetkoristuvaciv-zroslo-do-23-miljoniv.html>
47. Уланов, Д. А. Туризм на сільських територіях: опыт, проблемы, перспективы / Д. А. Уланов // Молодой ученый. — 2013. — № 6 (53). — С. 455-459
48. Черниш І.В., Глебова А.О., Маховка В.М. Конспект лекцій з дисципліни «Сільський та зелений туризм» для студентів напряму підготовки 6.140103 «Туризм». – Полтава: ПНТУ, 2015. – С.20-102.
49. Чернява Г.Л. Категоризація типів сільських садиб як складова частина стратегічного і інноваційного розвитку підприємств сільського зеленого туризму / Г.Л. Чернява // Вісник інституту управління та економіки - 2013 - №2(18) - С. 51-54

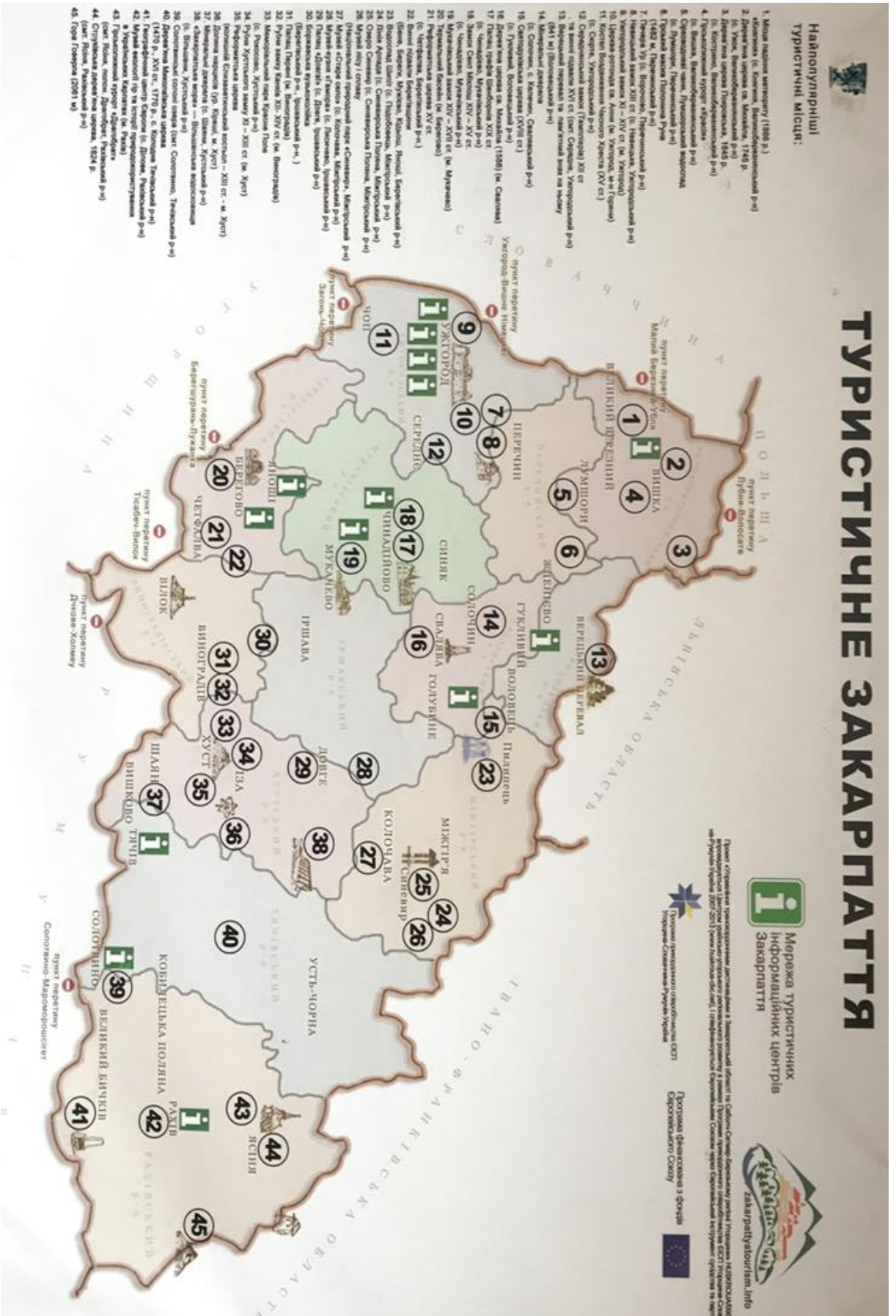
50. Чернява Г.Л. Теоритичні підходи до визначення поняття, сутності, альтернатив розвитку сільського зеленого туризму / Г.Л. Чернява // Культура Народів Причорномор'я. - 2012. - №227. - С.85-88
51. Шарыбар С.В. Конкурентоспособность и конкурентные преимущества сельских территорий. [электронный ресурс] - Режим доступа: <http://uecs.ru/uecs-78-782015/item/3546-2015-06-05-06-32-27> - Управление экономическими системами. Электронный научный журнал.
52. Школа сільського зеленого туризму [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://school.tourinform.org.ua/>
53. Шпеник Т.К. / Фактори формування комплексу послуг підприємств сільського (зеленого) туризму / Т.К. Шпеник // УДК 338.48.

ДОДАТКИ

Додаток А







Знак «Українська гостинна садиба»



## Сертифікат «Українська гостинна садиба»



Співка сприяння розвитку сільського зеленого туризму  
в Україні

# СЕРТИФІКАТ

першого рівня 

Цей документ засвідчує відповідність  
агросадиби вимогам програми категоризації  
«Українська гостинна садиба»

Виданий власнику агросадиби \_\_\_\_\_

Село \_\_\_\_\_

Район \_\_\_\_\_

Область \_\_\_\_\_

Протокол комісії з категоризації № \_\_\_\_\_ від « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_\_ р.

Дійсний до « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_\_ р.

Голова правління Співки \_\_\_\_\_

Голова комісії з категоризації \_\_\_\_\_

