Відкритий міжнародний університет

розвитку людини «Україна»

Інститут філології та масових комунікацій

Доценко А. І.

Організація

 сільського туризму

Київ

2019

УДК

Рекомендовано до друку Науково-методичною радою Відкритого міжнародного університету розвитку людини «Україна».

Рецензенти:

Антоненко В. С. – доктор географічних наук, професор кафедри міжнародного туризму Київського національного університету культури і мистецтва.

Борисова О. В. – кандидат географічних наук, доцент кафедри туризму Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова.

Доценко А. І. Організація сільського туризму. Навчальний посібник. К. : ВДК Університету «Україна», 2019,- 76 с.

У навчальному посібнику розглянуто теоретичні та прикладні засади розвитку та організації сільського туризму в Україні. Виявлені етапи становлення та розвитку сільського туризму, дано аналіз чинників розвитку сільського туризму, оцінка нормативно-правової бази функціонування сільського туризму в Україні. Значна увага приділена маркетингу сільського туризму, Європейському досвіду організації сільського туризму та аналізу сучасного стану і перспектив розвитку та організації сільського туризму в Україні.

Посібник призначений для студентів, аспірантів, викладачів, науковців та організаторів сільських туристичних садиб

Зміст

Передмова……………………………………………….…….…..5

Розділ 1.Наукові засади сільського туризму……………….…....7

1.1.Переваги відпочинку в українських селах ……………….……......7

1.2.Значення розвитку сільського туризму …………………………....8

1.3.Об’єкт та предмет дослідження науки «Організація сільського…9

1.4.Методи дослідження сільського туризму ………………………..10

1.5.Місце науки « Організація сільського туризму» в системі наук……………………………………………………………………...11

1.6.Понятійно-термінологічний апарат у сфері сільського туризму..11

1.7.Завдання та значення науки «Організація сільського туризму»..13

Розділ 2.Історія становлення та розвитку сільського туризму.14

2.1. Виникнення та становлення сільського туризму в Європі……..14

2.2. Зародження сільського туризму на українських землях………..15

2.3. Становлення сільського туризму в Україні у XX столітті ……..18

2.4. Розвиток сільського туризму в незалежній Україні…………….19

Розділ3.Чинники розвитку та організації сільського туризму..20

3.1. Загальні положення ……………………………………………….20

3.2. Географічне положення …………………………………………..21

3.3. Природні умови та ресурси ………………………………………21

3.4. Історичні та культурні ресурси…………………………………...23

3.5.Соціально-економічні ресурси…………………………………….25

3.6. Масові громадські заходи як туристичні об’єкти ………………26

3.7. Музеї ……………………………………………………………….26

Розділ 4. Організація та планування сільського туризму …….27

4.1. Нормативно-правова база організації сільського туризму в Україні………………………………………………………….……….27

4.2. Регулювання туристичної діяльності у сільській місцевості …..29

4.3. Порядок організації сільського туристичного підприємства…...31

4.4. Етапи організації сільського туристичного підприємства……...33

Розділ5.Ліцензування,сертифікація та категоризація сільських туристичних підприємств .. …………………………………….37

5.1. Реєстрація, ліцензування та оподаткування сільських туристичних підприємств……………………………………………...37

5.2. Програма екологічного маркування сільських туристичних садиб «Зелена садиба»……………………………………………………39

5.3. Програма категоризації сільських туристичних садиб «Українська гостинна садиба»………………………………………..40

Розділ 6. Маркетинг сільського туризму ………………………43

6.1. Сутність та етапи маркетингової діяльності у сільському туризмі…………………………………………………………………..43

6.2. Роль громадських організацій в проведенні маркетингу сільського туризму………………………………………………….….46

6.3. Інформаційні системи маркетингових комунікацій …………....47

6.4. Організація рекламної діяльності у сфері сільського туризму ..48

6.5. Формування ціни на сільський туристичний продукт………….50

Розділ7. Європейський досвід організації сільського туризму.52

7.1. Європейські організації у сфері сільського туризму…………...52

7.2. Організація сільського туризму в країнах Східної та Центральної Європи ………………………………………………………………….54

7.3. Організація сільського туризму в країнах Північної та Західної Європи ………………………………………………………………….56

7.4. Організація сільського туризму в країнах Південної Європи ….59

Розділ 8. Сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку та організації сільського туризму в Україні ……………………...61

8.1. Сучасний стан сільського туризму……………………………....61

8.2. Районування сільського туризму………………………………...63

8.3. Проблеми розвитку та організації сільського туризму…………65

8.4.Перспективи розвитку сільського туризму………………………68

Післямова………………………………………………………..72

Література ………………………………………………………73

Передмова

У сучасному світі високого рівня розвитку досяг туризм, як одна із популярних та масових форм відпочинку та оздоровлення поза межами постійного проживання людей. Туризм перетворився у розвинену і специфічну галузь економіки, яка є важливим джерелом надходжень до державного бюджету країни. У складі туризму набули розвитку численні його види, з яких особливе місце посідає сільський туризм. В умовах урбанізації, автомобілізації та забруднення міського середовища відпочинок у сільській місцевості серед природи став вкрай необхідною соціальною потребою міського населення.

Сільський туризм одержав значний розвиток у Західній Європі. В Україні він став розвиватися як окремий вид туризму лише з кінця XX ст. Незважаючи на низький рівень його розвитку, Україна має значний ресурсний потенціал та можливості для значного розвитку сільського туризму. Для цього потрібно вирішити низку гострих проблем, а також вирішити питання правового, наукового і кадрового забезпечення прискореного розвитку сільського туризму. Щодо правового , то прийняття спеціального закону України « Про розвиток сільського туризму» створить нормативно-правову базу для розвитку сільського туризму у чинному національному правовому полі. Такий законопроект розроблено народними депутатами, але він багато років не виноситься на розгляд у сесійну залу Верховної Ради України і не приймається.

Кадрове забезпечення полягає в тому, що єдиний вуз України – Національний університет біоресурсів і природокористування готує фахівців за спеціальністю «сільський туризм». Дисципліна «сільський туризм» викладається у багатьох вузах України, які готують фахівців зі спеціальності «туризм», у тому числі і в Університеті «Україна». Існує проблема забезпечення викладання цієї дисципліни підручниками, чи навчальними посібниками. Останніми роками видано три навчальних посібника із сільського туризму: М. Й. Рутинського та Ю. В. Зінько (Київ, «Знання», 2006 р.) , Т. Ю. Лужанської та інших (Київ; «Кондор», 2008 р.) та М. Х. Шершуна та інших (Рівне, Вид. Рівн. держ. гуман. Ун-ту, 2016р.). Посібники різні за змістом, видані невеликим накладом і студенти не можуть їх знайти, щоб користуватися. Звідси вочевидь існує проблема підготовки та видання нового доступного навчального посібника, яким має стати цей посібник.

Даний посібник відповідає навчальній програмі з дисципліни «Організація сільського туризму», в якій 16 годин відведено на лекції та 30 годин – на практичні заняття. До кожного розділу додаються контрольні запитання, які дадуть можливість спрямувати проведення практичних занять. Ця дисципліна викладалася студентам-бакалаврам 4 курсу, але за новим навчальним планом перенесена з поточного року на 2 курс. Проте це не викликає необхідності змін у структурі та змісті курсу лекцій, а відповідно і даного навчального посібника.

Розділ 1. Наукові засади сільського туризму

1.1.Переваги відпочинку в українських селах

В кінці XX ст. на початку XІX ст. значної популярності в Україні набув відпочинок міського населення в українських селах, селищах та хуторах, який здійснювався у різних формах. Це може бути відпочинок в селі у батьків, чи бабусі, робота чи відпочинок на власній дачі. Якщо немає у селі родичів, чи дачі, то міському мешканцю залишається як альтернатива скористатися послугами сільського туризму.

Сільський туризм розвивається виключно для забезпечення міського населення у туристичних послугах, що зумовлено різними причинами.

У XX ст. в Україні в результаті інтенсивної урбанізації сформувався потужний демографічний потенціал (на кінець 1992 р. міське населення досягло 35,5 млн. осіб). Хоч у наступний період він змінився на повільну дезурбанізацію ( у 2018 р. зменшилося до 29 млн. осіб), вплив міста на село не зменшився, а збільшився. Не менш важливим чинником стала інтенсивна автомобілізація міського простору, яка зумовила значне забруднення природного середовища автомобільним транспортом. Окрім загазованості негативно впливає на людей шум від автотранспорту та метро. Все це зумовлює міських мешканців відпочити, оздоровитися, зняти фізичну та психічну перевтому у сільській місцевості, серед природи. Для цього найкраще скористатися сільським туризмом.

В результаті соціально-економічного розвитку та олігархізації України відбулося значне збіднення міського населення, яке не має можливостей відпочивати на фешенебельних світових курортах. Тому воно обирає сільський туризм для відпочинку та оздоровлення. Його послугами користуються в основному молоді родини з малими дітьми, працездатні з низьким рівнем доходів, особи похилого віку.

Відпочинок в українських селах має багато переваг порівняно з дорогими заморськими курортами. Природа щедро обдарувала Україну високими горами, густими лісами, широкими степами, синіми морями, родючими грунтами. Україна розташована у помірно-континентальному кліматичному поясі , що створює сприятливі умови для оздоровлення людей.

Не менш важливою перевагою відпочинку в українських селах є пізнання української народної культури. Побувавши в українських селах, міські мешканці відчувають чемність, щирість та привітність селян, можуть оцінити українську національну кухню, ознайомитися з українськими народними звичаями та обрядами, відвідати собори, церкви та монастирі, оглянути розташовані у селах меморіальні музеї.

1.2.Значення розвитку сільського туризму

Розвиток туризму у сільських поселеннях та на сільських територіях сприяє економічному, соціальному, демографічному та екологічному розвитку цих поселень та територій. Економічне значення полягає в тому, що велика кількість туристів формує значний попит на продукти харчування, одяг, взуття, сувеніри, товари народних промислів, а це стимулює розвиток сільського господарства, підприємств легкої та харчової промисловості, дрібних художніх промислів. Сільський туризм є одним із видів підприємства , який сприяє розвитку інших видів підприємницької діяльності у курортних чи туристичних селах, або селищах. Важливо відзначити, що створення сільських туристичних підприємств стимулює їх власників до розширення свого фермерського чи підсобного сільського господарства. Зокрема, вони можуть розводити екзотичних тварин (страусів, нутрій, норок), або займатися рибництвом чи бджільництвом.

**Соціальне значення** сільського туризму перш за все полягає у фінансуванні розвитку села чи селища. Зареєстровані сільські туристичні підприємства щомісячно перераховують податок у розмірі 15% щомісячного доходу у місцевий бюджет сільської чи селищної ради. Туристичні заклади, що не зареєстровані як малі підприємства, перераховують податок у розмірі 20% доходу один раз на рік за результатами господарської діяльності . Зазначені кошти направляються сільськими (селищними) радами на будівництво необхідних об’єктів соціальної сфери, асфальтування вулиць села, прокладання інженерних споруд( газопроводу, водопроводу, електромереж).

Розвиток туризму зумовлює необхідність підвищення якості соціальних послуг (охорони здоров’я, транспорту, торгівлі, громадського харчування) та зміни їх структури (створення автозаправочної станції, станції технічного обслуговування легкових автомобілів тощо).

Важливе соціальне значення сільського туризму полягає у створенні нових робочих місць, забезпеченні зайнятості населення та зменшенні безробіття у селі. Власники туристичних підприємств, як правило, беруть на роботу небагато сторонніх людей і то переважно на допоміжні роботи ( сторож-охоронець, двірник, вантажник, водій).

З розвитком туризму у селі пов’язане збільшення зайнятості не лише у туристичних підприємствах, а й в інших сферах і видах діяльності, пов’язаних з обслуговуванням туризму і туристів.

**Демографічне значення** сільського туризму полягає в тому, що він сприяє зменшенню міграційного відпливу молоді із села у зв’язку із створенням робочих місць та гідною оплатою їх праці. Не менш важливо те, що у таких селах збільшується кількість молодих сімей та народжень дітей.

**Культурне значення** сільського туризму означає можливість міських туристів ознайомитися з народною культурою, звичаями, обрядами, святами сільських мешканців-українців, чи представників національних меншин (поляків, угорців, румун, греків, кримських татар, болгар), які проживають у селах України. Ще спонукає необхідність відродження у туристичних селах матеріальної та духовної культури.

Туристи з великим інтересом знайомляться з традиційними народними ремеслами і промислами (гончарство, ткацтво, лозоплетіння, вироби сувенірів із дерева та шкіри, писанкарство), національним вбранням, в’язанням, вишивкою, кухнею.

Не менш важливе значення має знайомство туристів із українськими народними піснями і танцями, віруванням, родинною та календарною обрядовістю, святами та розвагами.

Акцентуючи увагу на пізнавальному значенні сільського туризму , його дослідники недооцінюють виховне значення цього виду туризму. Перебуваючи певний час у сільському середовищі, міські туристи вражаються деякими рисами характеру українських селян , а саме величезній працьовитості, гостинності, правдивості ,доброті , патріотизму до України та своєї малої Батьківщини, величезної цінності родинних чеснот, чесності та порядності, релігійності. Повернувшись у місто, турист іноді переоцінює свої моральні засади, запозичив дещо у селян.

1.3. Об’єкт та предмет дослідження науки «Організація сільського туризму»

Кожна наука вважається самостійною якщо, вона має свій об’єкт, предмет та методи дослідження. Це стосується й такої молодої та самостійної науки як «Організація сільського туризму».

**Об’єкт науки** – це предмети, процеси чи явища, що входять до сфери пізнавальної діяльності людини. Об’єктом науки «Організація сільського туризму» є розвиток туризму в сільських поселеннях України.

Об’єкт та предмет науки – поняття досить близькі, але різні за сутністю. Предмет менше, або вужче за обсягом, ніж об’єкт.

**Предметом науки** «Організація сільського туризму» є виявлення закономірностей і тенденцій організації туризму в сільських поселеннях України.

1.4. Методи дослідження сільського туризму

Одним із фундаментальних понять бідь-якої науки є її методологія ( з грецької «метод + логос» означає «наука, або вчення про методи»). Методологія науки – це вчення про принципи побудови, форми і засоби наукового дослідження певного предмету науки. Методи науки - це сукупність правил та прийомів дослідження процесів та явищ суспільства.

В науці «Організація сільського туризму» застосовується велика кількість методів дослідження, які можна об’єднати в три групи:

1*.***Філософські:**

- метод логічного мислення;

- метод аналізу та синтезу;

- метод індукції та дедукції;

2. **Загальнонаукові:**

-метод системного аналізу;

- метод спостереження;

- метод формалізації та моделювання;

3*.* **Конкретнонаукові:**

- статистичні (групування, середніх величин, індексний);

- математичні (моделювання, програмування);

- картографічний;

- географічні (експедиційний, порівняльно-географічного аналізу);

- історичні (хронологічний, документації, порівняльно-історичного аналізу);

- соціологічні (нормативний, вибіркового опитування, експертних оцінок).

Окрім традиційних методів у сільському туризмі можуть застосовуватися нові методи досліджень. Серед останніх застосовується *SWOT-аналіз.* Сутність його в тому, що аналізуються внутрішні та зовнішні чинники, які впливають на розвиток підприємства. Із зовнішніх чинників виокремлюють: сильні та слабкі сторони, а із внутрішніх: наявні можливості та потенційні загрози і перешкоди.

1.5. Місце науки «Організація сільського туризму» в системі наук

Наука «Організація сільського туризму» сформувалася як самостійна наука в процесі диференціації наук в кінці XX ст. та поглиблення предметів наукових досліджень.

В сучасний період сформувалася система наук, що вивчають різні предметні області туризму.

Перш за все це загальнотеоретична комплексна наука «**туризмознавство»** (деякі вчені називають її «туризмологією»). Всю систему туристичних наук, об’єднаних «туризмознавством», вчені поділяють на дві підсистеми: перша вивчає внутрішній туризм, а друга – міжнародний (або світовий). Сільський туризм входить у підсистему внутрішнього туризму. До нього входять окрім того такі науки, як туристичне краєзнавство, маркетинг туризму, туристичний бізнес.

В той же час сільський туризм має певні міжпредметні зв’язки з багатьма іншими науками, а саме географією, історією, економікою, соціологією, культурологією, пам’яткознавством, екологією, етнологією.

В сучасний період спостерігається посилення уваги українських вчених до вивчення сільського туризму. Відбувається процес диференціації цієї науки, в результаті якого утворилися нової самостійні наукові напрями, зокрема організація сільського туризму, спелеотуризм, агротуризм, екотуризм, менеджмент сільського туризму, маркетинг сільського туризму.

1.6. Понятійно-термінологічний апарат у сфері сільського туризму

Важливою складовою теорії будь-якої науки є її поняття і терміни, або як називають вчені « понятійно-термінологічний апарат».

**Поняття–** це форма мислення, в якій відображаються загальні властивості предметів, явищ та процесів об’єктивного світу.

**Термін** – це слово, або словосполучення, якими позначається поняття.

В науці «Організація сільського туризму» основними є такі поняття і терміни:

**Територія** – це частина земної поверхні, що характеризується природною та соціально-географічною єдністю.

Сільська місцевістьтериторія країни, області, чи району, розташована за межами міських та селищних територій.

**Сільська територія**- це багатофункціональне територіальне утворення, яке включає природне середовище, сільське населення, сільські поселення, матеріальне виробництво та соціальну сферу.

**Село** *-* це узагальнений термін, що означає і сільську місцевість, і сільську територію. В Україні село – це головна форма розселення сільського населення.

***«*Туризм***-* тимчасовий виїзд особи з місця постійного проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачувальної діяльності в місці перебування» (Закон України «Про туризм»).

«**Сільський туризм**» - це відпочинковий вид туризму, зосереджений на сільських територіях.

Щодо сутності поняття «сільський туризм» існує декілька визначень. Згідно англійського словника С. Медліка «сільський туризм – це відпочинковий вид туризму, який передбачає розвиток туристичних шляхів, місць для відпочинку та обслуговування туристів».

На думку М. Костриці «сільський туризм – це вид туризму, що включає перебування та рекреаційну діяльність в сільській місцевості».

Існує також поняття «агрооселя». **Агрооселя** – це житлове приміщення, яке знаходиться в сільській місцевості, містить не більше п’яти кімнат, пристосованих для проживання туристів і належить на правах приватної власності господарю, який займається сільськогосподарською діяльністю, або зайнятий у сфері обслуговування чи соціальній сфері села.

В науці вживається також термін « сільський зелений туризм». Цим підкреслюється спрямованість сільського туризму на відпочинок серед зеленої природи. Цей термін широко вживався у 80-90-х роках XX ст. В Україні існує громадська організація «Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні», яка видавала журнал «Туризм сільський зелений».

В сучасний період слово «зелений» виявилося зайвим і воно зараз не вживається в понятті «сільський туризм». Більш того з’явилися нові поняття, тісно пов’язані з сільським туризмом: агротуризм та екотуризм.

**Агротуризм** – пов’язаний із сільськогосподарським виробництвом та переробкою сільськогосподарської продукції.

**Екотуризм** – пов’язаний з відвідуванням особливих природних територій (природних заповідників, ботсадів, парків, гір, льодовиків, зоопарків).

1.7.Завдання та значення науки «Організація сільського туризму»

Організація сільського туризму є молодою і перспективною наукою, якій ще недостатньо уваги приділяється з боку українських вчених. Тому в ній є ще чимало напрямів, які потребують наукового вивчення. До таких наукових завдань слід віднести:

-поглиблення нормативно-правової бази, в першу чергу потрібно прийняти закон «Про сільський туризм в Україні», проект якого розроблений і перебуває у Верховній Раді України;

-формування ринку туристичних послуг у сільській місцевості та туристичного бізнесу;

-сприяння держави розвитку мережі сільських туристичних підприємств та зацікавленість в них сільських мешканців;

-дослідження менеджменту та маркетингу організації сільського туризму.

Суспільне значення науки «Організація сільського туризму» полягає у наступному:

а) наукове – активізація участі українських вчених у розробці наукових основ та проблем організації та розвитку сільського туризму;

б) прикладне – впровадження наукових розробок вчених у практику розвитку сільського туризму;

в) пізнавальне – для студентів, які спеціалізуються на туризмі, потрібно вивчати всі види туризму;

г) виховне – ще більше полюбити українські села з їх неповторною чарівною природою, талановитими українцями, їх багатою матеріальною і духовною культурою.

Контрольні запитання

1.В чому полягають переваги відпочинку в українському селі порівняно з популярними у світі курортами?

2.В чому полягає значення розвитку туризму в селах України?

3.Об’єкт та предмет дослідження науки «Організація сільського туризму».

4.Методи дослідження сільського туризму.

5.Місце науки «Організація сільського туризму» в системі наук.

6.Значення науки «Організація сільського туризму».

Розділ 2. Історія становлення та розвитку сільського туризму

2.1. Виникнення та становлення сільського туризму в Європі

Перші згадки про сільський туризм в Європі відносяться до VI ст. до н. е., коли багаті патриції Римської імперії відпочивали у сільській місцевості.

Початки туризму в сільській місцевості відшукують у XVII-XVIII ст., коли найбагатші люди в Європі (королі, князі, герцоги, принци) будували собі фортеці, замки, палаци, літні резиденції у сільській місцевості у мальовничих та захищених місцях. Сільський туризм був започаткований на початку XVIII ст. у Франції та Швейцарії. В Альпах поблизу найбільшої вершини г. Монблан з’явилися перші гостьові будиночки (шалє) для обслуговування багатих туристів.

У 1841 р. англієць баптистський пастор Томас Кук як секретар Товариства тверезості з метою боротьби з пияцтвом організував для своїх членів туристичні поїздки по Шотландії, Північному Уельсу та Ірландії. Мандрівники знайомились з мальовничими сільськими ландшафтами цих районів, парками, замками. У 1863 р. Кук організував для членів свого товариства поїздку в Швейцарію, а у 1877 р. - в США. В одній з таких подорожей брав участь американський письменник Марк Твен, який описував її у книзі «Пішки по Європі».

У 1890 р. Томас Кук організував поїздку англійців потягом Транссибірською залізницею на Далекий Схід.

У XIX ст. популярними були подорожі європейських письменників у різні країни. Так, французький письменник Г. Флобер після своїх мандрів видав «Книгу подорожей», а О. Дюма – «Подорож у Єгипет». Дуже цікавими були описи подорожей Дюма, який привернув увагу до традицій та звичаїв народів. Дюма відвідав також Росію, яку описав у книзі «Дорожні враження».

Багато мандрували росіяни і описували це у своїх книжках. Згадаймо книжку купця Афанасія Нікітіна «Хождение за три моря», в якій автор описав свою подорож по Індії. Письменник О. Радішев у книзі «Путешествие из Петербурга в Москву» описав життя, побут, традиції та звичаї російських селян.

У XX ст. масового розвитку набув сільський туризм у Великобританії. Спочатку в основі туризму була концепція двох В (Bed& Breakfast) «ліжко-бутерброд» - тимчасове проживання у порожніх кімнатах житлових будинків. З часом зі спектру нічліжних закладів формується концепція відпочинку за концепцією трьох S (sun-sea-sand) «сонце- море- пісок» у житлових будинках та міні-готелях, розташованих у сільській місцевості.

В сучасний період переважає концепція трьох L (landscape- lare-leisure) – «пейзажі- традиції- дозвілля». Туристична мода на подорожі по сільській місцевості, де міських туристів зустрічає екзотика: чарівна природа, сільські обряди і традиції, екологічно чисті продукти – зберігається дотепер.

2.2. Зародження сільського туризму на українських землях

Початки зародження сільського туризму в Україні припадають на XVII ст., яке називають «добою козаччини». Життя українських козаків на Наддніпрянщині, величезні успіхи їх у боротьбі проти польських, турецьких та татарських загарбників, таємнича душа козаків – все це цікавило європейців і вони посилали в Україну мандрівників.

У XVII ст. в Україні побували французькі інженери, дипломати, вчені, які написали книжки про життя в Україні та про козаків.

Французький інженер Гійом де Боплан у книжці «Опис України» (1650 р.) розповів про українські землі вздовж Дніпра, острови, річки, міста та села, звичаї та традиції селян, козаків та шляхти.

Французький історик П’єр Шевальє у книжці «Історія війни козаків проти Польщі» (1663 р.), окрім історичних подій описав походження та релігію українських козаків, звичаї та правління, географію України.

Французький дипломат Жан Шерер у книжці «Літопис Малоросії або історія козаків-запорожців» подав характеристику природи, ресурсів та населення України, опис козацьких Січей, звичаї та способу життя козаків.

У такий спосіб європейці пізнали таку загадкову Україну – країну козаків, а деякі можливо захотіли навласноруч ознайомитись з нею.

 Одним із напрямів сільського туризму був релігійний, поширений у XVIII ст. у формі прочанства до святих місць. У книжці «Странствия Василия Григоровича Барского по святим местам Востока с 1723 по 1747 рр.» автор описав свої подорожі у Афонські монастирі, Єгипет, Палестину.

Становлення сільського туризму в Україні у XIX ст. пов’язане з поширеним у Російській імперії літнім відпочинком українських та російських вчених, письменників, композиторів, художників, акторів у мальовничих українських селах, куди їх запрошували власники сіл (так зване «літнисько»).

Тарас Шевченко три літа (1843-1847 рр.) подорожував по селах Київської, Чернігівської та Полтавської губерній. Він відвідав село Турівку на запрошення М. Маркевича, Густинський монастир, у с. Сокиринці в маєтку М. Галагана слухав думи кобзаря Вересая, побував у гостях у М. Тарновського в Качанівці. В Качанівці часто бував російський композитор М. Глінка. Шевченко відвідував рідні місця – села Моринці, Шевченкове ( Кирилівка), Будище, Зелену Діброву.

Леся Українка лікувалася і відпочивала у с. Косівщина на Сумщині, що неподалік с. Низи, куди влітку приїздив на відпочинок російський композитор П. Чайковський, а поблизу м. Суми є с. Лука, де любив відпочивати російський письменник А. Чехов. Гоголь часто приїздив відпочивати у села Великі Сорочинці та Василівка на Полтавщині.

Іван Франко надавав перевагу літньому відпочинку в Карпатах, зокрема у гірському селі Криворівня, куди приїздили відпочивати М. Грушевський, Г. Хоткевич, М. Коцюбинський.

Б. Лепкий любив відпочивати у с. Черче на Франківщині.

Це все слід вважати як окремий напрям становлення сільського туризму в Україні.

Новим етапом становлення сільського туризму у кінці XIX ст. – на початку XX ст. стало утворення різних громадських організацій, які організовували туристичні поїздки для ознайомлення з цінними природними об’єктами. Так, у 1890 р. в Одесі створено Кримський гірський клуб, який організував подорожі по Кримських горах, видавав «Записки Кримського гірського клубу», популяризував природу і туризм Криму. У Ялті було створене відділення Кримського гірського клубу, яке здійснювало природничо-екскурсійну діяльність і започаткувало створення туристичних стежок. Діяльність клубу сприяла активізації туристичної діяльності на півдні України.

Виникнення сільського туризму в Західній Україні припадає на 2 пол. XIXст. Галицький історик В. Площанський видав нариси про 100 галицьких сіл, в яких описав історію, географію та пам’ятки їх. Видатний український письменник Іван Франко у 1883 р. заснував «Кружок для устроювання мандрівок по нашім краю» та організував 6 мандрівок студентської молоді Українськими Карпатами (Турківщиною та Сколевщиною).

На початку XX ст. в Галичині виникла низка молодіжних та спортивних організацій, одним із завдань яких було проведення туристичних подорожей рідним краєм, зокрема у сільській місцевості. У 1910 р. у Львові створене спортивно- пожежне товариство «Січ», яке організовувало туристичні походи з орієнтуванням на місцевості та спортивними змаганнями. У 1910 р. у Станіславові (тепер Івано-Франківськ) створене краєзнавчо-туристичне товариство «Чорногора», яке розробляло туристичні маршрути, видавало путівники по Буковині та Галичині, організовувало туристичні походи по Карпатах.

У 1911 р. студенти Петро Франко та Іван Чмола створили дитячо-молодіжне товариство «Пласт», яке займалося патріотично-виховною та спортивно-туристичною діяльністю. Воно організовувало туристичні походи, постійно діючий туристичний табір, в якому молодь набувала фізичного та військово-спортивного вишколу, навичок таборування.

У 1924 р. у Львові утворене краєзнавчо-туристичне товариство «Плай», яке ставило за мету вивчення рідного краю, охорона пам’яток природи, історії та культури, збір зразків народних промислів та мистецтва. Члени товариства збирали матеріали, необхідні для розробки туристичних маршрутів. Проводилися екскурсії по Львівщині.

Важливим внеском у розвиток сільського туризму стала видавнича діяльність Товариства . У 1925 р. Товариство видало перший номер журналу «Туристика і краєзнавство», в якому надруковані матеріали про окремі місцевості Галичини, туристичні маршрути. У 1931 р. в газеті «Новий час» з’явилася рубрика «З мандрівок по рідному краю». У 1937 р. товариство «Плай» розпочало видання часопису «Наша Батьківщина», в якому подані матеріали по організації туристично- краєзнавчого руху, туристичні путівники окремих місцевостей Галичини.

Для мандрівників почали виходити туристичні книжки Т. Франка «Прогулянки в наші гори», М. Орловича «Провідник по Галичині».

Практичним результатом активної співпраці «Чорногори» й «Плаю» в галузі розвитку активного туризму стала маршрутизація та спільна розбудова й утримання туристичних притулків і домівок, встановлення дороговказів і маркування маршрутів, утримання штатних працівників гірської сторожі, в обов’язки якої входило приймання і розміщення мандрівників, догляд і ремонт притулків, і провідників, які були зобов’язані проводити туристів маршрутами й відповідали за їхню безпеку.

2.3. Становлення сільського туризму в Україні в XX ст.

Українські вчені Юрій Зінько та Михайло Рутинський виділили **три періоди становлення і розвитку сільського туризму в Україні:**

1.Зародження сільського туризму, коли переважав літній відпочинок заможних міських мешканців у багатих сільських інтелігентів серед мальовничої української природи (кінець XIX – середина XX ст.)

2.Становлення приватного квартирного сектору сільського туризму у рекреаційних зонах України (50-80-ті роки XX ст.). Значний розвиток курортів і туризму у найбільш популярних рекреаційних зонах (Карпати, Причорномор’я, Крим) зумовив дефіцит вільних місць у літній період. Цей попит забезпечувало місцеве населення, здаючи в оренду кімнати, квартири, будинки.

3. Сучасний період розвитку сільського туризму як самостійної сфери туризму (з 90-х років XX ст. й дотепер).

Розглянемо детальніше 2-й та 3-й періоди становлення сільського туризму в Україні. Важливу роль у розвитку туризму в Україні мала передача управління ним профспілкам. Були створені Республіканська рада по туризму та екскурсіям, обласні туристично-екскурсійні управління. Вони здійснили значну роботу із розширення мережі туристичних закладів, зміцнення їх матеріальної бази, створення нових туристичних маршрутів, які включали й відвідування туристичних об’єктів, розташованих у сільській місцевості, видання туристичних путівників та довідників.

 У Радянському Союзі туризм розглядався як форма відпочинку та пізнання невідомих країн, районів, міст та сіл, а головним чином як засіб ідейно-політичної пропаганди та агітації, прославлення радянської влади та її здобутків. В той же час із туристичних маршрутів та екскурсійних програм було виключене все, що нагадувало про справжню героїчну історію українського народу.

У жалюгідному стані знаходилися визначні пам’ятки української культури (монастирі, собори, дерев’яні церкви, палаци, замки), які не включалися у туристичні путівники та маршрути. Через державну політику боротьби з так званим «українським націоналізмом» було заборонено будувати пам’ятки та відкривати меморіальні музеї в українських селах видатним українським письменникам, художникам, вченим, державним діячам на їх малій батьківщині.

2.4. Розвиток сільського туризму в незалежній Україні

Важливим кроком у розвитку та регулюванні туристичної діяльності в Україні стало прийняття у 1995 р. Верховною Радою України **закону «Про туризм»**, в якому визначені правові, організаційні, та соціально-економічні основи державної політики в галузі туризму. Термін «сільський туризм» вперше з’явився у законодавчому полі України у цьому законі . У статті 4 серед видів туризму зазначено сільський. У 1996 р. створена громадська організація **«Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні»** . Ця організація багато зробила для розвитку нового виду підприємницької діяльності сільських мешканців та відпочинку міського населення. Важливу роль відіграло також прийняття у 2003 році **закону України «Про особисте селянське господарство»,** в якому вперше надане право селянам послуги «у сфері сільського зеленого туризму».

За 20 років існування «Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні» здійснила величезну організаційну, методичну та експертну роботу, спрямовану на допомогу сільським господарям відкрити приватні туристичні підприємства та одержати від них прибутки. Спілка проводила методичні семінари, «круглі столи», конференції з обміну досвіду організації туристичних та приватних міні-готелів. З метою популяризації відпочинку на селі у 1997 р. при Спілці створено журнал «Туризм сільський зелений». Це сприяло значному розширенню мережі сільських туристичних підприємств в Україні. На жаль у 2015 р. видання цього журналу припинилося.

Значну увагу приділяла Спілка якості туристичних послуг. Для цього з 2004р. запроваджена програма «Зелена садиба», за якою здійснюється екологічне маркування агросадиб і видання їм сертифікату відповідного рівня.

Контрольні запитання

1.Коли і де був започаткований сільський туризм в Європі?

2.Які напрями становлення сільського туризму у Західній Європі у 2й пол. XIX століття?

3.За якими концепціями відбувалися зміни сільського туризму у Великобританії у XX ст.

4.Коли почав зароджуватися сільський туризм в Україні? З якими подіями це було пов’язане?

5.З якими процесами пов’язане зародження сільського туризму в Україні в кінці XIX ст.?

6.Які громадські організації займалися на початку XX ст. сільським туризмом на Галичині?

7.Які періоди становлення і розвитку сільського туризму в Україні виділили українські вчені Ю. Зінько та М. Рутинський?

8.Як розвивався сільський туризм в незалежній Україні?

9.Які здобутки «Спілки сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні» за роки її існування?

Розділ 3. Чинники розвитку та організації сільського туризму

3.1. Загальні положення

**Сільський туризм** – це безперервний суспільний процес, який розвивається як у часі, так і в просторі. Темпи і масштаби його розвитку залежать від впливу різноманітних чинників. Вчені поділяють всі чинники на декілька груп: об’єктивні та суб’єктивні, внутрішні та зовнішні, сприятливі та несприятливі. При оцінці впливу багатьох чинників на розвиток сільського туризму необхідно використовувати вплив сприятливих чинників і здійснювати низку заходів з метою зменшити, або не допустити впливу несприятливих чинників.

Всі чинники вчені поділяють на умови та ресурси, які по-різному впливають на сільський туризм.

3.2. Географічне положення

 **Географічне положення** – відношення даного населеного пункту до будь-яких географічних об’єктів, розташованих за межами даного пункту.

Географи виділяють **чотири види географічного положення:**

А) фізико-географічне – по відношенню до природних об’єктів (гір, річок, озер, морів);

Б) економіко-географічне – по відношенню до міст – економічних центрів країни;

В) суспільно-географічне – по відношенню до столиці , обласного та районного центру країни:

Г) транспортно-географічне – по відношенню до магістральних залізничних, автомобільних шляхів, транспортних вузлів, чи центрів.

3.3. Природні умови та ресурси

Природні чинники поділяються на природні умови та ресурси розвитку сільського туризму.

**Природні умови** – це компоненти природного середовища, які мають певний вплив на життя, здоров’я та відпочинок людей.

**Природні ресурси** - це компоненти природного середовища, які впливають та беруть участь у процесах економічного, соціального чи туристичного розвитку міста, селища чи села.

Аналіз впливу природних умов, або ресурсів здійснюється у два етапи. На першому здійснюється аналіз впливу кожного компоненту на розвиток та організацію сільського туризму. На другому етапі проводиться оцінка комплексного впливу природних умов та ресурсів на сільський туризм.

Рельєф сільської території відіграє важливу роль при виборі місця для будівництва туристичної садиби, або створення її на існуючій у сільського господаря власній земельній ділянці. При виборі ділянки власник шукає потрібну йому за площею, а потім візуально знайомиться з нею, з її розташуванням та рельєфом. Якщо у горах, то ділянка не повинна бути розташована високо й важко доступною. Придатною є ділянка на схилі, або у підніжжя, у гірській долині, яка не затоплюється під час паводків.

При виборі місця побудови садиби надається перевага земельній ділянці, яка розташована поблизу печери, унікальної скелі, водоспаду, або гори, що використовується взимку для гірсько-лижного спорту.

Якщо власник захотів збудувати садибу в рівнинній місцевості враховується розташування земельної ділянки поближче до моря, річки, озера чи лісу. Не менш важливо мати поблизу піщаний пляж.

Клімат впливає на сільський туризм і як умова , і як ресурс. Україна розташована у помірно- континентальному кліматичному поясі, який створює комфортні умови для життя та оздоровлення людей.

На організм людини впливає 6 складових елементів погоди: атмосферний тиск, сонячна радіація, температура повітря, газовий склад та іонізація повітря, вітер і опади. Поєднання цих елементів формує різні класи погоди ( комфортна, сприятлива, несприятлива). Для проведення туристичних походів, чи поїздок погода пливає як умова їх проведення.

Проте клімат може виступати і як ресурс. Жарке літо на півдні України дає можливість туристам відпочивати і засмагати на берегах річок та морів, дихати цілющим морським повітрям і оздоровитися.

Клімат є ресурсом для сільського господарства , яким займаються власники садиб. Від врожаю на присадибній ділянці залежить забезпечення туристів екологічно чистими продуктами харчування.

Водні ресурси мають значний вплив на розвиток, організацію та розміщення сільського туризму. По-перше кожній садибі щоденно потрібна питна вода для пиття людей, домашніх тварин і птиці, приготування їжі, побутових потреб. Як правило, у кожній садибі є криниця із смачною водою. Однак у південній степовій зоні України підземні води малопридатні для вживання. Потреби туристичних підприємств, сільських мешканців та відпочиваючих у питній воді забезпечуються за рахунок водогону, або привозної води.

Розміщення сільських туристичних підприємств на берегах великих річок , озер та морів сприяє відпочинку на воді та зайняттям водними видами спорту (рафтінг, дайвінг, віндсерфінг).

 Щодо підземних вод ,то надра України багаті на мінеральні води, які є важливим лікувальним засобом. Багато хворих не можуть придбати дорогі путівки, щоб лікуватися в санаторіях і пансіонатах. Тому вони обирають сільський туризм та проживання у приватних міні-готелях, щоб самостійно пити мінеральну лікувальну воду із розташованого поблизу джерела.

Ресурси рослинного та тваринного світу – ресурси живої природи (флора і фауна). До них відносять ліси, квіти, ботанічні сади, заповідники, природні парки. Приємне враження залишає у міського туриста садиба, розташована у лісі, або поблизу його, а на подвір’ї ростуть екзотичні дерева та кущі, цвітуть чудові квіти.

Ліси виконують санітарно-гігієнічну, природоохоронну та рекреаційну функції. Вони сприяють фізичному та психічному оздоровленню людей. Тому власники садиб обирають для будівництва земельні ділянки, розташовані у лісі, або поблизу його. У Поліссі та Карпатах туристи відвідують ліси не лише для відпочинку, але й для збирання грибів та дикорослих ягід( чорниць, суниць, ожини, малини).

Деякі власники садиб зариблюють створені ними ставки, пропонують туристам рибалку, організовують майстер-класи верхової їзди на конях, катання дітей на підводах з кіньми.

Розташування поблизу села природного заповідника, парка, дендропарка, зоопарка, ботанічного саду значно підвищує привабливість туристичної садиби.

Не менш важливим чинником розвитку сільського туризму є розташування села серед мальовничих ландшафтів у різних природно-географічних зонах. Гірські та приморські ландшафти є одним із лікувальних засобів у комплексному оздоровленні туристів.

Комплексна оцінка природних чинників є заключним етапом аналізу впливу природного середовища на вибір господарем місця під забудову для створення туристичного підприємства.

3.4. Історичні та культурні ресурси

Важливим чинником розвитку сільського туризму є історично-культурні ресурси. В науці вживається два близьких поняття «історично-культурні ресурси» та «культурна спадщина». Остання означає: 1. Майно , що переходить після смерті його власника до іншої людини. 2.Предмети культури, архітектури, що залишаються людям від попередніх поколінь та цивілізацій. Ми розглядаємо спадщину у другому значенні. Спадщина забезпечує зв’язок між минулим, сучасним та майбутнім.

Що ж таке культура? Термін **«культура»** з латинської означає «обробіток, догляд за сільськогосподарськими культурами», тобто культура виробництва. Лише римський філософ Цицерон вперше застосував цей термін до людського розуму та духовного життя. Зараз ми розуміємо під культурою сукупність досягнень людського суспільства у матеріальному та духовному розвитку, створених протягом багатовікової історії. Термін **«спадщина»** застосовується переважно щодо цивілізацій, країни чи нації. Тому ми розглядаємо історично-культурні ресурси районів, областей, поселень.

Звичайно у сільських туристичних садибах немає пам’яток історії та культури, але вони можуть бути в селі, де проживають туристи, у сусідніх селах, розташованих неподалік містах чи селищах. Головне щоб туристи цікавилися ними, мали бажання та можливості побачити їх, послухати розповіді екскурсоводів. Пізнання туристами пам’яток історії, культури, знайомство з виробами майстрів народних промислів, з традиціями, обрядами, звичаями та народними святами має величезне значення для підвищення духовного та інтелектуального рівня туристів.

У 2014 р. в Україні на державному обліку перебувало 145 тис. пам’яток історії та культури. Для вивчення їх застосовується метод класифікації за різними ознаками. Так, за цінністю виділяють пам’ятки світового, національного та регіонального значення. За видами **виділяють 6 груп пам’яток:**

1.Археологічні пам’ятки – розкопані археологами руїни, або залишки поселень, палаців, храмів, стародавні піраміди.

2. Історичні пам’ятки включають меморіали і пам’ятні знаки на місці боїв та історичних подій, пам’ятники видані діячам вітчизняної історії (князям, гетьманам, отаманам, державним та політичним діячам).

3.Пам’ятки архітектури:

А)оборонної архітектури (земляні вали, фортеці, замки);

Б)культової архітектури (собори, церкви, монастирі, костели, дерев’яні церкви);

В)палацової архітектури;

Г)народної архітектури;

Д)житлові будинки (котеджі, вілли, гостьові будинки).

4.Пам’ятки монументального мистецтва, до яких належать:

А)монументальна скульптура (пам’ятники, статуї, погруддя, надгробні скульптури);

Б)монументальний живопис (панорами, діорами, вітражі, фрески, мозаїка);

В)монументально-декоративне мистецтво (орнаментальний розпис стель, або стін, декоративна різьба по дереву та каменю, іконостаси).

5.Пам’ятки науки і техніки поділяють на 3 групи:

А)пам’ятки, що визначають певний етап науково-технічного прогресу (перший в країні комбайн, трактор);

Б)пам’ятники видатним вченим;

В)меморіальні дошки.

6.Пам’ятники культури поділяються на 3 підгрупи:

А)пам’ятники видатним діячам літератури, культури, мистецтва;

Б)меморіальні дошки видатним діячам літератури, культури, мистецтва;

В)будинки-меморіальні музеї видатним діячам літератури, культури, мистецтва на їх малій батьківщині.

3.5. Соціально-економічні ресурси

Якщо село багате, має промислові та аграрні підприємства, то до місцевого бюджету надходять значні кошти. Окрім того, туристичні підприємства перераховують частину своїх прибутків до місцевого бюджету. Отже, роль економічних ресурсів зводиться до надходжень фінансових ресурсів до сільського бюджету.

Для створення сільського туристичного підприємства селянин повинен мати значні кошти (стартовий капітал) і скласти кошторис їх витрат на організацію власного туристичного бізнесу.

Щоб туристи були задоволені відпочинком у селі, окрім комфортного життя в садибі необхідно забезпечити соціальними послугами, які надають соціальні підприємства та організації села. Для забезпечення необхідних соціальних потреб туристів у селі має бути створена сучасна соціальна інфраструктура, яка б забезпечувала як матеріальні потреби туристів (магазини, кафе, ресторани, пошта, ринок, автобусне сполучення з містом), так і духовні ( будинок культури, бібліотека, аптека, амбулаторія).

Підвищення зайнятості селян за рахунок створення нових робочих місць у туристичних садибах та об’єктах, що їх обслуговують. Забезпечення молоді роботою зменшить міграційний відплив її з села та сприятиме нормалізації демографічної ситуації у селі.

 Створення у селі туристичних садиб доцільно лише при тих умовах, коли в селі немає екологічних проблем, пов’язаних із забрудненням повітря, водних об’єктів та землі промисловими чи побутовими відходами. Екологічна ситуація у туристичному селі має бути доброю.

3.6. Масові громадські заходи як об’єкти туризму

В сучасний період поряд із зазначеними традиційними видами туристичних ресурсів у світі все більше використовуються масові громадські заходи, що приваблюють туристів. Більшість цих заходів проводиться у містах, але деякі й у селах. Ці заходи поділяються **на такі групи:**

1.Історичні: міжнародний чемпіонат з історичного бою (парк «Київська Русь» у с. Копачі Обухівського району).

2.Мистецькі: фестиваль «Берестецька варта» у с. Пляшева Рівненської обл.;

3.Релігійні: проща греко-католиків у с. Зарваниця Тернопільської обл.;

4.Календарні народні: свято Різдва Христового, Великодня, Водохреща, Трійці, Івана Купала.

3.7. Музеї

У 2016 р. в Україні було 576 музеїв. Музеї виконують важливу освітньо-виховну функцію. За призначенням музеї поділяють на учбові, просвітницькі, науково-дослідні.

Музеї поділяються **на 6 профільних груп:**

1.Історичні (археологічні, військові)

2.Природничі (геологічні, ботанічні, зоологічні)

3.Технічні (авіації, космонавтики, електрозварювання)

4.Літературні

5.Художні (картинна галерея, декоративно-прикладного мистецтва, музичні)

6.Комплексні (краєзнавчі, історико-архітектурні, народної архітектури і побуту).

Контрольні запитання

1.Що таке чинники, і як вони впливають на розвиток сільського туризму?

2.Вплив географічного положення на розміщення сільського туризму.

3.Вплив окремих компонентів природного середовища на розвиток і розміщення сільського туризму.

4.Вплив історичних та культурних ресурсів на розвиток сільського туризму.

5.Вплив економічних та соціальних чинників на розвиток сільського туризму.

6. Роль масових громадських заходів у розвитку сільського туризму.

7.Сільські музеї як об’єкти туризму.

Розділ 4. Організація та планування сільського туризму

4.1. Нормативно-правова база організації сільського туризму в Україні

Розвиток сільського туризму в Україні відбувається у національному законодавчому полі, унормованому Конституцією України та спеціальними нормативними актами. Ці акти слід об’єднати **у 4 категорії**:

1. Нормативні акти загальної дії.
2. Спеціальні нормативні акти .
3. Відомчі нормативні акти.
4. Внутрішні нормативні акти.

Розглянемо кожну з цих категорій нормативних актів.

1.Нормативні акти загальної дії. До них належить Конституція України (1996р), яка визначає право кожної людини на працю, житло, відпочинок, охорону здоров’я. Сюди слід віднести «Житловий кодекс України», який визначає право власності на нерухоме майно, порядок його успадкування, порядок укладання угод та доручень.

2.Спеціальні нормативні акти. Перш за все це Закон України «Про особисте селянське господарство» (2003 р.), який визначив право селянина займатися господарською діяльністю « з метою задоволення особистих потреб шляхом виробництва, переробки і споживання сільськогосподарської продукції, реалізації її надлишків та надання послуг з використанням майна особистого селянського господарства, у тому числі й у сфері сільського зеленого туризму».

Важливо зазначити, що, згідно статті 1 цього Закону, «діяльність, пов’язана з веденням особистого селянського господарства, не відноситься до підприємницької діяльності».

Надзвичайно важливим є Закон України «Про туризм», прийнятий Верховною Радою України у 1995 р. та доповнений і змінений у 2003 р. Цей закон визначив правові, організаційні та соціально-економічні засади державної політики України у галузі туризму.

Важливо відзначити , що у статті 6 цього закону зазначається: «Держава проголошує туризм одним з пріоритетних напрямів розвитку економіки та культури і створює умови для туристичної діяльності». Це означає, що розвитку туризму в Україні держава приділяє велику увагу і очікує від нього значних надходжень до бюджету, оздоровлення великої кількості людей.

У статті 4 закону перераховано 17 видів внутрішнього туризму, які розвиваються в Україні у тому числі і сільський туризм.

 Згідно закону, визначено 6 основних напрямів державної політики в галузі туризму, серед яких «розвиток сільського екологічного (зеленого) туризму».

Як бачимо, сільський туризм офіційно визнано в Україні як окремий вид туризму, що має право на існування та розвиток. Однак для його розвитку необхідно створити відповідне законодавче поле. Враховуючи це, у 2003 році народний депутат В. І. Кафарський розробив і подав на розгляд Верховної Ради України законопроект «Про сільський та сільський зелений туризм». Мета його – створення правової бази для становлення й розвитку сільського туризму в Україні як важливої ланки і галузі туризму. Пройшло 15 років з часу подачі цього законопроекту, але Верховна Рада України так і не спромоглася розглянути та прийняти його.

Від цього страждають власники сільських туристичних садиб, особливо туристичний бізнес.

Розвиток туризму в Україні регулюється не лише законами, а й указами Президента, постановами та розпорядженнями Кабінету Міністрів України. Що стосується сільського туризму, то він не цікавить центральні органи законодавчої та виконавчої влади і йому приділяють дуже мало уваги. За роки незалежності України не було прийнято жодного закону, указу чи постанови. Це зумовлено тим, щоб сільський туризм не дає значних надходжень у державний бюджет.

Нам вдалося знайти лише одне розпорядження Кабінету Міністрів України від 3 липня 2006 р. «Про затвердження плану заходів щодо державної підтримки розвитку сільського туризму на 2006-2010 роки», яким доручалося міністерствам та облдержадміністраціям здійснити соціально-економічні заходи, спрямовані на стимулювання розвитку сільського туризму в Україні. На виконання цього розпорядження розроблена « Регіональна цільова програма розвитку сільського туризму в Луганській області на 2010-2012 роки»,

основною метою якої є здійснення заходів, спрямованих на розвиток сільського туризму в Луганській області та формування конкуренто-спроможного туристичного продукту.

3. Відомчі нормативні акти. До цієї категорії належать накази міністерств і відомств України, які врегульовують питання пожежної, санітарної, екологічної безпеки. Сюди слід віднести наказ Держстандарту України 1999р., яким затверджено «Правила обов’язкової сертифікації послуг по тимчасовому розміщенню (проживанню)». У 2003р. Держстандартом України затверджено державний стандарт туристичних послуг «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Загальні вимоги».

 До цієї категорії слід віднести «План заходів по розвитку сільського зеленого туризму на період до 2015 року», розроблений і затверджений Міністерством аграрної політики та продовольства України у 2013 році. Цим планом передбачалося Міністерством та облдержадміністраціям здійснити систему заходів для прискорення темпів розвитку сільського туризму в областях України. Проте цей план не був виконаний через відсутність фінансування з Державного бюджету.

4.Внутрішні нормативні акти. До них слід віднести «Спілку сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні», діяльність якої регулюється її Статутом. Спілка приймає різні рішення, спрямовані на допомогу власникам садиб у функціонуванні сільського туризму (розробку програм, проведення семінарів, конференцій тощо).

4.2. Регулювання туристичної діяльності у сільській місцевості

 Туристична діяльність у містах та селищах міського типу України регулюється як на національному, так і на місцевому рівнях, серед першого слід назвати Верховну Раду України, яка у 1996р. прийняла Закон «Про туризм». Згідно його було створено Державний комітет України по туризму. Зараз він перетворений у Департамент туризму та курортів у складі Міністерства економічного розвитку і торгівлі України.

Для активізації розвитку туризму було прийнято декілька указів Президента та постанов Кабінету Міністрів України.

Деякі питання розвитку туризму в регіонах України вирішують органи місцевого самоврядування. Зокрема обласні ради затверджують обласні програми розвитку туризму та виділяють кошти на їх реалізацію. Обласні держадміністрації здійснюють будівництво та ремонт місцевих автомобільних шляхів, створюють необхідну соціальну інфраструктуру. Для цього в облдержадміністраціях існують управління культури та туризму, облавтодори.

Важливим кроком у регулюванні сільського туризму стало утворення у 1996р. всеукраїнської громадської організації **«Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні».**

Метою діяльності Спілки є:

* популяризація відпочинку в українському селі;
* сприяння розвитку сільської інфраструктури;
* сприяння занятості населення;
* сприяння збереженню навколишнього природного середовища;
* виховання поваги до культурної спадщини українців.

Завдання Спілки:

* проведення сертифікації сільських туристичних підприємств;
* забезпечення функціонування інформаційно-туристичних центрів при регіональних осередках сільського туризму;
* створення механізму зв’язків між різними складовими господарського комплексу сільського туризму;

Результатами діяльності Спілки за 20 років є:

1.Створено у 18 областях регіональні відділення (центри) Спілки, а у деяких райцентрах –осередки Спілки.

2. Засновано друкований орган Спілки журнал «Туризм сільський зелений», в якому друкуються інформаційні та методичні матеріали.

3. За підтримки міжнародних фондів реалізовано 12 проектів підтримки розвитку сільського туризму.У 1999-2001 рр. реалізовано проект TASIC «Підтримка місцевого розвитку та туризму Карпатського регіону», а у 2002-2004 рр. – проект TASIC «Збереження навколишнього середовища та розвиток сільського зеленого та екотуризму».

4. З метою популяризації сільського туризму в Україні Спілкою підготовлено 4 регіональних путівники із сільського туризму («Відпочивайте в українському селі», «Зимове село запрошує», «Село – мов писанка», «Українське село запрошує» ( каталог)), а також розроблено методологічні рекомендації «Порадник організатору відпочинку та власнику агрооселі».

5.З 2003 р. Спілка проводила Всеукраїнські виставки- ярмарки «Українське село запрошує».

6. Спілкою щорічно проводився конкурс «Українська гостинна садиба».

7. Регіональні відділення (центри) Спілки проводили туристично- етнографічні фестивалі (Свято вареника, карнавал «Маланія», свято молока, Берлібаський бануш).

8. Створена автоматизована інформаційна система «Українська туристична інформаційна система», що введена до мережі Internet.

4.3. Порядок організації сільського туристичного підприємства

Туризм у сільській місцевості організується **у двох формах:**

А) здача в оренду туристам частини власного будинку господаря, який веде особисте селянське господарство, туристична діяльність є для нього додатковим видом прибутку. У цьому разі непотрібно реєструвати туристичну діяльність;

Б) здача туристам для тимчасового проживання житлового будинку, або його частини, якщо господар не веде особистого сільського господарства, туристична діяльність є для нього головною. У цьому разі підприємницька діяльність повинна реєструватися.

Господар сільської садиби реєструє її як мале приватне сільське туристичне підприємство у державній установі. Для цього він розробляє **бізнес-план** організації туристичної справи у сільській місцевості.

Бізнес-план визначає програму поточної діяльності та прогноз на 3-5 років. Бізнес-план виконує **дві головні функції**. Перша стосується внутрішньої діяльності і включає два напрями його застосування:

1.Як елемент стратегічного планування та оперативного управління туристичною діяльністю. Бізнес-план є основою поточного планування всіх аспектів діяльності туристичного підприємства.

2.Як механізм аналізу, контролю та оцінки успішності туристичної діяльності.

Друга функція бізнес-плану пов’язана із зовнішнім впливом. Він включає оцінку зовнішнього оточення, тобто розташованих в селі інших туристичних підприємств та їх переваг, можливостей перемогти у конкурентній боротьбі за туриста, пропонуючи свої послуги та продукти, і у такий спосіб забезпечити високий рейтинг та привабливість свого туристичного підприємства.

Розробка бізнес-плану є складною справою, яка вимагає багато часу та коштів. Тому потрібно правильно розробити план, що сприятиме ефективній реалізації його.

Розробка бізнес-плану організації малого туристичного підприємства у сільській місцевості включає такі етапи:

Визначення напрямів і загального обсягу робіт зі складання бізнес-плану

Розробка структури бізнес-плану, форми документів, таблиць, графічного матеріалу

Підписання та затвердження

Оформлення бізнес-плану

Розробка розділів бізнес-плану

Збір необхідної інформації (1-й блок: внутрішня, 2-й блок: оцінка зовнішньоринкової ситуації, аналіз кон’юктури, моніторинг макроекономічного стану)

Експертно-аналітична і формально-аналітична ( з залученням інформаційних технологій) обробка вихідної інформації

Аналіз та оцінка ризиків

Презентація бізнес-плану потенційними інвесторами

Вибір із можливих альтернатив

Оформлення цифрового матеріалу

Схема 1. Етапи розробки бізнес-плану організації сільського туристичного підприємства

* 1. Етапи організації сільського туристичного підприємства

При організації туристичного підприємства у сільській місцевості власник садиби повинен чітко визначити яким видом сільського туризму він має займатися. Далі він має визначити мету створення сільської туристичної садиби та окреслити завдання, які потрібно вирішити для досягнення цієї мети. Потім господар оцінює можливості та ресурсну базу для організації туристичного підприємства, враховуючи природне середовище, соціальні, історично-культурні ресурси села проживання.

При організації сільського туризму важливе значення мають особисті якості господаря садиби . Це перш за все його ділові та організаторські здібності. Він має бути гостинним, щирим, комунікабельним, привітним, усміхненим, мати почуття гумору. Господар має увсідомлювати яку відповідальність він бере на себе при організації відпочинку міських мешканців у своїй садибі.

Створення сільської туристичної садиби має здійснюватися у чотири етапи. На першому етапі господар повинен визначити мету та завдання його діяльності. Туризм має бути для нього одним із видів підсобної діяльності до сільського господарства, чи головним видом підприємницької діяльності . Після цього господар повинен ознайомитися з чинним законодавством щодо особистого селянського господарства та підприємництва (законами, постановами, положеннями).

В результаті ознайомлення з нормативно-правовими документами господар повинен визначитися, чи буде він юридичною особою-підприємцем, чи переважно сільськогосподарським працівником. У першому разі господар повинен зареєструватися як підприємець та одержати ліцензію на право займатися туристичним бізнесом, у другому – господар як власник садиби та селянського господарства може займатися сільським туризмом без реєстрації та ліцензування, але величина обмежується 10 туристами.

Другий етап полягає у формуванні туристичного продукту шляхом організації основних туристичних послуг. До основних послуг належать:

-послуги по перевезенню туристів у туристичну садибу та їх відвезенню на залізничний вокзал (автостанцію);

-послуги з розміщення туристів;

-послуги з організації харчування туристів.

Серед основних послуг головною є забезпечення туристів житлом. Для цього в садибі відводиться одна, або декілька кімнат, які повинні мати одно-, двох, чи трьохліжкові спальні. Одна кімната має бути загальною (гостьовою). Для дітей окремо має бути дитяче ліжко. В кімнатах мають бути кондиціонери. В будинку повинні бути комп’ютер з Internet, або ноутбук, телевізор, якісь музичні інструменти. Спальні комплектуються наборами постільної білизни (матрац, подушка, ковдра, простирадло, напірник, підковдра, покривало). Для щотижневої зміни білизни її має бути із запасом. У спальні мають бути стільці, шафа з вішалками, тумбочка, люстра, трюмо, лампа. В коридорі на декілька кімнат обладнують кухню, туалет, ванну (або душ), умивальник. Якщо 30 осіб туристів потрібно два туалети і два умивальника.

Якщо кімнати розташовані на другому, або третьому поверхах, вони мають бути обладнані балконами.

Розміщення туристів можливе не в одному будинку з господарями, а в окремому будинку, який називають міні-готелем, або малим готелем.

**Малий готель** – колективний засіб розміщення, призначений для тимчасового проживання туристів і надання готельних та туристичних послу, з числом номерів11-20. У малих готелях можуть надаватися й додаткові послуги (харчування, торгівля, побутові, культурні і спортивні).

Поряд із розселенням важливим є організація харчування туристів, яка зводиться до двох варіантів:

1.Туристи готують і харчуються самостійно.

2.Туристи повністю чи частково харчуються у господаря.

Якщо туристи згодні повністю чи частково харчуватися у господаря садиби, то він може визначити з гостями прийнятий для них варіант харчування:

1.Туристи лише вранці снідають у господаря.

2.Туристи у господаря снідають і вечеряють .

3.Повноцінне харчування, коли господар щоденно надає туристам сніданок, обід та вечерю.

Після вирішення питання із харчуванням господар має з’ясувати орієнтовний перелік страв сучасної, чи національної кухні, які хотіли б споживати гості.

 Не менш важливе питання це інтер’єр кухні. Господар має так обладнати кухню, щоб вона милувала зір гостей і мала естетичний вигляд. Методів оздоблення дуже багато. Інтер’єр може бути у традиційному українському, гуцульському, поліському стилі.

Третій етап організації сільського туризму полягає у забезпеченні туристів системою додаткових послуг. Незважаючи на те, що основні послуги займають центральне місце в комплексі туристичних послуг, господарі сільських садиб мають приділити значну увагу й додатковим послугам, які є невід’ємною складовою комплексного туристичного продукту сільського туризму.

Чим більше додаткових послуг надають господарі туристам, тим кращий буде відпочинок городян у селі і залишиться гарний спомин та враження від цього відпочинку. В свою чергу це є рекламою даної садиби і можливістю збільшити потік туристів та підвищити імідж даної садиби на туристичному ринку.

Господар садиби може надавати **такі додаткові послуги**:

1.Транспортні. Господар власним автомобілем привозить туристів від залізничного вокзалу (станції), чи автостанції та відвозить їх після закінчення відпочинку.

2.Послуги відпочинку у лісі, або на воді. Організація екскурсій та пішохідних прогулянок по околицях, збір грибів, ягід та лікарських трав. Рибалка. Полювання на дичину. Купання, катання на човні чи катамарані на найближчій річці чи озері. Відвідування водоспаду, печери , унікальних гірських скель.

3.Організація екскурсій до визначних пам’яток історії, архітектури, культури, розташованих неподалік від села, в якому туристи проживають, а також відвідування соборів, церков, монастирів, музеїв.

4.Організація спортивних ігор ( волейбол, футбол, більярд, теніс, шахи) їзда на велосипедах, верхова їзда на конях.

5. Безпосередня участь туристів у приготуванні деяких страв (шашлика, рибацької юшки, грибів), виготовленні художніх виробів та предметів декоративно-прикладного мистецтва (ляльки-мотанки, яйця-писанки, свистунця з сиру чи глини, кошика з лози, горщика, витинанки, обереги.)

6.Безпосередня участь у сільськогосподарських роботах (доїння корови, або кози, косіння трави, виготовляти масло, або сир, качати мед, годувати кролів, нутрій, страусів).

7.Залучення туристів до масових заходів у межах села чи садиби (відзначення дня народження, свято останнього снопта, обрядові та календарні свята, фестивалі, народні свята).

Всі додаткові послуги поділяються на дві групи: безкоштовні та платні. Більшість видів відпочинку серед природи, спортивних ігор, участі у деяких видах робіт є безкоштовними. Більшість послуг за межами садиби є платними (транспорт, відвідування музеїв , різних памя’ток ). Деякі послуги вимагають від господарів певних інвестицій і вони надаються відпочиваючим на платній основі. Наприклад, катання на коні, відвідування сауни. Господар надає туристам в оренду за певну плату велосипед, взимку- лижі та санки, вудочки, мангал для шашлика, м’ячі, тенісні м’ячі та сітку, шахи. Оплата за користування такими предметами встановляються погодинна.

При наданні додаткових послуг господар садиби не повинен забувати про забезпечення безпеки відпочиваючих. Він повинен по кожному виду додаткових послуг передбачити і гарантувати безпеку життя та здоров’я туристів та їхніх дітей.

Четвертий етап організації сільської садиби для відпочинку туристів полягає у благоустрої садиби та прилеглої території. Важливо створити гарне перше враження туриста від ознайомлення з садибою, в якій він буде відпочивати. Перше враження від зовнішнього вигляду садиби дуже важливе для туриста. Для цього господар повинен зробити все, що від нього залежить, а саме:

1.Територію садиби потрібно постійно утримувати в чистоті та порядку. Санітарно-гігєнічний стан її повинен бути бездоганним.

2.Оригінально оформити ворота, хвіртку, зробити в’їзну арку, а також зробити нормальний під’їзд (заасфальтувати частину вулиці чи дороги).

3.Естетично оформити подвір’я шляхом озеленення його території (квіти, дерева, кущі, газонна травичка) та облаштування водних об’єктів ( фонтан, водоспад. «криниця з журавлем»).

4.Деякі господарі створюють стилізоване українське подвір’я. Ставлять у центрі його чумацький віз із мішками, горшками, гарбузами тощо.

5.Територія садиби має бути облаштована для відпочинку гостей на свіжому повітрі. Господарі ставлять на ній столики, лавочки, гойдалки, бесідки, оглядовий майданчик. Туристи можуть приїхати власним транспортом та з дітьми. Тому на території садиби мають бути облаштовані місця для стоянки автомашин та дитячий ігровий майданчик.

За приблизними розрахунками, вартість створення сільського будинку для відпочинку туристів становить 500-1000$ в розрахунку на одну особу. Період окупності витрат на будинок становить три роки.

Контрольні запитання

1.Які категорії нормативно-правових актів регулюють розвиток сільського туризму в Україні?

2.Назвіть головні нормативно-правові акти, які регулюють розвиток сільського туризму в Україні?

3.Яку роль відіграла «Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні» у становленні та розвитку сільського туризму в Україні за 20 років діяльності?

4.Порядок розробки бізнес-плану сільського туристичного підприємства.

5.Етапи організації сільського туристичного підприємства.

Розділ 5. Ліцензування, сертифікація та категоризація сільських туристичних підприємств

5.1.Реєстрація, ліцензування та оподаткування сільських туристичних підприємств

В Україні існує два правових положення щодо утворення туристичних підприємств у сільській місцевості.

У Законі України «Про особисте селянське господарство» (2003р.), стаття 1 дано визначення поняття «особисте селянське господарство», а також стверджується, що «діяльність, пов’язана з веденням особистого селянського господарства, не відноситься до підприємницької діяльності». У цій же статті зазначається, що селянин поряд із сільськогосподарським виробництвом може надавати послуги, у тому числі й у сфері сільського зеленого туризму з використанням майна особистого селянського господарства. Це означає, що організація сільського туризму не потребує реєстрації та одержання сертифікату. Єдине, що потрібно селянину, згідно статті 4, здійснити облік особистого селянського господарства у сільській чи селищній раді.

Поряд із цим видом туристичних підприємств у сільській місцевості існують підприємства, розташовані за межами особистих селянських господарств, на окремо виділених, або приватизованих земельних ділянках, на яких будується гостьовий будинок. Власник його займається туристичним бізнесом. Таке мале підприємство потрібно реєструвати відповідно до вимог Закону України «Про підприємництво», який прийнято 1991 р. За законом засновник подає установчі документи і реєструється як суб’єкт підприємницької діяльності. Реєстрація власника садиби як суб’єкта підприємницької діяльності розширяє його можливості щодо планування туристичної діяльності.

Реєстрація фізичної особи як суб’єкта підприємницької діяльності здійснюється згідно постанови Кабінету Міністрів України від 25 травня 1998 р. «Про порядок реєстрації суб’єктів підприємницької діяльності».

 Органом державної реєстрації залежно від місця проживання є виконавчий комітет міської, районної у місті ради, або районна державна адміністрація.

Створення готелів чи гостьових будинків у туристичному підприємництві регулюється вимогами постанови Кабінету Міністрів України від 15 березня 2006 р. «Про порядок надання послуг з тимчасового розміщення (проживання)», якою готелі та інші об’єкти тимчасового проживання поділяються на колективні ( з кількістю місць 10 і більше) та індивідуальні (менше 10 місць). Власники індивідуальних засобів розміщення туристів не вважаються суб’єктами підприємницької діяльності і не повинні реєструватися.

Порядок здійснення оподаткування сільських туристичних підприємств регулюється Указом Президента України від 3 липня 1998 р. «Про спрощену систему оподаткування, обліку та звітності суб’єктів малого підприємництва».

Ставка єдиного податку для суб’єктів малого підприємництва – фізичних осіб встановлюється місцевими радами державної реєстрації, залежно від виду діяльності.

Для переходу на спрощену систему оподаткування слід подати заяву до органу державної податкової служби за місцем державної реєстрації.

Рішення про перехід на спрощену систему оподаткування може бути прийняте не більше одного разу за календарний рік.

Як платять податки власники туристичних садиб, які не є суб’єктами підприємницької діяльності, розглянемо на такому прикладі. Відпочиваючи в Трускавці, я відвідав селище Східниця Львівської області і побував у туристичній садибі Олега Дороша. Він здає туристам 5 двохмісних кімнат і не зареєстрований як підприємець. Щомісяця він платить податок у розмірі 20% від мінімальної зарплати (1.250 грн.). Це 250 грн. Крім того платить єдиний соціальний податок у пенсійний фонд України.

Щомісяця він подає у районну податкову службу звіт про прибутки від надання туристичних послуг.

5.2. Програма екологічного маркування сільських туристичних садиб «Зелена садиба»

Програма екологічного маркування сільських туристичних садиб затверджена у 2004 р. і одержала назву «Зелена садиба».

Вона розроблена на основі міжнародних стандартів фахівцями «Спілки сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні» за підтримки Швейцарського фонду співробітництва.

Головними причинами, що спонукали до запровадження екологічного маркування сільських садиб, були:

* підвищення популярності сільського туризму завдяки акцентуванню його екологічній складовій ;
* посилення уваги сільських мешканців до збереження та охорони природного середовища;
* забезпечення власників екологічних садиб маркетинговим інструментом для просування своїх послуг на туристичному ринку.

З розвитком популярності сільського туризму в Україні зростає й актуальність проведення екологічного маркування, яке сприяє підвищенню попиту міських мешканців на відпочинок у сільських садибах, розширенню реклами й популярності туристичних підприємств.

Процедура екологічного маркування полягає у тому, що до господаря сільської садиби виїжджає інспектор Спілки, який перевіряє відповідність садиби вимогам програми «Зелена садиба» щодо екологічної ситуації на території садиби та навколо неї.

Зібрана інспектором інформація передається Комісії, затвердженої правлінням «Спілки сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні», яка приймає рішення щодо надання знаку «Зелена садиба» відповідної категорії.

Згідно з положенням існують 4 категорії:

Категорія «Стандарт» надається сільським туристичним підприємствам, які виконують мінімальні вимоги, будинок повинен мати освітлення, задовільний стан садиби та подвір’я, наявність аптечки, інструкції з пожежної безпеки, автостоянку, зелені насадження, місце для розведення вогню.

Категорія 1 – вимоги категорії «Стандарт» та додатково:

* всі спальні кімнати з умивальниками;
* туалет лише для туристів;
* ванна для туристів, але не більше 6 осіб.

Категорія 2 – відповідати вимогам категорії 1 та додатково:

* половина кімнат повинна мати туалет;

Категорія 3 - відповідати вимогам категорії 2 та додатково:

* житлова площа одномісної кімнати 10 кв. м., двомісної 14 кв. м.;
* до 90% кімнат із туалетом.

За результатами екологічного маркування власникові садиби видається

сертифікат на 2 роки.

Станом на 1 січня 2013 р. екологічне маркування пройшло 58 садиб 7 областей України, із них одержали сертифікат першого рівня 86 %, другого – 14%, третього – жодної садиби. Як бачимо, з екологічною якістю сільських туристичних садиб в Україні справи дуже погані.

В той же час екологічне маркування є необхідною умовою виходу українського сільського туризму на зовнішній туристичний ринок .

5.3 Програма категоризації сільських туристичних садиб «Українська гостинна садиба»

З метою підвищення якості туристичних послуг «Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні» у 2008 році прийняла рішення, яким затверджено «Програму добровільної категоризації у сфері сільського зеленого туризму», яка називається «Українська гостинна садиба»». Метою програми є розвиток різних форм поселень у сільських садибах, підвищення якості комплексного обслуговування туристів з послуг розміщення та сприяння розвитку сільських територій в Україні. Що таке різні форми поселення в українських селах? Наприклад у Східниці створені такі форми: приватна садиба, відпочинкова оселя, готель, вілла, котедж, гостиний двір.

Категоризація сільських садиб призначена для приведення до стандартів якість та асортимент туристичних послуг. Актуальність проведення категоризації зумовлена тим, що власники сільських садиб, які пройшли категоризацію, надають передбачений перелік послуг та забезпечують комфортні умови проживання гостей. Комфортність місць проживання забезпечується обладнанням сільської садиби усім необхідним для зручного та безпечного проживання туристів. Вимоги категоризації розроблені відповідно до вимог державного стандарту «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Загальні вимоги» ДСТУ-2003.

Програма поширюється на індивідуальні сільські садиби, власники яких є членами «Спілки сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні».

Одночасно з Програмою правління «Спілки сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні» затвердило «Положення про порядок проведення категоризації у сфері сільського туризму». Для проведення категоризації при Спілці створена спеціальна комісія. Власник садиби подає до Комісії з категоризації у сфері сільського туризму заяву з проханням провести категоризацію житлового будинку у межах його садиби та включити його у всеукраїнську мережу «Українська гостинна садиба». До заяви додається анкета з характеристикою житлового будинку, в якому проживають туристи. Після перевірки документів голова Комісії направляє до господаря садиби експерта-консультанта для проведення категоризації. Ознайомившись із садибою, експерт складає протокол вимог програми «Українська гостинна садиба», які включають 120 пунктів по кожній із чотирьох категорій обліку. В залежності від комфортності та якості туристичних послуг, які надає дана садиба, експерт визначає якій категорії вона відповідає і зазначає це у висновках свого протоколу. Експерт-консультант подає до Комісії заповнений та підписаний ним протокол вимог. Комісія на своєму засіданні приймає рішення про присвоєння даній садибі відповідної категорії та знака.

Знак містить композицію із словосполучення українською «Українська гостинна садиба» зверху та англійською «Ukrainian guest house» знизу. Всередині знака жовто-зелене графічне зображення української сільської хатинки, а під ним позначено одну, дві, або три квітки мальви, що відповідає певному рівню категорії туристичного продукту.

Базова категорія (категорії Б) – найнижча – садиба має відповідати мінімальним вимогам, встановленим до місць розміщення туристів (без квітки ).

Перша категорія – садиба має відповідати вимогам базової категорії та додатково наявність автостоянки, озеленення території, площі санітарних приміщень.

Друга категорія- садиба відповідає вимогам першої категорії та додатково наявність світлової вивіски, окремого входу для гостей, дитячого майданчику, бані (або сауни), доступу до Internet.

Третя (найвища) категорія – садиба відповідає вимогам другої категорії та додатково наявність плавального басейну, гаража, телевізора у кожній кімнаті, 100% - одно- та двомісних кімнат, цілодобове забезпечення холодною та гарячою водою.

Знак «Українська гостинна садиба» надається сільським туристичним підприємствам, які відповідають 11 розділам вимог:

1. Садиба та благоустрій території.
2. Приміщення загального користування.
3. Загальне технічне обладнання.
4. Вимоги до житлового фонду.
5. Технічне оснащення кімнат.
6. Умеблювання кімнат.
7. Санітарне обладнання.
8. Кухня та допоміжні приміщення.
9. Послуги.
10. Вимоги до персоналу та його підготовленості.
11. Охорона навколишнього природного середовища.

Станом на 1 січня 2013 р. за програмою категоризації сільських садиб «Українська гостинна садиба» пройшло категоризацію 195 садиб 18 областей України, з них 73% - одержало сертифікат базового рівня, 7% - першого, 10% - другого і 10% - третього.

Як бачимо, майже дві третини всіх сільських туристичних садиб України, які пройшли категоризацію, мали базову категорію якості наданих туристичних послуг.

Низька комфортність сільських садиб зумовила багатьох їх власників не брати участь у добровільній категоризації садиб.

Контрольні запитання:

1.Порядок здійснення ліцензування та оподаткування сільських туристичних підприємств.

2.Програма екологічного маркування сільських туристичних садиб «Зелена садиба».

3.Програма категоризації сільських туристичних садиб «Українська гостинна садиба».

Розділ 6. Маркетинг сільського туризму

6.1. Сутність та етапи маркетингової діяльності у сільському туризмі

Організація приватного сільського туристичного підприємства з відповідним набором туристичних послуг ще не є гарантією його прибуткової діяльності. Не менш важливо створити імідж даного підприємства на внутрішньому туристичному ринку та забезпечити попит на його туристичний продукт. Для цього господар має займатися маркетинговою діяльністю .

Маркетинг – це філософія бізнесу. Маркетинг – це стиль мислення, коли потрібно шукати баланс між потребами і можливостями. Маркетингові комунікації – це система заходів, спрямованих на інформування та переконання споживачів у реалізації турпродукту даного підприємства, створення гарного іміджу цього підприємства на туристичному ринку.

Продукт – це те, що ви продаєте і не лише його властивості, але й те, чим він відрізняється від продуктів конкурентів, або чим він кращий. У теорії маркетингу послуги також називаються «продуктами», хоча вони й нематеріальні.

В туризмі продукт є складним конгломератом різних послуг, які найкраще сприймати як «суму отриманих вражень». Наприклад, екскурсія з метою огляду визначних місць включає багато таких компонентів, як транспортний засіб і водій, пояснення гіда, вид з вікна, відвідування визначного місця, якість і місце харчування. Навіть проста ночівля із сніданком складається з декількох компонентів: теплота прийому, місце розташування, комфорт спальні, ванної, якість сніданку.

Дуже важливо розглянути властивості, переваги і блага послуги, яка продається сільським господарем. Властивості - це фізичні характеристики. Переваги забезпечуються властивостями, а блага – це те, що можна отримати завдяки цим перевагам. Люди купують не властивості, а блага.

Найважливішими складовими сільського туристичного продукту є:

* туристичні атракції місцевості (наприклад, природне середовище, пам’ятки, цікаві об’єкти, національні парки, ботанічні сади, торговельні центри, культурні та релігійні атракції, музеї, а також мешканці – їх культура і звичаї);
* інфраструктура місцевості (нічліжна база; гастрономічна база – ресторани, бари, кав’ярні; транспорт – таксі, автобуси, оренда автомобілів; торговельна мережа; заклади обслуговування тощо);
* доступність місцевості (кількість транспорту, а також інфраструктура, залізнична мережа, автошляхи, судноплавні річки);
* імідж місцевості, що існує у свідомості потенційних туристів та впливає на їх бажання відвідати цю місцевість.

Сутність маркетингу сільського туризму зводиться до пошуку:

а)потенційних споживачів, які готові споживати даний туристичний продукт;

б)таких споживчих якостей туристичного продукту, які зацікавили б потенційних споживачів.

Реалізація сільського туристичного продукту на внутрішньому туристичному ринку України здійснюється у таких формах:

1. Прямий продаж послуг житла та харчування власником без посередників. Прямий продаж відбувається через зустріч туриста із власником на порозі його садиби за допомогою телефону, шляхом поштової переписки, через Internet. Переваги цього підходу полягають у безпосередньому спілкуванні, можливості визначити потреби в основних та додаткових послугах, можливість особистого контролю за продажем.
2. Просування туристичного продукту через кооперативні об’єднання власників туристичних садиб.
3. Реалізація туристичного продукту через посередників, зокрема туристичні фірми (агентів).
4. Просування туристичного продукту за допомогою громадських організацій у сфері сільського туризму.

Оцінка попиту на послуги конкурентів

Етап 1

Аналіз ринку послуг сільського туризму

М

А

Р

К

Е

Т

И

Н

Г

О

В

А

Д

І

Я

Л

Ь

Н

І

С

Т

Ь

Оцінка стану забезпечення ресурсами агротуристичних господарств

Визначення загальних тенденцій розвитку економічної кон’юктури у державі, регіоні та у сфері соціально-демографічної політики

Етап II

Прогноз зміни ринкової ситуації

З’ясування потенційних можливостей господарств щодо збільшення кількості й асортименту туристичних послуг

Популяризація, реклама тощо

Етапи III

Вибір і застосування мотиваційних інструментів активізації попиту

Цінові акції, знижки

Спрощення продажу туристичних продуктів

Пропонування послуг та їх реалізація

Етап IV

Організація продажу і контролю

Поточний контроль продажу та аналіз фактичного стану

6.2. Роль громадських організацій у проведенні маркетингу сільського туризму

Діяльність громадських організацій щодо сприяння проведення маркетингу сільського туризму зводиться до:

а) створення іміджу сільської місцевості, в якій розташовані туристичні підприємства;

б) стимулювання індивідуальних маркетингових зусиль шляхом надання зацікавленим особам грантів, проведення тренінгів та консультацій.

Створення іміджу – це одна з найпомітніших функцій неурядових організацій з маркетингу сільського туризму. Імідж створюється і підтримується різноманітними суспільними акціями, формуванням громадської думки, рекламою традиційних етнокультурних цінностей.

Другою важливою складовою діяльності громадських організацій з маркетингу сільського туризму є підтримка та управління туристичною продукцією на мікрорівні, тобто громадський сектор працює з власниками туристичних садиб, підтримуючи їхню маркетингову активність. Метою такої діяльності є інформаційна допомога сільським підприємцям, які займаються туристичним бізнесом.

В Україні громадський сектор сільського туризму представлений «Спілкою сприяння розвитку сільського туризму в Україні» та її обласними організаціями. Одним із основних напрямів діяльності Спілки є розробка і реалізація маркетингової політики у сфері сільського туризму. Проілюструємо це на прикладі маркетингової діяльності громадської організації «Львівський обласний центр сприяння розвитку сільського зеленого туризму», що з 2001 р. впроваджує проект «Консультаційно-маркетингова агенція розвитку сільського зеленого туризму» за підтримки посольства США в Україні. Консультаційно-маркетингова агенція- це структурний підрозділ обласного Центру, яка створена для міжнародної підтримки розвитку сільського туризму в Карпатському регіоні.

Основні завдання консультаційно-маркетингової агенції на цьому етапі розвитку сільського туризму можна сформулювати так:

1.Створення постійної робочої групи з надання консультаційно-маркетингових послуг для населення, зайнятого у галузі сільського туризму в області.

2.Забезпечення правових і організаційних засад діяльності сільського туризму у формі підприємства, або виду підсобної діяльності.

3.Організація спільного вивчення ринку сільського туризму, реклама місцевих туристичних пропозицій, пошук організаційно-економічних механізмів співпраці власників садиб з органами місцевої влади.

4.Узагальнення правового і господарського механізмів функціонування сільського туризму в області, внесення пропозицій у нормативно-правові акти з сільського туризму, передача практичного досвіду розвитку туризму у ринкових умовах в інші регіони України.

 В процесі реалізації проекту проведені такі заходи: засідання «круглого столу», виставки-ярмарки, тренінги з підприємництва для власників садиб, наукова конференція, інформаційні тури по модельних районах (Сколевлькому та Жовківському).

6.3. Інформаційна система маркетингових комунікацій

Важливу роль у реалізації на ринку туристичного продукту відіграє створення маркетингової інформаційної системи (МІС), що являє собою сукупність усіх видів інформації, необхідних для застосування у туризмі.

Маркетингова інформаційна система включає 4 види систем нижчого рівня:

1. Систему внутрішньої інформації – включає дані про стан приватного сільського туристичного підприємства (інформаційна листівка).
2. Систему зовнішньої інформації – подає відомості про село, в якому розташовані туристичні підприємства, туристичний ринок, поведінку покупців та постачальників турпродукту.
3. Систему маркетингових досліджень, яка базується на інформації, одержаній в результаті вивчення конкретних напрямів маркетингової діяльності.
4. Систему маркетингового аналізу, що подає інформацію про співвідношення планових показників діяльності туристичних підприємств.

 Для аналізу маркетингової інформаційної системи слід використовувати такі джерела інформації:

1.Для аналізу системи внутрішньої інформації:

- відгуки туристів про перебування в туристичних садибах;

- щомісячні звіти господарів сільських туристичних підприємств;

- відгуки конкурентів та посередників.

2. До зовнішніх джерел інформації належать:

- законодавчі та нормативні акти України з питань туризму, у тому числі у сільського туризму;

- періодичні друковані видання з питань туризму (Журнал «Туризм сільський зелений», «Мандри», газета «Україна туристична»);

- наукова та довідкова література з питань сільського туризму, атласи і туристичні карти (путівники, буклети, проспекти);

- матеріали конференцій, «круглих столів» та нарад з питань сільського туризму;

- каталоги виставкових та ярмаркових заходів;

- матеріали «Спілки сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні» та її обласних відділень.

Основною складовою маркетингової інформаційної системи є Інтернет – глобальна комп’ютерна мережа, що охоплює весь світ. Інформаційні ресурси в Інтернеті представлені у формі окремих веб-сайтів.

Маркетингову сутність веб-сайтів проілюструємо на прикладі офіційного веб-сайту «Спілки сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні» . Інформація на цьому сайті згрупована за двома принципами. З одного боку, потенційному споживачеві пропонується коротка інформація про кращі туристичні сільські садиби в регіонах України. З іншого боку, створена комп’ютерна база всіх зареєстрованих у Спілці садиб, згрупованих по областях України.

6.4. Організація рекламної діяльності у сфері сільського туризму

Реклама – це засіб поширення інформації та створення повного уявлення про конкретний продукт з метою спонукати людину придбати його. Рекламуючи туристичні послуги, суб’єкт туристичної діяльності публічно подає інформацію за допомогою яскравих художніх, технічних чи психологічних прийомів з метою збільшити попит на конкретний турпродукт.

Рекламне оголошення – засіб подання інформації рекламодавця (власника сільської садиби) споживачу. У великому потоці рекламної інформації оголошення є простим переліком переваг туристичного продукту і навряд чи може бути поміченим потенційним споживачем. Воно матиме невеликий шанс на перегляд споживачем.

Цілком зрозуміло, що змусити кого-небуть прочитати оголошення є просто неможливо. Тому воно повинно бути таким, щоб спонукало споживача прочитати його. Туристичне рекламне оголошення включає тему та девіз Рекламна тема знаходить своє відображення в яскравому заголовку – девізі. Девіз – коротке гасло, яке відображає якість послуг, обслуговування, напрям діяльності відпочинкової оселі іноді в прямій, а частіше алегоричній чи абстрактній формі. Підраховано, що девіз у порівнянні з рекламою читають у п’ять разів більше людей. Тому в ньому споживач повинен бачити все, що його цікавить, а головне – вигоду даної рекламної пропозиції для себе.

Приклад рекламного оголошеня

Гостиний двір «Анастасія»

|  |  |
| --- | --- |
| Девіз Вступна частина ІнформаційнийблокДовідковаінформаціяЕхо-фраза | Знайди цвіт папороті!Задумайтесь про літній відпочинок вже сьогодніЗапрошуємо відвідати 6-7 липня 2019 року народні фестини «На Івана Купала» в с. Татарів, Надвірнянського району, Івано-Франківської області. Для вас – неповторні відчуття Купальської дивоночі, язичницькі забави предків, а також відпочинок в затишній оселі та приємні сюрпризи.Львів, вул. Дорошенка, 41. Консультативно-маркетингова агенція з сільського туризму тел. (0322) 72-71-11До щастя дорогу знайти є надія. Бо з вами завжди Анастасія  |

Туристична реклама – активний засіб здійснення маркетингової діяльності сільських туристичних підприємств по просуванню турпродукту серед потенційних споживачів.

Основні канали поширення туристичної реклами:

* включення інформації про туристичні підприємства у каталог «Українське село запрошує» та путівник із сільського туризму «Відпочивайте в українському селі», які видавала «Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні», різні буклети та проспекти;
* оголошення на стовпах, деревах, дошках об’яв у найбільш людних місцях міст та селищ України, особливо поблизу станцій метро, зупинках міського транспорту, в туристично-рекреаційних центрах;
* оголошення у загальнодержавній газеті «Сільські вісті», інших газетах та журналах;
* коротка інформація про приватну садибу-готель (віллу) на туристичних картах областей, планах міст та селищ міського типу – курортних центрах;
* візитівка сільської садиби її господаря з адресом та телефонами;
* прайс-листи з цінами на туристичні продукти та послуги;
* використання ЗМІ (спецрепортажі, відео- та аудіороліки);
* документальні короткометражні фільми;
* реклама в Іnternet;
* реклама у місцях продажу (вітрини магазинів, кіосках, торговельних центрах);
* реклама на транспорті ( у метро, автобусах, маршрутках, на зупинках транспорту);
* сувенірна реклама (календарики, авторучки, блокноти, наклейки, магнітики, футболки);
* зовнішня реклама (щити, оголошення , білборди);

 -піктограми у вигляді умовних позначень дають конкретну інформацію про якість сільської садиби.

6.5. Формування ціни на сільський туристичний продукт

Формування ціни на послуги сільського туризму є складним соціально-економічним завданням, яке має вирішуватися у чотири етапи:

1. На першому потрібно сформулювати стратегію ціноутворення. Може бути 3 стратегії:

а) стратегія спеціальних та сезонних цін. Для залучення туристів, які можуть купити велику кількість турпродукту, власники садиб пропонують спеціальні ціни, трохи нижчі від звичайних. Окрім того, у зимовий період власник пропонує знижену ціну на турпродукт, що дозволить використовувати ліжко-місця цілий рік;

б) стратегія дискримінаційного ціноутворення базується на ціновій еластичності попиту. Наприклад знижувати ціни пенсіонерам, або місцевим мешканцям, учасникам АТО;

в) стратегія психологічного ціноутворення. Рівень цін складається у підсвідомості покупця в результаті переговорів власника садиби з туристами.

2. Другий етап полягає в аналізі чинників ціноутворення, окремо внутрішніх та зовнішніх.

 До внутрішніх ми відносимо:

* виживання, якщо спостерігається спад кількості туристів і власник садиби прагне до виживання;
* максимізація прибутку – власник встановлює високі ціни на свій турпродукт бо йому потрібен великий прибуток;
* лідерство на туристичному ринку шляхом забезпечення високої якості послуг.

 Зовнішні чинники:

* узгодження рівня цін з попитом та характером ринку;
* продаж супутніх товарів (чай, кава, шоколад);
* взаємозв’язки ціни та попиту. Зазвичай попит і ціна пов’язані обернено пропорційно ( чим вища ціна, тим менший попит). У деяких випадках діють нецінові чинники (мода, популярність).
1. Третій етап полягає у виборі методу встановлення ціни:

а) ціноутворення на основі витрат. Найпростіший метод – витрати плюс прибуток, що означає додавання до витрат надбавку;

б) ціноутворення за цільовим прибутком. Власник прагне визначити таку ціну, щоб досягти балансу доходів та витрат;

в) ціноутворення на основі сприйняття туристом ціни. Власники найчастіше використовують цей метод пов’язаний із сприйняттям покупцем всіх цінностей туристичних послуг.

4. Четвертий етап полягає у визначенні цін на основні та додаткові туристичні послуги, які залежатимуть від іміджу садиби на туристичному ринку району, області, країни, географічного положення садиби відносно центру села, головної вулиці, головної автомагістралі та природно-географічних об’єктів ( річки, озера, гір, долини тощо).

Перебуваючи у Східниці, ми цікавилися у господарів садиб про ціну оренди кімнати. Вони відповіли, що у літній період вони беруть 100 грн. з особи за одну добу. Така ж вартість і у зимовий туристичний сезон (грудень-січень). У міжсезоння (жовтень-листопад та лютий-травень) ціна ліжко-місця падає до 50 грн. У цю вартість входить лише проживання. Харчування господарі, як правило, не пропонують. Вони надають туристам плиту, посуд та холодильник для власного приготування їжі.

Контрольні питання

1. Сутність маркетингу сільського туризму.
2. Форми реалізації сільського туристичного продукту на внутрішньому туристичному ринку.
3. Етапи маркетингової діяльності у сільському туризмі.
4. Роль громадських організацій у проведенні маркетингу сільського туризму.
5. Маркетингова інформаційна система та її структура.
6. Організація рекламної діяльності у сфері сільського туризму.
7. Етапи формування ціни на сільський туристичний продукт.

Розділ 7. Європейський досвід організації сільського туризму

* 1. Європейські організації у сфері сільського туризму

Інтерес до сільського туризму в розвинених країнах Європи надзвичайно великий. Сільський туризм у цих країнах займає друге місце після відпочинку на морі. В середньому 35 % міського населення країн Європейського Союзу віддають перевагу відпустці у сільській місцевості.

В середньому в європейських країнах 10-20% надходжень від туризму припадає на сільський туризм.

Сьогодні сільський туризм розглядається у високоурбанізованих європейський країнах як важливий засіб повернення міських мешканців до природи, трохи пожити у чистому природному середовищі серед простих людей-селян, відкрити для себе народні ремесла, художні промисли, звичаї, обряди, сільську кухню. Сільська місцевість задовольняє потреби громадян у фізичному відновленні, в активних видах оздоровлення у романтичних емоціях.

У Європі сформувалося два види сільського туризму: «чистий» та «змішаний». Перший включає діяльність селян лише з обслуговування туристів. Такі туристичні міні-готелі розташовуються неподалік від магістральних автошляхів (автобанів). Другий створюється на базі фермерських господарств, в яких вирощують овочі, фрукти, худобу для споживання туристами. Приблизно 25 % прибутку фермери одержують від туризму.

Сільські господарі та підприємці, які займаються сільським туризмом, об’єдналися у регіональні та національні асоціації. Для координації діяльності їх у 1989 р. створена Європейська федерація сільського та фермерського туризму (Eurogites), яка об’єднує 35 організацій з 28 європейських країн. До національних асоціацій увійшло 90 тис. приватних власників, які пропонують туристам 130 тис. житлових будинків. За оцінкою Федерації, у 2015 р. вмістимість сільських туристичних будинків становила близько2 млн. ліжко-місць.

Основні завдання діяльності Європейської федерації:

* сприяння розвитку сільського туризму в Європі;
* всебічна популяризація цінностей відпочинку у сільській місцевості;
* вивчення та збереження потенціалу сільського туризму;
* цільове інвестування проектів розвитку сільського туризму;
* надання консультативної, навчальної та рекламної допомоги організаторам сільського туризму;
* сертифікація садиб-членів Федерації.

З 2005 р. всеукраїнська «Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні» є членом Європейської федерації сільського та фермерського туризму. Перший конгрес Європейської федерації відбувся у 2003 р. у м. Хаєн, Іспанія.

Другим громадським об’єднанням у сфері сільського туризму є створена у 1992 р. Центрально-Східноєвропейська спілка по прийому туристів у сільській місцевості. Ця спілка об’єднує 14 країн Центральної та Східної Європи. Метою діяльності Спілки визначено обмін досвідом організації сільського туризму, методична допомога власникам агросадиб.

У Європі 20-30 % туристів орієнтується на відпочинок у екологічно сертифікованих сільських садибах. Найбільш популярним в Європі серед туристів є екоагросадиби, розташовані у мальовничих місцевостях, де пропонують екологічно чисті продукти. Мережа екоагросадиб об’єднана у Європейський центр екоагротуризму (ЕСЕАН), який сприяє розвитку екологічного сільського туризму та підтримує захист навколишнього природного середовища. Участь у програмі Європейського центру та наявність відповідного екологічного знаку дає екоагросадибам певні переваги, приваблює більше туристів та підвищує якість наданих туристичних послуг.

Велика увага в сучасному світі приділяється збереженню від забруднення природного середовища, вирішенню екологічних проблем. Зараз діє Всесвітня програма екологічного маркування та сертифікації сільської туристичної діяльності «Зелена куля-21» (Green Globe) , яка сприяє сталому розвитку туризму та збереженню довкілля. Сьогодні у 40 країнах світу діє приблизно 100 систем екологічної сертифікації туристичної діяльності, які є важливим інструментом збереження навколишнього природного середовища. Програма «Green Globe-21» базується на «Порядку денному для XXI ст.», прийнятому у 1992 р. в Ріо-де-Жанейро на Всесвітній конференції з охорони природи. В резолюції визначені головні принципи взаємодії природи та суспільства і сталого екологічного та економічного розвитку країн світу.

* 1. Організація сільського туризму в країнах Центральної та Східної Європи

Заслуговує на увагу досвід організації сільського туризму в близьких сусідах-державах, які як і Україна були у складі Радянського Союзу.

**Молдова** – країна тисячолітніх традицій, мальовничих пейзажів у басейні Дністра та підземних винних погребів. У 2000 р. створена Асоціація сільського туризму (ANTRES –Молдова), яка бере участь у створенні та просуванні національного туристичного продукту, вдосконаленні туристичного законодавства, навчанні селян організації туристичної діяльності.

**Білорусь.** У 2002 р. створено Білоруське громадське об’єднання «Відпочинок у селі», а також Центр розвитку агро- та екотуризму, які надають консультації, здійснюють навчання, тренінги та семінари, проводять моніторинг туризму, а також допомагають господарям із сертифікацією та стандартизацією туристичного продукту. В Білорусі діє Програма кредитування «Бєлагропромбанком» суб’єктів агротуризму терміном до 5 років під 5 % річних. В країні 900 агросадиб, які давали дохід 600 $ в місяць.

Цікавий досвід у сфері сільського туризму мають країни Балтії.

**Естонія.** У 2000 р. створене об’єднання Естонського сільського туризму, яке сприяло суб’єктам туризму брати участь у міжнародних туристичних ярмарках, розвитку культурного туризму, рукодільного мистецтва, ознайомлення туристів з естонською кухнею. Об’єднання присвоює ступінь якості туристичним підприємствам ( три ступні означаються кількістю волошок), яка надається на три роки.

**Латвія.** Сільський туризм в Латвії виник у 1990р. після створення фермерських господарств. У 1993р. заснована «Латвійська асоціація сільського туризму», яка допомогла підвищенню якості та розширенню видів туристичних послуг. В Латвії є три варіанти розміщення туристів у сільському будинку, котеджі та гостьовому будинку, які відрізняються рівнем комфорту. У Латвії діє екологічне маркування «Зелений сертифікат»(ЗС), що надається сільським будинкам, котеджам та кемпінгам, які проводять туристичну діяльність, що не шкодить довкілю.

**Литва.** Сільський туризм в країні почав розвиватися з 1997р. як альтернатива економічного розвиту сільських територій. Асоціація сільського туризму Литви здійснює різноманітну діяльність, спрямовану на підвищення якості туристичних послуг, проведення маркетингу сільського туризму.

Не менш цінним є досвід наших західних сусідів в організації сільського туризму.

**Польща**. У 1997 р. заснована Польська федерація сільського туризму, яка здійснювала різні заходи підтримки суб’єктів туризму в сільській місцевості. У Польщі прийнято дві категорії об’єктів сільського туризму: «Відпочинок у селі» та «Відпочинок у фермера», яким відповідали два види туризму: сільський туризм та агротуризм. У колишніх дачних селах став розвиватися так званий «відпочинок під грушою». Значний розвиток агротуризму зумовлений сприятливими природними та соціально-економічними умовами. У 2010 р. в Польщі було 7692 агротуристичних підприємств ємністю 82,7 тис. місць, що у 10 разів більше, порівняно з 2000 р. Найбільша кількість їх у Карпатах.

Добровільну класифікацію та стандартизацію агротуристичних підприємств здійснює Польська федерація сільськогосподарського туризму «Гостинне господарство». У 2010 р. таку класифікацію пройшло 622 агротуристичних підприємства, або 8 % загальної кількості, з них 46 % підприємств одержали категорію «Стандарт», 30 % - I категорію, 21 % - II категорію, 3 % - III категорію.

Після отримання відповідної категорії агротуристичне підприємство має право використовувати знаки Федерації.

**Угорщина.** Законодавством країни сільський туризм віднесено до особистого селянського господарства «Родзинкою» сільського туризму в Угорщині є поєднання його з національними традиціями конярства. Щорічно в країні проводиться національні фестиваль кінного спорту, на який приїздить багато туристів. На розвиток кінного туризму щорічно виділяються значні кошти.

**Румунія.** Інтереси власників представляє створена у 1994 р. Національна асоціація сільського, екологічного та культурного туризму (ANTREC), до якої входить 3,2 тис. членів і 2,5 тис. сільських садиб. Асоціація розробляє і просуває румунський сільський туризм на міжнародному ринку, сприяє підвищенню якості туристичних послуг (класифікуються 1-5 ромашок), спрощенню законодавства у сфері сільського туризму.

7.3.Організація сільського туризму в країнах Північної та Західної Європи

Північна Європа.

У країнах Північної Європи діє 5-зіркова система категоризації сільських садиб в залежності від житлової площі будинку та рівня благоустрою.

**У Фінляндії** найбільший попит має оренда мебльованих лісових будиночків на берегах річок та озер для відпочинку міських туристів. Більшість будинків має телевізор, а 4-5-зіркові- сучасну побутову техніку.

**В Ісландії** запроваджена категоризація сільського житла для туристів. Усі садиби поділено на три категорії в залежності від комфортності кімнат. Крім категоризації номерів існує категоризація гостьових будинків (категорії A,B,C,D).

**Великобританія**. В країні створена Національна організація сільського туризму та агротуризму, яка об’єднує 25 тис. малих бізнесів і 1,1тис. сільських садиб. Щорічно Організація друкує рекламно-інформаційні каталоги об’єктів сільського туризму із характеристикою їх послуг. В країні реалізується проект «Зелений туристичний бізнес», за який туристичні підприємства нагороджуються за збереження природнього середовища .

Західна Європа

**Франція**. Сільський туризм в країні об’єднує «Національна організація будинків відпочинку і зеленого туризму», яка пропонує садиби, сертифіковані за високими національними стандартами сервісу. У Франції прийнято 5 категорій комфортності сільських житлових будинків, призначених для туристів. Існує соціальна категорія садиб для інвалідів. Популярною в країні є програма відпочинку в замках у сільській місцевості (700 замків і палаців), які мають вишукані архітектурні стилі. Серед інших програм – рибацькі оселі, гірсько-лижні шалє, винні агросадиби.

У Франції розроблено декілька програм відпочинку та сільського туризму. Є спеціальна програма розвитку дитячого відпочинку в сільській місцевості впродовж шкільних канікул, програма для автотуристів у сільській місцевості із розширенням мережі кемпінгів, відпочинкова програма проживання в замках.

Велика увага в країні приділяється охороні природнього середовища. Кемпінги, які підтримують біорізноманіття і раціонально використовують природні ресурси нагороджуються «Зеленим ключем».

**Німеччина** має значний потенціал для розвитку сільського туризму . За даними федерального статистичного управління, у 2015 році відпустку у сільських садибах провело 10,4млн. осіб. Основною організацією, яка регулює сільський туризм в країні є Федеральна організація відпочинку в сільських садибах Німеччини (ВАУ). Організація виконує такі функції:

- ознайомлення із відпустками у сільських садибах;

- навчання господарів садиб;

- підвищення якості туристичних послуг;

- представлення інтересів власників садиб в органах влади та управління.

В Німеччині існує спеціалізація сільських туристичних садиб, за якою садиби розділені на 6 категорій. Для того, щоб садиба вважалася спеціалізованою, вона повинна відповідати ряду вимог, представлених на сайті Федеральної організації:

1. Селянсько-фермерська садиба. Обов’язково в садибі є сніданок, туристи можуть взяти участь у сільськогосподарських роботах, годуванні домашніх тварин та догляді за ними. Екскурсія по фермерському господарству.
2. Винна садиба. Туристи спостерігають за виготовленням вина. Поруч магазин, в якому вони можуть придбати вино.
3. Кінна садиба. Туристи мають можливість займатися верховою їздою, а потім доглядати за конем. У деяких садибах утримують поні для дітей.
4. Рибна садиба. У центрі уваги туриста риболовля. Меню складаються з рибних страв. Туристи можуть самі приготувати рибні страви.
5. Фруктова садиба. Гості беруть участь у зборі урожаю фруктів. Отримують інформацію про вирощування фруктових культур. Беруть участь у виготовленні соків, конфітюр.
6. Пригодницька садиба. Акцент робиться на анімаційних та культурних програмах.

За рівнем комфорту туристичних послуг Німецька асоціація з туризму розробила класифікацію сільських садиб.

Кращим надають певну кількість зірок:

\*- просте розміщення і низька якість послуг;

\*\*- середній рівень комфорту;

\*\*\*- хороший рівень комфорту;

\*\*\*\*- підвищений рівень комфорту;

\*\*\*\*\*- найвищий рівень комфорту.

У 2015 р. в Німеччині функціонувало 2029 садиб сільського туризму.

Провідну роль в розвитку сільського туризму відіграє Німецьке сільськогосподарське товариство, яке розробило категоризацію сільських садиб за знаками якості. В країні існує три види знаку якості туристичних послуг:

1 – 628 садиб;

2 – 62 садиби;

3 – 141 садиба.

**Австрія.** Ця невелика альпійська країна має 15 тис. агротуристичних господарств на 170 тис. ліжко-місць. «Родзинкою» сільського туризму в Альпах є задіяння гостей у фермерському господарстві: вигін худоби на альпійські луки, виготовлення молокопродуктів ( масло, сир, бринза), збір лікувальних трав, лісових ягід, грибів.

7.4.Організація сільського туризму в країнах Південної Європи.

Іспанія є однією з європейських країн, в якій сільський туризм одержав значний розвиток. Протягом 1996-2003 рр. кількість ліжко-місць у сільських туристичних підприємствах збільшилося у 2,5 рази і становить 27 тис. ліжко-місць. Щорічні послуги сільського туризму в Іспанії отримує близько 1,2 млн. осіб, з них майже половина є іноземними туристами.

Власники садиб об’єднані в Асоціацію сільського туризму, яка здійснює категоризацію сільських садиб в залежності від рівня наданих послуг, а також контроль за відповідністю послуг затвердженій категорії.

Сільські садиби Іспанії поділяються на три класи:

* сільський готель;
* замок, вілла;
* сільський будинок.

Асоціація сільського туризму Іспанії пропонує 4 типи розміщення туристичних об’єктів:

1. На фермах, в садибах в одному будинку з власниками, або в окремих будинках.
2. В сільських готелях обладнаних для прийому туристів.
3. В замках, палацах, монастирях, розташованих у сільській місцевості.
4. Оренда житлового будинку родиною, або групою туристів.

В Іспанії існує категоризація сільських готелів, яким присвоюється від 1 до 4 тюльпанів.

**Італія.** Італія є лідером сільського туризму в Європі. В країні сільський туризм став розвиватися, як важлива форма підприємницької діяльності сільського населення, тісно пов’язана з курортним бізнесом. В країні створена широка мережа котеджів не нижче 3-зіркового рівня з необхідною рекреаційною інфраструктурою. Майже половина власників котеджів не проходять державну сертифікацію та не сплачують податки, тобто працюють «в тіні».

Значний розвиток в країні одержали винний та гастрономічний туризм. Власники котеджів пропонують туристам винні та сирні туристичні маршрути.

За даними Національної туристичної організації, в Італії налічується 12 тис. сільських туристичних підприємств, з них лише 7 тис. ліцензовані. Щорічно послугами сільського туризму користується до 2 млн. осіб. Щорічний прибуток від сільського туризму становить близько 350 млн. доларів.

**Хорватія.** Туризм в Хорватії є однією з провідних галузей економіки. Чільне місце в його структурі займає сільський туризм. Регулювання розвитку сільського туризму в країні здійснюється на основі «Закону про надання послуг у сфері туризму» та «Положення про класифікацію та категоризацію об’єктів, які надають послуги у сільських господарствах».

Міністерство туризму в Хорватії фінансує розвиток сільського туризму за рахунок субсидій у межах програм «Спадщина в туризмі» та «Тематичні маршрути».

У Хорватії виділяють 8 типів сільських туристичних садиб:

1. Фермерські господарства.
2. Ферми, що працюють за системою «ночівля+сніданок».
3. Дегустаційні зали.
4. Оселі із самообслуговуванням.
5. Оселі без самообслуговування.
6. Сільські сімейні готелі.
7. Сільські кемпінги.
8. Сільські придорожні кемпінги.

**В Греції** новим напрямом розвитку туризму є альтернативний, пов’язаний з наближенням до природного та культурного середовища країни, гармонією з природою. Основними формами альтернативного туризму є агротуризм, екотуризм та сільський туризм. Сільський туризм розвивається в сільських районах Греції і пов’язаний з традиційними селами, їх багатою природою, традиціями катання на конях, фольклорних свят з народними піснями і танцями, народними ремеслами і мистецтвом.

 Цей огляд показав:

* в кожній країні є особливості розвитку та організації сільського туризму, які слід враховувати;
* досвід деяких європейських країн у сфері сільського туризму цікавий і його частково слід запровадити в Україні;
* при запозичені європейського досвіду необхідно врахувати особливості природи, історії, менталітету та способу життя української нації.

Контрольні запитання

1. Європейські громадські організації у сфері сільського туризму та їх функції.

2.Всесвітня програма екологічної сертифікації сільської туристичної діяльності «Зелена куля-21».

3.Досвід організації сільського туризму у країнах Східної та Центральної Європи.

4.Досвід організації сільського туризму у країнах Північної та Західної Європи.

5.Досвід організації сільського туризму у країнах Південної Європи.

Розділ 8: Сучасний стан проблеми і перспективи розвитку та організацій сільського туризму в Україні

8.1. Сучасний стан сільського туризму

Сільський туризм як нова форма відпочинку та оздоровлення переважно міського населення серед природи у сільській місцевості , досить поширений у Західній Європі, в Україні почав розвиватися лише на початку 90х років ХХ ст. із здобуттям незалежності України. Спочатку цей процес розвивався стихійно і дуже повільно. Після створення у 1996р. всеукраїнської громадської організації “Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні” процес утворення приватних туристичних підприємств у сільській місцевості України активізувався. Завдяки юридичній, методичній та організаційній допомозі власникам сільських садиб з боку Спілки за 20 років її існування мережа сільських туристичних садиб поступово збільшувалася. Для виявлення та оцінки тенденцій і темпів розвитку сільського туризму в Україні необхідні статистичні дані, зокрема кількість приватних туристичних садиб у сільській місцевості. Однак державна служба статистики України не веде такого статистичного обліку. Тому залишаються лише дані, які наводить “Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні”. Як з'ясувалося, Спілка веде облік лише тих садиб, які є членами Спілки. Але відомо, що вступ до Спілки є справою добровільною і якась частина власників садиб не захотіла вступити до Спілки і вона ніде не враховується. Мережа садиб в Україні щорічно змінюється. З одного боку, виникали нові садиби, а з іншого, частина садиб, які ставали збитковими припиняли туристичну діяльність.

За даними Спілки, у ​ 2001​ році в Україні було ​ 70​ сільських туристичних садиб. Голова Спілки Володимир Васильєв стверджував, що ​ у 2014р.​ кількість туристичних садиб у сільській місцевості України збільшилося до 600, які є у 18 областях. Щодо тенденції збільшення мережі, то він прав. Дійсно, підвищився інтерес селян до відкриття власного бізнесу у сфері туризму, підвищився рівень безробіття на селі, зростав попит міських мешканців до відпочинку в селі.

У ​ 2007​ р. Спілка видала каталог “Українське село запрошує”, в якому подана інформація про ​ 178​ сільських садиб, що займаються туристичною діяльністю (без Криму). На сайті Спілки в Internet по кожній області наведена така ж коротка інформація по ​ 161​ садибі. Як бачимо, за 8 років кількість сільських туристичних садиб в Україні зменшилася. За останні роки закрилися 4 туристичні садиби у Одеській, Херсонській, Запорізьській та Харковській областях.

Слід звернути увагу на те, що сільські туристичні садиби створені як у сільській, так і міській місцевості. Про це свідчать дані Каталогу. У 2007 році 63 туристичних садиби, або одна третина (35%) існувало у містах та селищах міського типу. Ні за якими ознаками ці садиби не можна віднести до сільського туризму. Якщо їх зняти, то реально сільських туристичних садиб буде 115. Дані за 2015 рік включають й міські садиби і виділити з них сільські неможливо.

 Як показав аналіз, туристичні об'єкти розміщені у сільській місцевості України дуже нерівномірно. Лідером безперечно, є Карпатський район, в якому розташовано 41,4 % всіх сільських туристичних садиб. Друге і третє місця займають Східний та Північний райони (по 13,5% кожен). Останні місця займають Волинський та Приазовський райони.

Особливості розміщення сільського туризму в Україні глибше можна вивчити у розрізі областей. Групування областей за кількістю туристичних об'єктів показало, що найбільше розвинений сільський туризм в Закарпатській, Івано-Франківській та Полтавській областях (разом одна третина всіх садиб). В той же час у трьох областях немає жодної садиби: Рівненська та Дніпровська. Тут проблеми сільського туризму стоять найбільш гостро. У великої групи областей (9) сільських садиб лише 1-5, що потребує серйозних дій органів місцевого самоврядування по розширенню мережі туристичних садиб.

Цікаве питання: хто переважно одержує сільський туристичний продукт? Існує думка, що споживачами туристичних послуг у сільській місцевості України є виключно міські мешканці, громадяни України. Це не зовсім так. За оціночними даними основним споживачем продукту сільського туризму в Україні є громадяни України (85-90%), але 10-15% становлять іноземні громадяни, які працюють в Україні. Щороку ця частка має тенденцію до підвищення. Виявляється, що це працівники іноземних посольств та консульств в Україні, іноземних компаній, фірм та представництв корпорацій.

8.2 Районування сільського туризму в Україні

Україна за територією займає перше місце серед Європейських країн і відрізняється значними територіальними відмінностями природних умов та ресурсів, історичного та демографічного розвитку, сільського розселення, економічного та соціально-культурного розвитку. Це зумовлює значні відмінності територіальної структури сільського туризму в Україні. Для виявлення таких відмінностей необхідно провести районування сільського туризму. Що означає поняття “районування”?

Районування - це процес поділу території країни на окремі частини за якимись ознаками. Результатом цього процесу є виділення районів та інших таксономічних одиниць районування (зони, ареали).

Район - це територія, яка суттєво відрізняється від інших територій і характеризується цілісністю, єдністю та взаємозв'язаністю складових елементів. В науці поширені різні види районування (природно-географічне, суспільно-географічне, демографічне, соціальне). Одним із видів соціального районування є районування туризму, у тому числі й сільського. В основі всіх цих видів районування знаходяться теорія і методологія районування. Серед теоретичних питань важливим є виділення та дотримання ​ принципів районування.​ Нами пропонується 5 принципів туристичного районування:

1. Об'єктивність існування районів на основі об'єктивного процесу територіального поділу праці.

2. Історичності, який передбачає врахування особливостей історичного розвитку території.

3. Проблемності, означає можливість вирішення актуальних проблем району.

4. Перспективність, тобто врахування очікуваних змін, які можуть з'явитися в перспективі.

5. Наявність районоформуючого центру , як правило великого міста.

Важливим питанням методології районування є визначення критеріїв районування.

 Безпосередньо з принципів районування визначається велика кількість показників районування, які уважно аналізуються і відбираються найважливіші, які називаються критеріями.

Критерії районування​ - це головні ознаки, основні вимірники, з допомогою яких відбувається районування. Виходячи з особливостей кожного об'єкту районування для нього обираються власні критерії районування.

Критеріями районування сільського туризму ми вважаємо такі:

* кількість сіл, в яких є туристичні садиби в кожній області України;
* кількість місць в туристичних садибах по кожному селу;
* розміщення сіл, в яких є туристичні садиби;
* середній прибуток за рік в розрахунку на одне ліжко-місце у розрізі кожного села.

Слід відзначити, що на замовлення “Спілки сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні” українськими вченими було проведено районування сільського туризму в Україні і запропонована відповідна схема, яка включає 5 регіонів. Ця схема схвалена Спілкою і запропонована для використання в науковій і практичній роботі. За цією схемою виділені такі регіони:

1. Карпатський​ (Західний) у складі Закарпатської, Львівської, Івано-Франківської та Чернівецької областей.

2. Волинсько-Тернопільський​ (Північно-Західний), до якого віднесені Тернопільська, Хмельницька, Волинська та Рівненська області.

3. Київський​ (Центральний) у складі таких областей: Вінницька, Житомирська, Київська, Чернігівська, Черкаська та Кропивницька.

4. Харківській​ (Північно-Східний), до якого входять області: Полтавська, Сумська, Харківська, Луганська, Донецька та лівобережні райони Дніпровської області.

5.Причорноморський​ (Південний) у складі областей: Дніпровська (правобережні райони), Запорізька, Херсонська, Миколаївська та Одеська, а також Автономна Республіка Крим.

Аналіз цієї схеми показав її недосконалість і неприйнятність для нас, щоб використати у лекціях. Ми врахували її недоліки і на базі розробили власну схему, яку пропонуємо Вам. Нами виділено 8 районів (не регіонів), а саме:

1. Карпатський​ у складі 4 областей (Закарпатська, Львівська, Івано-Франківська та Чернівецька).

2. Подільський​ у складі 3 областей (Тернопільська, Хмельницька та Вінницька).

3. Волинська​ включає 2 області (Волинська та Рівненська).

4. Північній​ у складі 3 областей (Житомирська, Київська та Черкаська).

5. Придніпровський включає 3 області (Черкаська, Кропивницька та Дніпровська).

6. Східний​ у складі 4 областей (Полтавська, Сумська, Харківська та Луганська).

7. Приазовський​ у складі 2 областей (Донецька та Запорізька).

8. Причорноморський​ включає 3 області (Одеська, Миколаївська та Херсонська) та Автономна Республіка Крим.

8.3. Проблеми розвитку сільського туризму

У сільській місцевості України зосереджений значний природний та історико-культурний потенціал, який слабо використовується у туристичних цілях. Рівень розвитку сільського туризму в Україні досить низький. Потреби міських мешканців у туристичних послугах у сільській місцевості задовільняються недостатньо. Причини цього різні, для прискорення темпів розвитку сільського туризму в Україні необхідно вирішити низку проблем, які гальмують його розвиток. Розглянемо найважливіші проблеми.

1. Удосконалення нормативно-правової бази функціонування сільського туризму. Ще у 2003 р. до Верховної Ради України надійшов законопроект «Про сільський та сільський зелений туризм в Україні», але дотепер він не розглянутий і не прийнятий . Необхідно його прийняти.
2. Проблема зміцнення інфраструктури туристичних сіл. Туристи одержують в садибі лише деякі види соціальних послуг (житло, харчування), а більшість - у соціальних закладах села (торгівельні, побутові, транспортні, зв’язку, культури, охорони здоров’я). Вимоги туристів до якості цих послуг досить високі. Тому проблема полягає не лише у побудові в селі відповідних соціальних об’єктів, але й підвищенні якості послуг, які вони надають.
3. Важливою соціальною проблемою є забезпечення зайнятості сільського населення і створення нових робочих місць. Створення в селах туристичних об’єктів дає можливість дати нові робочі місця та забезпечити безробітніх селян роботою. Проте слід зазначити, що власники туристичних садиб, як правило, беруть на роботу родичів, або знайомих. Окрім того кількість вільних робочих місць дуже мала. Власники туристичних садиб наймають селян для сільськогосподарських робіт у власному селянському господарстві, або будівельних робіт по розширенню своєї садиби. Незважаючи на це збільшення кількості туристичних підприємств у селі та розширення мережі в інших селах сприяє підвищенню зайнятості сільського населення та зменшенню безробіття.
4. Проблема підвищення якості туристичних послуг, які надаються у сільському туристичному підприємстві (садиба, вілла, котедж), має вирішуватися власником садиби. Вона включає підвищення комфортності житла та якості харчування. Вона вирішується шляхом вирощування на власній земельній ділянці екологічно чистих сільськогосподарських продуктів без застосування ГМО, хімічних добрив та отруто-хімікатів, а також закупівля якісних продуктів. Не менш важливе значення має майстерність кухарів, які готують туристам смачні страви, особливо місцевої національної кухні.
5. Проблема професійної підготовки суб’єктів туристичної підприємницької діяльності . Це складна і актуальна проблема. В сучасних умовах щоб створити в селі приватне туристичне підприємство недостатньо одного бажання власника садиби та наявності певної матеріальної і фінансової бази. Щоб туристичний бізнес давав прибуток власник його повинен мати певні організаційні здібності та мати відповідну професійну підготовку. Таких фахівців зараз готує Національний університет біоресурсів та природокористування (м.Київ), але набирають лише 10 осіб. Для вирішення кадрової проблеми необхідно при зазначеному університеті створити 3-місячні курси підвищення кваліфікації керівників сільських туристичних підприємств. Отже, потрібно створити систему підготовки та підвищення кваліфікованих кадрів менеджерів у сфері сільського туризму.
6. Серед економічних проблем слід виділити проблему інвестування туристичного бізнесу в селі. Через низький рівень життя переважної більшості сільського населення України недостатньо мати бажання селянинові створити власне туристичне підприємство. Потрібно мати значний статутний капітал, але якщо його немає, або недостатньо селянин змушений брати кредит. Проблема в тому, щоб цей кредит банк повинен надавати не на загальних підставах, а на пільгових умовах. Проте комерційним банкам це не вигідно вони не надають пільгових кредитів.
7. Проблеми інформаційного та рекламного забезпечення сільського туризму. Відсутність професійної рекламної діяльності у сфері сільського туризму, яка мала б забезпечити популяризацію сільських туристичних садиб, маршрутів у сільській місцевості. З метою пропаганди сільських туристичних об’єктів необхідно надавати потенційним туристам точну, достовірну інформацію, використовуючи для цього паперові та електронні засоби масової інформації (газети, журнали, радіо, телебачення, інтернет). Потрібно надавати інформацію про сільські туристичні об’єкти у журналах «Туризм сільський зелений», «Туризм: теорія і практика», «Український туристичний вісник», «Новини турбізнесу». Слід подовжити видання серії тематичних каталогів «Відпочивайте в українському селі».
8. Екологічні проблеми, зумовлені забрудненням навколишнього природного середовища (землі, води, повітря) відходами промислових, або сільськогосподарських підприємств, побутовими відходами. Наприклад, розташування туристичної садиби поблизу цукрового заводу, або свиноферми, звалища сміття. Тому при розміщенні садиби потрібно враховувати екологічний чинник. В разі виникнення екологічної проблеми господар туристичної садиби має вжити заходи, щоб примусити власника джерела забруднення нормалізувати екологічну ситуацію.
9. Потребують вирішення транспортні проблеми, які полягають у побудові до всіх туристичних сіл та селищ автошляхів з твердим покриттям, що виходять до автомагістралей. Необхідно підтримувати ці шляхи у гарному технічному стані та своєчасно ремонтувати. Не менш важливою є проблема асфальтування вулиць у селі, не лише в центрі, але й на околицях, де є туристичні садиби та міні-готелі. Враховуючи те, що більшість міських туристів приїздить на відпочинок у село власним авто, щоб були під’їзди до туристичних об’єктів, місця паркування.

8.4.Проблеми організації сільського туризму

Проблеми організації сільського туризму передбачають вирішення багатьох завдань, пов’язаних із створенням та організацією діяльності сільського туристичного підприємства. Головними з цих завдань є наступні:

* активізація державної політики у сфері сільського туризму та координація діяльності міністерств ті відомств, причетних до сільського туризму;
* узгодження діяльності державних, приватних та громадських організацій з метою забезпечення ефективного розвитку сільського туризму, задоволення попиту на туристичні послуги при раціональному використанні рекреаційного потенціалу;
* введення в дію поширеної в Європі нової моделі організації сільського туризму – створення на базі існуючого житлового фонду міні-готелів та інших туристичних об’єктів;
* розширення міжнародного співробітництва у сфері сільського туризму шляхом співпраці з Європейською федерацією сільського та фермерського туризму, участі у міжнародних інвестиційних проектах (подовжити проект TACIS «Підтримка місцевого розвитку і туризму Карпатського регіону», кредитну лінію ЄС на розвиток міні- готелів та агропансіонатів);
* створення системи підготовки і підвищення кваліфікації кадрів у сфері сільського туризму шляхом організації всеукраїнських та регіональних центрів, або курсів навчального, інформаційно-консультаційного та рекламного забезпечення.

Друга проблема полягає в удосконаленні територіальної організації сільського туризму в Україні. Її вирішення можливе різними шляхами. Перший полягає у поліпшенні розміщення сільських туристичних садиб, яка полягає у створенні мережі туристичних садиб у східних та центральних областях України, де є значні туристичні ресурси, але вони не використовуються.

Другий напрям стосується поліпшення територіальної організації сільського туризму, яка має здійснюватися за кількома напрямами. Перший – це розширення мережі туристичних садиб у селах, де такі заклади уже є. Не менш важливе збільшення потужностей існуючих туристичних садиб. Економічно вигідніше господарю мати садибу не на 2-4 туриста, а на 10-20 туристів. Тоді витрати на обслуговування туристів у розрахунку на одне ліжко-місце стануть зменшуватися, а прибутки – збільшуватися.

8.5. Перспективи розвитку сільського туризму

 При визначенні напрямів розвитку сільського туризму в Україні на тривалу перспективу, ми повинні чітко дотримуватися такої послідовності наукових розробок. Спочатку розробляється концепція розвитку сільського туризму на віддалену перспективу, потім стратегія , і лише після цього розробляється прогноз розвитку сільського туризму. Формула: концепція стратегія прогноз.

 Сутність поняття «концепція» визначена у тлумачному словнику так : «Концепція – певний спосіб розуміння, трактування якогось предмету, явища, процесу, головна точка зору на предмет чи явище, керівна ідея для їх систематичного висвітлення».

Стосовно сільського туризму ми вбачаємо принципово відмінні дві концепції розвитку його. Перша – це створення прибуткового туристичного бізнесу на селі, тобто малого туристичного підприємництва. Друга – це створення додаткового джерела отримання доходів селянина за рахунок надання туристичних послуг з використанням власного житлового будинку.

Після того як була сформульована концепція починається другий етап прогнозування розвитку сільського туризму на перспективу. Це розробка стратегії його розвитку. Що таке стратегія?

Це складне філософське поняття, яке має декілька значень. «Великий тлумачний словник сучасної української мови» дає таке пояснення :

«Стратегія – 1. Мистецтво воєнних дій. 2. Мистецтво економічного, суспільного і політичного керівництва масами, яке має визначити головний напрям їхніх дій. 3. Спосіб дій, лінія поведінки кого-небудь». Якщо це визначення застосовувати до сільського туризму, то стратегія означає обгрунтування головних, тобто стратегічних напрямів його розвитку, виділення пріоритетів та орієнтирів, векторів розвитку сільського туризму у межах сформульованої концепції.

Третій етап полягає в тому, що спираючись на сформульовані концепцію та стратегію, вчені розробляють прогноз розвитку сільського туризму на перспективу. В ньому більш конкретно і глибоко розробляються напрями розвитку сільського туризму, зміни його структури, види і форми туризму. В результаті розробки прогнозу розраховуються конкретні показники розвитку туризму на кінець прогнозованого періоду.

Четвертий етап полягає у розробці на базі затвердженого прогнозу Програми розвитку сільського туризму на перспективу в розрізі регіонів, чи областей України. Розглянемо Програму на прикладі Луганської області.

Луганська обласна рада 3 березня 2010 року затвердила «Регіональну цільову програму розвитку сільського туризму в Луганській області на 2010-2012 роки». Програма складається з двох частин: тексту та додатку. У текстовій частині зазначено підставу для розроблення Програми, її мету, проблеми, на розв’язання яких спрямована Програма, основні завдання Програми, обсяг фінансування Програми та джерела забезпечення коштами і очікуванні результати виконання Програми. У Програмі по Луганській області визначено загальний обсяг коштів для реалізації Програми 351,1 тис. грн., з них за рахунок обласного бюджету 23%, районних бюджетів – 4% і позабюджетних коштів – 72%.

У додатку у табличній формі перераховано всі заходи Програми по кожному напряму розвитку сільського туризму, термін виконання, виконавці, обсяги і джерела фінансування та очікувані результати виконання кожного заходу. Оце така типова структура Програми по будь-якій області України.

Контрольні запитання:

1. Сучасний стан сільського туризму в Україні.
2. Особливості розміщення сільського туризму в Україні.
3. Актуальні проблеми розвитку сільського туризму в Україні та шляхи їх вирішення.
4. Проблеми організації сільського туризму в Україні.
5. Концепція та стратегія розвитку сільського туризму в Україні.
6. Регіональна цільова програма розвитку сільського туризму області України на перспективу.

Післямова

Як бачимо, даний навчальний посібник розкриває наукові основи організації сільського туризму, що займають чільне місце у комплексному вивченні сільського туризму. В сучасний період спостерігається поступове зростання темпів розвитку сільського туризму, який одержує все більшу популярність в Україні. В результаті цього перед власниками сільських садиб постає головне і актуальне завдання: як організувати власне сільське туристичне підприємство?

Для сучасних студентів-туристів, а й у майбутньому можливо туристичних сільських підприємців посібник дає вичерпну відповідь на зазначене питання. Організація сільського туризму – це складний суспільний процес, який передбачає вирішення правових, організаційних, адміністративних, соціальних, економічних та технічних питань.

У даному посібнику стверджується, що в умовах становлення ринкової аграрної економіки та соціальної сфери на селі мають трансформуватися традиційні напрями розвитку та організації сільського туризму, зокрема впровадження менеджменту та маркетингу сільського туризму, освоєння нових видів додаткових послуг тощо.

У посібнику привертається увага до важливості розвитку сільського туризму для активізації соціально-економічного розвитку українських сіл, особливо тих, що занепадають, чи деградують.

Література

1. Вергун Л. І. Сільський зелений туризм в Україні // Географія та туризм, Зб-к, К., 2010, - Вип.9
2. Гаврилюк О. В. Сучасні тенденції та перспективи розвитку сільського туризму в Івано-Франківській області// Географія в інформаційному суспільстві, К., Обрії, 2008, Тайм IV, - с. 221-223.
3. Головацька В. В. Сільський зелений туризм: сутність, функції, основи організації// Економіка Агропромислового комплексу, 2006, - №10
4. Горішевський П. А., Зінько Ю. В. Історія, сучасний стан та перспективи розвитку сільського туризму у Карпатському регіоні // Туризм сільський зелений . К., 2005, № 3
5. Гоц Н. С., Бубела Т., Микийчук М. Перспектива розвитку сільського туризму в Україні// Актуальні проблеми економіки, 2007, № 12
6. Іванишина Л. П. Механізм державного регулювання розвитку сільського зеленого туризму Автореферат дис. к. н. Харків, 2018, - 30с
7. Кудінова Г. П. Перспективи розвитку сільського зеленого туризму в Україні// Науковий вісник. Нац. університет біоресурсів і природокористування України, К., 2011, вип. 163, частина 1
8. Кудла Н. Є. Сільський туризм: основи підприємництва та гостинності, К.: ЦУЛ, 2015, - 152 с.
9. Васильєв В., Триліс В., Семененко К. Маркетинг у сільському туризмі: метод. посібник, О., вип. 4, - 58 с.
10. Васильєв В., Горішевський П., Зінько Ю., Менеджмент сільського туризму: метод. посібник, О., вип. 5, - 56 с.
11. Зінько Ю. В., Рутинський М. Й. Сільський туризм: навч. Посібник, К., Знання, 2006,- 271 с.
12. Кудла Н. Є. Про застосування комплексу маркетингових заходів у сільському туризмі// Економіка України, 2011,- № 2
13. Кудла Н. Є. Маркетинг туристичних послуг: навч. посібник, К.: Знання,2011, - 351с.
14. Кудла Н. Є. Менеджмент туристичного підприємства: підручник , К.: Знання,2012, - 343 с.
15. Костриця М. М. Сільський туризм: теорія, методологія, практика. Житомир, 2006, - 196 с.
16. Кучинська І. В., Бойко Ю . Р. Сільський туризм на Львівщині у контексті сталого розвитку регіону // Стратегія розвитку туризму у XX ст. у контексті сталого розвитку. Львів, 2016
17. Лужанська Т. Ю. , Махлинець С. С., Тебляшкіна Л. І. Сільський туризм: історія, сьогодення та перспективи. : навч. посібник, К.: Кондор, 2008, - 385 с.
18. Микитчук М. М., Сусал Н. Я. Сільський туризм: типізація, категоризація та маркування у контексті сучасних ринково-економічних умов// Вісник Львівського інституту економіки і туризму, Львів, 2010, - № 5
19. Програма екологічного маркування агросадиб «Зелена садиба»// Туризм сільський зелений, К.,2016, вип. четвертий
20. Рутинський М. Й. , Зінько Ю. В. Сільський туризм: навч. посібник К.: Знання, 2006,- 271 с.
21. Сільський зелений туризм: словник-довідник, К., 2016, - 79 с.
22. Шульгіна Л. М., Зінченко А. І., Крахмальова Н. М. Маркетингова діяльність підприємства на ринку послуг зеленого туризму К., 2014, - 254с.
23. Ярковий А. О., Вдович В. Г. Шляхи і перспективи розвитку сільського туризму в Україні// Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. Сер. Економіка К., 2011, вип. 163, част. перша.