Тимчук С.В., Поворознюк І.М., Нещадим Л.М., Подзігун С.М.

Управління діяльністю підприємств в індустрії гостинності

Навчальний посібник

УДК 338.48
Т65

Рецензенти:

Штангеєва Н.І. - д.е.н., професор, професор кафедри технологій та організації туризму і готельно-ресторанної справи Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини

Чернега І.І. - д.е.н., професор, професор кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності Уманського національного університету садівництва

Бакало Н. В. - к.е.н., доцент, доцент кафедри міжнародних економічних відносин та туризму Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

Тимчук С.В., Поворознюк І.М., Нещадим Л.М., Подзігун С.М.
Т65 Управління діяльністю підприємств в індустрії гостинності: навч. посібн. Одеса: ТакиБук, 2024. с. 144

УДК 338.48

©Тимчук С.В., 2024
©Поворознюк І.М., 2024
©Нещадим Л.М., 2024
©Подзігун С.М., 2024

ЗМІСТ

	Стор.
Вступ	4
Тема 1. Особливості та функції менеджменту сільського зеленого туризму	5
Тема 2. Прийняття управлінських рішень у сфері сільського туризму	8
Тема 3. Нормативно-правові засади діяльності підприємств індустрії гостинності	13
Тема 4. Рекреалогічна діяльність підприємств сфери обслуговування	20
Тема 5. Соціально-економічне значення сільського зеленого туризму	28
Тема 6. Сільський туризм як вид підприємницької діяльності: проблеми розвитку та організація гостинності садиби	36
Тема 7. Європейський досвід розвитку сільського зеленого туризму	55
Тема 8. Маркетинг гостинної садиби	65
Тема 9. Диверсифікація послуг сільського зеленого туризму	71
Практичні завдання	79
Тестові завдання	85
Список літератури	95
Додатки	100

ВСТУП

Актуальність розвитку сільського зеленого туризму в Україні зумовлюється першочерговою необхідністю невідкладного розв'язання соціально-економічних проблем сучасного села. На даному етапі розвитку економіки та культури України уряд проголошує туризм одним із пріоритетних та перспективних напрямів. Діючі в державі стандарти туристичної галузі цілком можуть забезпечити сприятливі умови для розвитку та функціонування ефективного, цивілізованого туристичного ринку з надійними та багатоманітними туристичними послугами. Однак дотримання високої якості у наданні туристичних послуг постало гострою проблемою у сфері сільського туризму.

В умовах інтеграції України в міжнародне співтовариство значної актуальності набуває визначення пріоритетних форм господарювання, спрямованих на ефективне використання природного, рекреаційного, виробничого та трудового потенціалу, в структурі яких важливе місце посідає туристична діяльність, зокрема сфера сільського зеленого туризму. В Україні є достатні передумови для розвитку сільського зеленого туризму – вигідне географічне положення; сприятливі кліматичні умови; потужний природно-рекреаційний потенціал (історично-культурні та етнічні надбання, різноманітні ландшафтні комплекси тощо); значний наявний потенціал земельних та трудових ресурсів.

Сільський зелений туризм є одним із пріоритетних напрямів сталого розвитку сільських територій України, оскільки його становлення та функціонування сприяють системному вирішенню соціально- економічних та екологічних проблем, пов'язаних із відтворенням трудового потенціалу в аграрній сфері, підвищенням рівня зайнятості сільського населення, покращенням якості його життя, формуванням нових напрямів виробництва та реалізації сільськогосподарської продукції, зростанням доходів агровиробників, створенням нових джерел надходжень до місцевих бюджетів, покращенням благоустрою населених пунктів, збереженням та відтворенням природно-рекреаційного потенціалу, забезпеченням раціонального природокористування та охорони довкілля. Зростання масштабів туристичної діяльності стимулює розвиток сфери транспорту, зв'язку, торгівлі, служби побуту, відпочинково-розважальних та інших інфраструктурних об'єктів, виступаючи каталізатором комплексного розвитку сільських територій.

Матеріал посібника «Управління діяльністю підприємств в індустрії гостинності» з'єднаний в цілісну систему знань про підприємницьку діяльність у сфер сільського зеленого туризму як об'єкта управління, яке дало б можливість фахівцям з туризму сформувати чіткі уявлення про природу і різноманітності функцій сільського зеленого туризму та вчитися реалізовувати їх на практиці.

ТЕМА 1. ОСОБЛИВОСТІ ТА ФУНКЦІЇ МЕНЕДЖМЕНТУ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ

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

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

Стратегія сільського зеленого туризму в кожній окремо взятій місцевості, залежно від її рекреаційного потенціалу, потребує перед початком розвитку визначення пріоритетів. Ці стратегічні наміри повинні переглядатися періодично, причому шляхом спеціальної партнерської співпраці між власниками агроосель, громадськими спілками сприяння розвитку сільського зеленого туризму та сільськими туроператорами.

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

Основними чинниками підвищеної складності управління сільським туризмом є:

- суттєва невизначеність ринкової ситуації;
- сезонна нестабільність попиту на турпослуги;
- висока конкурентність на регіональному ринку турпослуг із закладами інших організаційних форм масової рекреації;
- обмеженість фінансових ресурсів;
- мінливість попиту (запитів) споживачів турпослуг;
- соціально-економічна ситуація в країні тощо.

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

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

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

- Чим є сільський туризм сьогодні?
- Яким сільський туризм має стати завтра?
- Які наші послуги, функції, ринки?
- Що треба зробити, щоб досягти поставлених цілей?

Стратегії сільського зеленого туризму повинні бути пріоритетними цілями розвитку. **Процес управління** – це сукупність безперервних, послідовно виконуваних, взаємозв'язаних дій по формуванню і використанню ресурсів організації для досягнення нею своїх цілей. Ці дії є важливими для успіху організації і називаються функціями менеджменту. Таким чином, процес управління є загальною сумою всіх функцій.

Слово функція (від латинського funcitio - виконання, здійснення) означає обов'язок, коло або вид діяльності, призначення, роль.

Функції менеджменту – це відносно відокремлені напрямки управлінської діяльності, які дозволяють здійснювати певний вплив на управлінський об'єкт в цілях досягнення поставленої задачі.

Функції менеджменту підприємством, об'єднанням витікають із змісту виробничого процесу, визначаються об'єктом і складом поставлених задач. Вони визначають специфіку управлінської праці, тісно зв'язані з іншими категоріями науки управління: структурою, методами, технікою, кадрами управління, інформацією і управлінськими рішеннями.

Функції повинні мати чітко визначений зміст, опрацьований механізм здійснення і визначену структуру, в рамках якої завершується її організаційне відокремлення. Під змістом розуміють дії, які повинні здійснюватися в рамках конкретної функції.

Зміст дій і функцій, здійснюваних в процесі управління залежить від типу організації (адміністративна, суспільна), розмірів і сфери її діяльності (виробництво, освіта, торгівля, побутові послуги), рівня керівництва в управлінській ієрархії (вищий, середній або нижчий), ролі його в середині організації (виробництво, маркетинг, фінанси, кадри) і цілого ряду інших факторів.

За змінами розміру і типу виробництва функції управління залишаються тими же, змінюється лише обсяг робіт по їх виконанню. Так, незалежно від розміру підприємства на кожному з них виконується функція планування. На великому підприємстві для її виконання може бути створений плановий відділ, на невеликому дану функцію може виконувати один економіст, а у малих організаціях ці обов'язки покладаються на одного із спеціалістів по сумісництву. По мірі просування вверх від одного управлінського рівня до іншого об'єм робіт по функції збільшується, у зв'язку з чим зростає і чисельність працівників, які її виконують. Таким чином створюється єдина система органів по виконанню кожної функції менеджменту.

При поглибленні розподілу праці менеджмент як єдина функція диференціюється, відбувається виділення і відокремлення специфічних видів управлінської діяльності. Функцію виконує визначена кількість працівників, кожний з яких в процесі щоденної праці здійснює окремі види робіт. Правильне виділення функцій дозволяє близькі та схожі за характером роботи об'єднувати в одну ланку управління. Це спрощує структуру і полегшує координацію діяльності функціональних підрозділів апарату управління підприємства, об'єднання.

На основі складу і об'єму робіт по функціям визначають раціональну побудову апарату управління (відділів, служб, секторів) і чисельність спеціалістів по кожній функції, розробляють документи організаційного регламентування (положення про служби, посадові інструкції та ін.). Функціональний розподіл процесів управління, їх класифікація мають вирішальне значення, скільки визначають цілі задачі і напрямки діяльності всього апарата управління.

Функції менеджменту в залежності від задач дослідження поділяють за наступними ознаками: змістом процесу управління; приналежності до сфер виробничо-господарської діяльності; змістом виконуваних робіт і операцій всередині функції управління (загальне керівництво, спеціалізована діяльність, технічне обслуговування); приналежності до різних видів управлінської праці (виробничої, економічної, технологічної, організаційної тощо).

Загальні функції менеджменту – планування, організація, мотивація, контроль, координація, облік і аналіз є обов'язковими для всіх підприємств. Кожна з цих функцій для організації життєво важлива. Разом з тим планування, як функція управління забезпечує основу для інших функцій і вважається головною, а функції організації, регулювання, мотивації, контролю і обліку орієнтовані на виконання тактичних і стратегічних планів.

Планування – головна функція менеджменту, яка передбачає прогнозування, визначення цілей, стратегії, політики і завдань того чи іншого формування; означає свідомий вибір рішення що роботи, як, кому і коли.

Організація як функція менеджменту направлена на формування систем, а також зв'язків і відносин між ними, забезпечуючи упорядкованість технічної, економічної, соціально-психологічної і правової сторін діяльності кожного суб'єкта господарювання.

Мотивація – це процес спонукання працівників до високопродуктивної діяльності для задоволення своїх потреб і досягнення цілей організації.

Контроль – це система спостереження і перевірки відповідності функціонування підприємства встановленим стандартам та іншим нормативам, виявлення допущених відхилень від прийнятих рішень і визначення причин їх невиконання.

Координація як функція менеджменту являє собою процес, спрямований на забезпечення пропорційного і гармонічного розвитку різних сторін (виробничої, технічної, фінансової та ін.) об'єкта при оптимальних витратах матеріальних, фінансових і трудових ресурсів.

Регулювання – це вид управлінської праці, ціллю якої є подолання протиріччя між організацією і дезорганізацією, порядком і факторами, які порушують цей порядок.

Перераховані функції доповнюють і проникають одна в одну, в сукупності і взаємозв'язку вони утворюють цикл управління і відбивають зміст повсякденного управління у сфері сільського туризму.

Контрольні запитання:

1. Дайте визначення поняттю «менеджмент».
2. Які функції менеджменту відносять до категорії «загальні»?
3. Яку чинники підвищення складності управління сільським туризмом?
4. Дайте визначення поняттю «процес управління»?

ТЕМА 2. ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ У СФЕРІ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ

Прийняття рішень, як і обмін інформацією, — це елемент будь-якої управлінської функції. Рішення — це припис до дії відповідно до цілі розв'язання проблеми. Управлінське рішення може розглядатися як організаційний акт, інтелектуальне завдання, як один з центральних складників процесу управління, найважливіша сполучна ланка між керуючою і керованою системами.

У процесі управління менеджер постає перед необхідністю вибору одного варіанта дій із декількох можливих. Результат такого вибору і є рішенням, отже, управлінське рішення — це альтернативне рішення.

На кожному підприємстві, у кожній туристичній організації процес розробки і прийняття управлінських рішень має свої особливості. Вони визначаються специфікою діяльності організації, її структурою, організаційною культурою, досвідом керівників і управлінського персоналу тощо. Існує загальна технологія процесу прийняття рішень, яка передбачає сім етапів.

Діагностика проблеми найчастіше виявляє дві категорії:

- ✓ проблему - ситуацію, коли поставлені цілі не вирішені;
- ✓ проблему - потенційну можливість.

Цей етап передбачає встановлення симптомів ускладнень; визначення новизни проблеми і ситуації; з'ясування причин і джерел виникнення проблеми; встановлення можливих взаємозв'язків з іншими проблемами; визначення повноти і достовірності інформації про проблему; встановлення можливості вирішення проблеми. Зрештою, визначення сутності проблеми дає змогу сформулювати конкретну ціль (цілі) прийняття рішення.

Другий етап характеризується визначенням обмежень для прийняття рішення (часових, фінансових, трудових, законодавчих, конкуренції тощо) і критеріїв для оцінки альтернатив (ефект від реалізації рішення, ступінь досяжності поставлених цілей, мінімізація витрат, максимізація прибутку, час виконання рішень тощо).

На третьому етапі визначаються альтернативи (варіанти рішення). Керівник, як правило, обмежує кількість варіантів вибору для розгляду лише декількома, які є найбільш прийнятними. При цьому великого значення набувають досвід та інтуїція керівника. У складних ситуаціях необхідно запрошувати експертів.

Четвертий етап призначений для аналізу й оцінювання обраних альтернативних варіантів рішення за встановленими критеріями і з урахуванням визначених раніше обмежень. При оцінюванні складних рішень

керівник за допомогою експертів виявляє переваги та недоліки кожного з них, можливі загальні наслідки.

На п'ятому етапі на основі проведеного аналізу проблеми й оцінки альтернатив обирається остаточний варіант рішення (альтернатива з найбільш сприятливими наслідками).

На шостому стані реалізується (впроваджується) рішення. Завданням керівника на цій стадії є організація виконання рішення, яка включає складання плану реалізації рішення та доведення його, а також самого рішення до виконавців і тих, кого воно стосується. Менеджер повинен розподілити права і відповідальність, зацікавити людей у виконанні рішення, за необхідності провести роз'яснювальну роботу.

Завершальним етапом реалізації рішення є контроль. Головна мета цього стану — встановлення зворотного зв'язку, визначення причин відхилень, внесення (за необхідності) змін (коректив) у план реалізації рішення або в саме рішення.

Інтерпретацію загального процесу прийняття рішення в контексті туристичної діяльності можна подати у вигляді послідовних стадій:

• вироблення і постановка цілі (з якою метою потенційний турист хоче здійснити подорож);

• вивчення проблеми (які місця він відвідував раніше, які проблеми виникали при цьому);

• вибір і обґрунтування критеріїв ефективності та можливих наслідків рішень, що приймаються, розробка варіантів дій (збір інформації про уподобання та вимоги до мандрівки);

• вибір варіанта (з урахуванням наявних пропозицій);

• прийняття рішень (вибір туру);

• доведення рішення до виконання (оформлення документів, замовлення й оплата туру, укладання договору);

• контроль за виконанням рішень (контроль процесу реалізації туру).

Управлінське рішення охоплює всю сукупність зазначених операцій, є поєднанням інтелектуальної діяльності у керуючій системі з організаційно-практичною діяльністю у керованій системі. Це найважливіша ланка відносин управління, зв'язуючий фактор цих двох систем.

Фактори, що впливають на процес прийняття рішень охоплюють:

- середовище прийняття рішення;

- особливості оцінки керівника, які визначаються його індивідуальною системою цінностей, що впливає на спосіб прийняття рішення та на його характер;

- врівноважені рішення приймають менеджери, які уважно і критично ставляться до власних дій, гіпотез, що висуваються, та їх перевірки. Зазвичай перед прийняттям рішення менеджери ретельно формулюють вихідну мету і завдання;

- імпульсивні рішення приймають менеджери, які легко генерують ідеї, але не приділяють багато уваги їх перевірці, оцінці, тому вони виявляються недостатньо обґрунтованими і надійними;

- ризикові рішення відрізняються від імпульсивних тим, що їх автори не ретельно обґрунтовують власні гіпотези. Це потребує значної впевненості в собі, відсутності страху перед ризиком. Найчастіше такі рішення приймаються у надзвичайно критичній ситуації;

- інертні рішення є наслідком обережного пошуку, коли контрольні та уточнювальні дії переважають над генеруванням ідей, тому в таких рішеннях майже немає оригінальності або новаторства;

- обережні рішення приймаються після ретельної оцінки менеджером усіх варіантів. Вони навіть не настільки нові та оригінальні, як інертні.

Виконання усіх перерахованих вище дій вимагає значних витрат коштів, часу і доречне тільки для розробки раціональних управлінських рішень для дорогих проектів (наприклад, будівництво готельного комплексу). Разом з тим, конкуренція об'єктивно змушує кожного, хто приймає управлінські рішення, підвищувати їх якість та ефективність. Тому сьогодні спостерігається тенденція до зростання кількості умов, які враховуються, на основі автоматизації процесів системи менеджменту. Деякі умови виконуються при розробці будь-яких управлінських рішень.

Рівень освоєності географічної туристичної зони враховується в тому випадку, коли необхідно оцінити кількість туристів, яких може прийняти цей об'єкт, його інфраструктуру і побутову облаштованість. Недооцінювання фактора може призвести до невдоволення споживача туристичною послугою, що надається.

Методи отримання інформації і виконання розрахунків при розробці варіантів управлінського рішення слід використовувати ті самі, інакше в отриману інформацію будуть потрапляти різні неточності за одним і тим самим фактором.

При аналізі умов використання (експлуатації) об'єкта оцінюються:

- режим роботи споживача об'єкта, що аналізується;

- специфіка послуги і сегменту споживачів, яким вона надається;

- організаційно-технічний і соціальний рівні виробництва та надання послуги (прогресивність технології, умови праці і відпочинку працівників тощо);

- імідж споживача і його культура, місце (країна) проживання. Фактор інфляції дає змогу врахувати знецінення грошей, яке виявляється у зростанні цін на товари і послуги без поліпшення їхньої якості. При економічному обґрунтуванні управлінських рішень фактор часу (щодо залученості грошей) і фактор інфляції (їх знецінення) слід враховувати окремо.

Фактори ризику та невизначеності підлягають урахуванню при оцінці ефективності у випадку, якщо за різних можливих умов реалізації витрати і результати рішення неоднакові.

Невизначеність – це недостатність та неточність інформації про умови реалізації рішення, у т. ч. пов'язані з можливістю виникнення несприятливих ситуацій і наслідків реалізації рішення, яка характеризується поняттям ризику.

При оцінці управлінських рішень з розвитку туристичної діяльності найбільш суттєвими є такі види невизначеностей і ризиків:

- ризик, пов'язаний із недосконалістю економічного законодавства та нестабільністю економічної ситуації, умов інвестування і використання прибутку;

- зовнішньоекономічний ризик (можливість введення обмежень на виїзд закордон, закриття кордонів тощо);

- невизначеність політичної ситуації, ризик несприятливих соціально-політичних змін у країні або регіоні;

- недостатність або неточність інформації про параметри нової техніки та технологій, які використовуються при обслуговуванні туристів;

- коливання ринкової кон'юнктури, цін, валютних курсів тощо;

- невизначеність природно-кліматичних умов, можливість стихійного лиха;

- недостатність або неточність інформації щодо фінансового становища та ділової репутації підприємств-партнерів (можливість невиплат, банкрутств, зривів договірних зобов'язань).

Одним із факторів забезпечення організованості системи менеджменту в туризмі є правильне оформлення управлінського рішення, яке виключає можливість різного трактування. Управлінські рішення можуть бути зафіксовані письмово у вигляді документів на папері, на електронних носіях або можуть бути передані вербально, але за умови, що носій інформації є максимально надійним.

Організаційно-економічний механізм реалізації управлінського рішення пов'язаний із ризиком і повинен включати специфічні елементи (страхування ризиків, економічні розрахунки), які дають змогу знизити небезпеку та зменшити негативні наслідки.

Контрольні запитання:

1. Дайте визначення поняття управлінське рішення і розкрийте особливість управлінських рішень у сфері туризму.
2. За якими ознаками класифікують управлінські рішення?
3. Яку роль відіграє діагностика проблеми в управлінні туризмом?
4. Як реалізується вплив різних факторів на процес прийняття рішення?
5. Які вимоги висуваються до управлінських рішень?

ТЕМА 3. НОРМАТИВНО-ПРАВОВІ ЗАСАДИ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

Сільський туризм є одним із засобів збільшення джерел доходів сільського населення та компонентом комплексного розвитку сільських територій і сільської інфраструктури. Сільський туризм може стати стратегією подолання бідності в сільській місцевості. Саме тому, в країнах, які розвиваються, сільський зелений туризм підтримується і заохочується державою, доступ до діяльності в цій сфері максимально спрощений, а суб'єкти, які надають послуги в цій сфері, отримують всілякі преференції, у тому числі і податкові. Основою в організації відпочинку на селі виступає сільська сім'я, яка проживає в селі, здійснює основну діяльність, пов'язану з веденням особистого селянського господарства, і побічну, – з використанням майна цього господарства для надання послуг у сфері сільського зеленого туризму, а саме: забезпеченням відпочивальників житлом, харчуванням, ознайомленням з місцевою культурою і традиціями.

Вивчаючи теоретичні дослідження вчених у сфері сільського туризму, слід зазначити, що цілий ряд авторів давав опис сільського зеленого туризму, його сутності та актуальності для України, проте сам термін «сільський туризм» не знайшов свого відображення у їх працях. Між фахівцями в сфері туризму ще й досі тривають дискусії щодо таких понять як сільський туризм, екотуризм, агротуризм, зелений туризм, фермерський туризм, екоагротуризм.

Також слід зауважити що багато авторів розуміють одне і теж під різними поняттями. На даний час нормативною базою для сільського зеленого туризму є закон України «Про туризм» від 18.11.2003 р. №1282-IV та «Про особисте селянське господарство» від 15.05.2003 р. №742-IV, постанова Кабінету Міністрів України від 15.03.2006 р. №297 «Порядок надання послуг з тимчасового розміщення (проживання)».

Закон України «Про сільський зелений туризм» як визначник правових, організаційних, соціально-економічних засад сільського аграрного туризму.

Стаття 1. Основні терміни та поняття. У цьому Законі наведені нижче терміни та поняття вживаються в такому значенні:

сільський аграрний туризм – вид туризму, який передбачає тимчасовий виїзд особи з місця проживання в сільську місцевість в оздоровчих, пізнавальних чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності;

агротуристична діяльність – діяльність особистого селянського господарства чи фермерського господарства, сільськогосподарського

обслуговуючого кооперативу, спрямована на задоволення потреб туристів та надання їм агротуристичних послуг;

агротуристичні послуги – послуги з тимчасового розміщення, харчування, в тому числі з використанням продуктів власного виробництва, майна особистих селянських господарств, фермерських господарств з метою рекреації, тимчасового розміщення (проживання) туристів, ознайомлення з традиційними формами господарювання та сільським способом життя;

сільська садиба – розташований в сільській місцевості та пропонований для тимчасового розміщення туристів житловий будинок з земельною ділянкою, в якому постійно проживає сільський господар та/або члени його родини, що належить на праві власності сільському господарю або будь-кому з членів родини, які постійно проживають разом з ним. Сільські садиби повинні відповідати протипожежним, санітарним та іншим вимогам, передбаченим нормативно-правовими актами України для сільських будинків;

сільський господар – член особистого селянського або фермерського господарства, який здійснює господарську діяльність з використанням земельних ділянок та майна, що їм належать на правах власності або оренди відповідно до законодавства України;

суб'єкти агротуристичної діяльності – особисте селянське господарство, фермерське господарство, сільськогосподарський обслуговуючий кооператив, фізичні особи – споживачі агротуристичних послуг.

Стаття 2. Законодавство України про сільський аграрний туризм. Законодавство України про сільський аграрний туризм складається з Конституції України, цього Закону, законів України «Про особисте селянське господарство», «Про фермерське господарство», «Про туризм», інших актів законодавства України.

Стаття 3. Особливості агротуристичної діяльності. Агротуристична діяльність не відноситься до підприємницької за умови, якщо кількість ліжко-місць у сільській садибі, що пропонуються для тимчасового розміщення туристів, не перевищує дев'яти. Суб'єкти господарювання, які надають послуги у сфері сільського аграрного туризму, можуть реєструватися як суб'єкти підприємницької діяльності. Сільськогосподарські обслуговуючі кооперативи, створені членами особистого селянського господарства, фермерського господарства, можуть надавати агротуристичні послуги.

Суб'єкти агротуристичної діяльності укладають договір на агротуристичне обслуговування відповідно до чинного законодавства. Агротуристичні послуги можуть надаватися без укладення договору в письмовій формі у разі надання агротуристичних послуг за умови досягнення сторонами згоди з усіх питань, або надання агротуристичних послуг безоплатно.

Відповідальність за шкоду, заподіяну життю, здоров'ю та майну туриста визначається відповідно до законодавства України, якщо договором про агротуристичне обслуговування не передбачена інша відповідальність.

Стаття 4. Державна підтримка агротуристичної діяльності.

Державна підтримка суб'єктів агротуристичної діяльності здійснюється відповідно до загальнодержавних і регіональних програм розвитку сільського аграрного туризму.

Порядок формування, фінансування і реалізації регіональних та місцевих програм розвитку сільського аграрного туризму визначається відповідно до чинного законодавства України. Заходи з розвитку сільського аграрного туризму є невід'ємними складовими загальнодержавних та місцевих програм соціально-економічного розвитку. Реалізація програм розвитку сільського аграрного туризму здійснюється за рахунок коштів державного і місцевих бюджетів, інших джерел фінансування, незаборонених законодавством України.

Стаття 5. Регулювання у сфері сільського аграрного туризму. Державне регулювання у сфері сільського аграрного туризму здійснюють Верховна Рада України, Кабінет Міністрів України, центральний орган виконавчої влади з питань аграрної політики, а також інші органи виконавчої влади та органи місцевого самоврядування відповідно до закону.

Роль державних органів влади у розвитку сільського зеленого туризму.

До повноважень Кабінету Міністрів України у сфері сільського аграрного туризму належать:

- ✓ реалізація державної політики у сфері сільського аграрного туризму;
- ✓ розроблення і забезпечення виконання загальнодержавних і державних цільових програм у сфері сільського аграрного туризму;
- ✓ розробка і затвердження в межах своїх повноважень нормативно-правових актів у сфері сільського аграрного туризму;
- ✓ координація діяльності органів виконавчої влади у сфері сільського аграрного туризму;
- ✓ вирішення інших питань у сфері сільського аграрного туризму відповідно до закону.

До повноважень центрального органу виконавчої влади з питань аграрної політики у сфері сільського аграрного туризму належать:

- ✓ внесення пропозицій щодо формування державної політики у сфері сільського аграрного туризму;
- ✓ участь у розробленні та реалізації загальнодержавних і державних цільових програм у сфері сільського аграрного туризму;

✓ здійснення державного регулювання у сфері сільського аграрного туризму;

✓ розроблення та затвердження відповідно до закону нормативно-правових актів, норм і правил у сфері сільського аграрного туризму;

✓ вирішення інших питань у сфері сільського аграрного туризму відповідно до закону.

Стаття 6. Прикінцеві положення. Цей Закон набрав чинності з 1 січня 2011 р. Закони та інші нормативно-правові акти, прийняті до набрання чинності цим Законом, діють в частині, що не суперечать цьому Закону.

Разом з ти м ряд Законів України потребують внесення змін та уточнень відповідно до прийнятого Законну:

1. у законах України «Про особисте селянське господарство» та «Про сільськогосподарську дорадчу діяльність» слова «сільський зелений туризм», вжиті в усіх відмінках, замінити словами «сільський аграрний туризм» у відповідних відмінках;

2. у статтях 4 та 6 Закону України «Про туризм» слово «сільський», вжите в усіх відмінках, доповнити словом «аграрний» у відповідних відмінках.

В умовах ринкової економіки важливим є збереження трудового потенціалу на селі. Однак за даними Держкомстату продовжують зберігатись негативні тенденції щодо зменшення чисельності зайнятого сільського населення. Так, у 2010 р. перебувало на обліку в центрах зайнятості 211750 осіб - безробітних, які проживають у сільській місцевості. Станом на 01.02.2010 р. навантаження на одне вільне робоче місце складало – 49 осіб. Остається найнижчою по галузях економіки зарплата в агропромисловому комплексі.

Сільськогосподарське виробництво, яке є основним видом діяльності особистих селянських, фермерських господарств, залежить від природно-кліматичних умов, характеризується нестабільністю цін на продукцію та доходів, що впливає на його інвестиційну привабливість.

Разом з тим, ведення агротуристичної діяльності додатково до основної сільськогосподарської, дає можливість особистим селянським, фермерським господарствам розширити сферу застосування праці у сільській місцевості, отримувати стабільний дохід, що, в свою чергу, сприяє підвищенню життєвого рівня сільського населення.

В Україні налічується близько 1000 агроосель, які протягом року приймають туристів, в тому числі із закордону. Разом з тим потребують законодавчого забезпечення питання щодо визначення загальних правових, організаційних соціально-економічних засад, пов'язаних із здійсненням агротуристичної діяльності особистих селянських та фермерських господарств

у сфері сільського аграрного туризму, залучення сільськогосподарських кооперативів до цього виду діяльності.

Сільськогосподарське виробництво, яке є основним видом діяльності в сільській місцевості, залежить від природно-кліматичних умов, характеризується нестабільністю цін на продукцію та доходів, що впливає на його інвестиційну привабливість. Ведення агротуристичної діяльності додатково до основної-сільськогосподарської дає можливість особистим селянським та фермерським господарствам, сільськогосподарським обслуговуючим кооперативам розширити сферу застосування праці, отримувати стабільний дохід, що, в свою чергу, сприяє підвищенню життєвого рівня сільського населення.

Однак, оскільки в законодавстві відсутнє визначення сільського аграрного туризму, умов впровадження агротуристичної діяльності, у осіб, які хочуть започаткувати таку діяльність виникає ряд проблем, зокрема, з контролюючими органами. Неможливим є також вирішення питання надання державної підтримки особистим селянським та фермерським господарствам, сільськогосподарським обслуговуючим кооперативам для ведення агротуристичної діяльності.

В зв'язку з вищезазначеним особисті селянські, фермерські господарства або не можуть займатись агротуристичною діяльністю, або ця діяльність дуже обмежена.

В діючому законодавстві немає єдиного визначення виду туризму, який передбачає тимчасовий виїзд особи з місця проживання в сільську місцевість в оздоровчих, пізнавальних чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності. Це ускладнює діяльність особистих селянських, фермерських господарств, сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів, яка потребує врегулювання.

Існуюча законодавча база як спосіб врегулювання проблеми не може бути прийнятним, оскільки потребує вдосконалення. Іншим альтернативним способом досягнення встановлених цілей є внесення змін окремо до кожного із законів України «Про особисте селянське господарство», «Про туризм», «Про фермерське господарство», «Про сільськогосподарську кооперацію».

Однак такий спосіб також не може бути прийнятним, оскільки діяльність у сфері сільського аграрного туризму суб'єктів агротуристичної діяльності має спільні засади та цілі, і проблему необхідно вирішувати комплексно, по всіх законодавчих актах з метою одночасного застосування змін в законодавстві.

Також визначаються особливості діяльності у сфері аграрного туризму, зокрема, умови, за яких діяльність з надання послуг у сфері аграрного туризму не відноситься до підприємницької. Взаємовідносини між суб'єктами

агротуристичної діяльності, їх відповідальність визначаються договором на агротуристичне обслуговування.

Для сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні і наближення його до стандартів ЄС необхідно: упорядкувати нормативно-правову базу прийняттям Верховною Радою закону прямої дії «Про сільський зелений туризм» та Постанови Кабінету Міністрів з питань стандартизації його діяльності «Послуги туристичні. Туризм сільський зелений. Основні вимоги»; на основі Програми розвитку сільського зеленого туризму в Україні:

- розробити регіональні програми розвитку; визначити методологію розроблення та впровадження моніторингу досягнення цільових показників зазначених програм на регіональному та загальнодержавному рівнях;
- створити інфраструктури державної фінансово-кредитної підтримки розвитку сільського зеленого туризму; вивчити потребу ринку послуг сільського зеленого туризму і створити в системі навчальних закладів різного рівня курси перепідготовки кадрів для цієї сфери туризму;
- створити систему інформаційно-аналітичного забезпечення сфери сільського зеленого туризму;
- делегувати Спілці сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні, як органу фахового і громадського самоврядування, повноваження щодо розробки та впровадження загальноукраїнських стандартів сільського зеленого туризму, а також здійснення зовнішнього незалежного моніторингу державної та регіональних програм розвитку сільського зеленого туризму.

Контрольні запитання:

1. Нормативно-правові основи туристичної діяльності фермерських господарств.
2. Опишіть необхідні кроки для сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні і наближення його до стандартів ЄС.
3. Яка роль державних органів влади у розвитку сільського зеленого туризму.
4. Перерахуйте основні підрозділи державної влади, які забезпечують організацію та розвиток зеленого туризму в Україні.

ТЕМА 4. РЕКРЕАЛОГІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ОБСЛУГОВУВАННЯ

Розглянемо детальну структуру рекреаційної діяльності в сільському зеленому туризмі. Найчастіше в основі класифікації рекреаційної діяльності лежать: мета подорожі, характер організації, правовий статус, тривалість подорожі і перебування в певному місці рекреанта, сезонність, характер пересування рекреанта, його вік, активність занять і т.д.

За суспільною функцією і технологією виділяють лікувальну, оздоровчу, спортивну і пізнавальну рекреаційну діяльність (табл. 1.).

Лікувально-курортна рекреація поділяється за основними лікувальними факторами: клімат, мінеральні джерела, лікувальні грязі. У відповідності з ними вона поділяється на такі групи: кліматолікування, бальнеолікування, грязелікування. В залежності від їх сполучення можуть бути виділені: бальнео-грязелікування, клімато-грязелікування, клімато-бальнео-грязелікування.

Умови лікувально-оздоровчої рекреації повинні строго відповідати медико-біологічним нормам.

Оздоровча і спортивна рекреація є найрізноманітнішою. Великою популярністю у всьому світі користується купально-пляжний відпочинок. Відпочинок біля і на воді включає різні рекреаційні заняття: купання, сонячні ванни, прогулянки по березі, ігри в м'яч на пляжі, водні лижі. Прогулянковий і промислово-прогулянковий відпочинок включає такі заняття, як прогулянки на відкритому повітрі, огляд краєвидів, збирання грибів і ягід, морських молюсків, коралів і інших дарів природи. Маршрутний туризм часто ототожнюється з туризмом взагалі. Він може бути спортивним і любительським. За характером перешкод він поділяється на рівнинний і гірський.

Великого розвитку набув водний туризм, як прогулянковий, так і спортивний. Ці види включають водно-моторний спорт, воднолижний спорт, греблю на каное, парусний спорт і т.д. Як правило, ці види туризму сполучаються з купально-пляжним туризмом на берегах морів, озер і річок.

Пізнавальна рекреація. Пізнавальні аспекти властиві значній частині рекреаційних занять. Однак виділяються суто пізнавальні рекреаційні заняття, пов'язані з інформаційним «споживанням» культурних цінностей, т.б. оглядом культурно-історичних пам'яток, архітектурних ансамблів, а також ознайомленням з новими районами, країнами, їх етнографією, фольклором, природними явищами і господарськими об'єктами.

Конгресовий туризм пов'язаний з розширенням міжнародних науково-технічних контактів між спеціалістами і вченими.

Поділ вільного часу в залежності від характеру його використання на щоденний, щотижневий і щорічний є важливим в методичному відношенні, оскільки служить основою при вивченні структури відпочинку і використання вільного часу для рекреаційної мети. Диференційований таким чином вільний час дозволяє розглянути рекреаційну діяльність за періодичністю і територіальною ознакою. Використання щоденного вільного часу і повсякденна рекреація безпосередньо пов'язані з житлом і міським середовищем та їх просторовою організацією. Щотижнева рекреація залежить від розміщення приміських рекреаційних об'єктів. Використання щорічного вільного часу пов'язане з розміщенням рекреаційних об'єктів курортного типу. Виходячи з наведеної диференціації вільного часу, виділяють рекреацію всередині населеного пункту; щоденну у вихідні дні -приміську (місцеву); щорічну в період відпусток і канікул (може бути внутрішньо-районною, загальнодержавною, міжнародною).

За характером організації рекреація ділиться на регламентовану (або сплановану) і самодіяльну. Регламентована, або, як вона часто називається, планова, рекреація - це подорож і перебування за точним, раніше оголошеним регламентом. Рекреанти забезпечуються комплексом послуг згідно з попередньо придбаною путівкою на певний термін. Під самостійною неорганізованою рекреацією розуміють самостійну подорож рекреанта, не пов'язаного будь-якими взаємними обов'язками з рекреаційними закладами.

За кількістю учасників розрізняють індивідуальний і груповий туризм. Під індивідуальною розуміють подорож не тільки однієї людини, а й сім'ї.

За ознакою рухливості туризм ділиться на стаціонарний і кочовий. Це досить умовний поділ, оскільки туризм, по-перше, обов'язково пов'язаний з переміщенням з місця проживання в місце відпочинку, а по-друге, туристи навіть в так званих місцях відпочинку відрізняються великою рухливістю.

При визначенні **стаціонарного туризму** підкреслюється, що в даному випадку подорож здійснюється заради перебування на певному курорті. До стаціонарних форм туризму належать лікувальний туризм і окремі види оздоровчо-спортивного туризму.

Класи елементарних занять.

Згідно з чинним Класифікатором видів економічної діяльності рекреаційна діяльність може бути визначена як процес об'єднання дій, які призводять до отримання відповідного набору продукції і послуг, на основі використання певних ресурсів: сировини, матеріалів, устаткування, робочої сили, технологічних процесів і т.д. Структурно види економічної діяльності рекреаційного комплексу за класифікаційними рівнями можуть бути

представлені чотирма секціями, чотирма розділами, п'ятьма групами, сім'ю класами і одним підкласом.

Основними ознаками класифікації рекреаційної діяльності є, тривалість і місце проведення.

За тривалістю рекреації виділяють:

- туризм
- екскурсії.

Часова відмінність між екскурсіями і туризмом досить ясна: все, що займає в рекреаційній діяльності менше 24 годин - екскурсії, решта - туризм.

Види рекреаційної діяльності вельми різноманітні. ***Всі види відпочинку можна поділити на дві великі групи:***

- стаціонарні,
- мобільні

Інша класифікація розглядає відпочинок як тривалу категорію (лікувальний, оздоровчий, спортивний та пізнавальний туризм) або короткочасну категорію

За сезонному ознакою в цих групах відпочинку можна виділити:

- літні,
- зимові,
- види відпочинку перехідних сезонів .

За віковими показниками розрізняють:

- відпочинок дошкільнят,
- школярів,
- молоді,
- осіб середнього віку,
- відпочинок літнього населення.

Для класифікації і угрупування рекреаційної діяльності застосовують 17 найрізноманітніші підходи. Найчастіше в їх основі лежать:

- мета подорожі,
- характер організації,
- правовий статус,
- тривалість подорожі,
- перебування рекреанта в певному місці,
- сезонність ,
- характер пересування рекреанта,
- вік рекреанта,
- активність занять і т д.

Головною ознакою класифікації рекреаційної діяльності виступає її функціональна орієнтація.

Виділяють наступні рекреаційні функції:

- лікувальна - направлена на відновлення здоров'я людини,
- пізнавальна
- направлена на розвиток духовного потенціалу особистості,
- спортивна
- направлена на розвиток фізичних сил людини.

За суспільної функції і технології розрізняють:

- лікувально-курортну,
- оздоровчу,
- спортивну,
- пізнавальну рекреаційну діяльність.

Лікувально-курортна рекреація розрізняється за основними природними лікувальних факторів-клімат, грязі, мінеральні води. Умови лікувально-курортної рекреації повинні строго відповідати медико- біологічним нормам.

Оздоровча та спортивна рекреація найбільш різноманітна. Великою популярністю у всьому світі користується пляжно-купальний відпочинок. Крім того, сам відпочинок біля води і на воді включає різноманітні рекреаційні заняття. Так, прогулянковий і промислово-прогулянковий відпочинок включає прогулянки на повітрі, огляд краєвидів, збирання грибів та ягід, морських даріві т.д.

Маршрутний туризм може бути як спортивним, так і оздоровчим.

За характером подоланих перешкод він поділяється на рівнинний і гірський Він тісно пов'язаний з пізнавальним і краєзнавчим туризмом.

За характером використовуваних способів пересування він може бути пішохідним, моторизованим і т.д. Різний і радіус його дій, місцевий, регіональний, державний.

Великий розвиток отримав водний туризм, як прогулянковий, так і спортивний. Ці види туризму сполучаються з пляжно-купальним туризмом.

Все більш популярним стає підводний спортивний туризм з метою фотополювання і підводного полювання на морських тварин. Він включає 18 в себе елементи пізнавального туризму (наприклад, археологічний підводний туризм).

Досить велика чисельність любителів рибальського та мисливського туризму. Особливо широке поширення набувають фото-і кіноохота, націлені не на матеріальне збагачення, а на відпочинок на природі і реалізують пізнавальні форми туризму.

Мисливський туризм – один з найдорожчих видів іноземного туризму (наприклад, сафарі). Широкий розвиток сьогодні отримали гірсько-лижний туризм і альпінізм.

Пізнавальна рекреація. Пізнавальні аспекти властиві значній частині рекреаційних занять. Однак виділяються суто пізнавальні рекреаційні заняття, пов'язані з інформаційним споживанням культурних цінностей: огляд культурно-історичних пам'яток, визначних пам'яток, ознайомлення з новими районами, містами, країнами, з їх етнографією, економікою, культурою, природою і т.д.

Своєрідне місце в міжнародному та внутрішньому туризмі займають конгресовий туризм, виставки, ярмарки, спортивні змагання, фестивалі та паломництво до святих місць. Ці заходи викликають досить значні туристські потоки.

Розподіл вільного часу в залежності від характеру його використання на щоденне, щотижневе і щорічне є важливим у методичному відношенні, оскільки слугує основою при вивченні структури рекреації та використання вільного часу в рекреаційних цілях.

Диференційований таким чином вільний час дозволяє розглядати рекреаційну діяльність з точки зору періодичності та територіальних ознак. Використання щоденного вільного часу безпосередньо пов'язане з житлом і міським середовищем Щотижнева рекреація залежить від розміщення приміських рекреаційних об'єктів і дач.

Використання щорічного вільного часу пов'язане з розміщенням рекреаційних об'єктів курортного типу Відповідно, виділяють рекреацію усередині населеного пункту, місцеву щотижневу (приміську – уїк-енд), щорічну регіональну, державну або міжнародну.

За характером організації рекреація ділиться на регламентовану (спланована по путівці) і самодіяльну (дикий відпочинок).

За кількістю учасників розрізняють індивідуальний (включаючи сімейний) і груповий туризм. Велике значення має такий показник, як щільність соціальних контактів, що виражається числом рекреантів на одиницю площі Прагнення до максимального самоти може бути названо відцентровим, а до максимальних контактам - доцентрова.

За ознакою рухливості туризм ділиться на стаціонарний і кочовий. При виділенні стаціонарного туризму підкреслюється, що в даному випадку подорож здійснюється заради перебування на якому-небудь курорті.

До стаціонарних форм туризму відносяться лікувальний туризм і окремі види оздоровчо-спортивного туризму. Кочовий туризм передбачає постійне пересування, зміна місця перебування. У зв'язку з цим матеріально-технічна база туризму все більше тяжіє до доріг.

Рекреаційне господарство розширюється. При цьому в рекреаційній галузі посилюється територіальний поділ праці. Багато видів рекреації мають

сезонний характер. Сезонність породжує багато соціально- економічних проблем (піки і провали) Клімат і погода виступають найсуттєвішими і об'єктивними чинниками сезонності. Сезонність також залежить від сформованих у людей стереотипів. Відпустки надаються в основному влітку, так само як і канікули в освітніх установах, тому люди прагнуть поїхати відпочивати в період з червня по вересень. Лише санаторно-курортні заклади мають цілорічний характер обслуговування але і тут сезонність (хоча і в меншій мірі) теж має місце.

За характером використаних транспортних послуг туризм поділяється на автомобільний, автобусний, авіаційний, залізничний, теплоходних (морський, річковий та озерний).

За правовим статусом туризм поділяється на національний (внутрішній) та міжнародний (іноземний). Міжнародний туризм підрозділяється на активний і пасивний, в залежності від його впливу на платіжний баланс країни. Для кожної країни подорож її громадян в інші держави називається пасивним туризмом, а приїзд іноземців – активним туризмом.

За тривалістю перебування міжнародний туризм ділиться на короткостроковий і тривалий. Якщо тривалість туристичної подорожі становить не більше трьох діб, його відносять до короткострокового туризму, а якщо більше трьох діб – до тривалого.

Рекреаційні потреби реалізуються в певних видах рекреаційної діяльності, під якою розуміють діяльність у вільний час, спрямовану на відновлення і розвиток психічних, фізичних і духовних сил людини.

Можна виділити дві основні функції вільного часу 1) відновлення сил людини, що поглинаються середовищем праці й іншими незаперечними заняттями 2) духовний та фізичний розвиток. Відновні функції (психофізіологічні) включають харчування, сон, рух. Вони виконують функції простого відновлення психофізіологічних параметрів. Функції розвитку (духовно-інтелектуальні) включають оздоровлення, пізнання, спілкування.

Види рекреаційної діяльності мають певну кількість способів реалізації, званими рекреаційними заняттями. Середа сукупності занять, здійснюваних у процесі рекреаційної діяльності, можна виділити власне рекреаційні заняття (купання, піші прогулянки, збирання грибів та ягід і т.д.), відмінні від задоволення повсякденних фізіологічно необхідних потреб (сон, харчування).

За типологією з власне рекреаційних занять можна виділити дві групи, що об'єднують чотири основних типи занять (О.С. Шматків 2004):

1) група відновлення:

а) рекреаційно-лікувальні заняття, б) рекреаційно-оздоровчі заняття

2) група розвитку:

а) рекреаційно-спортивні заняття, б) рекреаційно-пізнавальні заняття.

Рекреаційно-лікувальні заняття являють собою систему занять, жорстко обумовлених методами санаторно-курортного лікування. Заняття рекреаційно-оздоровчого типу набагато більш різноманітні. Сюди входять прогулянки, купання, повітряні та сонячні ванни, ігри, збирання грибів та ягід, полювання, пасивний відпочинок і т.д.

Рекреаційно-спортивні заняття спрямовані переважно на розвиток фізичних сил людини, а рекреаційно-пізнавальні заняття - на духовний розвиток людини. Багато видів рекреаційних занять в реальній ситуації комбінуються. Рекреант може свідомо протягом певного відрізку часу комбінувати рекреаційні заняття. Очевидно, що чим більше суміщень, тим ефективніше протікає рекреаційна діяльність, оскільки при цьому в одиницю часу задовольняється більше рекреаційних потреб.

Стійка комбінація повторюваних рекреаційних занять за певний відрізок часу отримала назву циклу рекреаційної діяльності. Життєві цикли рекреаційної діяльності проявляються у чергуванні видів і форм рекреації, географічних районів і т.д.

Цикли рекреаційної діяльності можна розрізняти і по їх суспільної функції і технології (лікувальні, оздоровчі, спортивні та пізнавальні).

Різноманітність, комбінування і циклічність рекреаційних занять безпосередньо залежать від властивостей рекреаційних територій та їх організації. Різноманітності занять має відповідати різноманітність рекреаційних ресурсів. Комбінування і циклічність також можливі при наявності різноманітних ресурсів на певній території.

Елементарні рекреаційні заняття (ЕРЗ) є внутрішньо цілісна, однорідна, не роздільна на технологічні компоненти рекреаційна діяльність. Елементарні рекреаційні заняття служать основою для програм відпочинку, конструювання циклів рекреаційних занять. За даними зарубіжних соціологів, число ЕРЗ подвоюється кожні 10 років, до початку XXI ст. їх налічувалося вже понад 80 тис. видів. Кожне з ЕРЗ може бути віднесено до класу лідируючих або «ведених», в залежності від того, чи є воно цільовим заняттям з позиції рекреаційних функцій.

Виходячи з цього розрізняють:

- цільові ЕРЗ, що є головним мотивом рекреаційної діяльності;

- додаткові ЕРЗ, не реалізують основну мету рекреації, але вносять 21 різноманітність у цикл рекреаційних занять, оживляючі його,

- супутні ЕРЗ, що не дають специфічного рекреаційного ефекту, але необхідні за фізіологічними і технологічним обмеженням.

Елементарні рекреаційні заняття в рамках одного циклу у певної взаємозалежності. З цих позицій їх характеризують: взаємозамінність (альтернативність), тобто можливість без видимого збитку для цілей рекреації замінити одне ЕРЗ на інше взаємозумовленість, тобто певна послідовність ЕРЗ з фіксацією їх тривалості та інтенсивності в циклі рекреаційних занять протипоказане тобто несумісність деяких ЕРЗ між собою в даний відрізок часу.

Найважливішою характеристикою ЕРЗ є аттрактивність рекреаційної діяльності - індивідуальна або групова привабливість занять рекреаційною діяльністю та їх поєднань. Інтенсивність рекреаційної діяльності свідчить про рівень задоволення рекреаційних потреб. Конкретні види діяльності у вільний час, спрямовані на відновлення сил індивіда, своєю послідовністю утворюють комбінації добового, тижневого, річного та життєвого циклів рекреаційної діяльності. Вони розрізняються за можливостями здійснювати ті чи інші рекреаційні дії в одиницю часу, що і визначає їх інтенсивність

Контрольні запитання:

1. Охарактеризуйте основні групи рекреаційних занять.
2. Опишіть класи елементарних занять.
3. Охарактеризуйте рекреаційні заняття в сільському зеленому туризмі за основними ознаками.

Тестові завдання до теми:

1. Який фактор не відноситься до лікувально-курортної рекреації?
A) Клімат
B) Лікувальні грязі
C) Водні лижі
D) Мінеральні джерела
2. Яке з перерахованих занять відноситься до оздоровчої рекреації?
A) Кліматолікування
B) Бальнеолікування
C) Купання і сонячні ванни
D) Грязелікування
3. Який тип рекреаційної діяльності відносять до маршрутного туризму?
A) Бальнеолікування
B) Прогулянки по березі
C) Збирання ягід і грибів
D) Рівнинний і гірський туризм
4. Яка основна класифікація рекреаційної діяльності в сільському зеленому туризмі?

а) За соціальним статусом рекреанта
б) За метою подорожі, характером організації, правовим статусом, тривалістю і сезонністю
в) За типом транспорту, яким користується рекреант
г) За кількістю учасників у подорожі
5. Які фактори визначають лікувально-курортну рекреацію?
а) Природні ландшафти, клімат, вода
б) Харчування, сон, медичний контроль
в) Клімат, мінеральні джерела, лікувальні грязі
г) Емоційний стан, фізична активність, дозвілля
6. Який вид рекреаційної діяльності включає купально-пляжний відпочинок?
а) Лікувальна рекреація
б) Спортивна рекреація
в) Оздоровча рекреація
г) Пізнавальна рекреація
7. Які види активностей включає водний туризм?
а) Гірськолижний спорт, купання, гребля
б) Парусний спорт, воднолижний спорт, гребля на каное
в) Водне поло, серфінг, альпінізм
г) Підводне плавання, велосипедний спорт, йога
8. Яка основна мета пізнавальної рекреації?
а) Вивчення фізичних можливостей рекреанта
б) Споживання культурних цінностей, ознайомлення з новими районами та природними явищами
в) Поліпшення здоров'я та відновлення сил
г) Збільшення фізичної активності та розвиток спортивних навичок
9. Що визначає щоденну та щотижневу рекреацію?
а) Географічне розміщення рекреаційних об'єктів
б) Вибір туристичного транспорту
в) Ступінь фізичної підготовки рекреанта
г) Сезонність і кліматичні умови
10. Що є характерною ознакою регламентованої рекреації?
а) Відсутність плану та організації подорожі
б) Подорож без взаємних зобов'язань з туристичними закладами
в) Подорож за точним, заздалегідь оголошеним регламентом з комплексом послуг
г) Подорож на автомобілі без обмежень часу
11. Що характеризує індивідуальний туризм?
а) Подорож однієї людини або сім'ї

б) Поїздка великої групи людей
в) Подорож без зупинок
г) Піший похід через гірські райони
12. Який тип туризму вважається стаціонарним?
а) Туризм, що передбачає постійні переміщення між містами
б) Подорож, орієнтована на перебування в певному місці, наприклад, на курорті
в) Туризм, де головна мета — зміна місць відпочинку кожен день
г) Туризм, що передбачає проживання в кемпінгу з пересуванням між локаціями
13. Що є основою рекреаційної діяльності згідно з Класифікатором видів економічної діяльності?
а) Створення культурних цінностей
б) Отримання продукції і послуг на основі використання ресурсів
в) Проведення екскурсій для туристів
г) Організація спортивних змагань
14. Як визначається різниця між туризмом і екскурсіями за тривалістю?
а) Екскурсії тривають більше 24 годин, туризм — менше
б) Туризм займає більше 24 годин, екскурсії — менше
в) Екскурсії тривають кілька днів, туризм — один день
г) Обидва тривають однаково, різниця лише у типі діяльності
15. Які основні ознаки класифікації рекреаційної діяльності?
а) Вік учасників і тип транспорту
б) Тривалість і місце проведення
в) Сезонність і кількість учасників
г) Тип діяльності та вартість послуг
16. Як класифікуються види відпочинку за характером організації?
а) Літні і зимові
б) Лікувальний і спортивний
в) Стаціонарні та мобільні
г) Відпочинок дошкільнят і школярів
17. Які види відпочинку виділяють за тривалістю?
а) Стаціонарні та мобільні
б) Тривалі та короткочасні
в) Літні та зимові
г) Молодіжний і для літнього населення
18. Які групи видів відпочинку можна виділити за віковими показниками?
а) Літній, зимовий, перехідний
б) Лікувальний, спортивний, пізнавальний

в) Відпочинок дошкільнят, школярів, молоді, осіб середнього віку, літнього населення

г) Тривалий та короткочасний

19. Яка головна ознака класифікації рекреаційної діяльності?

а) Правовий статус рекреанта

б) Вік рекреанта

в) Функціональна орієнтація

г) Характер пересування

20. Що зазвичай лежить в основі класифікації рекреаційної діяльності?

а) Тип транспорту, яким користується рекреант

б) Мета подорожі, тривалість, характер організації, вік і активність

в) Географічне розташування рекреаційних об'єктів

г) Кількість учасників подорожі

21. Який критерій не згадується при класифікації рекреаційної діяльності?

а) Сезонність

б) Тривалість подорожі

в) Тип харчування

г) Активність занять

22. Яка основна мета лікувальної рекреаційної функції?

а) Розвиток духовного потенціалу

б) Відновлення здоров'я людини

в) Зміцнення фізичних сил

г) Організація пізнавальних заходів

23. Що є основними природними факторами лікувально-курортної рекреації?

а) Харчування, сон, фізичні вправи

б) Клімат, грязі, мінеральні води

в) Фольклор, культурні заходи, екскурсії

г) Піші прогулянки, спортивні заняття, плавання

24. Які види рекреаційної діяльності виділяють за суспільною функцією і технологією?

а) Пізнавальна, розважальна, спортивна, культурна

б) Лікувально-курортна, оздоровча, спортивна, пізнавальна

в) Духовна, фізична, культурна, освітня

г) Літня, зимова, весняна, осіння

25. Який вид відпочинку користується великою популярністю у світі?

а) Гірськолижний туризм

б) Пляжно-купальний відпочинок

в) Прогулянковий відпочинок

г) Промисловий туризм

26. Які види рекреаційної діяльності включає прогулянковий відпочинок?
а) Катання на лижах, альпінізм
б) Огляд краєвидів, збирання грибів та ягід
в) Підводне плавання, риболовля
г) Гірські сходження, екстремальний спорт
27. Які види маршрутного туризму виділяють за характером подоланих перешкод?
а) Пішохідний і моторизований
б) Рівнинний і гірський
в) Літній і зимовий
г) Місцевий і регіональний
28. Який вид туризму поєднується з пляжно-купальним туризмом?
а) Гірськолижний туризм
б) Водний туризм
в) Альпінізм
г) Сафарі
29. Який вид туризму включає елементи археологічного туризму?
а) Водний туризм
б) Мисливський туризм
в) Підводний спортивний туризм
г) Гірськолижний туризм
30. Який вид туризму вважається одним з найдорожчих?
а) Підводний туризм
б) Сафарі (мисливський туризм)
в) Рибальський туризм
г) Прогулянковий туризм
31. Що таке пізнавальна рекреація?
а) Відпочинок на природі
б) Спорт та активні ігри
в) Інформаційне споживання культурних цінностей
г) Похід на вихідні
32. Які події займають своєрідне місце в міжнародному та внутрішньому туризмі?
а) Лікувально-курортні поїздки
б) Конгресовий туризм, виставки, ярмарки та спортивні змагання
в) Прогулянки на свіжому повітрі
г) Дослідження природних пам'яток
33. На що впливає розподіл вільного часу в залежності від його використання?
а) На кількість учасників туризму

б) На структуру рекреації та використання вільного часу в рекреаційних цілях
в) На тривалість подорожі
г) На ціни на туристичні послуги
34. Яка форма рекреації пов'язана з розміщенням рекреаційних об'єктів курортного типу?
а) Щоденна рекреація
б) Щотижнева (приміська) рекреація
в) Щорічна рекреація
г) Місцева рекреація
35. На які дві категорії поділяється рекреація за характером організації?
а) Регламентована та випадкова
б) Регламентована та самодіяльна
в) Спланована та хаотична
г) Комерційна та некомерційна
36. На які два види ділиться туризм за ознакою рухливості?
а) Індивідуальний і груповий
б) Стаціонарний і кочовий
в) Лікувальний і спортивний
г) Внутрішній і міжнародний
37. Які форми туризму належать до стаціонарних?
а) Лікувальний і кочовий
б) Спортивний і пізнавальний
в) Лікувальний і оздоровчо-спортивний
г) Екскурсійний і пригодницький
38. Які фактори найбільше впливають на сезонність рекреації?
а) Тільки економічні чинники
б) Клімат і погода
в) Культура і традиції
г) Транспортні послуги
39. На які види ділиться туризм за характером використаних транспортних послуг?
а) Індивідуальний і груповий
б) Автомобільний, автобусний, авіаційний, залізничний
в) Лікувальний і оздоровчий
г) Внутрішній і міжнародний
40. На які категорії поділяється міжнародний туризм за правовим статусом?
а) Локальний та міжнародний
б) Національний та міжнародний
в) Короткостроковий та довгостроковий

г) Активний та пасивний

41. Яка тривалість подорожі відносить до короткострокового туризму?

а) До трьох діб

б) Від трьох до п'яти діб

в) Більше п'яти діб

г) До одного тижня

42. Які основні функції вільного часу виділяються в тексті?

а) Розваги та дозвілля

б) Відновлення сил та духовний розвиток

в) Соціальна активність та екологічні ініціативи

г) Спілкування та фізичні вправи

43. Які дві групи типів рекреаційних занять виділяються в тексті?

а) Група відновлення та група розвитку

б) Група активності та група спокою

в) Група фізичних і група інтелектуальних

г) Група індивідуальних та групових занять

44. Що таке рекреаційно-лікувальні заняття?

а) Заняття, пов'язані з проведенням екскурсій

б) Заняття, що сприяють розвитку фізичних сил

в) Система занять, що обумовлені методами санаторно-курортного лікування

г) Заняття, пов'язані зі спортом на природі

45. Які з наступних занять належать до рекреаційно-оздоровчих?

а) Вивчення історії регіону

б) Прогулянки та купання

в) Участь у спортивних змаганнях

г) Дослідження культурних пам'яток

46. Що таке цикл рекреаційної діяльності?

а) Одиничне заняття у вільний час

б) Стійка комбінація повторюваних рекреаційних занять за певний відрізок часу

в) Спеціальна програма для фізичних вправ

г) Група людей, що займаються рекреаційною діяльністю

47. Які види циклів рекреаційної діяльності можна розрізняти за суспільною функцією?

а) Лікувальні, оздоровчі, спортивні та пізнавальні

б) Дослідницькі, туристичні, культурні та освітні

в) Індивідуальні, групові, сімейні та корпоративні

г) Міські, сільські, гірські та водні

48. Що таке елементарні рекреаційні заняття (ЕРЗ)?

а) Різноманітні форми групового відпочинку
б) Внутрішньо цілісна, однорідна рекреаційна діяльність
в) Заняття, що потребують спеціального обладнання
г) Вид спорту, що включає в себе різні дисципліни
49. Які ЕРЗ називаються цільовими?
а) Заняття, що є головним мотивом рекреаційної діяльності
б) Заняття, які доповнюють основну мету рекреації
в) Заняття, що не дають специфічного рекреаційного ефекту
г) Заняття, які виконуються за технологічними обмеженнями
50. Що характеризує взаємозамінність елементарних рекреаційних занять (ЕРЗ)?
а) Можливість поєднувати різні заняття без негативних наслідків
б) Визначення тривалості та інтенсивності занять
в) Несумісність деяких занять у певний час
г) Визначення основного мотиву рекреаційної діяльності
51. Яка характеристика елементарних рекреаційних занять (ЕРЗ) свідчить про рівень задоволення рекреаційних потреб?
а) Взаємозумовленість
б) Інтенсивність рекреаційної діяльності
в) Атрактивність рекреаційної діяльності
г) Протипоказання

ТЕМА 5. СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНЕ ЗНАЧЕННЯ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ

Сільський зелений туризм (СЗТ), який став засобом проведення вільного часу в сільській місцевості, набирає дедалі більшої популярності в рекреаційних регіонах нашої країни. Про стан його розвитку свідчать такі дані. Регіональні представництва Спілки сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні станом на 2010 р. просувають близько 600 різних садиб загальною місткістю понад 6 тис. місць, які щорічно приймають не менше 800 тис. осіб. Для порівняння: у Польщі агротуризмом займаються близько 12 тис. господарств, у Франції, Англії й Німеччині – не менше 20 тис. у кожній країні. В Україні «приймаюча сторона» в основному зосереджена в традиційних туристичних регіонах: Криму, Приазов'ї й Карпатах, де й сконцентровані приблизно 90 % сільських туристичних садиб.

Сільський зелений туризм можна розглядати, як проведення вільного часу в сільському середовищі, якому притаманна відповідна забудова, сільський побут, етнокультурний колорит місцевості тощо. Зелений він тому, що туристичні заняття у вигляді пішохідних і кінних прогулянок, спортивних та оздоровчих подорожей, хоббі-дозвілля (рибальство тощо) відбуваються в сільській місцевості серед живої природи.

Сільський зелений туризм окремі українські дослідники досі ототожнюють з агротуризмом. Знак рівності між цими поняттями ставити не можна, оскільки поняття «сільський зелений туризм» за змістом значно ширше порівняно з поняттям «агротуризм». *Агротуризм* – форма сільського туризму, реалізована на базі сільського фермерського господарства, де відпочинок пов'язаний із активним залученням його учасників до традиційних форм господарювання на селі (збір винограду, сіна, догляд за худобою тощо).

У науковій і популярній літературі часто використовують поняття ***«екологічний туризм».*** У фундаментальних виданнях, які розкривають його суть, акцентовано, що екологічний туризм - важливе явище у світовому туризмі й гостинності. За прогнозами експертів UNWTO, у перші десятиріччя XXI ст. темпи його значно зростатимуть, а доходи від нього сприятимуть розвитку економік багатьох країн, зокрема тих, що розвиваються.

Поняття сільський туризм охоплює широкий спектр видів відпочинку у сільській місцевості (власне сільський туризм), а також орієнтований на перебування в агрооселях відпочинок (агротуризм). Поняття екоагротуризм поєднує в собі риси всіх вищеназваних видів туризму. За кордоном найбільш успішні аграрні підприємства та агрооселі паралельно займаються агротуризмом та сільськогосподарською діяльністю.

Основна відмінність сільського зеленого туризму від туризму, так би мовити, звичайного – це те, що туристичні послуги надають особи, які мають інший фах (сільськогосподарські робітники, працівники сфери обслуговування, вчителі) та надають ці послуги в сільській місцевості.

У британському словнику з подорожей, туризму та гостинності С. Медліка (1993) визначено таке:

Сільський зелений туризм - це специфічна форма відпочинку в приватних господарствах сільської місцевості з використанням майна та трудових ресурсів особистого селянського, підсобного або фермерського господарства, природно-рекреаційних особливостей місцевості та культурної, історичної та етнографічної спадщини регіону. Даний вид туризму передбачає перебування туристів у власному житловому будинку сільського господаря, окремому (гостьовому) будинку або на території особистого господарства.

Агротуризм (farm tourism) – відпочинковий туризм, що передбачає використання сільського (фермерського) господарства. Агрогуризм може проявлятись у різних формах, але завжди включає винаймання помешкання. Розрізняють дві базові форми агротуризму: винаймання помешкання з обслуговуванням безпосередньо в межах дворогосподарства або розміщення на нічліг з самообслуговуванням на землях, що належать до дворогосподарства, наприклад, в кемпінгах та наметах. Агротуризм, таким чином, виступає однією з форм сільського туризму. В агротуризмі дворогосподарство (фермерське господарство) становить одночасно нічліжну базу та головний предмет інтересу для туриста.

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

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

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

Сільський туризм і його різновидність агротуризм мають багато спільного з екотуризмом і часто відповідають багатьом його пріоритетам, зокрема: збереження природничого та культурного середовища, підтримка добробуту місцевої громади, постачання туристам харчів з місцевих продуктів. Деякі

власники агротуристичних господарств, розташованих поблизу природоохоронних територій, підтримують серед туристів проекологічні вимоги. У сільських місцевостях організовують відвідувачам багато додаткових послуг, що включають екотуристичні програми: кінні та велосипедні прогулянки, маршрути по знакованих стежках у національних і ландшафтних парках, природничі подорожі, збирання ягід та грибів. Але сільський туризм (агротуризм) і екотуризм відрізняються основними цілями використання вільного часу, їхня головна різниця полягає у базових мотивах подорожування.

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

Наведені вище поняття, пов'язані з сільським туризмом, знайшли застосування для визначення форм туристичного руху в Україні. Зокрема, відпочинок в українських селах можна визначити як «сільський зелений туризм». Він охопив широкий спектр форм відпочинку на селі: від стаціонарного відпочинку у сільській місцевості (власне сільський туризм), відпочинку у туристичних центрах і курортах, що розташовані у селищах і малих містах до відпочинку у сільських дворогосподарствах (агротуризм).

Визначення сільського руху як «зелений» туризм підкреслює його проекологічну орієнтацію

Аграрний туризм у більшості країн розглядається як невід'ємна складова частина комплексного соціально-економічного розвитку села та як один із засобів вирішення багатьох сільських проблем. Важливим результатом розвитку агротуризму є розширення можливостей реалізації продукції особистого господарства, причому реалізації її на місці, і не як сільськогосподарської сировини, а як готових продуктів харчування після відповідної обробки і приготування. Досвід показує, що ті фермери або сім'ї, які приймають відпочиваючих, удосконалюють і структуру посівів у господарствах та на присадибних ділянках з урахуванням потреб гостей, розширюють асортимент овочевих культур, фруктових дерев, ягідників тощо, розвивають і урізноманітнюють присадибне тваринництво, заводять тепличне господарство, займаються мисливством, бджільництвом та рибальством.

Суть екологічного туризму зводиться до організації туризму в малозмінених людиною ландшафтах без заподіяння шкоди навколишньому середовищу. До таких ареалів розвитку екотуризму передусім належать території національних та ландшафтних парків, де пріоритетною складовою функціонування є організація турів у природу. Оскільки екотуризм і сільський зелений туризм спрямовані на збереження екосистем, то їм притаманні чимало спільних рис.

Останнім часом навіть з'явилося нове поняття – екоагротуризм. Воно поєднує використання агроосель як головного об'єкта розміщення туристів, які користуються набором послуг сільського туризму й додатково – послугами екотуристичної пропозиції даної місцевості.

СЗТ здобув масового визнання в другій половині XX ст., коли населення великих міст постіндустріальних держав вже не могло обійтися без чистого повітря, екологічно привабливих малозаселених сільських територій. Попит на сільський відпочинок зумовлений також збільшенням вартості платних відпусток, зростанням освіченості громадян і розвитком транспортної інфраструктури, зокрема мережі швидкісних автобанів, залізниць, повітряних коридорів. Наприкінці XX ст. подолано останню перешкоду, що заважала масовому розвитку туризму в сільській місцевості країн Центральної Європи – необлаштованість об'єктів розміщення туристів. Цього вдалося досягти завдяки радикальним реформам у сфері агробізнесу, розвитку малого підприємництва й створенню мережі агроосель і агроготелів для прийому відпочиваючих.

Агрооселя виступає передумовою й основою туристичного продукту сільського туризму. На її базі формується пакет сукупних послуг клієнту: туристично привабливе місцевість, традиції та звичаї сільської гостинності у даній місцевості, історико-культурна спадщина, гастрономічне розмаїття тощо. Неабияке значення має суспільний імідж місцевості, а також сприятливі ціни. За визнанням експертів UNWTO, сільський зелений туризм - найдинамічніший сектор світового туристичного господарства. Обсяги надання агротуристичних послуг у постіндустріальних країнах у 2-4 рази перевищують обсяги зростання готельної бази та курортного сервісу в цих країнах.

Вагомим питанням подальшого розвитку сільського зеленого туризму фахівці вважають категоризацію зелених садиб. Для прикладу, у сусідній Польщі діють чіткі стандарти стосовно якості продукту сільського туризму, а господарі здійснили добровільну категоризацію садиб. Це дає змогу формувати свою ринкову нішу й працювати зі своїм сегментом споживачів.

Клієнт повинен чітко знати, які саме послуги й стандарти сервісу йому запропонують у тій чи іншій садибі. Поки що панівна більшість вітчизняних агроосель належить до першої категорії, тобто найнижчого рівня категоризації.

Уже ні в кого не викликає сумніву теза про те, що сільський зелений туризм в Україні має неабиякі перспективи для розвитку, адже ***українське село здатне запропонувати туристові надзвичайно розмаїтий сільський туристичний продукт***:

- самобутній побут,
- величезну історико-архітектурну народну спадщину,
- екологічно чисті продукти харчування,

- мальовничі ландшафти тощо.

Двадцятирічний досвід розбудови сектора сільського туризму в Україні (від поодиноких аматорських спроб до програмно-цільової державної підтримки) дає підстави констатувати: сільський зелений туризм виступає одним із чільних пріоритетів подолання депресивності й активізації соціально-економічного розвитку сільських територій України.

Соціально-економічне значення розвитку сільського зеленого туризму в контексті сучасних пріоритетів розвитку сільських територій України полягає в тому, що він:

- стимулює розвиток тих селянських господарств, які займаються зеленим туризмом як видом підсобної діяльності;

- активізує розвиток місцевої інфраструктури;

- сприяє збуту надлишків сільськогосподарської продукції, збільшуючи додаткові прибутки селян і відрахування в місцеві бюджети;

- активізує місцевий ринок праці, підвищує зайнятість, затримує молодь на селі, зменшуючи потребу в закордонному заробітчанстві;

- слугує охороні туристичних ресурсів, насамперед збереженню етнокультурної самобутності українців і усіх громад етнічних меншин нашої держави;

- створює можливості для повноцінного змістовного відпочинку незаможної верстви людей;

- позитивно впливає на підвищення культурного рівня й екологічної свідомості мешканців села.

Державна підтримка розвитку сільського зеленого туризму.

«Державна підтримка розвитку депресивних територій», в якому головною метою підтримки проблемних сіл і адміністративних районів визначено подолання депресивного стану та забезпечення їх ***пріоритетного розвитку в межах державної регіональної політики шляхом:*** 1). визначення заходів подолання депресивного стану проблемних сіл та адміністративних районів; 2). визначення переліку, обсягів робіт і джерел фінансування соціальної інфраструктури сільських територій; 3). внесення доповнень до Законів України «Про стимулювання розвитку регіонів», «Про пріоритетність соціального розвитку села та агропромислового комплексу в народному господарстві», «Про фермерське господарство», які забезпечували б урахування специфіки сільської місцевості при визначенні депресивних територій і сільських населених пунктів, стимулюванні їх розвитку; 4). розробка типових заходів державної підтримки вразливих категорій сільських населених пунктів і адміністративних районів, передусім тих, яким надаватиметься статус депресивних; 5). запровадження гарантій і пільг особам (сім'ям), які

проживають на депресивних сільських територіях, а також тим, які будуть в установленому порядку переселятися до них з метою відродження сільськогосподарського виробництва.

Відповідно до вимог Закону України «Про стимулювання розвитку регіонів», кілька обласних державних адміністрацій розробили стратегії їх соціально-економічного розвитку. Як показує їх аналіз, за своєю суттю вони є екстериторіальними, основні проблеми в них розглядаються в традиційному галузевому аспекті. Зокрема, проблеми розвитку сільських територій зазвичай подаються як рефрен при аналізі аграрного сектору

З економічної точки сільський туризм можна розглядати як галузь економіки, яка, за доволі скромних капіталовкладень, може сприяти розв'язанню багатьох соціально-економічних проблем українського села.

Доцільність розвитку сільського туризму в Україні визначається такими обставинами: 1) значними природно-рекреаційними ресурсами сільської місцевості; 2) зростанням популярності альтернативних видів туризму на екологічно сприятливих територіях; 3) значним житловим фондом на селі; 4) відносною дешевизною сільського зеленого туризму; 5) необхідністю підвищення рівня доходів та зайнятості сільського населення; 6) потребою у подоланні соціального песимізму та байдужості на селі; 7) необхідністю розширення податкової бази місцевих громад; 8) потребою в модернізації інженерної та транспортної інфраструктури сільських територій. За розрахунками фахівців, український ринок потенційно здатний прийняти й розмістити на селі близько 150 тис. «зелених туристів», забезпечити економічну та демографічну стабільність у сільських місцевостях та вирішити їхні соціально-економічні проблеми.

Позитивний вплив сільського зеленого туризму на вирішення соціально-економічних проблем села має комплексний, системний характер, оскільки сприяє розширенню зайнятості сільського населення, стимулює благоустрій сільських поселень тощо (рис. 5.1).

Водночас розвиток сільського зеленого туризму не лише у проблемних, а й у будь-яких регіонах України, ускладнюється кількома обставинами, головними серед яких є невизначеність нормативно-правової бази, зокрема відсутність закону «Про сільський зелений туризм», низька активність жителів сільських громад в організації власного бізнесу, відсутність у них досвіду такого виду діяльності тощо. Частково окремі проблемні аспекти надання послуг у сфері сільського зеленого туризму усунула Постанова Кабінету Міністрів «Порядок надання послуг з тимчасового розміщення (проживання)».

Сільський зелений туризм із кожним роком набуває все більшої популярності як у світі, так і в нашій державі. Він дає змогу, з одного боку,

активізувати малозабезпечені верстви населення, які можуть розраховувати на відносно дешевий відпочинок, а з іншого боку – сприяти розвитку селянських господарств, які надають послуги СЗТ.



Рис. 5.1. Напрями впливу сільського зеленого туризму на розвиток сільських територій

В умовах світової економічної кризи, яка досі має місце в країнах, що розвиваються, а також зростаючої політичної нестабільності СЗТ може отримати новий поштовх для подальшого розвитку на внутрішніх туристичних ринках. У такому випадку дедалі нові споживацькі сегменти громадян нашої країни переорієнтовуватимуться у своїх туристичних потребах й обиратимуть для активного відпочинку мальовничі й багаті місцевими агрорекреаційними ресурсами Українські Карпати, Волинське Полісся й Поділля, Наддніпрянщину й Слобожанщину, а не дорогі закордонні об'єкти на розрекламованих міжнародних маршрутах.

Контрольні запитання:

1. Соціально-економічне значення фермерського туризму в контексті розвитку сільських територій України.
2. Розкрийте суть поняття «сільський зелений туризм».
3. Охарактеризуйте напрями впливу сільського зеленого туризму на розвиток сільських територій

4. Опишіть основні обставини за якими визначається доцільність розвитку сільського туризму в Україні.

Тестові завдання до теми:

1. Що таке сільський зелений туризм (СЗТ)?
а) Проведення вільного часу в сільській місцевості
б) Туризм, що здійснюється тільки в містах
в) Відпочинок на морі з оздоровчими процедурами
г) Подорожі до культурних центрів
2. Скільки садиб загальною місткістю понад 6 тис. місць просуває Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні станом на 2010 рік?
а) Близько 200
б) Близько 600
в) Близько 1000
г) Близько 1200
3. Які туристичні заняття притаманні сільському зеленому туризму?
а) Лише культурні екскурсії
б) Пішохідні та кінні прогулянки, спортивні та оздоровчі подорожі
в) Тільки відвідування музеїв
г) Відпочинок на пляжі
4. Чим сільський зелений туризм відрізняється від агротуризму?
а) Вони є ідентичними поняттями
б) Сільський зелений туризм охоплює ширший спектр видів відпочинку
в) Агротуризм не має ніякого відношення до сільського туризму
г) Сільський зелений туризм реалізується лише на базі фермерських господарств
5. Що таке агротуризм?
а) Форма сільського туризму, пов'язана лише з відпочинком
б) Відпочинок, що не має жодного зв'язку з сільським господарством
в) Форма сільського туризму на базі сільського фермерського господарства
г) Туризм, який включає тільки екологічні прогулянки
6. Яка роль екологічного туризму у світовому туризмі?
а) Відсутня, оскільки він не має значення
б) Він є важливим явищем, що має зростаючі темпи розвитку
в) Екологічний туризм не популярний у країнах, що розвиваються
г) В основному його розвиток обмежений лише Європою
7. У чому полягає основна відмінність сільського зеленого туризму від звичайного туризму?
а) Туристичні послуги надають професійні гіди

б) Послуги надаються особами з іншими професіями в сільській місцевості
в) Сільський зелений туризм відбувається виключно в містах
г) Звичайний туризм не включає відпочинок на природі
8. Що таке сільський зелений туризм за визначенням С. Медліка?
а) Відпочинок в містах на базі готелів
б) Специфічна форма відпочинку в приватних господарствах сільської місцевості
в) Туризм, який передбачає відвідування лише сільських фермерських ринків
г) Активний відпочинок на природі без проживання у сільських господарів
9. Які форми агротуризму розрізняють?
а) Тільки екологічний туризм
б) Винаймання помешкання з обслуговуванням та самообслуговуванням
в) Лише кемпінги на території міст
г) Тільки розміщення у готелях у сільських регіонах
10. Що таке екологічний туризм?
а) Форма подорожі, що відбувається лише в містах
б) Форма подорожі, сприятлива для навколишнього середовища
в) Туризм, пов'язаний з відпочинком у готелях
г) Відпочинок, що не має ніякого впливу на екологію
11. Які з наведених форм подорожі входять до складу активного екотуризму?
а) Лише водні подорожі
б) Піші, велосипедні, водні, кінні прогулянки
в) Тільки культурологічні поїздки
г) Лише фауністичні поїздки
12. Яка з наступних характеристик є основною відмінністю між сільським туризмом та екотуризмом?
а) Обидва типи туризму підтримують місцеву економіку
б) Екотуризм завжди включає перебування в агрокомплексах
в) Сільський туризм націлений на комерційний прибуток, тоді як екотуризм - на збереження природи
г) Екотуризм не має ніякого зв'язку зі сільським туризмом
13. Яка основна мета екотуризму?
а) Проведення часу в містах
б) Активне відкриття дикої природи та традицій
в) Тільки відпочинок на пляжі
г) Відвідування розважальних закладів
14. Який з наведених варіантів визначає сільський зелений туризм?
а) Відпочинок у розкішних готелях міста
б) Стаціонарний відпочинок у сільській місцевості

в) Тільки агротуризм без екологічних аспектів
г) Відпочинок виключно в туристичних центрах
15. Яка з наступних характеристик аграрного туризму?
а) Він не пов'язаний з соціально-економічним розвитком села
б) Розширює можливості реалізації продукції особистого господарства
в) Переважно спрямований на сільськогосподарську сировину
г) Включає лише рибальство та полювання
16. Що є основною метою екологічного туризму?
а) Організація розваг в містах
б) Проведення туризму в малозмінених ландшафтах без шкоди для природи
в) Відвідування великих курортів
г) Використання автомобілів для подорожей
17. Яке з наведених понять поєднує агрооселі з екотуристичною пропозицією?
а) Сільський туризм
б) Екологічний туризм
в) Екоагротуризм
г) Культурний туризм
18. Яка з наступних причин сприяла розвитку сільського зеленого туризму?
а) Зменшення вартості платних відпусток
б) Зростання населення міст
в) Потреба в чистому повітрі та екологічно привабливих територіях
г) Зниження вартості пального
19. Яка з наведених складових є основою туристичного продукту сільського туризму?
а) Розваги в містах
б) Агрооселя
в) Готельний сервіс
г) Міжнародні подорожі
20. Яке з наведених тверджень стосується обсягів надання агротуристичних послуг у постіндустріальних країнах?
а) Вони зменшуються порівняно з готельною базою
б) Вони в 2-4 рази перевищують зростання готельної бази
в) Вони однакові з обсягами курортного сервісу
г) Вони зростають лише в літній сезон
21. Яка з наведених характеристик є важливою для розвитку сільського зеленого туризму?
а) Висока ціна на послуги
б) Наявність чітких стандартів та категоризація садиб
в) Відсутність традицій і звичаїв

г) Ізоляція від туристичних маршрутів
22. Яке з наведених тверджень підкреслює перспективи розвитку сільського зеленого туризму в Україні?
а) Сільський зелений туризм не має значних можливостей для розвитку
б) Українське село пропонує різноманітний туристичний продукт
в) Сільський туризм зосереджений лише на архітектурній спадщині
г) Сільський туризм є виключно для багатих туристів
23. Яке з наступних тверджень найбільш точно відображає соціально-економічне значення розвитку сільського зеленого туризму?
а) Сільський зелений туризм збільшує безробіття в сільській місцевості
б) Сільський зелений туризм не впливає на місцеву інфраструктуру
в) Сільський зелений туризм стимулює розвиток місцевих господарств і інфраструктури
г) Сільський зелений туризм повністю залежить від іноземних туристів
24. Яка з наведених цілей є основною для розвитку сільського зеленого туризму в Україні?
а) Зменшення кількості туристів у сільській місцевості
б) Охорона туристичних ресурсів та збереження етнокультурної самобутності
в) Залучення лише туристів з великих міст
г) Зниження зайнятості місцевих жителів
25. Яка з наведених цілей є головною у державній підтримці розвитку сільського зеленого туризму?
а) Забезпечення максимальних прибутків для великих агрокомпаній
б) Подолання депресивного стану проблемних сіл та адміністративних районів
в) Збільшення кількості туристів з інших країн
г) Впровадження нових податків для сільських підприємств
26. Який з наступних пунктів не є частиною заходів державної підтримки розвитку депресивних територій?
а) Визначення переліку, обсягів робіт і джерел фінансування соціальної інфраструктури
б) Внесення змін до Законів України для врахування специфіки сільської місцевості
в) Збільшення податків для сільських жителів
г) Розробка типових заходів підтримки вразливих категорій сільських населених пунктів
27. Які гарантії та пільги запроваджуються для осіб, які проживають на депресивних сільських територіях?
а) Гарантії для великих агрокомпаній
б) Пільги лише для туристів

в) Гарантії та пільги для сімей, які проживають на депресивних територіях
г) Гарантії для підприємств, які займаються агробізнесом
28. Яка з наведених обставин не є причиною доцільності розвитку сільського туризму в Україні?
а) Значні природно-рекреаційні ресурси сільської місцевості
б) Високі капіталовкладення в аграрний сектор
в) Потреба у подоланні соціального песимізму на селі
г) Зростання популярності альтернативних видів туризму
29. Який потенційний обсяг «зелених туристів» може прийняти український ринок?
а) 50 тис.
б) 100 тис.
в) 150 тис.
г) 200 тис.
30. Яка з наведених причин не є проблемою, що розглядається в стратегіях соціально-економічного розвитку сільських територій?
а) Розвиток аграрного сектору
б) Модернізація інженерної інфраструктури
в) Проблеми соціально-економічного розвитку сільських територій
г) Проблеми розвитку міської інфраструктури
31. Який позитивний вплив сільського зеленого туризму на сільське населення зазначений у тексті?
а) Зниження рівня освіти
б) Розширення зайнятості сільського населення
в) Підвищення податків для місцевих жителів
г) Зменшення кількості сільських поселень
32. Яка з наведених обставин ускладнює розвиток сільського зеленого туризму в Україні?
а) Висока активність жителів сільських громад
б) Наявність закону «Про сільський зелений туризм»
в) Невизначеність нормативно-правової бази
г) Високий рівень інвестицій у сільський туризм
33. Який документ частково усунув проблемні аспекти надання послуг у сфері сільського зеленого туризму?
а) Закон України «Про аграрну політику»
б) Постанова Кабінету Міністрів «Порядок надання послуг з тимчасового розміщення (проживання)»
в) Національна програма розвитку туризму
г) Рішення місцевих рад про розвиток села

34. Яка основна перевага сільського зеленого туризму (СЗТ) для малозабезпечених верств населення?
а) Доступ до міжнародних курортів
б) Висока вартість відпочинку
в) Відносно дешевий відпочинок
г) Відсутність культурних заходів
35. Яка з наведених територій є популярною для сільського зеленого туризму в Україні?
а) Київська область
б) Донецька область
в) Українські Карпати
г) Закарпаття
36. Яка з наведених причин може сприяти розвитку сільського зеленого туризму в умовах економічної кризи?
а) Зростання цін на закордонні подорожі
б) Зменшення інтересу до внутрішнього туризму
в) Поліпшення інфраструктури міжнародних маршрутів
г) Збільшення кількості дорогих готелів

ТЕМА 6. СІЛЬСЬКИЙ ТУРИЗМ ЯК ВИД ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ГОСТИННОСТІ САДИБИ

Класифікація туристів за групами.

Попит на певний вид послуг, які може надавати фермерська агрооселя, залежить від бажань туристів. Сьогодні існує класифікація туристів в залежності від їх рівні активності, хобі, способу життя, стану здоров'я та ін..

Усі туристи можуть бути поділені на декілька таких груп:

1) активні споживачі – рибалки, грибники та мисливці;

2) пасивні споживачі – малорухливий відпочинок на берегах водойм та недалеко від самої садиби;

3) активні неспоживачі – прогулянки на природі, сплав по річках тощо;

4) пасивні неспоживачі – спостерігання звірів, птахів, рослин у супроводі гіда, фотографування та фотополювання.

Нині сформована окрема категорія туристів, які відносяться до групи неповносправних. Сприйняття неповносправних осіб, як клієнтів агрооселі потребує від власників орієнтації їх діяльності з огляду на специфічні потреби даної групи клієнтів. Рухові вади, сліпота, глухота висувають різні вимоги до надання відпочинкових послуг.

В Україні виділяють такі основні групи осіб з інвалідністю:

- з вираженими та сталими порушеннями слухової функції;
- з глибоким порушенням зору;
- зі стійким порушенням інтелектуального розвитку;
- з важкими мовленнєвими порушеннями;
- з комплексними порушеннями ряду функцій (сліпо-глухі, які поєднуються з розумовою відсталістю, з порушенням опорно-рухового апарату);
- з порушенням опорно-рухового апарату.

Власники агрооселі повинні надавати послуги в максимально можливому обсязі, у відповідності із вимогами чинного законодавства та особливостями фізичного розвитку його неповносправних клієнтів.

Особистісна мотивація до здійснення туристичної подорожі обумовлена соціумом, до якого належить особистість, а також залежить від віку, статі, місця проживання, роду занять, рівня освіти та інших геодемографічних чинників, що формують певну шкалу цінностей, ціннісні орієнтири особистості.

За ціннісними пріоритетами можна виділити таку туристичну мотивацію:

- природа, коли фізико-географічніособливості території (сприятливий клімат, мальовничі ландшафти, наявність унікальних чи малопоширених пам'яток природи) у поєднанні із впевненістю в екологічній безпеці та можливістю побути наодинці з природою у відносно малолюдній місцевості стають основою туристичної мотивації. Орієнтація на цю групу цінностей передбачає активне проведення дозвілля в межах територій природно-рекреаційної спеціалізації;
- культурно-історичні пам'ятки, особливо ті, що становлять Світову культурну спадщину і споконвічно притягували до себе відвідувачів. Здебільшого це – об'єкти екскурсійного показу, що становлять основу формування туристичних центрів;
- комфорт, престижність, мода та інші мотиви того ж ряду, де превалюючим мотиваційним моментом є безтурботне проведення дозвілля в розвагах на курорті.

Ціннісна шкала туристичної мотивації також залежить від типу особи (імпульсивний, конформістський, авторитарний, честолюбний), суттєво впливає на її вибір. За вимогами до турпродукту виділяють шість сегментів:

S-тип – відпочиваючий, що надає перевагу пасивному відпочинку біля моря, спокою та комфорту;

F-тип – турист, який понад усе надає перевагу зміні вражень, тому воліє подорожувати на далекі відстані і тільки туди, де «вирує життя», де є товариство, задоволення, флірт;

W-1-тип – полюбляє лісові прогулянки та походи, надає перевагу активному відпочинку, під час якого прагне підтримувати хорошу фізичну форму, але професійно спортом не займається;

W-2-тип – на відміну від попереднього – більше спортсмен, ніж аматор, тому при виборі туру орієнтується на можливість займатися улюбленим видом спорту (до екстремальних умов включно);

A-тип – полюбляє ризик, пригоди, прагне нових гострих вражень, випробувань;

B-тип – допитливі туристи, що подорожують із просвітницькою метою, основою їх подорожі є ознайомлення з визначними пам'ятками. У межах типу виділяють три різновиди: а) «експерти», що «колекціонують» визначні пам'ятки, які вони відвідали; б) «емоційні любителі культури та природи», які прагнуть їх побачити й отримати від цього насолоду; в) «спеціалісти», що прагнуть не тільки побачити, але й поглибити свої знання в певних напрямах культури.

Шкала туристичних цінностей дуже мінлива: вона змінюється з часом відповідно до можливостей споживання (напр. гірські території стали

користуватись значним попитом лише на певному етапі науково-технічного поступу, який забезпечив безпечне й комфортне перебування в горах і сприяв розвиткові лікувального, гірськолижного, спортивного туризму); коливається відповідно до моди; має значні регіональні відміни. Мотиваційні пріоритети змінюється з віком, зі зміною сімейного та соціального стану, тобто з певними корективами стилю життя. Саме мотиваційна спорадичність обумовлює як загальну позитивну динаміку туристичного процесу, так і його географічні зміни. До того ж туристичні мотивації завжди грунтуються на всьому, так би мовити, «букеті», а конкретний вибір обумовлений дією численних чинників.

Правові та економічні умови для організації гостинної садиби.

Конституція України проголошує і Гарантує вільне використання кожним громадянином своїх здібностей і майна для заняття підприємницькою чи іншою, не забороненою законом, економічною діяльністю.

Таким чином, власник житла після проходження процедури його реєстрації як індивідуального підприємця може розпочинати свою незалежну економічну діяльність із розміщення гостей.

Індивідуальному підприємцеві доцільно почати свій бізнес з пошуку спілки власників садиб (в Україні провідна організація – Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму) або асоціації туроператорів (якщо такі існують за місцем його проживання), яким він може запропонувати свої послуги із розміщення гостей. Якщо така асоціація існує за місцем проживання власника гостинної садиби, то краще відразу звернутися до неї з проханням про включення нової садиби в базу даних або мережу гостинних садиб. Включення в мережу гостинних садиб припускає укладання двостороннього договору між власником Гостинної садиби і спілкою або туроператором. У цьому договорі визначаються зобов'язання сторін із обслуговування гостей. До зобов'язань власника гостинної садиби звичайно відносяться надання житла, що відповідає визначеним санітарно-гігієнічним нормам, вимогам безпеки та інших спеціальних нормативів, які докладно викладаються в подальших розділах посібника. До зобов'язань туроператора відносяться Гарантії вчасно подати заявку на проживання клієнта, оплатити за послугу в обговорений термін (до заселення клієнта чи після), проводити необхідну рекламну кампанію й інші зобов'язання.

Ефективність роботи гостинної садиби прямо пов'язана з визначеними соціально-економічними умовами, розвиненістю інфраструктури і привабливістю населеного пункту і дестинації, відвідуваних різними категоріями туристів і бізнесменів. Наприклад, село-курорт має набагато більший потенціал привабливості для мандрівників, ніж невелике село, розташоване вдалині від транспортних магістралей. З іншого боку, якщо це

село до того ж виявляється єдиним, розташованим поблизу унікальних природних визначних пам'яток, куди прагнуть потрапити деякі категорії туристів, то попит на послуги розміщення гостинних садиб в ньому завжди буде значним. Вагомим фактором для розвитку гостинних садиб є також і наявність у населеному пункті готелів, пансіонатів, туристичних баз, їхній стан і місце розташування.

Велику роль при залученні туристів і бізнесменів до гостинних садиб відіграють ціни на пропоновані послуги. Якщо ціна за проживання у вашій садибі буде конкурентноздатною в порівнянні з іншими пропозиціями, а якість послуг відповідатиме запитам клієнтів, то немає ніяких підстав вважати, що пропоновані послуги не будуть користуватися попитом. Часто визначальним фактором попиту на розміщення у гостинній садибі є наявність або відсутність готелів у даному населеному пункті і рівень цін за проживання в них. Якщо витрати власника гостинної садиби на надання послуг з проживання і харчування значно нижчі цін, пропонованих місцевими готелями, то можна сміло братися за організацію цього виду бізнесу.

Майже в будь-якому населеному пункті економічно активного регіону завжди вимагаються послуги з розміщення гостей – відрядників, туристів і інших відвідувачів. Подвійно потрібними виявляються такі послуги, якщо в населеному пункті немає готелів І єдина надія в прийджого на розміщення на нічліг залишається тільки на власників гостинної садиби. У такому випадку власники гостинної садиби виявляються в даному населеному пункті свого роду монополістами на надання готельних послуг і тут дуже важливо дотримуватися цінової пропорції між якістю послуг, що надаються, і їхньою ціною. При цьому бажано, щоб власників гостинної садиби було більше і клієнтові було з чого вибирати, не підпадаючи під диктат одного найбільш наполегливого власника гостинної садиби. У будь-якому випадку, навіть за наявності у власників гостинної садиби спільної домовленості про єдину монопольну ціну, невідповідність ціни і якості послуг необхідним параметрам в остаточному підсумку призведе до зниження попиту і привабливості туристської дестинації.

Особливості впорядкування гостинної садиби.

Успіх господаря, що має намір приймати та обслуговувати гостей в межах своєї садиби, залежить від її впорядкованості. Докорінні зміни в облаштуванні й оздобленні садиби для зручного прийому та обслуговування гостей потребують значних коштів і часу, що в наших умовах не завжди знаходяться, тому головним в діях господаря повинне бути спорядження того, що він вже має.

І. Огорожа. Добре впорядковані та гарно оформлені садиби надають особливої привабливості не тільки житловому будинку, але й сільській вулиці. Велику роль у цьому відіграють малі архітектурні форми – огорожі, хвіртки, лави, тіньові навіси та ін. Просто й гарно оформлені огорожі створюють приємне враження про дім, натомість недбало зроблена огорожа псує загальний вигляд садиби. Продумана система огорож організовує простір садиби з урахуванням композицій житлових і господарських будівель і навколишнього озеленення. Хвіртка і ворота є сполучною ланкою між подвір'ям та вулицею, тому їх художньому оформленню бажано приділити відповідну увагу.

ІІ. Планування садиби. В межах території садиби виділяють дві зони: рекреаційну та господарську. Рекреаційна зона – це територія, де формуються місця для відпочинку, занять спортом, ігрові майданчики для дітей тощо. Господарська зона – територія, де розміщені приміщення для худоби, птиці та місце для їх вигулу, зберігання кормів, город тощо. Як рекреаційна, так і господарська зони повинні бути охайними та незахаращеними. Бажано для кожної з них мати свої під'їзди, а в межах садиби – пішохідні доріжки. Планування садиби залежить як від загальних розмірів ділянки, так і від принципів забудови села та характеру особистого підсобного господарства. Для того, щоб господиня мала змогу, не відриваючись від своєї роботи, наглядати за господарством, необхідно забезпечити видимість господарського двору з вікон кухні. Крім того, бажано, щоб з кухні-їдальні або зі спеціального господарського приміщення був безпосередній вихід на господарський двір. Загальну кімнату здебільшого орієнтують у бік вулиці. Господарські приміщення в будинку розташовують так, щоби вони мали зручний зв'язок із входом до будинку, а при наявності двох входів – з господарським.

ІІІ. Інтер'єр будинку. У створенні комфортності проживання в будинку важливим є функціональний розподіл його окремих приміщень (для сну, відпочинку і розваг, приготування та прийняття їжі, особистої гігієни) та оформлення їх інтер'єрів. Колір стін і підлоги, колір і фактура тканини, освітлення та озеленення приміщень по-різному впливають на самопочуття людини – бадьорять її або пригнічують. Велике значення має збереження колориту українського народного житла. Вміле використання кольору природніх матеріалів, різьблення по дереву, орнаментації предметів прикладного мистецтва – ткацтва, кераміки, ковальства – дає можливість створити інтер'єри мальовничими та різнобарвними. В оздобленні кімнат житлового будинку доцільно широко використовувати предмети народної творчості: вишиті подушки, рушники, домоткані килими, ліжники, вироби з металу або шкіри. Це можуть бути навіть підкови, ланцюги, гасові лампи, горщики, мідні казани, дзвіночки, старі пляшки різноманітної форми, бочечки,

коловоротки, тарелі, миски, старі настінні годинники, етажерки, кошики та плетені з лози меблі, млинки для кави, колеса, писанки в тарелях і підвішані на шнурках, підсвічники з дерева та кераміки (трійці), в'язки часнику, цибулі, перцю, тарані, сітки та ятері, скрині, мисники, ліжка, рамки, вішаки та гнуті з дерева вішалки, сухі квіти, збіжжя, віночки з квітів і зел, не кажучи вже про образи та народне малярство. Все це дуже добре поєднується з формами та кольором сучасних меблів. Зі смаком підібрані (відреставровані, якщо потрібно) такі предмети роблять приміщення ошатним, індивідуальним і по-справжньому гарним.

Передпокій. Добре організований передпокій у сільському будинку має велике значення. Він є своєрідним шлюзом, який захищає житло від холоду, вітру, дощу і бруду, виконує роль транзитного приміщення, служить гардеробом, де зберігаються верхній одяг і взуття. Це місце, де зустрічають і проводжають гостей. В залежності від планування передпокою є різні варіанти його обладнання і зв'язку з іншими приміщеннями – загальною кімнатою, спальнею, коморою тощо. У селах південних, південно-західних областей та Закарпатті передпокій може замінити веранда.

Загальна кімната. Займає центральне місце та є найбільшою за площею. У загальній кімнаті не треба розташовувати спальних місць, вона використовується лише як вітальня, де можна проводити дозвілля та приймати гостей (тут збираються відпочиваючі, дивляться телепередачі, обмінюються враженнями). Загальна кімната повинна опалюватися, мати загальне (верхнє) та локальне освітлення. Ця кімната має бути облаштована необхідними меблями та іншим обладнанням, а саме:

- телевізором та радіоприймачем;
- музичним центром або магнітофоном;
- бібліотекою, набором ігор(шахи, шашки, доміно і т. д.);
- Загальну кімнату можна використовувати також як їдальню, для ігор дітей і т.д.

Спальня. Основні вимоги, яким повинно відповідати приміщення спальні – це забезпечення зручності, тиші і гігієнічності умов відпочинку. Спальня на дві особи повинна бути не меншою 12, а на одну – 8 м кв. Обладнання меблів має бути простим, а набір меблів – мінімальним. В кожній спальні мають бути: ліжко або ліжко-диван. Ліжка мають бути укомплектовані якісними матрасами, подушками, ковдрами та простирадлами; шафа для одягу (гардероб або вбудована); освітлювальні прилади біля кожного ліжка; крісла.

Сільський туризм переконливо довів, що він є важливим фактором рішення соціально-економічних проблем села – це зростання зайнятості на селі, розвиток сільської інфраструктури, отримання стабільних та вагомих прибутків

селян, зміцнювання бюджету сільських поселень. Розвиток сільського туризму в Україні це не є щось далеке, а найближче завдання, для рішення якого існують усі передумови. Україна, як ніяка інша країна, дуже багата різноманітними пам'ятками природи, історії і культури, національними традиціями, можливостями отримання екологічно чистих продуктів, відпочинку в умовах красивої природи.

Центральною фігурою в організації відпочинку на селі виступає сільська родина та сільська садиба. Згідно українського законодавства «сільська родина – члени особистого селянського, особистого підсобного або фермерського господарства, що здійснюють господарську діяльність з використанням земельних ділянок та майна, які їм належать на правах власності або оренди відповідно до законодавства України»; «сільська садиба - житловий будинок з присадибною земельною ділянкою, в якому постійно проживає сільський господар та члени його родини або інший житловий будинок, що знаходиться за місцем постійного проживання зазначених осіб, та належить на праві власності сільському господарю або будь-кому з членів родини, що постійно проживають разом з ним».

На прибутковість і перспективність розвитку сільського зеленого туризму впливають наступні чинники (рис.6.1).

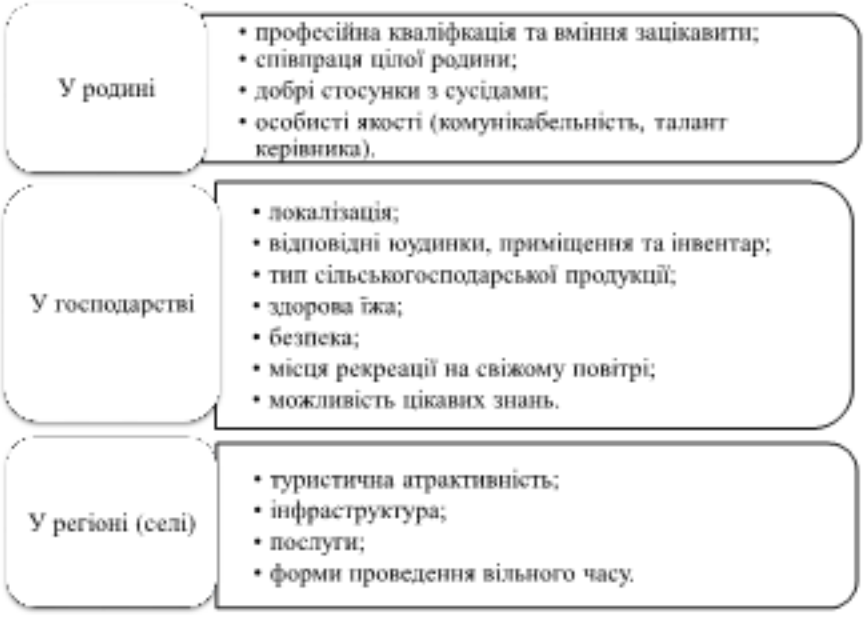


Рис.6.1. Чинники успіху розвитку сільського зеленого туризму

Сільський туризм можна розглядати як додатковий вид підприємницької діяльності, який дає селянам певні додаткові доходи, а також одним з способів підвищення зайнятості членів сільської родини.

Розвиток туризму в сільській місцевості – це розвиток туристської індустрії даної території як складного комплексу міжгалузевих взаємовідносин. Щоб забезпечити конкурентоспроможність сільської місцевості і туристичної індустрії не може розвиватись стихійно. Вони потребують уважного та кваліфікованого управління.

Селянин-фермер в межах сільського туризму може організувати:

- активний туризм (збудувати на своїй території спортивний майданчик, підйомник, розробити маршрути для велотуристів, кінні прогулянки);
- екотуризм (відпочинок в екологічно чистій місцевості, вживання чистих продуктів); мисливський туризм;
- культурно-етнічний (екскурсії, розповіді про історію краю, національні обряди, побут) і т.д.

Основою сільського туризму є власне сам селянин та його побут. Селянин запрошує до своєї оселі:

- ✓ людину з міста подивитись на сільськогосподарське виробництво (як робиться цей особливий сир, масло, ковбаса тощо, як вирощуються ці свині, корови, коні);
- ✓ людину творчої, розумової праці подивитись на майстерність ремісника (як робиться дерев'яний посуд, як плететься ліжник)
- ✓ іноземців подивитись на особливості національних традицій, культури.

Щоб визначити критерії, за допомогою яких можна б було відрізнити сільський туризм від усіх інших, необхідно законодавчо закріпити ряд вимог до житла та до власника житла, який надає послуги з сільського зеленого туризму.

Виділяють такі види сільського зеленого туризму:

- *короткотерміновий, у період вихідних днів*. Найчастіше він має сезонний характер: рибальство, збирання грибів, полювання, лижі, сані, а також маршрутний - заповідними місцями регіону (різні види пересування);
- *відпочинковий* (на період відпусток). Його термін може змінюватися в межах 20-40 днів;
- *сезонний відпочинок*. Він може бути сімейним, колективним чи окремих осіб (художники, краєзнавці, археологи);
- *відпочинок іноземців, зокрема діаспори* - на предмет поглиблення знання мови, вивчення історичної і культурної спадщини краю.

Український селянин (фермер чи працівник колективного господарства) в межах сільського туризму як виду підсобної діяльності може займатися:

- *активним туризмом* (збудувати на своїй території спортивний майданчик, кінний манеж, гірський витяг, ставок для спортивного рибальства, розробити і пропонувати своїм гостям як гід-екскурсовод пішохідні, санні, вело- та кінні (бричкою чи верхи) маршрути і прогулянки);
- *екотуризмом* (організовувати своїм гостям відпочинок в екологічно чистій місцевості, надати їм можливість споживати екологічно чисту продукцію, сприяти у заготівлі лікарських трав, лісових ягід і грибів);
- *мисливським туризмом*;
- *культурно-етнічною діяльністю* (кустарне вироблення й продаж відвідувачам сувенірної продукції ужиткових народних промислів, залучення туристів до організації й участі у національних обрядах, традиційних ремеслах українського селянина та господарсько-польових роботах (сінокіс, бджільництво, випас худоби тощо).

До переваг сільського туризму можна віднести:

а) гарантію охорони традиційної забудови;

б) забезпечення туристам поселення там, де готельна промисловість не існує;

в) надання роботи для місцевих ремісників;

г) підтримування місцевих традицій;

ґ) стимулювання безпосереднього збуту сільськогосподарської продукції;

д) сприяння усвідомленню сільськими громадами значення місцевого середовища;

е) підвищення стандарту та естетики сільських осель;

є) налагодження порозуміння між людьми села і міста;

ж) поліпшення якості життя мешканців села.

До недоліку сільського туризму можна зарахувати:

а) сільським туризмом займаються більше заможні селяни, ніж бідні, яким додаткові доходи потрібніші, тобто сільський туризм поглиблює соціальне розшарування сільських громад;

Перелік видів, форм і способів рекреації у сільській місцевості можна поглиблювати й деталізувати. Однак уся сукупність форм дозвілля на селі за чинними в Україні господарсько-правовими нормами «вписується» у певну організаційно-правову схему.

Для заняття господарюванням гостинної садиби доцільно мати статус індивідуального підприємця без створення юридичної особи, тому що немає необхідності мати статус юридичної особи, відособлений баланс,

розрахунковий рахунок та інші формальності, характерні для комерційної організації.

Варіанти створення товариства з обмеженою відповідальністю, акціонерного товариства і т. п. для заняття підприємницькою діяльністю з гостинною садибою практично неефективні за обсягом прибутковості малих готелів, сезонністю прибуття клієнтів і податковою системою, властивих юридичним особам.

Стандартизація і знакування гостинних садиб.

Зареєструватися як індивідуальний підприємець без створення юридичної особи повинен хтось із повнолітніх членів сім'ї, бажано один зі співвласників житла, який і буде юридичне відповідати перед податковою інспекцією за фінансові результати своєї діяльності й регулярно надавати звітність щодо доходів і сплати податків, а також відповідати за санітарні і протипожежні умови проживання і харчування гостей у приватному будинку.

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.

Для агрооселъ можливе запровадження добровільної категорізації представниками Спілки сприяння розвитку сільського зеленого туризму та представниками органів місцевого самоврядування (треба затвердити категорії та умови проведення категорізації: оплатна чи безоплатна і т.д.).

Гостинна садиба – це дуже специфічний бізнес домашньої гостинності, який вимагає доброго розуміння та правильного застосування практичного ділового досвіду людей особливого ґатунку та специфічних навиків організаторської роботи. Управлінські та оперативні вміння можна набути, вдосконалити та регулярно поновлювати безпосередньо під час роботи. Успіх буде гарантований за умов співпраці з іншими підприємцями та прийняття до уваги практичних ділових порад.

Стандартизація оселі забезпечує:

- Прозорість пропозиції для клієнта;
- Контроль якості продукту;
- Різноманітність пропозиції та різницю в ціні.

Наприклад. В Польщі стандартизація проводиться інспекторами Польської Федерації сільського туризму «Гостинні господарства» кожні два роки. У польському законодавстві закріплено, що оселі для гостей не підлягають стандартизації, але ці приміщення можуть використовуватись для нічлігу лише

в тому випадку, якщо вони відповідають певним вимогам, затвердженим розпорядженням голови Ради Міністрів.

В Україні запроваджується добровільна категоризація у сфері сільського зеленого туризму «Українська гостинна садиба», чотири категорії якої позначаються відповідним знаком. **Знак «Українська гостинна садиба»** (далі – «УГС») включає композицію із словосполученням українською - «українська гостинна садиба», англійською – «ukrainian guest house» та графічного символу, на якому зображена українська хатинка. Під хатинкою розміщені одна, дві або три квітки.

Знак має чотири категорії засобів розміщення:

- базову (найнижча) – позначається без квітки (знак є на відповідних сертифікатах);
- першу – однією квіткою;
- другу – двома квітками;
- третя (найвища) – трьома квітками.

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

Знак «Українська гостинна садиба» надається агротуристичним садибам, які відповідають наведеним у розділі ПОЛОЖЕННЯ вимогам.

Знак надається на термін два роки, що засвідчується відповідним сертифікатом.

Сертифікат базового рівня.

Сертифікат першого рівня.

Сертифікат другого рівня.

Сертифікат третього рівня.

Станом на 1 січня 2012 р. категоризацію пройшли 84 садиби з 16 областей, у тому числі отримали сертифікат:

- ✓ базового (найнижчого) рівня – 46 садиб;
- ✓ першого – 10;
- ✓ другого – 17;
- ✓ третього (найвищого) – 11.

Підприємницька діяльність фізичної особи є найзручнішим способом провадження бізнесу на початковому етапі. Це не потребує складання статуту або установчого договору, формування статутного фонду, а отже, й великого статутного капіталу. Вам не треба мати окремої юридичної адреси, оскільки

Вашою адресою як суб'єкта підприємницької діяльності буде Ваша домашня адреса. Вам не обов'язково відкривати рахунок в банку й виготовляти печатку: це Ви можете зробити за власним бажанням. Нарешті, якщо Ви не будете використовувати працю найманих працівників, то Вам не обов'язково реєструватися в органі Фонду соціального страхування з тимчасової втрати працездатності, у центрі зайнятості, в органі Фонду соціального страхування від нещасних випадків: це Ви можете зробити на добровільних засадах.

Реєстрація суб'єкта підприємницької діяльності у сфері агротуризму

Місце знаходження органу державної реєстрації за місцем проживання. Таким органом, залежно від місця проживання, є виконавчий комітет міської, районної у місті ради або районна, районна міст Києва і Севастополя державна адміністрація.

Законодавство вимагає подання лише таких документів: 1) реєстраційна картка суб'єкта підприємницької діяльності – фізичної особи; 2) дві фотокартки; 3) довідка або її копія про включення до Державного реєстру фізичних осіб – платників податків та інших обов'язкових платежів; 4) документ, що підтверджує внесення плати за державну реєстрацію. Ці документи треба подати перед тим, як Ви завітаєте до органу державної реєстрації вдруге – вже для того, щоби розпочати процес Вашої державної реєстрації як суб'єкта підприємницької діяльності – фізичної особи. При цьому належить подати документ, що засвідчує особу. Реєстраційна картка суб'єкта підприємницької діяльності – фізичної особи є одночасно заявою про його державну реєстрацію. **Реєстраційна картка** видається в органі державної реєстрації і повинна бути заповнена особисто заявником.

В ній реєстраційній картці необхідно вказати такі дані:

- ✓ ідентифікаційний номер у Державному реєстрі фізичних осіб – платників податків та інших обов'язкових платежів;
- ✓ прізвище, ім'я, по батькові;
- ✓ серію і номер паспорта, ким і коли виданий;
- ✓ місце проживання (поштовий індекс, адреса, номер телефону);
- ✓ прізвище, ім'я та по-батькові особи, яка заповнила картку, та номер її телефону;
- ✓ дату заповнення реєстраційної картки.

Основні зміни в розвитку сільського зеленого туризму

В останні десятиріччя у світі все більшого визнання і прихильності набуває концепція багатофункціонального розвитку сільської місцевості та диверсифікації виробничої діяльності і послуг в агробізнесі. Її сутність полягає у необхідності забезпечення належних умов для розвитку села та сільського способу життя у декількох напрямах. При цьому особлива увага звертається на

невиробничу діяльність, оскільки виключно аграрне виробництво не може забезпечити гармонійного довкілля та матеріальних благ сільським мешканцям. Важливим напрямом реалізації такої стратегії є розвиток сільського та аграрного туризму. Крім того, він забезпечує підвищення рівня зайнятості сільських жителів, зростання трудового потенціалу села, розбудову благоустрою сільських населених пунктів.

Сьогоднішній міський турист віддає перевагу активному відпочинку в місцях з екологічно чистим навколишнім середовищем, а також шукає можливостей культурного збагачення, самоосвіти.

Для задоволення таких потреб Україна має надзвичайно великі туристично-рекреаційні можливості. Майже п'ятнадцять відсотків території це курорти, зони відпочинку, гірські та приморські ландшафти, придніпровські зелені зони де прекрасне здорове повітря, чисті ріки, гори, місцевості, де збережені національні традиції, фольклор, музеї, церкви та інші прекрасні архітектурні пам'ятки. Історично склалися більше 500 населених пунктів, які мають унікальну історико-культурну спадщину. Охороняється державою біля 30 національних і регіональних парків та садиб відомих діячів української культури. Визначними є лікувальні ресурси – більш ніж 400 джерел мінеральних вод та понад 100 родовищ цілющих грязей, велика кількість яких є унікальними не тільки для України, але й для Європи.

Значна частина цих ресурсів зосереджена в межах сільської місцевості, площа якої становить 69,3 % території країни, та в межах лісових угідь, площа яких складає 17,2 %. В селах України нараховується 6,3 млн. житлових будинків, з яких 98 % перебувають у приватній власності.

Середньорічна кількість працездатного населення, що мешкає в селах, становить 6,4 млн. осіб, з них більше 0,5 млн. офіційно зареєстровані як безробітні, 3 млн. осіб відносяться до категорії незайнятого населення.

В Україні сільський зелений туризм, екотуризм та аграрний туризм є одним із пріоритетних напрямів забезпечення комплексного розвитку сільських територій, диверсифікації аграрного виробництва. У своєму функціонуванні він орієнтується насамперед на регіони України, де існують відповідні рекреаційні ресурси та соціально-економічна потреба у цьому виді господарювання. Але на сьогодні, на жаль, цей напрям економіки сільськогосподарських підприємств, аграрної сфери, сільської місцевості розвинутий недостатньо.

Нині туризм, зокрема сільський зелений – найбільш стрімко зростаюча галузь у світі. Закон України «Про туризм» та «Про особисте селянське господарство» надали право власнику селянської садиби здійснювати послуги в сфері сільського зеленого туризму. Для екологічного маркування сільських осель введено програму «Зелена садиба».

Сільський туризм, перш за все, слід розглядати як можливість додаткового заробітку для сільського населення, як компонент комплексного розвитку сільських територій та сільської інфраструктури, а також як один з чинників стратегії подолання бідності в сільській місцевості. Другий аспект полягає в популяризації української культури, поширення знань та інформації про історичні, природні, етнографічні особливості України, що є підставою для визначення сільського зеленого туризму суспільною цінною та корисною сферою відносин.

В таких умовах розвиток туристичної діяльності на базі аграрних підприємств з використанням феноменів самобутності побуту, народних традицій і промислів, етнокультурних особливостей сільської місцевості, сільського способу життя набуває все більшого економічного та практичного значення.

Основні ризики в розвитку агротуризму

Агротуризм – це частина більш загального поняття сільський туризм, де сільське домогосподарство (агрооселя) виступає як база для туриста. Агротуризм має дещо спільне з екотуризмом, а саме відповідає критеріям екологічності. Проте агротуризм має іншу мету – він пропонує перебування в аграрному підприємстві (фермерському господарстві) й агрооселі і вивчення сільського способу життєдіяльності, або просто відпочинок у мальовничій місцевості, тоді як екотуризм зосереджений на активному вивченні природи і, найчастіше, активних подорожах.

Основними ризиками, що перешкоджають розвитку туристичних послуг особистих господарств, є:

- у Європі та світі немає образу України як цікавого для агротуризму краю;
- висока залежність туристичної сфери від погодних умов;
- більшість агроосель працюють без оформлення;
- недооцінка місцевою владою та населенням значення пам'яток історії та культури як туристичного ресурсу;
- недостатня кількість відпрацьованих туристичних маршрутів з презентабельними та культурними об'єктами;
- відсутність організаційних, психологічних і та інших навичок туристичного бізнесу у сільського населення;
- неузгодженість цін на агротуристичні послуги однакової якості;
- брак у брендах туристичних установ, якісних орієнтирів, категоризації як бази порівняння та ін.;
- відсутність початкового капіталу та пільгового механізму кредитування для потенційних підприємців у сфері аграрного туризму;
- високі податки і відсутність податкових пільг.

Актуальним сьогодні для правової підтримки сільського туризму є формування організаційно-господарського механізму його функціонування та державної підтримки у вирішенні таких питань:

- прийняття нормативних документів, які регулюватимуть діяльність різних форм сільського туризму;
- здійснення заходів щодо підтримки та просування сільського туризму на внутрішньому та зовнішньому туристичному ринку;
- забезпечення організаційної й матеріальної підтримки з боку держави нового виду послуг на селі – сільського туризму та агротуризму.

Якщо належно задіяти багатство матеріальної і духовної культури України, в сільському зеленому туризмі позитивний результат не забариться. А саме – зросте добробут сільської родини, диверсифікуються доходи сільського населення, зменшиться міграція з сільської місцевості, розшириться спектр туристичних послуг в Україні, збільшаться надходження до місцевих бюджетів, підвищиться конкурентоспроможність й привабливість, зростуть обсяги внутрішніх і зовнішніх інвестицій до сільських регіонів, збільшиться кількість робочих місць в галузях прямо або опосередковано пов'язаних з сільським туризмом; молодь зокрема жінки, інші категорії громадян започаткують власну справу в сфері сільського туризму.

Але щоб закріпити такі позитивні тенденції і надати відчутний поштовх розвитку сільського туризму потрібно вирішити низку невідкладних завдань. Це перш за все розробити методичну нормативно-правову базу щодо визначення організаційних умов надання послуг з сільського зеленого туризму в межах особистого селянського господарства; надати методичні рекомендації з добровільної категоризації житла, передбаченого для розміщення відпочиваючих; впровадити систему пільгового довгострокового кредитування сільського населення на розвиток сільського туризму; сформувати пропозиції щодо елементів фірмового стилю для ідентифікації українського сільського туризму; створити інформаційні засоби та технології з даними щодо клієнтської бази та інформуванням клієнтів про пропозиції з послуг відпочинку в селі; створити державну інституцію для просування за кордоном в'їзного туризму в Україну в цілому, в тому числі сільського зеленого туризму; організувати підготовку профільних фахівців, навчання й перекваліфікацію сільських господарів, незайнятого сільського населення для роботи в секторі сільського зеленого туризму та інше.

В Україні основні сегменти потенційних споживачів послуг сільського зеленого туризму утворюють: *мешканці промислових центрів, справжні городяни, шанувальники українських народних традицій та люди з малим і середнім достатком.*

Міжнародний імідж сільського відпочинку також неоднозначний. З одного боку, Україна традиційно сприймається як аграрна країна, одна з європейських житниць із збереженим сільським укладом життя, багатою культурною спадщиною, з незайманою природою та гостинними господарями. З іншого боку, не приваблює іноземних туристів відносно низький стандарт житла і його недостатня технічна забезпеченість, а також необлаштованість сіл та досить обмежений вибір дозвілля й можливостей активного відпочинку.

Однак тенденції останніх років свідчать, що західні країни бачать перспективу українського сільського відпочинку й туризму на міжнародному туристичному ринку. Свідченням цього може бути організаційна й технічна допомога міжнародних фондів, наприклад, Фонду розвитку Карпатського єврорегіону, програми TACIS, завдяки яким реалізовані проекти підтримки сільського відпочинку й туризму в Україні.

Разом із тим, ще не до кінця визначений міжнародний попит. Приїзду іноземців з інших країн перешкоджає відсутність знання господарями іноземних мов. Це явище добре ілюструє дослідження, яке свідчить що 20 % господарів не знали жодної іноземної мови, при цьому абсолютно незрозумілий рівень знань інших господарів, які вказали, що володіють іноземними мовами. Інші дослідження свідчать, що серед потенційних клієнтів для відпочинку в українському селі є шанувальники «сентиментального» туризму, особливо українська діаспора США й Канади, аматори етнографічного та екологічного туризму.

З огляду на ці реалії, необхідно проводити навчання власників агроосель прийомам обслуговування та іноземним мовам. Це найсуттєвіша проблема, яка стоїть нині на перешкоді виходу сільського зеленого туризму України на міжнародний ринок. У цьому аспекті важливим є також налагодження тіснішої взаємовигідної співпраці з туристичними фірмами, які можуть сприяти активізації руху іноземних туристів у села з метою короткотривалого відпочинку, ознайомлення з традиціями, участі у фестивалях і сільськогосподарських роботах. Але якщо власники агроосель, сільських громад не зроблять зустрічних кроків щодо облаштування житла, забезпечення його санітарно-гігієнічного стандарту, благоустрою села, упорядкування привабливих місць, то відпочинок на сільських територіях регіону не зрушиться з місця.

Досі залишаються невирішеними питання із впровадження системи підготовки профільних фахівців, навчання і перекваліфікації сільських господарів, незайнятого сільського населення. В Україні не працює жодна стала група тренерів, яка б на постійній основі здійснювала профільне повне консультування, супровід та навчання зацікавлених осіб. Натомість, маємо

значну кількість господарів, які працюють, не маючи спеціальних навичок, «інтуїтивно». Необхідно також проводити навчання власників агроосель прийомам обслуговування та іноземним мовам. Тому досі маємо таку сумну статистику: в польських, словацьких і румунських Карпатах щорічно відпочиває на один-два порядки більше західноєвропейських зелених туристів, ніж в Українських Карпатах. Для закордонного туриста важливо, наскільки легальною в Україні є форма надання відпочинкових послуг сільським туризмом, хто відповідає за якість прийому, через кого можна організувати поїздку.

Стратегія розвитку сільського зеленого туризму. Стратегічною метою розвитку сільського зеленого туризму в Україні є створення конкурентоспроможного на внутрішньому та світовому ринках національного туристичного продукту, здатного максимально задовольнити потреби як наших співвітчизників, так і іноземців. А також розширення внутрішнього туризму та постійне зростання обсягів в'їзного туризму, забезпечення комплексного розвитку рекреаційних територій та туристичних центрів з урахуванням соціально-економічних інтересів їх населення. Безумовним чинником успішного розвитку сільського туризму є реклама та інформаційні видання, які дозволять стати сільському зеленому туризму потужним чинником відродження села і економіки в цілому.

Таблиця 6.1

SWOT-аналіз сильних і слабких сторін розвитку сільського туризму в Україні

Фактори	Позитивні	Негативні
Внутрішні (на які підприємство може впливати)	***Сильні сторони:***	***Слабкі сторони:***
	1. Переважно чисте та безпечне довкілля. 2. Гарні краєвиди, багаті флора та фауна. 3. Наявність річок, гір, озер, лісів. 4. Багатство історико-культурних пам'яток. 5. Невелика ціна на проживання та харчування. 6. Велика кількість індивідуальних операторів, що традиційно приймають гостей.	1. Низька якість нічліжної бази. 2. Проблеми з водопостачанням. 3. Відсутність достатньої практичної туристичної інформації про регіон. 4. Незнання господарями іноземних мов. 5. Не надто привабливий імідж України в очах іноземців. 6. Відсутність системи резервування місць. 7. Слабке знакування

	7. Збережені сільські традиції. 8. Гостинність населення.	туристичних атракцій та маршрутів

Напрацьовані на сьогодні стратегії розвитку сільського зеленого туризму націлені на вирішення соціально-економічних, екологічних і етнокультурних проблем сільських місцевостей, вимагають чіткого планування на рівні районів та окремих сільських громад.

Для того, щоб систематизувати окреслене коло проблем та переваг розвитку сільського зеленого туризму в Україні, на основі узагальнення значного масиву фактичної інформації здійснено SWOT-аналіз стану цього виду діяльності. Проведений аналіз дав змогу об'єктивно оцінити можливості розвитку цього виду туризму та розробити ефективні заходи щодо упередження можливих проблем. Здійснений SWOT-аналіз сільського туризму дає підстави для таких узагальнень (табл. 6.1, 6.2).

З огляду на результати проведеного SWOT-аналізу, рекомендується організаціям, що займаються розвитком сільського зеленого туризму в нашій державі провести уніфіковану категоризацію відпочинкових осель, розробити заходи (передусім анімаційні) для збільшення тривалості перебування відпочиваючих у сільських оселях, розробити централізовану систему резервування місць.

Таблиця 6.2

SWOT-аналіз можливостей і перешкод розвитку сільського туризму в Україні

Фактори	Позитивні	Негативні
Зовнішні (на які підприємство не може впливати)	***Можливості:***	***Перешкоди:***
	1. Розвиток сільського туризму значно збільшить доходи селян, що поліпшить економічний розвиток українських сіл. 2. Збільшиться зайнятість сільського населення. 3. Приїзд туристів сприятиме більшому піклуванню та кращому збереженню культурно-історичних пам'яток регіону. 4. Будуть створюватися нові робочі місця є сфері обслуговування, транспортній мережі, які зможуть надати роботу і випускникам вищих навчальних закладів.	1. Виникнення некатегоризо-ваної нічліжної бази, яка зменшуватиме якість послуг. 2. Значний рівень безробіття створює основу для збільшення злочинності, що буде відлякувати потенційних туристів. 3. Поганий політичний імідж не сприяє діяльності іноземних інвесторів. 4. Відсутність політичної стабільності та закону «Про сільський туризм» заважає організації відпочинку на селі.

Необхідно регулярно проводити тренінги для господарів агроосель та сільських працівників, задіяних в агротуристичному сервісі, розробити пілотажні проекти, які дадуть змогу наочно продемонструвати користь від сільського зеленого туризму для різних сільських громад та накопичити досвід, створити інформаційні центри у великих містах, які б займалися збором і оперативним поновленням інформації про власників агроосель, атракційні місця, стан заповненості наявних агроосель, кон'юнктуру цін та іншої інформації, необхідної для туристів.

Контрольні запитання:

1. Опишіть основні обставини за якими визначається доцільність розвитку сільського туризму в Україні.
2. Охарактеризуйте проблеми розвитку агротуризму в Україні.
3. Назвіть основними ризиками, що перешкоджають розвитку туристичних послуг особистих господарств.
4. Які категорії населення в Україні є основними споживачами послуг сільського зеленого туризму.

Тестові завдання до теми:

До якої групи туристів належать ті, хто займається риболовлею та полюванням?
а) Пасивні споживачі
б) Активні неспоживачі
в) Пасивні неспоживачі
г) Активні споживачі
Які туристи належать до групи пасивних неспоживачів?
а) Ті, хто займається фотографуванням і спостерігає природу
б) Ті, хто відпочиває на берегах водойм
в) Ті, хто сплавляється річками
г) Ті, хто рибалить
Яка особливість надання відпочинкових послуг неповносправним туристам?
а) Вони потребують ексклюзивних туристичних маршрутів
б) Не мають особливих вимог
в) Потребують врахування специфічних потреб, пов'язаних із вадами
г) Їм не потрібен супровід гіда
До якої групи належать особи з глибоким порушенням зору?
а) З порушенням опорно-рухового апарату
б) З комплексними порушеннями ряду функцій
в) З глибоким порушенням зору

г) З порушенням слухової функції
Яка група осіб має комплексні порушення ряду функцій?
а) Особи з порушенням опорно-рухового апарату
б) Сліпо-глухі особи з додатковими порушеннями
в) Особи з порушенням інтелектуального розвитку
г) Особи з важкими мовленнєвими порушеннями
Що впливає на особистісну мотивацію до туристичної подорожі?
а) Тільки рівень освіти
б) Соціум, вікові й статеві характеристики
в) Виключно вік і стать
г) Лише місце проживання
Що є основою туристичної мотивації для людей, орієнтованих на природу?
а) Комфорт і престижність
б) Мальовничі ландшафти та екологічна безпека
в) Культурно-історичні пам'ятки
г) Мода та розваги
Які об'єкти зазвичай притягують туристів, що орієнтовані на культурно-історичну спадщину?
а) Природні ландшафти
б) Курорти та розважальні центри
в) Об'єкти Світової культурної спадщини
г) Екологічні парки
Який головний мотив туристів, орієнтованих на комфорт та престижність?
а) Мальовничі ландшафти
б) Екскурсії до культурних пам'яток
в) Безтурботне проведення часу на курорті
г) Спілкування з природою
Який тип туриста надає перевагу пасивному відпочинку біля моря та комфорту?
а) F-тип
б) W-1-тип
в) S-тип
г) A-тип
Який тип туриста полюбляє ризик, пригоди та нові гострі враження?
а) B-тип
б) W-2-тип
в) A-тип
г) F-тип

Який тип туриста обирає подорожі з просвітницькою метою та прагне ознайомитися з визначними пам'ятками?
а) W-1-тип
б) B-тип
в) A-тип
г) S-тип
Який тип туристів орієнтується на активний відпочинок, але не займається спортом професійно?
а) W-1-тип
б) B-тип
в) W-2-тип
г) A-тип
Який чинник сприяв значному попиту на гірські території як туристичний напрямок?
а) Зміна модних тенденцій
б) Науково-технічний поступ
в) Політична ситуація
г) Зниження вартості туристичних послуг
Що проголошує Конституція України щодо економічної діяльності громадян?
а) Заборону займатися підприємництвом
б) Вільне використання здібностей і майна для заборонених видів діяльності
в) Вільне використання здібностей і майна для законної економічної діяльності
г) Обмеження в діяльності, пов'язаній із туризмом
Що обумовлює географічні зміни в туристичному процесі?
а) Мода та фінансові можливості
б) Політична ситуація
в) Мотиваційна спорадичність туристів
г) Вікові зміни
Що є однією з перших дій індивідуального підприємця для початку бізнесу в сфері сільського зеленого туризму?
а) Створення власного туристичного агентства
б) Пошук спілки власників садиб або туроператора
в) Придбання спеціалізованого обладнання
г) Вивчення законодавства про охорону природи
Що є одним із зобов'язань власника гостинної садиби згідно з двостороннім договором з туроператором?
а) Організація екскурсій для туристів
б) Проведення рекламної кампанії
в) Надання житла, що відповідає санітарно-гігієнічним нормам

г) Підписання угод із місцевими готелями
Який фактор значно впливає на попит на послуги гостинних садиб?
а) Розташування населеного пункту біля унікальних природних пам'яток
б) Кількість населення села
в) Наявність місцевого ринку
г) Стан доріг до міста
Що є важливим фактором для успішного залучення туристів до гостинної садиби?
а) Розташування садиби біля великого міста
б) Низька ціна за проживання у порівнянні з іншими пропозиціями
в) Наявність спортивних споруд
г) Розміщення садиби біля річки
Який фактор може зробити власника гостинної садиби монополістом у своєму населеному пункті?
а) Відсутність інших садиб
б) Відсутність готелів у населеному пункті
в) Високий рівень якості обслуговування
г) Велика кількість туристів
Що може призвести до зниження попиту на послуги гостинної садиби?
а) Відсутність інших садиб у населеному пункті
б) Висока якість послуг за відповідну ціну
в) Невідповідність ціни та якості наданих послуг
г) Надмірна реклама місцевої природи
Яка роль огорожі в облаштуванні гостинної садиби?
а) Забезпечує захист від тварин
б) Створює приємне враження про дім і організовує простір садиби
в) Захищає від вітру
г) Служить для озеленення садиби
Що повинна містити рекреаційна зона в межах садиби?
а) Приміщення для худоби та город
б) Місця для відпочинку, спортивні майданчики та ігрові зони
в) Кладову для інструментів
г) Під'їзд для господарських потреб
Як забезпечити господині можливість наглядати за господарством, не відриваючись від роботи?
а) Розмістити господарське подвір'я поруч із входом до будинку
б) Зробити прямий вихід із кухні до господарського двору
в) Розташувати рекреаційну зону поруч із кухнею
г) Орієнтувати загальну кімнату у бік садиби

Який елемент інтер'єру традиційно використовують для оздоблення кімнат у гостинній садибі?
а) Сучасні картини
б) Писанки, підсвічники та предмети народної творчості
в) Металеві шафи
г) Сучасні світлодіодні панелі
Як кольори інтер'єру можуть впливати на самопочуття гостей?
а) Не мають жодного впливу
б) Впливають лише на естетичне сприйняття
в) Можуть бадьорити або пригнічувати
г) Впливають тільки на освітлення
Що є важливим для створення комфортного інтер'єру в будинку?
а) Мінімалістичний стиль меблів
б) Рівномірний розподіл освітлення
в) Функціональний розподіл приміщень та використання предметів народної творчості
г) Використання виключно сучасних матеріалів
Яка основна функція передпокою в сільському будинку?
а) Зберігати продукти
б) Захищати житло від холоду та бруду
в) Виконувати роль спальні
г) Служити кухнею
Яка кімната є найбільшою за площею в сільському будинку?
а) Спальня
б) Комора
в) Загальна кімната
г) Передпокій
Яке з наступних обладнань є необхідним у загальній кімнаті?
а) Ліжко
б) Телевізор
в) Пральна машина
г) Обігрівач
Які вимоги повинна відповідати спальня для забезпечення комфортного відпочинку?
а) Висока температура і яскраве освітлення
б) Зручність, тиша і гігієнічність
в) Велика кількість меблів і прикрас
г) Відкритий доступ до вулиці
Яка мінімальна площа спальні на двох осіб повинна бути відповідно до вимог?

а) 8 м²
б) 10 м²
в) 12 м²
г) 15 м²
Що обов'язково має бути в кожній спальні?
а) Міні-кухня
б) Ліжко або ліжко-диван
в) Великий стіл для роботи
г) Ванна кімната
Яка з наведених діяльностей є складовою сільського туризму?
а) Мисливський туризм
б) Спортивний відпочинок на пляжі
в) Круїзи на великих кораблях
г) Гірськолижний спорт
Яка роль селянина у розвитку сільського туризму?
а) Відповідальний за розробку державної політики
б) Запрошує туристів до своєї оселі та демонструє сільськогосподарське виробництво
в) Проводить великі виставки товарів
г) Організовує міжнародні конференції
Яка з цих форм туризму пов'язана з відпочинком в екологічно чистій місцевості?
а) Культурно-етнічний туризм
б) Активний туризм
в) Екотуризм
г) Бізнес-туризм
Який з наведених видів сільського зеленого туризму є сезонним?
а) Короткотерміновий
б) Відпочинковий
в) Сезонний відпочинок
г) Відпочинок іноземців
Яка з цих діяльностей не є складовою сільського зеленого туризму?
а) Екотуризм
б) Мисливський туризм
в) Відпочинок на пляжі в готелі
г) Культурно-етнічна діяльність
Яка з наведених характеристик відрізняє сільський туризм від інших видів туризму?
а) Наявність готелів та ресторанів

б) Спілкування з місцевими жителями та участь у сільських традиціях
в) Відвідування великих міст
г) Оренда автомобілів для подорожей
Яка з наступних переваг сільського туризму сприяє розвитку місцевої економіки?
а) Гарантія охорони традиційної забудови
б) Надання роботи для місцевих ремісників
в) Підвищення стандарту та естетики сільських осель
г) Поліпшення якості життя мешканців села
Який з наведених недоліків сільського туризму може призвести до соціального розшарування?
а) Залучення іноземних туристів
б) Зростання популярності сільських традицій
в) Заняття сільським туризмом заможними селянами
г) Відсутність розвитку інфраструктури
Яка з наступних переваг сільського туризму може допомогти зберегти місцеві традиції?
а) Забезпечення туристам поселення там, де готельна промисловість не існує
б) Гарантія охорони традиційної забудови
в) Налагодження порозуміння між людьми села і міста
г) Стимулювання безпосереднього збуту сільськогосподарської продукції
Який статус доцільно мати для заняття господарюванням гостинної садиби?
а) Статус акціонерного товариства
б) Статус індивідуального підприємця без створення юридичної особи
в) Статус юридичної особи з відособленим балансом
г) Статус фермерського господарства
Чому створення юридичної особи для підприємницької діяльності з гостинною садибою вважається неефективним?
а) Високі витрати на реєстрацію
б) Сезонність прибуття клієнтів і обсяг прибутковості малих готелів
в) Невідповідність стандартам безпеки
г) Вимоги до облаштування приміщення
Хто повинен зареєструватися як індивідуальний підприємець для ведення діяльності гостинної садиби?
а) Будь-яка особа старше 18 років
б) Один зі співвласників житла
в) Члени родини, що не проживають в домі
г) Представник місцевої влади
Що таке агрооселя?

а) Готель з п’ятьма та більше кімнатами в місті
б) Житлове приміщення в сільській місцевості з не більше п’яти кімнат для туристів, яке належить господарю, що займається сільським господарством
в) Садиба, що має великий сад і город
г) Будинок для сезонних працівників на селі
Які організації можуть запроваджувати добровільну категорізацію агрооселі?
а) Лише державні органи
б) Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму та органи місцевого самоврядування
в) Тільки туристичні агенції
г) Обласні адміністрації
Що забезпечує стандартизація оселі в агрооселі?
а) Продовження терміну роботи підприємства
б) Прозорість пропозиції для клієнта, контроль якості продукту та різноманітність пропозиції
в) Зниження витрат на обслуговування
г) Збільшення кількості кімнат в оселі
Яка організація проводить стандартизацію сільського туризму в Польщі?
а) Польська асоціація туристичних агентств
б) Інспектори Польської Федерації сільського туризму «Гостинні господарства»
в) Міністерство туризму Польщі
г) Сільськогосподарська палата Польщі
Що зображено на знаку «Українська гостинна садиба» (УГС)?
а) Логотип туристичної агенції
б) Словосполучення українською та англійською мовами та графічний символ хатинки з квітами
в) Пейзаж села з традиційними українськими будинками
г) Символи різних регіонів України
Яка категорія засобів розміщення позначається без квітки на знаку УГС?
а) Першою
б) Другого
в) Третю
г) Базову (найнижчу)
Який термін дії знака «Українська гостинна садиба»?
а) Один рік
б) Два роки
в) Три роки
г) П’ять років

Які сертифікати отримують агротуристичні садиби, що пройшли категоризацію?
а) Сертифікат учасника
б) Сертифікат відповідності
в) Сертифікат базового, першого, другого та третього рівня
г) Сертифікат якості обслуговування
Скільки садиб отримали сертифікат базового рівня станом на 1 січня 2012 року?
а) 10
б) 46
в) 17
г) 11
Який документ не потрібно мати для початку підприємницької діяльності фізичної особи?
а) Статут
б) Реєстраційна картка
в) Довідка з Державного реєстру
г) Фотокартки
Де слід подавати документи для реєстрації суб'єкта підприємницької діяльності?
а) У Міністерстві юстиції
б) У виконавчому комітеті міської ради або районній державній адміністрації
в) У банку
г) У центрі зайнятості
Які документи потрібно подати для реєстрації підприємницької діяльності фізичної особи?
а) Статут підприємства та банківські реквізити
б) Декларацію про доходи та податковий звіт
в) Реєстраційну картку, фотокартки, довідку з Державного реєстру фізичних осіб та платіжний документ
г) Ліцензію на проведення бізнесу
Які дані необхідно вказати у реєстраційній картці для підприємницької діяльності фізичної особи?
а) Серію та номер свідоцтва про народження
б) Ідентифікаційний номер у Державному реєстрі фізичних осіб
в) Номер банківського рахунку
г) Прізвище, ім'я, по батькові особи, яка заповнила картку
Яка концепція стає все більш визнаною в розвитку сільського зеленого туризму?

а) Однофункціональний розвиток сільської місцевості
б) Багатофункціональний розвиток сільської місцевості
в) Виключно аграрне виробництво
г) Урбанізація сільських територій
Який з напрямів реалізації стратегії розвитку сільського зеленого туризму є важливим для села?
а) Підвищення податків для сільських жителів
б) Забезпечення лише аграрного виробництва
в) Розвиток сільського та аграрного туризму
г) Підтримка іноземних інвестицій у містах
Які з наведених чинників найбільше приваблюють міських туристів до сільської місцевості в Україні?
а) Високі ціни на відпочинок
б) Екологічно чисте середовище та можливості культурного збагачення
в) Бракування культурних пам'яток
г) Відсутність спортивних заходів
Який відсоток території України займають курорти та зони відпочинку?
а) 5%
б) 10%
в) 15%
г) 20%
Скільки національних і регіональних парків охороняється державою в Україні?
а) 20
б) 30
в) 40
г) 50
Які з наведених видів туризму є пріоритетними для розвитку сільських територій в Україні?
а) Пляжний туризм, культурний туризм
б) Сільський зелений туризм, екотуризм та аграрний туризм
в) Автомобільний туризм, гастрономічний туризм
г) Круїзний туризм, екстремальний туризм
Яка програма була введена для екологічного маркування сільських осель в Україні?
а) Екологічний готель
б) Зелена садиба
в) Чисте село
г) Сільське господарство

Який аспект сільського зеленого туризму полягає у популяризації української культури та знань про історичні особливості країни?
а) Економічний розвиток
б) Подолання бідності
в) Соціальне забезпечення
г) Популяризація культури
Який з наведених факторів найбільше перешкоджає розвитку агротуризму в Україні?
а) Велика кількість відпрацьованих туристичних маршрутів
б) Низька залежність від погодних умов
в) Відсутність початкового капіталу і пільгового кредитування
г) Висока активність місцевої влади у підтримці агротуризму
Чим агротуризм відрізняється від екотуризму?
а) Агротуризм орієнтований на вивчення природи
б) Агротуризм зосереджений на перебуванні в аграрному підприємстві
в) Екотуризм зосереджений на культурних пам'ятках
г) Екотуризм зосереджений на відпочинку в агрооселях
Яка з перерахованих проблем пов'язана з браком організаційних навичок у сільського населення?
а) Відсутність початкового капіталу
б) Недооцінка пам'яток історії та культури
в) Відсутність навичок туристичного бізнесу
г) Висока залежність від погодних умов
Яке з наведених питань є пріоритетним для правової підтримки сільського туризму?
а) Підтримка міської інфраструктури
б) Регулювання діяльності сільського туризму нормативними документами
в) Підвищення цін на агропродукти
г) Створення нових екологічних стандартів для міст
Який результат можна очікувати від належного використання багатства матеріальної і духовної культури України в сільському туризмі?
а) Збільшення міграції з сільської місцевості
б) Падіння доходів сільського населення
в) Зростання добробуту сільської родини
г) Зменшення кількості робочих місць
Яка з перерахованих переваг пов'язана з розвитком сільського туризму?
а) Зменшення надходжень до місцевих бюджетів
б) Зростання обсягів внутрішніх і зовнішніх інвестицій
в) Скорочення спектру туристичних послуг

г) Зменшення конкурентоспроможності регіонів
Яке завдання є першочерговим для розвитку сільського зеленого туризму в Україні?
а) Розвиток міської інфраструктури
б) Впровадження пільгового довгострокового кредитування
в) Підвищення цін на послуги сільського туризму
г) Створення нових екологічних стандартів для міст
Хто є основними споживачами послуг сільського зеленого туризму в Україні?
а) Іноземні туристи з високим достатком
б) Мешканці промислових центрів, шанувальники народних традицій
в) Мешканці сіл
г) Лише багаті туристи
Який фактор не приваблює іноземних туристів до українських сіл?
а) Гостинні господарі
б) Багата культурна спадщина
в) Відносно низький стандарт житла
г) Збережена природа
Який фактор не приваблює іноземних туристів до українських сіл?
а) Гостинні господарі
б) Багата культурна спадщина
в) Відносно низький стандарт житла
г) Збережена природа
Що є основною проблемою для розвитку сільського зеленого туризму в Україні на міжнародному ринку?
а) Відсутність сільських господарів
б) Відсутність іноземних туристів
в) Неволодіння господарями іноземними мовами
г) Відсутність природних ресурсів для туризму
Які туристи найбільше зацікавлені у «сентиментальному» туризмі в українських селах?
а) Туристи з Європи
б) Українська діаспора США і Канади
в) Мешканці промислових центрів України
г) Шанувальники активного туризму з Азії
Яку допомогу надають міжнародні фонди для розвитку сільського туризму в Україні?
а) Проводять фестивалі
б) Організовують сільськогосподарські роботи
в) Забезпечують організаційну й технічну допомогу

г) Пропонують пільгове кредитування

Яке основне завдання в підготовці фахівців для сільського туризму залишається невирішеним?

а) Організація міжнародних фестивалів

б) Підготовка власників агроосель до обслуговування іноземних туристів

в) Рекламування сільських осель за кордоном

г) Розширення туристичних маршрутів

Що є однією з ключових причин меншого потоку туристів до Українських Карпат у порівнянні з польськими та румунськими?

а) Відсутність інтересу до української природи

б) Недостатнє вивчення іноземних мов господарями

в) Відсутність туристичних об'єктів

г) Поганий стан доріг

Що є стратегічною метою розвитку сільського зеленого туризму в Україні?

а) Підвищення кількості іноземних готелів у селах

б) Створення конкурентоспроможного туристичного продукту

в) Зменшення кількості туристів у Карпатах

г) Організація тренінгів для міжнародних туристичних агентств

Яким є одним із можливих позитивних наслідків розвитку сільського туризму в Україні?

а) Зменшення кількості культурно-історичних пам'яток

б) Збільшення рівня безробіття

в) Збільшення доходів селян і економічного розвитку сіл

г) Зниження інтересу до сільських громад

Яка перешкода може виникнути через розвиток некатегоризованої нічліжної бази?

а) Підвищення якості послуг

б) Зменшення якості надання туристичних послуг

в) Підвищення інтересу туристів

г) Зниження злочинності

Що рекомендується зробити для розвитку сільського зеленого туризму в Україні?

а) Створити закон "Про агрооселі"

б) Зменшити кількість агротуристичних осель

в) Проводити регулярні тренінги для господарів агроосель

г) Закрити інформаційні центри у великих міста.

ТЕМА 7. ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ

Особливості розвитку сільського зеленого туризму в ЄС

У світі найбільшого розвитку сільський туризм досяг у країнах Північної Америки та Європи. Так, ЄС розглядає сільський зелений туризм як визначальний чинник розвитку сільських територій і спосіб «прив'язки» трудових ресурсів до проживання й праці в сільській місцевості. За оцінкою Європейської Федерації фермерського та сільського туризму (Euro Gites), європейський ринок налічує близько 2 млн. ліжко-місць. В Україні він становить 150 тис. потенційних учасників зеленого туризму.

За статистикою, 35% мешканців міст Євросоюзу віддають перевагу відпустці у сільській місцевості. Третина їде туди, щоб відпочити від напруженого ритму міського життя, 20% – поєднують відпочинок з активними самостійними подорожами, стільки ж – хочуть просто провести час на природі.

Сільський туризм існує більш як півстоліття. Його батьківщиною вважається Ельзас на півдні Франції. На початку 50-их через збитки у сільському господарстві чимало фермерів почали виїжджати до міст. Щоб зупинити міграцію, уряд Франції запропонував організувати на фермах умови для прийому туристів. А в 70-і сільський туризм отримав самостійний статус. Зараз він приносить 1 млрд. дол. прибутку до держбюджету Франції та 3 млрд. дол. – до бюджетів її регіонів.

Популярний сільський туризм також в Австрії, Англії, Німеччині, Італії та Іспанії. У 1992 році ЄС провів реформу своєї Загальної сільськогосподарської політики і став цілеспрямовано виділяти гроші на його розвиток, зокрема, на будівництво сільських доріг. Адже, за підрахунками експертів ЄБРР, облаштування виходця з села у місті коштує у 20 разів дорожче, аніж створення умов для його життя та роботи у селі. Також підраховано, що дохід від одного ліжко-місця еквівалентний доходу, який за рік приносить фермеру одна корова.

Розвиток сільського зеленого туризму у більшості країн світу розглядається як невід'ємна складова частина комплексного соціально-економічного розвитку села. Це актуально й для України, де особливо загострені соціально-економічні проблеми села. Позитивний вплив сільського зеленого туризму на поліпшення умов і якості життя селян полягає передусім у тому, що він розширює сферу зайнятості сільського населення, особливо жінок, і дає селянам додатковий заробіток. При цьому їхні ***прибутки надходять не тільки від здавання в найм приміщень для проживання, а й від таких послуг:*** *безпосередня реалізація власних сільськогосподарських продуктів* (без посередників і транспортних витрат); *приготування їжі для гостей* (з власноруч вирощених продуктів);

прокат спортивного та рибацького інвентарю; продаж ремісничих та інших виробів; ознайомлення з місцевими традиціями та культурою; залучення до участі у сільськогосподарських роботах, зокрема, на пасіці, у косовиці; організація розваг (катання на бричці, човні, спостереження за птахами, рибальство тощо). Ця діяльність впливає на підвищення рівня життя всіх мешканців, дозволяє створювати нові робочі місця. Ось чому в багатьох країнах приділяється велика увага розвитку сільського туризму як галузі, яка дає можливість у короткий час оживити місцеву інфраструктуру.

Розвиток сільського зеленого туризму у Франції, Великобританії, Голландії, Ірландії, Німеччині, Іспанії.

Оскільки зелений туризм є дійовим засобом вирішення проблеми утримання населення в слаборозвинутих регіонах, у багатьох країнах він розглядається як один із важливих напрямів у політиці розвитку села. **У Франції, Великобританії, Голландії, Ірландії, Німеччині, Іспанії** залучення до діяльності у сфері зеленого туризму заохочується на національному рівні. За популярністю відпочинок у сільській місцевості в цих країнах посідає нині друге місце після вакацій на морі. Сільський туризм створює нові робочі місця та приносить реальний дохід регіонам, дозволяє знайти засоби і способи для збереження природи. В багатьох країнах розвиток цього виду туризму став головним напрямом охорони і відтворення сільських ландшафтів.

У Німеччині становлення зеленого туризму почалося з розробки концепції його розвитку у периферійних регіонах. У результаті на ринку нині представлені пропозиції дешевого відпочинку на природі, без використання дорогої інфраструктури, але з наданням комфортних умов проживання.

Розвиток сільського зеленого туризму у Польщі, Угорщині і Латвії.

У **Польщі** на селян, які бажають розпочати діяльність у сфері зеленого туризму, та тих, котрі вже надають такі послуги, не поширюється дія закону, що регулює господарську (підприємницьку) діяльність. Тому грошові винагороди за відповідні послуги не підлягають стягуванню податку на додану вартість. Законодавство також передбачає, за певних умов, звільнення отриманих доходів і від податку на доходи фізичних осіб. Закон зобов'язує сільських господарів реєструвати відпочивальників у спеціальному журналі. Причиною виникнення цивільної відповідальності може бути невиконання або ж неналежне виконання умов домовленостей між сторонами, а також заподіяння шкоди. Така відповідальність реалізується шляхом відшкодування вартості заподіяних збитків. Взаємні права та обов'язки сторін визначаються договором, укладеним між ними.

В угорському законодавстві регулювання «зелено-туристичних» відносин не підпадає під дію нормативних актів, якими регулюються відносини у сфері

підприємництва. Відповідно, не підлягають оподаткуванню й особисті доходи, отримані селянами від використання для відпочинку власного житла.

Існують також спеціальні пільги та переваги для сімейних господарств, які займаються (або виявили бажання зайнятися) діяльністю у сфері сільського туризму, якщо вони розміщуватимуться на території сільських поселень в економічно слаборозвинутих (визнаних економічно депресивними) регіонах. Отримати такі пільги та переваги можна на конкурсних засадах. Ці проекти можуть отримати матеріальну підтримку у формі кредитів (до 8 тис. доларів США), які в разі успішної реалізації проекту поверненню не підлягають.

Великий законодавчий досвід у розвитку агротуризму має **Латвія.** Зумовлено це тим, що вже тривалий час основним контингентом туристів, які бажають відпочити в тамтешній сільській місцевості, є іноземці. Уряд вчасно звернув увагу на цей вельми перспективний вид туризму, здатний вирішити проблему безробіття на селі, і затвердив ряд відповідних нормативів. За даними *Асоціації сільського туризму Латвії*, за останніх вісім років у сільській місцевості майже вдесятеро зросла кількість місць прийому туристів, у 19 разів – кількість ліжко-місць. Такими послугами у 2001 р. скористалися понад 12 тисяч туристів, у т.ч. 20% іноземців.

Сільський туризм переконливо довів, що він є важливим фактором рішення соціально-економічних проблем села – це зростання зайнятості на селі, розвиток сільської інфраструктури, отримання стабільних та вагомих прибутків селян, зміцнювання бюджету сільських поселень. Звичайно на шляху розвитку сільського зеленого туризму є багато проблем. Найбільшими перешкодами на шляху розвитку туризму в сільській місцевості традиційно вважається транспортна віддаленість осередків відпочинку – погане сполучення (дороги в сільській місцевості знаходяться у надзвичайно занедбаному стані), рекреаційна необлаштованість (невідповідність запитам сучасного туриста), низький рівень надання послуг; нестача цілісних туристичних пропозицій, що містять продукти, орієнтовані на новий тип туриста; низький рівень маркетингу, недостатнє методичне забезпечення та відсутність цілеспрямованої діяльності; існує сильна конкуренція з боку сусідніх країн, які пропонують кращу інфраструктуру та сполучення.

Особливості організації агрорекреаційного сервісу в Іспанії та Італії.

Серйозну конкуренцію Франції на ринку агротуристичних послуг Західної Європи віднедавна складає Іспанія.

«Turismo rural» в Іспанії нині перебуває у тій стадії розвитку, коли кількість іноземних відвідувачів сільських агроосель країни зрівнялася і навіть перевищує внутрішні агротуристичні потоки.

Власники агроосель в Іспанії об'єднані в асоціації, основне завдання яких полягає в тому, щоб здійснювати категоризацію сільських осель залежно від рівня наданих послуг і контролювати їхню відповідність вимогам асоціацій.

В Іспанії існує поділ нічліжних закладів, розташованих у сільській місцевості, які підлягають оподаткуванню як суб'єкти агротуристичного підприємництва, на такі три класи:

HR (hotel rural) – сільський готель.

CA (castillo) – замок, історичне помістя.

CR (casa rural) – сільський будинок.

Аналогічну класифікацію доцільно офіційно затвердити і в Україні, де поряд з агрооселями у курортно-рекреаційних місцевостях (Крим, Карпати) існують затишні агрокотеджі та пансіони, а також налічується понад півтисячі законсервованих у напівзруйнованому стані (а об'єктивно кажучи – просто занедбаних) замків і поміщицьких палаців.

Асоціації сільського туризму Іспанії пропонують такі основні типи розміщення:

1. Розміщення на фермах і в садибах в одному будинку чи на одній території з власниками, в окремих кімнатах, спеціально обладнаних для прийому туристів. Спокій і невтручання в особисте життя туристів гарантуються.

2. Розміщення в номерах сільських готелів, спеціально обладнаних для прийому туристів (HR).

3. Розміщення в історичних будинках (замках, палацах, монастирях), розташованих у сільській місцевості чи невеликих містечках (CA).

4. Оренда цілого будинку однією родиною чи групою туристів (CR).

Загалом Іспанія має понад 5 тис. варіантів відпочинку в сільській місцевості сумарною місткістю близько 27 000 ліжко-місць. Існує категоризація 750 сільських готелів за системою «INNS OF SPAIN», їм присвоюється від 1 до 4 тюльпанів. Частина цих сільських готелів існує у відповідно переобладнаних монастирях, поме-стях, історичних замках, андалуських постоялих дворах, чимало готелів відкриті на Канарських і Балеарських островах. Орієнтовна вартість проживання в агро-туристичному секторі Іспанії становить 25-120 доларів я особи за добу.

В офісах асоціацій агротуризму чи на офіційному веб-сайті нескладно переглянути каталоги сільських осель і вибрати щось для свого відпочинку в будь-якому куточку Іспанії. Крім того, працівники агротури-с.тичних офісів країни займаються бронюванням авіаквитків, оформленням віз, орендою автомобілів тощо.

Іспанія утримує «пальму першості» щодо промоцій-пості сільського зеленого туризму серед країн Європи.

З 1993 р. в країні (м. Сільєда, Галісія) щорічно відбувається престижна міжнародна виставка «Exhibition of Tourism, Sport and Rural Development» (Туризм, спорт і розвиток сільської місцевості).

У 2003 р. в іспанському м. Хаен відбувся Перший європейський Конгрес сільського туризму, організований Європейською федерацією фермерського та сільського туризму (EuroGites).

Щорічно послугами сільського туризму Іспанії користується близько 1,2 млн осіб.

Не відстає від Іспанії та Франції й Італія. Ця країна акцентує увагу гостей на славетних історичних традиціях сільського відпочинку у горах і передгір'ях Альп, Апеннін та уздовж смуги першокласних морських узбереж.

Ще від самого виникнення в Італії агротуризм почав розглядатися сільським населенням як основна форма підприємницької зайнятості. Тому в цій країні агротуристичний бізнес тісно переплетений з курортним. Унаслідок пільгового режиму оподаткування для сільського підприємництва в Італії в 1990-ті рр. з'явилася розгалужена мережа престижних відпочинкових котеджів і пансіонів не нижче 3-зіркового рівня, які мають усю необхідну рекреаційну інфраструктуру (від джакузі й плавальних басейнів до тенісних кортів і кінних манежів).

Вагомим чинником міжнародної агротуристичної спеціалізації Італії поступово став винний і гастрономічний туризм. Кожна провінція країни славиться своїми сортами винограду і винами з неповторним смаковим букетом. Дегустувати їх, зазвичай, можна на невеликих приватних винних заводах і домашніх винокурнях, розташованих у сільськогосподарських районах. Власники агрокотеджів нині пропонують своїм гостям цілі винні підвали (а також сирні, м'ясопродуктові) за умови, що вільне користування запасами продовольства входить у вартість винайму.

Ще однією суто італійською особливістю сільського туризму в країні є те, що майже половина власників агрокотеджів «не поспішають» виходити «з тіні», тобто проходити державну сертифікацію, отримувати ліцензії на діяльність, сплачувати податки. За підрахунками Національної туристичної організації, в країні функціонує близько 12 000 агротуристичних підприємств, з них лише близько 7000 ліцензовані державними інституціями. Інші 5000 досі скептично ставляться до процедури стандартизації столичними чиновниками, централізованих систем бронювання, участі у виставкових заходах, ініційованих асоціаціями сільського туризму, і надають перевагу безпосередньому контакту із споживачами.

Незважаючи на те, що послуги сільського відпочинку в Італії майже вдвічі вищі, ніж в Іспанії чи Франції, ними щорічно користується до 2 млн осіб (з них

78 % – італійці). А щорічний прибуток від сільського туризму становить близько 350 млн доларів.

Міжнародна категоризація агрорекреаційного сервісу згідно з концепцією «Bed & Breakfast».

Пріоритетність започаткування сільського туризму як складової міжнародного туризму приписують собі Франція та Швейцарія. Справді, ще з початку XVIII ст. у французьких і швейцарських Альпах (околиці Монблану та інших найвищих альпійських піків Європи) з'являються перші гостьові **будиночки-шале** для обслуговування експедицій британських туристів-природолюбів.

Сільський зелений туризм набув масового розвитку в світі з другої половини XX ст. Саме тоді у США і Великобританії поширюється концепція «**Bed & Breakfast**» - тимчасове проживання в порожніх кімнатах будинків, незалежно від місця їхнього розташування. З часом зі спектру нічліжних закладів типу «B & B» виокремлюється відпочинок власне у сільських будинках та міні-готелях, розташованих у сільській місцевості.

Нині до сектора сільського зеленого туризму прийнято відносити такі окремі категорії нічліжних закладів типу «B & B»:

- **B & B cottage** – це тимчасове проживання (здебільшого 6-7 діб) у повністю винайнятому котеджі, що знаходиться в курортно-рекреаційній зоні на території, яка має статус сільської місцевості (необов'язкова умова, тобто котеджі можуть бути і в курортних містах та передмістях). У світі такі котеджі, як правило, здаються на узбережжях морів, озер чи в горах. Нині в Україні також формується мережа т. зв. агрокотеджів у Карпатському регіоні й Криму.

- **B & B farm vacation** – це заклади, зорієнтовані на обслуговування родинного відпочинку з дітьми в мальовничій сільській місцевості з цінними рекреаційними ресурсами. Цільове сезонне перебування у них передбачено для міських дітей різних вікових груп під час шкільних канікул, де є можливість спілкуватися з ровесниками, пізнавати природу і відпочивати в «домашній» атмосфері окремо від батьків.

- **B & B homestay** – це тимчасове проживання (здебільшого 5-7 діб) в оселі сільського господаря спільно з його родиною у спеціально відведених для гостей кімнатах. Перебування в агрооселі супроводжується залученням гостя до традиційної життєдіяльності сільської родини, її побуту та духовної культури.

- **B & B farmstay** – це тимчасове проживання (здебільшого 5-7 діб) в оселі фермера або у кемпінгу на території фермерського господарства. Гості фермера мають можливість купувати й споживати його продовольчу продукцію та брати участь в окремих сільськогосподарських роботах на фермі.

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

Соціологічні дослідження, які постійно проводять експерти Європейської федерації фермерського і сільського туризму (European Federation for Farm and Village Tourism), виявили щодо ринку споживачів агротуристичних послуг у Європі (станом на 2004 р.) такі цікаві дані.

Із 100 % туристів, котрі скористалися подорожами сільського туризму, 35,2 % – через «втечу» від напруженого ритму міського життя, можливість зануритись у неквапливий сільський побут, розслабитись заслуженим «неробством», 20,2 % – можливістю поєднати відпочинок з активними самодіяльними подорожами (пішохідними в гори чи автомобільними – з метою ознайомлення з його історико-культурною спадщиною), 17,3 % визнали, що їхню подорож спонукало прагнення відпочинку на природі й спілкування із світом живого, 10,4 % – з метою родинного відпочинку (більше уваги родині й дітям), 5,0 % – з метою занять спортивним туризмом й використання для цього дешевшої нічліжної бази, 11,9 % – з іншими пріоритетними цілями.

Щодо вікової структури рекреантів, послугами сільського туризму користується, головним чином, молодь (до 33 років), яка проживає у великих містах (більше 100 тис. мешканців) – цей сегмент становить 86,7 % сумарної кількості агротуристів.

Цікавий досвід категеризації сільського житла для туристів запровадила Ісландія – країна, де сільські території охоплюють понад 70 % площі острова. Усі агро-оселі країни поділено на I-III категорії, а також не-категорійні умови (сніданок обов'язковий):

I категорія: прості кімнати з ліжками, які щоденно прибираються. Забезпечуються чистими рушниками. Гості мають доступ до спільної вітальні.

II категорія: у доповнення до умов I категорії всі кімнати мають умивальники і краще умебльовані.

III категорія: у доповнення до умов II категорії всі кімнати мають ванну кімнату.

Можливість розміщення зі своїм спальним мішком без сніданку у стандартних 1-4-місних номерах.

Крім категоризації номерів, практикується також категоризація гостьових будинків (категорії A, B, C, D).

Загальні вимоги до будинків такого типу зводяться до таких пунктів:

1. Будинок має бути охайним і в доброму стані з централізованим водопостачанням і WC.

2. Будинок має бути невеликого розміру і заселений максимум однією родиною.

3. Пухові ковдри мають видаватися фермером, хоча гості можуть приїжджати і з власною постіллю.

4. Обов'язкові засоби приготування їжі та необхідний посуд.

5. Категорії A, B, C і D відрізняються за розмірами, наявністю додаткових засобів обслуговування і комфорту.

Категорія A: простий будинок, що відповідає загальним вимогам (перерахованим) і має один\?C.

Категорія B: простий будинок, в якому додатково до умов категорії A є принаймні одна окрема спальня з ліжками та вітальня зі зручними кріслами.

Категорія C: будинок, в якому додатково до умов категорії B є душ чи ванна та холодильник.

Категорія D: будинок, в якому додатково до умов категорії C є принаймні одна спальня-люкс з комфортабельним умеблюванням і побутовою технікою.

Крім названих категорій, в Ісландії пропонуються будинки категорій E, F і G:

Категорія E: будинок, в якому є лише одна кімната для гостей (ванна спільна з господарями).

Категорія F: будинок з однією кімнатою для гостей та окремою ванною.

Категорія G: будинок, в якому є одна кімната для гостей поліпшеного планування з окремою спальнею та ванною.

Скрізь надається типовий сніданок: яєчня чи варені яйця, 4-6 видів бутербродів, чай, кава, молоко, сік.

У Данії Національна асоціація агротуризму (The National Association for Agri-Tourism) створена фактично не так давно – у 1988 р. (за матеріальної підтримки Союзу данських фермерів). Нині асоціація об'єднує 209 осіб, що володіють 1268 ліжко-місцями у сільській місцевості.

У країнах Північної Європи діє система категори-зації осель, на зразок готельної - від 1 до 5 зірок.

Оцінка будинків (без урахування інтер'єру):

[illegible] – здається не менше 42 м^2 житлової площі з окремими спальнею (однією або двома), вітальнею і кухнею. Камін. Гігієнічний вузол: душ, ванна,

власна сауна, окремий туалет. Уся побутова техніка (електроплита, холодильник/морозильна камера, пральна і посудомийна машини, мікрохвильова піч тощо).

🏠🏠🏠🏠 – здається не менше 24 м^2 житлової площі з окремими спальнею (однією або двома), вітальнек і кухнею (додаткові ліжка можуть розташовуватися не даху). Камін. Гігієнічний вузол: душ, ванна, власна сауна, окремий туалет. Побутова техніка.

🏠🏠🏠 – здається не менше 24 м^2 житлової площі з окремими спальнею, вітальнею/кухнею (додаткові ліжка можуть розташовуватися в вітальні і на даху). Камін. Гігієнічний вузол: власна сауна, окремий туалет. Телевізор, електроплита, холодильник.

🏠🏠 – здається не менше 12 м^2 житлової площі з окремими спальнею та вітальнею/кухнею, де розташовуються додаткові ліжка. Зовнішній туалет. Піч на дровах і мазуті чи газова плита. Телевізор, холодильник.

🏠 – здається не менше 12 м^2 житлової площі. Нафтова лампа чи газове освітлення. Зовнішній туалет. Піч на дровах і мазуті чи газова плита. Зберігання продуктів у холодному підвалі.

Оцінка житлових кімнат здійснюється за їх площею та інтер'єром. Загальною вимогою до спалень є мінімальні розміри 7-10 м^2 з ліжками мінімум 80 х 200 см, охайними матрасами й ліжниками.

***** Кожна спальна кімната має окремий WC і душ.

**** є WC та душ в оселі, але не у всіх кімнатах.

*** WC та душ спільні, тобто ними можуть користуватися інші гості.

** WC та душ спільні і ними користуються інші гості й родина господаря (до 10 користувачів).

* WC та душ спільні і ними користуються інші гості й родина господаря (понад 10 користувачів).

У Фінляндії нині найбільший попит мають будиночки без господарів, розташовані на берегах заповідних озер та річок (у тайзі). Умови оренди цих лісових будиночків дають право на їхнє повне використання (меблі, посуд, білизна, електроенергія, дрова), користування сауною, веселъним чи моторним човном. Більшість будиночків мають TV (4-5-зіркові будиночки обладнані сучасною побутовою технікою). В умови оренди входить дозвіл (ліцензія) на спортивне рибальство. Винайм авто-позашляховика не складає труднощів через відповідний веб-сайт.

У т. зв. континентально-присередземноморській Європі лідерами за обсягами розвитку індустрії сільського туризму є Франція та Іспанія. У цих країнах сільський туризм уже давно переріс у високорентабельну галузь їх міжнародної економічної спеціалізації.

Контрольні запитання:

1. Охарактеризуйте особливості організації сільського зеленого туризму у Франції, Великобританії.
2. Охарактеризуйте особливості організації сільського зеленого туризму у Латвії, Угорщині та Польщі.
3. Охарактеризуйте особливості організації сільського зеленого туризму у Голландії, Ірландії.
4. Охарактеризуйте особливості організації сільського зеленого туризму у Німеччині, Іспанії.
5. Опишіть міжнародні стандарти категоризації сільських зелених садиб.

ТЕМА 8. МАРКЕТИНГ ГОСТИННОЇ САДИБИ

Основи маркетингу гостинної садиби.

Маркетинг гостинної садиби на практиці полягає в постійному просуванні на ринку її послуг, пошуку і заповненні визначеної споживчої ніші.

Аналоги гостинної садиби в розвинених країнах уже не просто мініготелі, що лише надають стандартний пакет послуг для туристів, це насамперед частина визначеного туристського продукту, місцевість, яка і залучає туристів. Наприклад, багато членів Асоціації готелів B&B Округи Південний Вельс (Австралія) прямо зв'язують свою діяльність з напрямками екологічного туризму «відпустка на фермі, ранчо тощо». У свою чергу члени Мережі готелів B&B Округу Полярна Зірка штату Аляска (США) тісно пов'язують імідж своїх готелів з духом часів «золотої лихоманки».

Кожна гостинна садиба по-своєму унікальна й не схожа одна на одну, і тому власники гостинної садиби повинні активно шукати ті чи інші атрибути залучення клієнтів.

Насамперед необхідно визначитися з колом цільових клієнтів. Деякі гостинні садиби можуть надавати послуги тільки для транзитних мандрівників, інші будуть орієнтуватися винятково на іноземних туристів. У зв'язку з цим потрібно вивчити потенційні привабливі можливості місцевості, найближчого міста або території. Для цього доцільно щороку користуватися платними послугами професійних консультантів.

Ефективний маркетинг полягає в тому, щоб потенційний клієнт зробив вибір на користь того чи іншого господарства гостинної садиби, затративши на це мінімум часу й енергії. У кожної угоди є своя трансакційна вартість, що зводиться до сукупності енергії, часу, знань, грошових ресурсів, затрачуваних для досягнення визначеного якісного показника. Тому доступність є важливим чинником при виборі туристом того чи іншого місця відпочинку та засобу розміщення.

Наприклад, турист зі США вирішив відвідати озеро Синевір або місто Переяслав-Хмельницький. У більшості випадків він звертається в американське туристське агентство, спеціалізоване з України, що в свою чергу звертається до українського туроператора. Якщо туроператори на місцях не мають уявлення про ГС, що бажає приймати туристів зі США, то американські клієнти не зможуть скористатися послугами розміщення гостинної садиби. Інший приклад, бізнесмен з Києва приїхав до м. Косова для ведення переговорів у серпні, коли звичайно всі готельні номери бувають зайняті. В цьому випадку він може знайти контактні адреси місцевого «Візит-центру» (за рекламою, телефонним довідником, з мережі Інтернет і т. д.) і звернутися до нього за

адресами вільних номерів у гостинній садибі, очевидно, розміщених у центрі міста, тому що офіси багатьох державних органів управління і підприємств розташовані в центральних районах міста. Тому для кожної гостинної садиби бажано дотримуватися такої стратегії – завжди бути в контакті і партнерських стосунках з місцевими туроператорами і турагентами.

Якість обслуговування. Атмосфера закладу є одним з вирішальних факторів при обслуговуванні клієнта. Вона сприймається клієнтом за допомогою органів чуттів. Терміни, що описують сенсорні відчуття, служать і опису атмосфери специфічного середовища. Головними сенсорними каналами для сприйняття атмосфери є зір, слух, нюх і дотик. Зокрема: головні візуальні аспекти – колір, яскравість, розмір і форма; головні слухові аспекти – шум і висота звуку; головні нюхові аспекти – запах і свіжість; головні дотикальні аспекти – м'якість, гладкість і температура.

Сталість якості обслуговування – інший фактор успіху. Він означає, що клієнти дістають потрібну їм послугу, не побоюючись несподіваних сюрпризів. Звичайно, з одного боку деякі іноземні туристи можуть регулярно (скажімо щороку) відвідувати ту саму місцевість і користуватися послугами однієї гостинної садиби, але сталість якості насамперед необхідна для роботи з туроператором. Будь-яка значна зміна в політиці бізнесу гостинної садиби незмінно тягне за собою досить хворобливу перебудову стратегії бізнесу компанії. Якщо власники гостинної садиби будуть часто змінювати режим і правила своєї роботи, розцінки на послуги і т. д., то швидше за все компанія відмовиться від співпраці з такою гостинною садибою.

Незважаючи на те, що ціна ваших послуг є тим чинником, який, як правило, зазнає найбільшої критики з боку споживачів, саме вона зумовлює розвиток агротуристичної справи.

Цінова політика гостинної садиби.

Першим кроком у встановленні ціни є обчислення прямих витрат на окремого клієнта, а другим – збільшення кошторису на такий відсоток, який би ви хотіли. Таке ціноутворення називається ціноутворенням на підставі реальних витрат. Іншим видом установлення ціни є гнучке ціноутворення. Воно залежить від конкуренції у агротуристичному бізнесі.

Досвідчений підприємець спочатку визначає свою ціну на підставі реальних витрат, порівнює її з цінами ринку і лише після цього приймає остаточне рішення про оголошення її для клієнтів.

Проте окремі клієнти готові заплатити більше, за надання спеціальних або індивідуальних послуг.

Дуже часто власник дивиться на справу з точки зору нашого бізнесу, ігноруючи інші елементи, необхідні для успішного ведення бізнесу. Туристи

потребуватимуть в основному поселення, їжі та напоїв, транспортних та інформаційних послуг.

Для даного бізнесу буде практично неможливо забезпечити клієнтів усім необхідним. Тому необхідно докладно ознайомитись із можливостями та послугами інших малих підприємств у місцевості та укласти з ними угоди про співпрацю. При такому підході можна запропонувати клієнтові цілий пакет послуг, який клієнт оплатить одноразово. Наприклад, ферма, що пропонує прогулянки на конях, може укласти угоду з гостинної садиби для поселення своїх клієнтів.

Однією із найболючіших проблем у науковому забезпеченні економіки сучасного туристського і готельного бізнесу є відсутність єдиної міжнародної уніфікованої системи ціноутворення. Наприклад, вартість проживання як у готельних, так і в неготельних засобах розміщення туристів різних категорій, якості обслуговування в різних країнах і населених пунктах в одній країні має різні оцінки. ***Головними факторами, від яких у цілому залежить вартість стандартного пакета послуг гостинної садиби є:*****Місце розташування гостинної садиби.** Найбільшим попитом користуються гостинні садиби, розташовані в центральних частинах курортних територій поблизу транспортних вузлів. Крім того, близьке розташування до центрів торгівлі, місць масових спортивних і культурно-розважальних заходів також підвищує вартість проживання в гостинній садибі.

Якість послуг, що надаються. Туристи, особливо іноземні, значну увагу приділяють якості платних послуг, що надаються. Чим більше гостинна садиба відповідатиме архітектурно-планувальним і санітарно-гігієнічним характеристикам, наведеним у відповідній таблиці, тим вищою буде вартість пакета послуг гостинної садиби.

1. Кваліфікація персоналу. Вартість послуг у гостинній садибі, що надаються підготовленим і досвідченим персоналом, звичайно вища. Персонал гостинної садиби повинен приділяти особливу увагу якісному обслуговуванню гостей. Бажано, щоб хоча б один із членів сім'ї, яка управляє гостинною садибою, володів англійською мовою на рівні вільного спілкування. Чим краще зрозуміються потреби і побажання клієнта, тим більше задоволення від поїздки і проживання у садибі одержує клієнт, і, отже, більше грошей господар може затратити на оплату наданих послуг.

2. Сезонність прибуттів. Дестинації, як туристські продукти, дуже відрізняються різною сезонністю прибуттів туристів. *Наприклад*, пік прибуттів на курорти Середземномор'я припадає на весну й осінь, коли температура повітря не надто висока. Та влітку й узимку ціни на тури значно знижуються. Те ж саме спостерігається і в Україні. Найбільша кількість іноземних туристів у

Криму і Карпатах звичайно влітку і ранньої осені. Тому взимку і навесні підприємства туристської індустрії, у тому числі й готелі (крім ресторанів), намагаються зрівноважити попит шляхом запровадження гнучкої системи тарифів для підтримки хоча б мінімального числа туристів, що обслуговуються, бізнесменів і відрядників. Зрозуміло, що сезонність прибуттів також повинна відігравати значну роль у ціноутворенні у гостинній садибі.

3. Ринкова оцінка дестинацій. У даному випадку за фактор береться коефіцієнт, який виражається відношенням кількості туристів, що відвідують визначену дестинацію на рік, і валової суми грошей, що залишаються туристом у даній місцевість за одну поїздку. В кожній країні цей коефіцієнт різний через відмінності в рівні розвитку транспортної й обслуговуючої інфраструктури, а також рівень життя населення. *Наприклад*, у Японії середня заробітна плата готельного працівника з підрозділу обслуговування становить в середньому 2000-2500) доларів США на місяць, при цьому туристи в середньому за один день перебування в Токіо витрачають не менше 120 доларів США, тоді як в Іспанії туристи на день витрачають не менше 40-50 доларів США. У зв'язку з цим ринкова привабливість іспанських курортів незрівнянно вища, ніж японських. Тому із самої Японії більше виїжджають відпочивати, ніж туди в'їжджають. Виходячи з вищесказаного, можна стверджувати, що ринкова привабливість ваших гостинних садиб у перспективі може бути не меншою за іспанські, італійські та навіть і польські чи словацькі.

4. Маркетингова політика послуг гостинної садиби. Успішне ведення власної справи вимагає певної кількості реалізованих продуктів та послуг. Якщо люди не знають про існування даного виду послуг, то вони і не будуть ними користуватися.

Забезпечення поінформованості потенційних споживачів про діяльність гостинної садиби та надавані послуги вимагає від низки рекламних заходів.

Суспільство має бути поінформоване з приводу:

- характеру та сутності послуг;
- ділових партнерів;
- вигідних пропозицій;
- обладнання та цін;
- місцевості, де розташована гостинна садиба.

У структурі реклами можна виділити такі основні моменти:

- здатність привернути увагу (наскільки ефективно залучається увага читачів заголовком, компонуванням, якістю ілюстративного матеріалу, наскільки ефективно вона впливає саме на ті категорії читачів, на які розраховане рекламне повідомлення);

- сила впливу на емоції (наскільки вдало обраний і ефективно поданий основний рекламний аргумент);
- сила впливу на фактичну поведінку споживача (наскільки переконливо повідомлення запрошує дотримуватись його порад і наскільки ймовірно, що читач дійсно виконає ті дії, які підказує повідомлення);
- інформативність (наскільки чітко й ясно викладено основний рекламний аргумент, наскільки всебічно показано корисність рекламованого об'єкта);
- здатність викликати бажання прочитати повідомлення до кінця (наскільки ефективно повідомлення привертає увагу читачів). Основні принципи реклами: те, що сприймається свідомо, довше утримується в пам'яті;
- те, про що говориться на початку і наприкінці повідомлення, запам'ятовується краще, ніж те, про що говориться всередині;
- якщо матеріал різноманітний або незвичайний, він запам'ятовується краще;
- інформація легше запам'ятовується і краще сприймається, якщо вона не суперечить усталеним поняттям, переконанням або менталітету;
- необхідно враховувати дух основних тенденцій громадського життя.

Успіх маркетингової діяльності гостинної садиби пов'язаний з:

постійною пропозицією послуги всім, усюди і завжди;

створенням приємного іміджу бізнесу

1. Презентація гостинної садиби. Турист очікує одержати у гостинній садибі приємний та затишний відпочинок. Назва садиби дуже часто є першим чинником, який зорієнтує туриста зупинитися у певній садибі. Якщо, наприклад, турист побачить у спеціалізованому путівнику назву «Медова хата» чи «Грибна садиба» (назви умовні), то, зрозуміло, що якщо його цікавлять гриби чи пасіка, він одразу надасть перевагу саме цим садибам. А назва садиби, наприклад, «Над ставом», «Над рікою» привабить любителів плавання та риболовлі.

Практика свідчить, що господарі, які вже приймають гостей, дуже часто називають гостинні садиби іменами когось із членів сім'ї, найчастіше власних дітей. Причому домінують жіночі імена. Нерідко трапляються і назви садиб за прізвищами господарів. Можливі також варіанти назв за заняттями, які можуть бути запропоновані туристам, або за якимсь іншим фактором, який відображає головну відмінність цієї садиби від усіх інших.

Головне знайти ту «родзинку», яка зробить фермерську гостинну садибу відмінною від інших і кращою від усіх на цьому ринку надання послуг гостинності.

На логотип (якщо немає можливості виготовити свій – користуйтеся тим, який має організація, до котрої ви належите). На зовнішній вигляд будівель та споруд. На візитні картки та рекламу. На зовнішній вигляд співпрацівників. На вигляд обладнання.

Контрольні запитання:

1. Як варто презентувати гостинну садибу?
2. У чому суть поняття «сезонність прибутків».
3. Охарактеризуйте маркетингову політику послуг гостинної садиби.
4. Які чинники впливають на формування ціни перебування у гостинній садибі?
5. Охарактеризуйте поняття «Якість обслуговування».

Тестові завдання до теми:

Що є основним завданням маркетингу гостинної садиби?
а) Надавати туристам стандартний пакет послуг
б) Пошук і заповнення визначеної споживчої ніші
в) Створення великої готельної мережі
г) Зниження ціни на послуги садиби
Який приклад тісного зв'язку між готелями і туристичним продуктом згадується в тексті?
а) Готелі в Південному Вельсі пов'язані з «відпусткою на фермі»
б) Готелі Аляски спеціалізуються на висококласному обслуговуванні
в) Готелі в Австралії надають послуги тільки для іноземних туристів
г) Готелі в США відомі завдяки бізнес-туризму
Що рекомендується робити для визначення потенційних можливостей місцевості гостинної садиби?
а) Організовувати безкоштовні екскурсії
б) Щорічно користуватися платними послугами професійних консультантів
в) Орієнтуватися тільки на місцевих клієнтів
г) Відмовитися від зовнішньої реклами
Що включає в себе поняття "трансакційна вартість" у контексті маркетингу гостинної садиби?
а) Вартість проживання в садибі
б) Затрати енергії, часу, знань та ресурсів для досягнення певного результату

в) Витрати на рекламу та просування послуг
г) Податки, пов'язані з веденням бізнесу
Який приклад демонструє важливість партнерських стосунків гостинної садиби з місцевими туроператорами?
а) Турист із США шукає житло через місцевий «Візит-центр»
б) Турист із США звертається до американського агентства, яке співпрацює з українським туроператором
в) Бізнесмен із Києва бронює готель заздалегідь
г) Турист із Європи використовує лише соціальні мережі для пошуку житла
Який фактор є вирішальним при виборі туристом місця відпочинку та засобу розміщення?
а) Ціна на проживання
б) Доступність інформації про садибу
в) Відгуки інших туристів
г) Якість харчування в садибі
Які сенсорні канали є головними для сприйняття атмосфери гостинної садиби?
а) Смак і слух
б) Зір, слух, нюх і дотик
в) Запах і смак
г) Тільки зір і слух
Чому сталість якості обслуговування важлива для співпраці з туроператорами?
а) Це допомагає уникнути несподіваних змін у політиці садиби
б) Це дозволяє знизити вартість послуг
в) Це збільшує кількість іноземних туристів
г) Це дозволяє швидше змінювати стратегію бізнесу
Що може статися, якщо власники гостинної садиби часто змінюватимуть режим роботи або розцінки на послуги?
а) Компанія буде працювати стабільніше
б) Туроператори можуть відмовитися від співпраці
в) Клієнти будуть частіше повертатися
г) Ціни на послуги зменшаться
Що є першим кроком у встановленні ціни для гостинної садиби?
а) Порівняння цін конкурентів
б) Встановлення ціни на основі попиту
в) Обчислення прямих витрат на окремого клієнта
г) Вивчення можливостей надання додаткових послуг
Яке ціноутворення залежить від конкуренції у агротуристичному бізнесі?
а) Ціноутворення на підставі реальних витрат
б) Гнучке ціноутворення

в) Фіксоване ціноутворення
г) Ціноутворення на підставі індивідуальних послуг
Який підхід дозволяє гостинній садибі запропонувати клієнтові цілий пакет послуг?
а) Самостійне надання всіх послуг
б) Співпраця з іншими малими підприємствами у місцевості
в) Підвищення цін на індивідуальні послуги
г) Відмова від додаткових послуг
Яка проблема є найболючішою у науковому забезпеченні економіки сучасного туристського і готельного бізнесу?
а) Високі витрати на рекламу
б) Відсутність єдиної міжнародної уніфікованої системи ціноутворення
в) Недостатня кількість туристів
г) Низька якість обслуговування
Який фактор найбільше впливає на вартість проживання в гостинній садибі?
а) Складність меню у ресторані
б) Місце розташування гостинної садиби
в) Рівень знижок для постійних клієнтів
г) Час року, в який проводиться відпочинок
Яка кваліфікація персоналу впливає на вартість послуг у гостинній садибі?
а) Досвід роботи у сфері розваг
б) Знання кількох іноземних мов
в) Підготовленість та досвід персоналу
г) Наявність дипломів про освіту
У який період спостерігається пік прибуттів туристів на курорти Середземномор'я?
а) Літо
б) Зима
в) Весна та осінь
г) Зима та весна
Який коефіцієнт використовується для ринкової оцінки дестинацій?
а) Вартість проживання в готелях
б) Співвідношення кількості туристів до валової суми витрат туристів
в) Рівень задоволеності туристів
г) Кількість туристичних атракцій в регіоні
Який фактор впливає на ринкову привабливість курортів в різних країнах?
а) Рівень розвитку інформаційних технологій
б) Рівень життя населення та інфраструктури

в) Наявність традиційної кухні
г) Кількість природних резервуарів
Яка з наведених цілей є основною в маркетинговій політиці послуг гостинної садиби?
а) Підвищення ціни на послуги
б) Забезпечення поінформованості потенційних споживачів
в) Скорочення витрат на рекламу
г) Зменшення кількості послуг
Який з основних моментів реклами є важливим для залучення уваги читачів?
а) Сила впливу на фактичну поведінку споживача
б) Здатність привернути увагу
в) Вартість рекламних матеріалів
г) Кількість рекламних каналів
Який принцип реклами говорить про те, що інформація легше запам'ятовується, якщо вона не суперечить усталеним поняттям?
а) Принцип актуальності
б) Принцип різноманітності
в) Принцип логічної узгодженості
г) Принцип емоційного впливу
Який з наступних чинників є важливим для успіху маркетингової діяльності гостинної садиби?
а) Високі ціни на послуги
б) Постійна пропозиція послуги всім, усюди і завжди
в) Відсутність реклами
г) Обмежена цільова аудиторія
Що є першим чинником, який може зорієнтувати туриста зупинитися у певній гостинній садибі?
а) Реклама у соціальних мережах
б) Розташування садиби
в) Назва садиби
г) Вартість проживання
Який з наведених факторів може зробити гостинну садибу відмінною від інших на ринку?
а) Висока вартість послуг
б) Стандартний набір послуг
в) Унікальна «родзинка» садиби
г) Випадкові назви садиб
Що є одним із ключових чинників успіху маркетингової діяльності гостинної садиби?

а) Зменшення витрат на рекламу
б) Постійна пропозиція послуги всім, усюди і завжди
в) Впровадження нових технологій
г) Зменшення кількості працівників
Яка з наведених назв гостинної садиби може залучити туристів, які цікавляться риболовлею?
а) «Медова хата»
б) «Грибна садиба»
в) «Над рікою»
г) «Садиба на горі»
Що важливо враховувати при створенні назви гостинної садиби?
а) Довжину назви
б) Змістовність і привабливість назви
в) Складність вимови
г) Спеціалізацію інших садиб

ТЕМА 9. ДИВЕРСИФІКАЦІЯ ПОСЛУГ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ

Індустрія сільського туризму. Сільський туризм та агротуризм в Україні активно виходить на національний ринок туристичних послуг. Разом із тим слід констатувати, що пропозиції вітчизняних агротуристичних продуктів, послуг і товарів охоплюють досить вузький спектр. У першу чергу сільські оселі пропонують відпочинок, традиційну кухню, оздоровчі процедури та активні форми туристичних занять. Дослідження основних видів агротуристичних занять у Карпатському регіоні засвідчило, що висока частка пропозицій у рекламних виданнях припадає на різноманітні відпочинкові заняття, екскурсії до визначних місць регіону, піші походи та збір грибів і ягід.

Слабо розвинутими тут є види туристичних занять, пов'язані з традиційним агротуризмом, агророзвагами та агротерапією. Світовий досвід використання агротуристичних продуктів і послуг свідчить про наявність широкого спектру пропозицій у різних сферах. Зокрема, інноваційний характер серед них мають такі продукти й послуги, як спеціальне агроготелярство, зоокутки в агрогосподарствах, польові ігри нової генерації, гіпотерапія, різні типи агророзваг. В Україні ці інноваційні заняття ще не достатньо популярні й слабо використовуються в практиці вітчизняного сільського туризму й агротуризму. Тому важливим є дослідження цих нових форм проведення туристичних занять у сільській місцевості.

На початку XXI ст. індустрія сільського туризму визнана експертами СОТ як суттєвий, найбільш динамічно зростаючий сектор світового туристичного господарства. Обсяги надання перевищують обсяги зростання готельної бази й курортного сервісу в цих країнах. Соціологічні дослідження, які регулярно проводять експерти Європейської федерації фермерського й сільського туризму (European Federation for Farm and Village Tourism), виявили, що зі 100 % туристів, які скористалися подорожами сільського туризму, 35,2 % вибрали його як «втечу» від напруженого ритму міського життя та занурення в неквапний сільський побут; 20,2 % – через можливість поєднати відпочинок з активними самодіяльними подорожами (пішохідними в гори, автомобільними регіоном з метою знайомства з його історико-культурною спадщиною);17,3 % визнали, що основною спонукою їхньої подорожі виступало прагнення відпочинку на природі й спілкування зі світом живого; 10,4 % – з метою відпочинку всією родиною; 5 % – з метою занять спортивним туризмом і використання для цього дешевшої нічліжної бази; 11,9 % – з іншими пріоритетними цілями.

Такий попит туристів на різноманітні заняття в сільській місцевості

дозволяє реалізувати сучасна структура пропозицій агротуристичного ринку багатьох європейських країн. Сучасний сільський туризм і агротуризм пропонує широкий спектр занять.

Для кожної галузі сільського туризму й агротуризму виділяють свій набір занять. ***Виділяють 9 напрямів, які названо наступним чином***: 1) нічліг в оселях та агроготелярство; 2) харчування й агрогастрономія; 3) традиційний агротуризм; 4) безпосередній продаж; 5) відпочинок у сільській місцевості; 6) активний туризм і агроспорт; 7) екскурсії й агророзваги; 8) оздоровча діяльність і агротерапія; 9) культурно-етнографічні заходи.

Види туристичних занять.

Розглянемо основні види туристичних занять для кожного з означених напрямів щодо їх інноваційного потенціалу.

Розміщення в оселях і агроготелярство пропонує специфічні послуги, відмінні від готельних. Розрізняють наступні категорії агроготелярських послуг: а) перебування в господарстві, б) перебування в сільському будинку, в) агрокемпінг, нічліг із самообслуговуванням, г) спеціальне агроготелярство. Серед перспективних занять, які ще мало використовуються у практиці вітчизняного сільського туризму й агротуризму, необхідно відзначити агрокемпінг та спеціальне агроготелярство. **Агрокемпінг** – це послуга кемпінгу, яку надає агротуристичний суб'єкт. Це також і можливість розбити намет на наметовому полі, користуватися умивальником, душем та туалетом. Цікавою формою агроготелярства є нічліг із самообслуговуванням. Власник пропонує всі необхідні готельні послуги, але ввечері ніхто не чекає й не зустрічає гостей. Туристів наперед інформують про код доступу до помешкання або про місце, де залишили ключ. Агроготелярство може також пропонувати спеціальні нічліжні послуги, наприклад, ночівлю на сіні. Послуги такого типу не є масовими, хоча часто поєднуються з модними сьогодні «школами виживання».

Харчування та ***агрогастрономія*** – це інтегральна частина сільського туризму й агротуризму. Туристи, які відвідують на короткий час чи перебувають певний період у сільському господарстві, можуть споживати власну їжу, користуватися рестораном чи гастрономічними послугами в селі чи агротуристичному господарстві. Переважно зустрічаються такі форми агрогастрономічних послуг, як: туристи харчуються разом із родиною господаря; у їдальні туристи харчуються без родини господаря, а години подавання їжі та меню складає власник їдальні; у ресторані, відкритому селянином чи фірмою з переробки продуктів харчування - харчуються ті, що перебувають у даному господарстві й гості ззовні; на пікнікових полях.

В Україні ще не достатньо впроваджують такі форми, як сільські ресторани (шинки) та пікнікові поля.

Традиційний агротуризм включає категорії туристичних продуктів і послуг, що безпосередньо пов'язані з виробничим процесом у господарстві. Продукти й послуги традиційного агротуризму включають: ознайомлення з виробництвом рослинної й тваринної продукції та їх переробки; участь у виробництві рослинної й тваринної продукції та їх переробці; пішні й об'їздні дидактичні стежки; домашній зоопарк, сафарі, безпосередній контакт із домашніми тваринами й природою в господарстві.

Інноваційний характер для практики сільського туризму та агротуризму в Україні можуть мати пішні та об'їздні дидактичні стежки й домашні зоопарки. Вони щоразу стають популярнішими формами демонстрації туристам рільничих господарств, села, лісів, а також національних парків. Вирізняють господарські й позагосподарські дидактичні стежки. Туристи можуть обирати або пішу прогулянку дидактичною стежкою, або поїздку по ній кінною бричкою (драбинчасті вози є досить ризикованими), або механічним поїздом. Під час пішої прогулянки туристи безпосередньо контактують із природою. На стежках заплановані зупинки з лавочками та інформаційними таблицями, на що в даному місці слід звернути увагу.

Домашній зоопарк і сафарі, що забезпечують безпосередній контакт з домашніми тваринами й природою в господарстві, – це особлива атракція для дітей. Деякі селяни присвячують всю територію свого господарства для організації домашнього зоопарку чи безкровного сафарі. Крім можливості дивуватися екзотичними тваринами, утримуваними в притаманних їм умовах, існує також можливість безпосереднього необмеженого контакту з тваринами, такими як домашні птахи, кролики, вівці чи телята.

У *безпосередньому продажу* зацікавлені не лише агротуристичні господарства, а й місцеві сільські спільноти й все частіше малі й середні підприємства, які переробляють чи вирощують продукти харчування. У межах безпосереднього продажу виділяють наступне: безпосередній продаж продуктів із господарства, продаж типу «збери сам», магазини в господарствах чи при закладах.

Для України актуальним є впровадження такої форми занять, як продаж типу «збери сам» *(«**pick up yourself**»)* – це особлива форма агротуризму. Селяни готують плантації таким чином, щоб під час збирання туристи могли самі собі зібрати фрукти. З цією метою сад чи ягідна плантація повинні мати трав'янисте міжряддя з низько постриженою травою, щоб туристи не бруднили собі вбрання. Клопітка робота є оплатою за послуту, оскільки певна частина фруктів може з'їдатися безпосередньо під час збирання. Туристам дозволяють

збирати найкращі фрукти, тому значна кількість фруктів залишається на деревах чи грядках.

Відпочинок у сільській місцевості поєднує в собі готельні й гастрономічні послуги, які надаються тривалий чи короткий час. Продукти й послуги такого відпочинку класифікують залежно від тривалості й сезону перебування наступним чином: відпустка на території канікулярного господарства; короткий (1-3-денне перебування) чи довший (у період тривалих вихідних) відпочинок вихідного дня; святкові перебування у період Різдва, Нового року чи Пасхи. Для України важливим стало б упровадження відпочинку на території канікулярних господарств. **Канікулярне господарство** (vacation farm) – це агротуристичне господарство, яке приймає гостей на відпочинок у період канікул (відпусток) тривалістю 1-4 тижні. У деяких країнах традиційним є двотижневі канікули (відпустки). Канікулярні господарства приймають відпускників зазвичай із червня по серпень.

У межах *активного туризму й* ***послуг агроспорту*** виділяють наступні заняття: прогулянки, походи, їзда на велосипеді; верхова їзда; види спорту, які вимагають великого простору; польові ігри нової генерації; мисливство; рибальство. Серед нових форм активних занять у сільській місцевості пропонується розвивати заняття видами спорту, які вимагають великого простору, наприклад, гольфу. До агроспорту відносять також польові ігри нової генерації, які останнім часом стають все популярнішими. Польові ігри нової генерації ще називають фабулярними польовими іграми. Прикладом такої гри є LARP (Live Action Role Play).

Екскурсії й ***послуги агророзваг.*** Уживання терміну агророзвага ґрунтується на доступності цього типу розваг лише в сільських господарствах чи сільських місцевостях, а теоретично й на зелених територіях у містах. До групи агророзваг належать: відвідування парків і садів; виїзди й екскурсії в сільські місцевості; мандрування кукурудзяними й сосновими лабіринтами; польові ігри нової генерації на території, забудованої солом'яними конструкціями. Останніми роками швидко розвиваються агротуристичні розваги, які можна віднести до нової генерації. Однак селяни мусять присвятити значну площу свого господарства для таких розваг і вкласти певні інвестиції. Прикладом такого типу розваг є мандрівки лабіринтами з кукурудзи та польові ігри на забудованій солом'яними конструкціями території.

Лабіринти з кукурудзи створюють на сільських полях, зазвичай поблизу густозаселених місцевостей, щоб забезпечити собі постійний потік зацікавлених відвідувачів. Ці лабіринти є передвісниками нових агротуристичних розваг. Солом'яні конструкції мають найрізноманітніші форми. їх будують на дерев'яній основі або з блоків спресованої соломи. З них

створюють солом'яні містечка, фортеці, старовинні села тощо. Солом'яні конструкції можна використовувати для ігор нової генерації. Усі ці види занять для вітчизняного агротуризму можуть мати інноваційний характер.

Із сільським туризмом і агротуризмом пов'язані також послуги оздоровлення й лікування. *Оздоровча діяльність і* ***агротерапія*** ґрунтується на тому, що терапія мусить відбуватися на території господарства чи в сільській місцевості. Переважно агротуризм пропонує наступні терапевтичні продукти й послуги: гіпотерапія; терапія з використанням рослинної й тваринної специфіки: ароматерапія, апітерапія; специфічні дієти; міні-санаторії. Зокрема, рільництво щоразу частіше пропонує також терапію з використанням рослинної й тваринної специфіки. Це стосується апітерапії (apioterapia – бджолина терапія), кумисотерапія й ароматерапія (aromatoterapia). Треба сподіватися, що кількість спеціальних пропозицій агротуристичних господарств надалі зростатиме. Турист, який приїжджає в агротуристичне господарство, може також розраховувати на можливість використання специфічної дієти, яким приписують лікувальні властивості, можливості зменшення ваги тощо.

Культурно-етнографічні заняття досить популярні в Україні. Традиційно, до етнографічних продуктів і послуг, які пропонує сільське середовище, відносять: історичні господарства – старі ферми; історичні села; музеї народного мистецтва й сільського господарства; родинні й сільські урочистості та фестивалі; перебування в селі зі специфічним фольклором (мистецтво, одяг, будівництво тощо). Для України важливим був би досвід упровадження історичних сіл. Зустрічаються два типи історичних сіл: натуральне село й скансен. Натуральне село розташоване на місці свого заснування, часом ще є його мешканці, або часто спеціально покинуте мешканцями й законсервоване для відвідувачів. Скансен є спеціальним зібранням на певній території будинків і споруд, які мають етнографічну цінність. Створюють скансену-музеї, живі скансени та музеї сільського господарства.

Проведені дослідження в Європі й США щодо використання згаданих інноваційних форм занять у сільському туризмі й агротуризмі свідчать, що в Європі популярні агроготелі (агромотелі), дидактичні стежки, види спорту, що вимагають великої площі, спеціалізоване харчування, тоді як у США мають поширення агрокемпінги, сільські ресторани, продаж типу «збери сам», польові ігри нової генерації, родинні і сільські фестивалі

Успішні приклади агротуристичних ініціатив можна віднайти у багатьох країнах світу на різних континентах - Аргентині, Бельгії, Франції, Нідерландах, Ірландії, Канаді, Німеччині, Новій Зеландії, Польщі, Росії, Швейцарії, Уругваї, США, Великобританії, Італії та Занзібарі. Серед таких ініціатив можна виділити: 1) агротуристичні ферми для дітей; 2) агротуристичні господарства з

відгодівлі диких тварин; 3) агротуристичні господарства з виробництва сирів; 4) агротуристичні ресторани.

Агротуристичні ферми для дітей. Малі діти потребують безпосереднього контакту з тваринами, які задовольняють багато їхніх емоційних потреб. Контакт дітей із тваринами має бути контрольованим. Парк Тварин Маршала є прикладом господарства, яке відійшло від вівчарства, переробило територію на парк тварин, яких можуть оглядати туристи. Власники не зосереджувалися на розміщенні великої кількості видів тварин на відносно малій (близько 30 га) площі. їх метою є забезпечення максимального контакту туристів із тваринами. На деякі пасовища туристи можуть входити безперешкодно, натомість, на пасовища з небезпечними тваринами (наприклад, яками) вхід заборонено. Туристи можуть відвідувати парк пішки чи об'їжджати його.

Подорожуючи сільським місцевостями, маємо можливість відвідати *господарства, які відгодовують диких тварин.* У світі в господарських цілях відгодовують багато видів неодомашнених тварин, серед яких страуси, олені, крокодили, змії тощо. На півдні Франції, так як і в Іспанії, організовують кориду. Бій людини з биком викликає багато емоцій. Є її запеклі прихильники й противники. У Франції корида відбувається в кількох місцях, серед яких і Колізей в Німесі. Відгодівля биків є прибутковою справою для селян на півдні Франції, а також видовищем для туристів. Щоб відвідати господарство, яке займається відгодівлею биків для кориди, треба заплатити за вхід. Биків для боїв певний період часу вирощують у господарствах в дельті Родану, в осінньо-зимовий період вони перебувають у Центральному Масиві, де вони мають багато місця й паші, дозрівають і міцніють. У весняний період їх знову перевозять у господарства в дельті Родану. Територія господарств захищена двома сітками під електричною напругою, щоб ці небезпечні тварини не кидалися на інших тварин.

Агротуристичні господарства, діяльність яких грунтуються на виробництві сирів. Сир є одним із найбільш «вдячних» продуктів сільського господарства, який чудово підходить до агротуристичної діяльності. У світі існує багато видів сирів, лише у Франції їх кількість сягає 1000 видів. Найчастіше селяни очікують зацікавлення туристів специфічним сиром, його виробництвом, а потім купівлею. Як спеціальні продукти, пропонують козячі, овечі й буйволячі сири. Як агротуристичний продукт, сири добре поєднуються з іншими продуктами, особливо з вином. Такі агротуристичні господарства є у Великобританії, Швейцарії, Німеччині, Італії, Франції та деяких інших країнах. Усі господарства мають різну організацію, але розташовані переважно в гірських регіонах. Виробництво сиру поєднують також із діяльністю ресторану чи магазину, де він є головним товаром.

Зазвичай господарства пропонують сири, очікуючи на туристів, які перебувають тут не дуже довго – щонайбільше 2-3 год. Агротуристична програма є типовою: ознайомлення з процесом виробництва, дегустація й купівля сиру. Селяни також можуть очікувати харчування туристів у ресторані при господарстві. Додатковою атракцією в сироварні можуть бути декорації, які ілюструють ті фрагменти виробництва сиру, які відвідувачі не можуть побачити безпосередньо. Господарства й підприємства, орієнтовані на агротуризм, організовують короткі вистави з барвистими оповідями й навіть музичним супроводом.

Агротуристичні ресторани стали невід'ємним елементом сучасного сільського туризму й агротуризму. Вони відрізняються від традиційних тим, що власником є селянин, який пропонує місцеві страви, що часто готують із продуктів, вироблених у власному господарстві. Агротуристичні ресторани можуть також пропонувати продукти місцевих фірм сільськогосподарського виробництва. Прикладом використання традицій, пов'язаних із литовською меншиною в Польщі, для агротуристичних цілей є господарство Содас, яке знаходиться у Тракішках на території Сейненського повіту. У цьому повіті проживає велика група людей, які відносять себе до литовської національної меншини. Господарство Содас площею в 11 га, яке розташоване на етнічно литовській території, займалося вирощуванням зернових і відгодівлею худоби. Власник вирішив перейти на агротуристичну діяльність і підпорядкувати для цього все господарство. Господарство відкрило у Пуньску ресторан «Содас» із литовськими національний стравами. У ресторані також можна придбати традиційну литовську вишічку. Планують запровадити також продаж традиційних литовських виробів. Крім того, саме господарство перекваліфікувалося в агротуристичний осередок для родин, які хочуть провести вільний час у литовському стилі. Содас отримує прибутки з таких джерел як: ресторан з литовським меню, продаж регіональних литовських продуктів і прийом агротуристів.

Сільський туризм і агротуризм знаходиться в Україні на етапі становлення. Використання світового досвіду у впровадженні інноваційних форм та новітніх ініціатив у обслуговуванні туристів є досить актуальним для його закріплення на ринку туристичних послуг. Необхідними є подальші науково-практичні розробки щодо впровадження нових туристичних продуктів і послуг у сільській місцевості з урахуванням природних, історико-культурних, господарських особливостей українського села. Особливо значний потенціал упровадження нових форм і ініціатив туристичних занять може мати в таких галузях, як харчування й агрогастрономія, агротерапія і, особливо, культурно-етнографічні заняття.

Контрольні запитання:

1. Охарактеризуйте особливості роботи агротуристичних ресторанів
2. Охарактеризуйте особливості роботи агротуристичних ферм для дітей.
3. У чому суть культурно-етнографічних занять?
4. Охарактеризуйте поняття «агрогастрономія».
5. Охарактеризуйте поняття «оздоровча діяльність» і «агротерапія».
6. Охарактеризуйте поняття «агроготелярство».

ПРАКТИЧНІ ЗАВДАННЯ

Маркетингове дослідження підприємств сільського зеленого туризму

Дослідження ринку

1. Для розробки успішної маркетингової політики для кожної конкретної агрооселі чи регіону слід дати відповіді на конкретні питання, що нині визначають стан ринку.

Загальна схема для такого дослідження приблизно наступна (приклад для розвитку сільського зеленого туризму на рівні регіону):

Питання	Що необхідно взяти до уваги
Сучасна економічна ситуація та економічний розвиток країни	
Коли ми маємо найбільший попит?	Коливання попиту, сезонність
Який вплив законодавчої політики?	Податки, ліцензії і т. ін.
Політика уряду щодо сільського туризму	Кредити та інше стимулювання розвитку
Розвиток сільського туризму в країні	
Де найкраще розвивати діяльність?	Насичення ринку сільського туризму та інших видів туризму в регіоні як райони найбільш туристичні і придатні для розвитку діяльності
Рівень конкуренції	Хто є нашими конкурентами, рівень посПослуг і цін у них
Перспективи для розвитку сільського зеленого туризму	Очікується зростання чи падіння попиту
Мотиви і оцінки споживачів	
Як можна зробити наші послуги	Висока якість, задоволення особливих інтересів, низька ціна
Як оцінити наші послуги?	Якість послуг, привітність господарів і т. ін.
Характеристики і ознаки послуг, важливих для споживачів	
Характеристики послуг	Опис нашої ринкової ніші, ціна, переваги і недоліки наших послуг
Хто буде споживачами?	Соціодемографічна модель споживачів у визначеному регіоні
Який рівень сервісу очікують споживачі?	Диверсифікація, спеціалізація послуг
Канали збуту	
Як привабити споживачів?	Рекламна кампанія або випадкові контакти із споживачами
Який тип реклами використовуватиметься?	Регіони, тривалість і періодичність рекламних звернень, допомога рекламних агенцій

Маркетингове дослідження також включає прогноз динаміки ринку, основане на аналізі попередньої ситуації на ринку. Також сюди входить прогноз дій конкурентів.

Розробити маркетингове дослідження обраного підприємства сільського зеленого туризму.

2. У процесі маркетингового дослідження проходить визначення цільового ринку (сегментація), тобто визначення своєї групи споживачів або сегменту споживачів, оскільки потреби всіх споживачів задовольнити майже неможливо. Отже, важливо визначити конкретну групу або групи споживачів, на обслуговуванні яких зосередиться агрооселя.

Домінантні фактори для визначення свого сегменту такі: географічний, психологічний, соціальний і демографічний фактор, а також аспекти поведінки споживачів.

Процес сегментації ринку для конкретної агрооселі покажемо на рис.1.

На рисунку ми показуємо приклад вибору категорії майбутніх відпочиваючих для агрооселі серед різних вікових груп. Якщо ми оберемо якусь групу як наших майбутніх споживачів, то ми розробимо для них відповідні послуги і наша агрооселя буде привабливішою для них. Базова агрооселя не пропонує жодних спеціальних послуг, але деякі агрооселі можуть розробити спеціальні послуги для групи споживачів або декількох груп. Приклади вибору категорій споживачів показано на схемах:

				Агрооселя з послугами оздоровлення	Спеціальні послуги
				Агрооселя із спеціальними послугами для дітей	
				Агрооселя з кінним спортом	
				Агрооселя із екоосвітою	
			▲	…..	
			Вибір	Традиційна агрооселя	
Д	М	С	Ст		

✓ – тут агрооселя залишається традиційною, без додаткових послуг, але роз- раховує приймати лише старших людей, тому відповідно облаштовується.

Умовні позначення: Д – діти, М – молодь, С – люди середнього віку , Ст – старші люди

Розробка маркетингової стратегії

Маркетингова стратегія загалом означає визначення головних цілей маркетингу і оптимальної моделі їх досягнення через правильний розподіл ресурсів.

У процесі розробки маркетингової стратегії слід відповісти на такі питання:

Яким шляхом ми досягатимемо успіху?

Який продукт ми запропонуємо (структура продукту)?

Як забезпечити якість?

Як привабити туристів (менеджмент продукту)?

Також слід визначити, яка діяльність буде цікавою для агрооселі у майбутньому, куди агрооселя далі розвиватиметься, в які сфери краще інвестувати. Тут є головні чотири маркетингові варіанти:

- використовування існуючого продукту на поточному ринку – розширення своєї ринкової частки, збільшення кількості споживачів, розробка комплексу супутнього сервісу;
- використовування існуючого продукту на поточному ринку – покращання якості продукту, нові риси продукту;
- просування продукту на новому ринку – пошук нових сегментів у регіоні;
- просування нового або модифікованого продукту на новому ринку
- пошук ринків у новому регіоні, нових сегментів в існуючому регіоні.

Подальшу стратегію розвитку агрооселі та її продукту можна показати за такою схемою:

Таблиця 1

Моделі розвитку агрооселі

Модель	Характеристики
A – здача кімнат для туристів	Проживання з харчуванням, немає орієнтації на цільові групи. Прибуток невеликий і випадковий
B – пансіон в агрооселі	Спеціально обладнані кімнати для гостей, досить високий прибуток
C – організація постійного відпочинку	Традиційна агрооселя з багатьма послугами, немає спеціалізації на групи відпочиваючих
D – прийом певних груп гостей	Спеціальні послуги для певних груп туристів. Прибуток вкладається у подальший розвиток діяльності
E – високорозвинуті послуги	Дуже якісні послуги, прибуток протягом року приблизно однаковий. Відбувається пошук нових сегментів ринку

Подальший розвиток можна розуміти як поступовий перехід агрооселі від моделі А до Е. Але слід відзначити, що не далеко не для кожної агрооселі такий перехід є потрібним і бажаним. Часто перехід від моделі А до моделі В цілком достатній.

Часто для подальшого розвитку необхідно оцінити сучасний стан ринку, порівняти свої можливості з можливостями конкурентів, виявити своє місце на ринку. Для цього часто використовують метод SWOT-аналізу, який виявляє слабкі і сильні сторони агрооселі, її можливості і загрози для діяльності та розвитку. Результати аналізу зводяться в таблицю подібно до цієї:

Таблиця 2

Схема SWOT-аналізу

Сильні сторони	Слабкі сторони
Можливості	Загрози

Для кожної агрооселі такий аналіз є надто індивідуальним.

Обрана маркетингова стратегія повинна відповідати цілям агрооселі і використовуватися для формування комплексу маркетингу підприємства.

Формування маркетингового комплексу

Агрооселя повинна виробити власний комплекс маркетингу відповідно до потреб обраних цільових груп і свої цілей.

Отже, комплекс маркетингу включає 4 головні елементи:

- Продукт
- Ціна
- Продажі
- Просування

ПРАКТИЧНІ ЗАВДАННЯ

Завдання 1

1. Провести аналіз законодавчих актів у сфері сільського зеленого туризму (додаток А).
2. Проаналізувати структуру закону України «Про сільський та сільський зелений туризм» і скласти конспект державної політики у сфері сільського зеленого туризму.
3. У словник термінів виписати основні категорії і поняття: екотуризм, сільський туризм, агротуризм, зелений туризм, природничий туризм, сільський зелений туризм, дестинація, homestay, farmstay, INNS, farm vacation, cottage, apartment.

Завдання 2

1. Запропонуйте види прибуткової діяльності у сфері туризму для фермерського чи селянського господарства та його членів. Перелік варіантів наведений у таблиці 1.

Таблиця 1

Перелік варіантів для завдання

Дані	1 варіант	2 варіант	3 варіант	4 варіант	5 варіант
Спеціалізація	Конярство та виноградарство	Бджільництво	Рибальство	Хутрове звірівництво	Молочне скотарство
Територію ферми оточують	Гірський масив	Степи та невеликі лісові масиви	Лісові масиви з річками та ставками	Гірський масив з річками	Степи та незначні гірські масиви
Територіальні особливості	Популярна національна кухня	Культурні пам'ятки	Етнографічні осередки	Популярна національна кухня	Культурні пам'ятки

Опишіть етапи облаштування гостинної садиби та отримання дозвільних документів на початок підприємницької діяльності у сфері туризму для фермерського господарства з наведеними у варіанті особливостями.

Завдання 3

1. Скласти конспект основних вимог, щодо отримання статусу суб'єкта підприємницької діяльності без створення юридичної особи. (Додаток Б)
2. Заповнити картки первинного обліку гостинних садиб. (Додаток В)
3. В термінологічний словник внести наступні категорії і поняття: маркетинг, туристичний продукт, гостинна садиба.

Завдання 4

1. Клієнт хоче відвідати садибу «Горішні плавні». Тривалість його перебування там 4 дні. Добиратися туди і назад він хоче або залізничним транспортом купе, тоді в садибі він буде 3 ночі, або автобусом, але тоді в готелі йому доведеться провести ще одну ніч. Розрахуйте собівартість туру та визначте який транспорт доцільніше обрати.

Таблиця 1

Інформаційне забезпечення задачі

Показник	Грн.
Проживання: 1 день (1 ніч)	200 (250)
Харчування (2 рази на день)	125
Квиток на потяг купе в одну сторону	320
Квиток на автобус в одну сторону	450

1. Собівартість туру залізничним транспортом або автобусом складає:

$$Сб=Впр + Вх + Втр,$$

де: Впр – вартість проживання, Вх – вартість харчування, Втр – вартість транспортування,

Завдання 5

Основними передумовами для інтенсивного розвитку сільського та зеленого туризму є наявний туристично-рекреаційний потенціал: сприятливі кліматичні умови, переважно рівнинним ландшафт, багатством флори і фауни, розвинена мережа транспортних сполучень, культурно-історичні пам'ятки тощо. Визначити прибуток сільської садиби від організації туристичного маршруту.

Таблиця 1

Інформаційне забезпечення задачі

Показники	Базовий період
1. Ціна організації туристичного маршруту, грн.	400
2. Кількість проданих маршрутів щомісяця	30
3. Витрати сільської садиби на організацію маршруту щомісяця, грн.	10980

Прибуток від реалізації продукту сільської садиби розраховується:

$$П = Вреал – Взаг,$$

де, П – прибуток від господарської діяльності сільської садиби, Вреал – виручка від реалізації послуг, Взаг – загальні витрати,

ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ

1. **Закон України «Про туризм» було прийнято в:**

А. 1994 році

Б. 1995 році

В. 1996 році

Г. 1997 році

2. Нормативно-правова база, що регулює відносини у туризмі поділяється на:

А. Регіональну і державну

Б. Місцеву і державну

В. Національну і міжнародну

Г. Державну і міжнародну

3. За формою власності туристичні підприємства бувають:

А. Приватні

Б. Державні

В. Акціонерні товариства

Г. Приватні, державні та акціонерні товариства

4. Діяльність, у тому числі підприємницька, юридичних осіб, а також фізичних осіб-підприємців, пов'язана з виробництвом продукції, торгівлею, наданням послуг, виконанням робіт – це:

А. Господарська діяльність

Б. Регіональна діяльність

В. Засновницька діяльність

Г. Державна діяльність

5. Зареєстрована в установленому законодавством порядку юридична особа незалежно від її організаційно-правової форми та форми власності, яка провадить господарську діяльність – це:

А. Об'єкт господарювання

Б. Орган ліцензування

В. Здобувач ліцензії

Г. Суб'єкт господарювання

6. Антропогенне середовище - це

А. Середовище, створене людиною

Б. Середовище, змінене людиною

В. Середовище, створене і змінене людиною

Г. Природне середовище, змінене людиною

7. Середовище перебування включає поняття:

А. Суспільство; людина; природа;, середовище

Б. Природне середовище; середовище, змінене людиною; інженерне

середовище; соціальне середовище
В. Штучне та природне середовище
Г. Біосферні ресурси

8. Туристичні ресурси – це:

А. Антропогенні та природні ресурси
Б. Явища живої та неживої природи
В. Об'єкти та явища природного та антропогенного середовища
Г. Об'єкти та явища природного та соціального середовища

9. Середовище перебування включає поняття:

А. Суспільство; людина; природа;, середовище
Б. Природне середовище; середовище, змінене людиною; інженерне середовище; соціальне середовище
В. Штучне та природне середовище
Г. Біосферні ресурси

10. Екологічна функція туризму включає в себе:

А. Збільшення антропогенного тиску
Б. Збереження світової й національної природної та культурно-історичної спадщини
В. Розширення та інтенсифікація туристичної діяльності, що сприяє залученню нових територій
Г. Всі відповіді вірні

11. Турист який полюбляє лісові прогулянки та походи, надає перевагу активному відпочинку, під час якого прагне підтримувати хорошу фізичну форму, але професійно спортом не займається - це:

А. F-тип
Б. W-1-тип
В. А-тип
Г. В-тип

12. Екологічний туризм належить до:

А. Спортивного туризму
Б. Релігійного туризму
В. Пасивного туризму
Г. Активного туризму

13. Спортивний туризм включає:

А. Оздоровчі прогулянки
Б. Нетривалі походи
В. Спеціальні тури та програми для участі в спортивних заходах
Г. Всі відповіді вірні

14. До маршрутів за категоріями складності відносяться:

А. Пішохідні та гірські

Б. Лижні, водні, пішохідні та гірські
В. Гірські, лижні, водні, пішохідні, велосипедні
Г. Лижні, водні, пішохідні, велосипедні

15. Форми організації обслуговування дозволяють поділяти туризм на:
А. Елітарний і комерційний
Б. Комерційний, соціальний і елітарний
В. Соціальний та елітарний
Г. Комерційний та VIP-туризм

16. Формами самого турпродукту є:
А. Інклюзив-тури та пекідж-тури
Б. Інклюзив-тури та VIP-тури
В. Пекідж-тури та VIP-тури
Г. Всі відповіді вірні

17. Гостинність у процесі еволюції пройшла шлях від надання їжі, необхідної медичної допомоги й перепочинку до системи, яка об'єднує галузі та види діяльності, цільовим призначенням яких є:
А. Комплексне обслуговування подорожуючих
Б. Народна традиція люб'язності
В. Турбота до людей
Г.Правила етикету

18. У формуванні системи гостинності можна виділити етапи:
А. Елітарне подорожування та масовий туризм
Б. Давній та середньовічний
В. Давній, середньовічний, елітарне подорожування, масовий туризм
Г. Давній, середньовічний, елітарне подорожування

19. Які послуги задовольняють потреби особистості:
А. Особисті, виробничі, суспільні
Б. Особисті та виробничі
В. Особисті та суспільні
Г. Виробничі та суспільні

20. Туристична послуга має власні специфічні риси, які вирізняють її на ринку послуг і саме вони є основою формування індустрії туризму:
А. Мобільність
Б. Комплексність
В. Ритмічність
Г. Комплексність, мобільність, ритмічність

22. Туристичні послуги за значенням у процесі подорожування поділяються на:
А. Основні та додаткові
Б. Основні, додаткові та супутні

В. Додаткові та супутні

Г. Основні та супутні

23. Природні, історичні, соціально-культурні об'єкти, з об'єктами туристичного показу включно, а також інші об'єкти, здатні задовольняти духовні потреби туристів - це:

А. Суспільно-подієві ресурси;

Б. Рекреаційні ресурси;

В. Суспільно-історичні ресурси;

Г. Туристські ресурси.

24. Засоби розміщення гостинності поділяють на:

А. Традиційні, додаткові

Б. Традиційні, прості

В. Прості, додаткові

Г. Всі відповіді вірні

25. Комерційне підприємство, спеціалізоване на наданні послуг розміщення, харчування та інших додаткових послуг, що забезпечують безпечну й комфортну життєдіяльність людині, яка тимчасово перебуває поза місцем постійного проживання:

А. Готель

Б. Ресторан

В. Мотель

Г. Всі відповіді вірні

26. Заклад харчування, який надає відвідувачам широкий асортимент страв складного приготування за індивідуальним замовленням:

А. Кафе

Б. Мотель

В. Ресторан

Г. Готель

27. Залежно від рівня комфортності та асортименту страв ресторани та інші заклади харчування поділяють на націночні категорії:

А. Вища, нижча

Б. Люкс, вища, нижча

В. Люкс, вищу, першу, першу понижену та другу понижену

Г. люкс, вищу, першу, першу понижену та другу

28. Активна подорож може бути:

А. Пішохідною

Б. Водною

В. Вело, мото та автомобільною

Г. Всі відповіді вірні

29. При проходженні самоорганізованого маршруту необхідною умовою є:

А. Вміння орієнтуватися на місцевості, використання приладів (компас, GPC) і карт

Б. Дотримання графіку руху

В. Правил безпеки

Г. Всі відповіді вірні

30. Як називається сільський дім у гірській місцевості:

А. Бунгало

Б. Родтелі

В. Хатини

Г. Шале

31. Будинок у вигляді легкої споруди з верандою називається:

А. Бунгало

Б. Шале

В. Родтелі

Г. Ботель

32. Екскурсія – це:

А. Наочний процес пізнання оточуючого середовища

Б. Колективне відвідування музею, виставки, підприємства тощо

В. Поїздка, прогулянка з освітньою, науковою або розважальною метою

Г. Всі відповіді вірні

33. Туристичний маршрут це:

А. Завчасно спланована траса послідовного пересування туристів між географічними пунктами, які відвідуються протягом певного періоду з метою отримання послуг, як передбачених програмою обслуговування

Б. Маршрут, який не виходить за межі території населеного пункту

В. Заздалегідь визначений чи накреслений шлях план проходження руху кого чи чого-небудь

Г. А та Б вірні

34. Соціальний туризм – це:

А. Заходи, які розробляються закладами та управліннями з покращення організації вільного часу населення або окремих його груп

Б. Те, що держава субсидує будівництво різних споруд для відпочинку та створює можливості для, людей похилого віку

В. Створення найкращих умов для розвитку туризму, а з іншого боку - усунення шкідливих для природи його наслідків

Г. Всі відповіді вірні

35. Чим обумовлюється екологічність туризму?

А. Кліматичними особливостями території;

Б. Забрудненням навколишнього середовища;

В. Екологічною складовою просвіти місцевого населення;
Г. Звичаями територіальних громад

36. Хто ввів термін «екологічний туризм»?

А. Рене Декарт
Б. Гектор Цебаллос Ласкурейн
В. Володимир Вернадський
Г. Карл Троль

37. Екотуризм від звичайного туризму відрізняється:

А. Екотуризм є однією із форм «жорсткого туризму»
Б. Туризм, на відміну від екотуризму, забезпечує пізнавальну складову розвитку
В. Екотуризм спрямований на попередження негативного впливу туристичної діяльності на екосистему
Г. Екотризм є пасивною формою туристичної діяльності

38. Основним завданням екологічного туризму є:

А. Отримання прибутку
Б. Одержання якісного сервісу
В. Гармонізувати відносини між людиною і соціумом
Г. Врівноважувати відносини між людиною і екосистемою

39. Який вид туризму не відноситься до екологічного?

А. Зелений туризм
Б. Природний туризм
В. Екскурсії
Г. Купання в басейні

40. Який з видів туризму належить до екологічного?

А. Полювання
Б. Екскурсії
В. Походи
Г. Засмага на пляжі

41. Засоби розміщення туристів поділяють на:

А. Загальні та спеціальні
Б. Стаціонарні та мобільні
В. Колективні та індивідуальні
Г. Особистого та загального призначення

51. Дестинація – це:

А. Населений пункт, регіон, країна, в якій формується потік туристів, тобто місце, де тимчасово проживають туристи
Б. Територія, яку відвідують туристи
В. Територія, яка не входить до туристичного маршруту і не відвідується туристами

Г. Територія з обмеженим доступом

52. Термін "рекреація" –

А. Є сукупністю етимологічних значень – відновлення; розвага, відпочинок, зміна дій та характеризує простір, пов'язаний з цими діями;

Б. Наука і дисципліна, що вивчає процеси відновлення сил людини;

В. Характеризує трудову діяльність та простір, пов'язаний з цими діями;

Г. Система заходів і здійснюється у робочий час на спеціалізованих територіях.

53. "Рекреація" характеризує:

А. Планувальну організацію рекреаційних комплексів

Б. Розвиток курортної справи

В. Процес і заходи щодо відновлення сил людини та простір, в якому це відбувається

Г. Екологічну ситуацію в рекреаційних регіонах України

54. Оздоровлення – профілактика - це:

А. Сон, харчування, гігієна, рух

Б. Бальнео – грязе – клімато – водо - санаторне лікування

В. Відпочинок-релаксація: дозвілля – свято – розваги; фізична рекреація

Г. Туризм: подорож, екскурсія

55. Відпочинок-переключення це

А. Реалізація потреб індивіду у спілкуванні, культурі, пізнанні

Б. Регулярність лікування та профілактика здоров'я

В. Фізичне удосконалення, попередження гіподинамії

Г. Потреба індивіду у творчій роботі, у самоосвіті, зміні виду діяльності

56. Фізична рекреація це

А. Реалізація потреб індивіду у спілкуванні, культурі, пізнанні

Б. Регулярність лікування та профілактика здоров'я

В. Фізичне удосконалення, попередження гіподинамії

Г. Потреба індивіду у творчій роботі, у самоосвіті, зміні виду діяльності

57. Рекреацією на природно-заповідних територіях та об'єктах вважається:

А. Відтворення у вільний час витрачених у процесі життєдіяльності розумових, духовних та фізичних сил людини

Б. Туризму, санаторно-курортного лікування

В. Любительського та спортивного рибальства та полювання

Г. Фізичної культури і спорту

58. Вільний час залежить від:

А. Часового фактору (щоденний, щорічний) і просторового (місто, держава)

Б. Помешкання та середовища міста

В. Залежить від організації просторового середовища за межами міста та міжселищними територіями

Г. Визначається територією розташування комплексів та закладів для довгострокового лікування

59. Рекреаційні утворення розрізняють за:

А. Природними, урбаністичними, таксономічними та типологічними ознаками

Б. Природними та типологічними ознаками

В. Урбаністичними ознаками рекреаційних комплексів

Г. Всі відповіді вірні

60. Рекреаційне навантаження складається

А. З відпочиваючих у цілорічних закладах та короткочасних відпочиваючих

Б. З відпочиваючих у цілорічних закладах

В. Самодіяльних туристів, екскурсантів

Г. Всі відповіді вірні

61. За природними, урбаністичними, таксономічними ознаками рекреаційна ділянка (парк, гідропарк, дендропарк) це

А. Локальний ранг, урбаністична ознака

Б. Локальний ранг, природна ознака

В. Районний ранг, урбаністична ознака

Г. Всі відповіді вірні

62. Внутрішнім туризмом вважається:

А. Туризм у межах країни проживання

Б. Туризм поза межами країни проживання

В. Туризм у межах території України

Г. Всі відповіді вірні

63. Лісові рекреаційні системи формуються у відповідності з використанням вільного часу в період канікул та відпусток, як

А. Міські (маленькі ліси, парки, сквери, сади)

Б. Заміські і ближні приміські (парки і лісопарки, дендропарки, ботанічні сади)

В. Автономні стаціонарні системи

Г. Всі відповіді вірні

64. Прямий вплив туризму на рекреаційні території пов'язаний:

А. З самою туристичною діяльністю

Б. З туристичною інфраструктурою

В. З антропогенним впливом місцевого населення

Г. Всі відповіді вірні

65. Вторинний вплив туризму на рекреаційні території пов'язаний:

А. З самою туристичною діяльністю

Б. З туристичною інфраструктурою

В. З антропогенним впливом місцевого населення

Г. Всі відповіді вірні

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Астана Зіемеле. Аналіз сучасного стану та перспективи розвитку сільського зеленого туризму в Україні // Туризм сільський зелений. 2004. № 1. С. 8-13. Т. 1, 2, 3, 4, 12, 13, 14.
2. Байлик С.І. Готельне господарство. Організація, управління, обслуговування. Навчальний посібник: 3-е вид. До.: Дакор, 2008. 288 с
3. Барановський М. Туризм як форма активізації розвитку сільських депресивних територій. *Вісник Львів. Ун-ту. Серія Міжнародні відносини*. 2008. Вип. 24. С. 13-21.
4. Беркович В.І. Сільський зелений туризм - пріоритет розвитку туристичної галузі України. *Стратегічні пріоритети. Науково-аналітичний щоквартальний збірник*. 2008. №1 (6). С. 138-143.
5. Васильєв В., Горішевський П., Зінька Ю. Менеджмент сільського туризму: методичний посібник, випуск 5. Одеса 2009. 56 с.
6. Васильєв В., Горішевський П., Зінька Ю. Організація і планування діяльності сільського туризму. Методичний посібник. Випуск 3. Одеса, 2009. 56 с.
7. Васильєв В.А. Категоризації садиб сільського зеленого туризму в Україні. Агротуризм: інформаційний бюлетень проекту «Зміцнення інтеграції прикордонних регіонів в сфері сільського зеленого туризму». 2009. № 4. С. 6-11.
8. Відпочинок на селі. Радник організатору відпочинку та власнику садиби. *Туризм сільський зелений*. IV / 1999; Випуск №3. II / 2002; Випуск 6. IV / 2003. Т. 6, 7, 11, 12, 13
9. Гетьман В.І. Концептуальні питання екотуризму в контексті збереження ландшафтного різноманіття. *Рідна природа*. 2001. № 2. с. 34-35. Т. 2, 15
10. Горішевський П, Васильєв В., Зінька Ю. Сільський зелений туризм: організація надання послуг гостинності. Керівництво. Івано-Франківськ Місто-НВ, 2003. 148 с.
11. Горішевський П. Досвід Івано-Франківської області в розробці і впровадженні категоризації садиб сільського зеленого туризму.Туризм сільський зелений. 2007. № 4. С. 20-24.
12. Горішевський П., Васильєв Ю., Зінька Ю. Сільський зелений туризм: організація надання послуг гостинності. Івано-Франківськ Місто НВ, 2003. Т. 1-4, 9-13.
13. Горьовий В.П., Тимчук С.В. Менеджмент фермерських господарств. Навч. посібник. ТОВ «ЦП «Компринт», Київ, 2018. 277 с.

14. Екогеографія та екотуризм: Підручник / В. Г. Петрук, О.В. Бондарчук, І.А. Трач, О.Ю. Панасюк, Ю.І. Царук, В.Д. Ваколюк. Вінниця: ТОВ «Нілан-ЛТД», 2016. 178 с.
15. Закон України «Про туризм» від 18.11.2003 р. №1282-IV URL: http://zakon.nau.ua (дата звернення 07.07.2024 р.)
16. Зінька Ю.В., Горішевський П.А., Петрушин М.А., Васильєв В.П., Гундяк А.А. Маркетингові дослідження сільського туризму в Карпатському регіоні. *Науковий вісник Національного аграрного університету*. К., 2008. Вип. 124. С. 32-40.
17. Зінька Ю.В., Васильєв В.П., Горішевський П.А., Рутінській М.І. Світовий досвід організації сільського туризму: методичні рекомендації. Одеса,. 2009. 56 с.
18. Зінька Ю.В., Васильєв В.П., Горішевський П.А., Рутінській М.І. Сільський туризм в Європі і Америці. *Туризм сільський зелений*. 2009. № 2. С. 3-40.
19. Кобернченко Т.А., Васільєв В.П., Горішевський П.А., Зінька Ю.В. Сільський зелений туризм. Методичні рекомендації для господарів садиб До.: Аграрна освіта, 2005. 80 с.
20. Ковальчук І. Еколого-геоморфологічні дослідження змін навколишнього середовища Українських Карпат: аналіз, синтез, прогноз. *Раціональне природокористування та охорона природи. Наукові записки*. 2002. №2. С. 196-198. Т. 18.
21. Коробка С.В. Зелений туризм як фактор підвищення конкурентоспроможності сільської місцевості. Економіка. Управління. Інновації. 2012. № 1. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2012_1_24. (дата звернення 07.07.2024 р.).
22. Кудінова І.П. Зелений туризм як один із напрямів розвитку підприємництва в сільській місцевості. *Науковий вісник Національного аграрного університету*. К., 2008. № 124. С. 91-96.
23. Кудінова І.П. Перспективи розвитку сільського зеленого туризму в Україні. URL: http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/nvnau_eamb/2011_163_1 / 11kip (дата звернення 07.07.2024 р.).
24. Кудла Н.Є. Механізм категоризації сільських садиб у розвитку зеленого туризму. *Економіка АПК*. 2010. № 8. С. 100-106.
25. Кузик С.П., Рутінській М.І., Кузик П.С.. Соціально-економічне значення сільського зеленого туризму в контексті сучасних пріоритетів розвитку сільських територій України. *Науковий вісник НУБіП України*. 2011. №163.
26. Менеджмент фермерських господарств / В.П. Горьовий, С.В. Тимчук / Видавництво «Центр навчальної літератури», Київ, 2014. 364 с.
27. Нещадим Л.М., Тимчук С.В. Песпективні напрями диверсифікації туристичної діяльності в Україні. *Молодий вчений*. 2016. №8. С. 27-30.

28. Нещадим Л.М. , Тимчук С.В. Методологія та аналіз управління вільним часом рекреантів у секторі туризму. *Інфраструктура ринку*. 2017. №6. С. 258-260.
29. Нещадим Л.М., Тимчук С.В., Кожухівська Р.Б. Екологічний туризм як основа ефективного розвитку туристичного бізнесу в Україні. *Приазовський економічний вісник*. Випуск 3 (14). 2019. URL: http://pev.kpu.zp.ua/ vypusk-14.
30. Основи організації сільського зеленого туризму в Україні / Л.В. Транченко, С.В. Тимчук, Л.М. Нещадим / Palmarium Academic Publishing, Германія, 2015. 73 с.
31. Пітюлич М.М., Михайлюк І.І. Особливості функціонування сільського туризму в Україні та досвід європейських країн *Науковий вісник Ужгородського університету*, 2011. С. 154-158.
32. Проект Закону України «Про аграрний туризм та агротуристичну діяльність» URL: http://ruraltourism.com.ua/?a=viewmaterial&id=9 (дата звернення 07.07.2024 р.).
33. Сільський зелений туризм // Навчальний посібник. Тернопіль, 2008. 100 с.
34. Тимчук С.В., Нещадим Л.М. Диверсификация услуг сельского зеленого туризма. *International Scientific Conference Innovative Potential of Socio-Economic Systems: the Challenges of the Global World*, Part I, December 22th, 2017. Lisbon, Portugal: Baltija Publishing. P. 60-63.
35. Тимчук С.В. Екологічний туризм як напрям соціально-економічного розвитку сільських територій. *Вісник ТНЕУ*. № 1(11), 2016. С. 35-41.
36. Тимчук С.В., Нещадим Л.М. Туристична привабливість і передумови розвитку агротуризму в Україні. *Молодий вчений*. 2015. №4. С. 12-15.
37. Нещадим Л.М., Тимчук С.В. Екологізація туристичних послуг аграрних підприємств. Збірник наукових праць Уманського НУС. 2020. Випуск 96. Частина 2. С.190-198.
38. Транченко Л.В., Тимчук С.В., Нещадим Л.М. Соціальне значення зеленого туризма в контексті развитку сільських територій України. *Сучасні технології управління*. №1 (49), 2015. URL: http://lib.udau.edu.ua/bitstream/123456789/1299/1/%d0%a2%d1%80%d0%b0%d0%bd%d1%87%d0%b5%d0%bd%d0%ba%d0%be%2c%20%d0%a2%d0%b8%d0%bc%d1%87%d1%83%d0%ba%2c%20%d0%9d%d0%b5%d1%89%d0%b0%d0%b4%d0%b8%d0%bc%20%d0%a0%d0%b8%d0%bd%d1%86%202015.pdf (дата звернення 07.07.2024р.).
39. Триліс В. Екологічне маркування садиб в Україні – проблеми та перспективи. *Туризм сільський зелений*. 2007. № 4. С. 12-15.
40. Ceballos-Lascurain H. Tourism, Ecotourism and Protected Areas / Parks, 1991. November, Vol. 2.

41. Mader R. Ecotourism and Spiritualy in Mexico // Radical Grace Magazine. June, 1999.
42. Materialy z sympozium Agrobieszczady-2000. Lesko, 30.06-2.07.2000 r.
43. Methods for Monitoring and Analysis of Holidaymakers' Free Time in Tourism / Liudmyla Neshchadym, Oleh Lazariev, Yuliia Fernos, Nataliia Komisarenko, Svitlana Tymchuk and Liudmyla Movchan / 10-11 april 2019 33rd IBIMA «Education Excellence and Innovation Management through Vision 2020» Conference in Granada, Spain. P.7077-7081.
44. Dr. Liudmyla Neshchadym, Dr. Svitlana Tymchuk, Dr. Liubov Kovalenko, Dr. Diana Naherniuk, Dr. Valentyna Nepochatenko and Dr. Svitlana Podzihun. – «The Importance of Ecological Tourism in the Context of Hotel and Restaurant Business Management in the Conditions of Stability of Ecosystems of Territories». 36Th IBIMA International Conference, Granada, Spain has been accepted for publication and presentation at the conference. 2020. The paper will be included in the conference proceedings. Spain. P.6087-6071.
45. Wight P.A. North American Ecotourism Mambet: Motivations, Preferences and Destinations. Journal of Tourism Research, 1999.
46. World Directory of Tourism Education and Training Institutions. Madrid, 1992.
47. Yeoman J. The Importance of Rural Tourism and Agritourism in Rural Development./ J. Yeoman – Roczniki Naukowe Stowaryszenia Ekonomistow Rolnictwa s Agrobiznesu, 2000. T. II. Z. 1. S. 57-64.

Інформаційні ресурси

48. Офіційний сайт Державне агентство з туризму та курортів. URL: www.tourism.gov.ua. (дата звернення 07.07.2024 р.).
49. Спілка сприяння сільського зеленого туризму Україні. URL: www.greentour.com.ua. (дата звернення 07.07.2024 р.).
50. Зелений туризм (сільський відпочинок в Україні. URL: www.ruraltourism.com.ua. (дата звернення 07.07.2024 р.).
51. Культурна спадщина в контексті «зводу пам'яток історії та культури України». URL: http://history.org.ua/LiberUA/978-966-02-7701-4/978-966-02-7701-4.pdf (дата звернення 07.07.2024 р.).
52. Музейний простір України. URL: www. *prostir.museum*. (дата звернення 07.07.2024 р.).
53. Журнал «Туризм сільський зелений». URL: www. www.greentour.com.ua. (дата звернення 07.07.2024 р.).
54. Всесвітня туристична організація. URL:www.world-tourism.org. (дата звернення 07.07.2024 р.).
55. Державна туристична організація України. URL: www.tourism.gov.ua. (дата звернення 07.07.2024 р.).

Державні стандарти

56. ДСТУ 4268: 2003 «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Загальні вимоги» (чинний від 01.07.2004).
57. ДСТУ 4269: 2003 «Послуги туристичні. Класифікація готелів» (чинний від 01.07.2004).
58. ДСТУ 4281: 2004 «Заклади ресторанного господарства. Класифікація» (чинний від 01.07.2004).
59. ДСТУ 4527: 2006 «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення» (чинний від 01.10.2006).

Міжнародні стандарти – ISO/FDIS 9000

60. ISO / ТС № 605 Системи менеджменту якості. Основоположні принципи і словник.
61. ISO / ТС № 606 Системи менеджменту якості. Вимоги.
62. ISO / ТС № 607 Системи менеджменту якості. Рекомендації щодо поліпшення показників

Додаток А

Нормативні акти щодо сільського зеленого туризму

1. Про пріоритетність соціального розвитку села та агропромислового комплексу в народному господарстві: Закон України від 17 жовтня 1990 року № 400-XII.
2. Про затвердження рекомендацій щодо прискорення реформування аграрного сектора економіки: Витяг з Наказу державного комітету України по земельних ресурсах від 30.12.1999 року № 130.
3. Про основні засади розвитку соціальної сфери села: Указ Президента України від 20 грудня 2000 року № 1356/2000.
4. Про статус гірських населених пунктів в Україні: Закон України від 15 лютого 1995 року № 56/95-ВР.
5. Про особисте селянське господарство: Закон України від 15 травня 2003 року № 742-IУ.
6. Про фермерське господарство: Закон України від 19 червня 2003 року № 973-IУ.
7. Про колективне сільськогосподарське підприємство: Закон України від 14 лютого 1992 року № 2114-XII.
8. Про сільськогосподарську кооперацію: Закон України від 17 липня 1997 року № 469/97-ВР.
9. Про споживчу кооперацію: Закон України від 10 квітня 1992 року №2265-XII.
10. Про кооперацію: Закон України від 10 липня 2003 року № 1087-IV.
11. Про місцеве самоврядування: Витяг із Закону України від 21 травня 1997 року № 280/97-ВР.
12. Про іпотеку: Закон України від 5 червня 2003 року № 898-IУ.
13. Про заставу: Закон України від 2 жовтня 1992 року № 2654-XII.
14. Про страхування: Закон України від 7 березня 1996 року № 85/96-ВР.
15. Про захист прав споживачів: Закон України від 12 травня 1991 року№1023-XH.
16. Про екологічну експертизу: Закон України від 9.02.1995 року № 46/95.
17. Про спрощену систему оподаткування, обліку та звітності суб'єктів малого підприємництва: Указ Президента України від 3 липня 1998 року № 727/98.
18. Про фіксований сільськогосподарський податок: Закон України від 17 грудня 1998 року №320-XIУ.
19. Про плату за землю: Закон України від 3.07.1992 року X» 2536-XII.
20. Про патентування деяких видів підприємницької діяльності: Закон України від 23 березня 1996 року № 98/96.

21.Про об'єднання громадян: Закон України від 16 червня 1992 року № 2460-XII.
22.Про кредитні спілки: Закон України від 20 грудня 2001 року №2908-111.
23.Про народні художні промисли: Закон України від 21 червня 2001 року №2547-111.

Додаток Б

Реєстрація суб'єкта підприємницької діяльності

Якщо ви визначили для себе, що приймання гостей у власній садибі – ваш бізнес, яким ви хочете і можете займатися на професійній основі, тоді подальші сторінки – для вас.

Законом України від 07 лютого 1991 року № 698-XII «Про підприємництво» (із змінами і доповненнями) визначено, що ***підприємництво – це безпосередня самостійна, систематична, на власний ризик діяльність із виробництва продукції, виконання робіт, надання послуг з метою отримання прибутку, яка здійснюється фізичними та юридичними особами, зареєстрованими як суб'єкти підприємницької діяльності у порядку, встановленому законодавством.***

Згідно із цим Законом суб'єктами підприємницької діяльності можуть бути громадяни України, інших держав, не обмежені законом у правоздатності або дієздатності за винятком:

- військовослужбовців;
- посадових осіб органів прокуратури, суду, державної безпеки, внутрішніх справ, державного арбітражу, державного нотаріату;
- посадових осіб органів державної влади й управління, які покликані здійснювати контроль за діяльністю підприємств;
- осіб, яким суд заборонив займатися певною діяльністю (не можуть бути зареєстровані як громадяни-підприємці з правом здійснення відповідного виду діяльності до закінчення терміну, встановленого вироком суду);
- осіб, які мають непогашену судимість за крадіжки, хабарництво та інші корисливі злочини.

Громадяни-підприємці мають право без обмежень приймати рішення і здійснювати будь-яку діяльність, що не суперечить чинному законодавству.

Крім цього, суб'єкти підприємницької діяльності мають право відкривати свої філії (відділення), представництва без створення юридичної особи. Відкриття зазначених підрозділів не потребує їх державної реєстрації.

Особливості регулювання окремих видів підприємництва встановлюються законодавством України.

Якщо ви вирішили розпочати підприємницьку діяльність, то для отримання статусу суб'єкта підприємницької діяльності без створення юридичної особи перш за все вам необхідно зробити таке:

- отримати ідентифікаційний номер Державного реєстру фізичних осіб;
- зареєструватися в органах державної реєстрації;
- стати на облік в податковій інспекції.

Як і де ви можете отримати ідентифікаційний номер Державного реєстру фізичних осіб?

Для отримання ідентифікаційного номера вам необхідно звернутися до державної податкової інспекції за місцем проживання і заповнити анкету (форму № 1-ДР). Після цього в двотижневий термін вам присвоюється ідентифікаційний номер Державного реєстру фізичних осіб і ***безкоштовно*** видається довідка про присвоєння номера.

Цей номер потрібний для використання при виплаті доходів, з яких утримуються податки, укладанні цивільно-правових угод, відкритті рахунків в установах банків, отриманні пенсій через установи банку тощо.

Під час реєстрації в Державному реєстрі до облікової картки фізичної особи-платника податків та інших обов'язкових платежів вносяться такі дані:

- прізвище, ім'я та по батькові;
- дата народження;
- місце народження (країна, область, район, населений пункт);
- місце проживання;
- місце основної роботи;
- види сплачуваних податків та інших обов'язкових платежів.

Також вам необхідно знати, що згідно із Законом України від 22 грудня 1994 року № 320/94-ВР «Про Державний реєстр фізичних осіб-платників податків та інших обов'язкових платежів» громадяни-підприємці зобов'язані подавати до державної податкової інспекції за місцем проживання відомості про зміну даних, поданих раніше до Державного реєстру, протягом місяця з дня виникнення таких змін.

При цьому слід підкреслити, що фізичні особи-платники податків та інших обов'язкових платежів, які не подали інформацію для занесення до Державного реєстру або подали її у перекрученому вигляді, притягаються до відповідальності згідно з чинним законодавством України.

Реєстрація в органах державної реєстрації

Державна реєстрація суб'єктів підприємницької діяльності проводиться у виконавчому комітеті міської ради або в районній державній адміністрації за місцем проживання громадянина. Місцем знаходження підприємця-громадянина вважається зареєстроване в установленому порядку постійне або тимчасове місце його проживання.

До органу державної реєстрації необхідно подати такі документи:

- реєстраційну картку, яка є одночасно заявою про державну реєстрацію суб'єкта підприємницької діяльності;
- дві фотокартки;
- довідку (чи її копію) про отримання ідентифікаційного номера;

- документ, що підтверджує сплату реєстраційного збору;
- документ, що посвідчує особу громадянина.

Згідно з постановою Кабінету Міністрів України від 25 травня 1998 року № 740 плата за державну реєстрацію для фізичних осіб становить 1,5 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян, що становить 25 гривень 50 копійок.

У тому випадку, якщо Вам необхідно зареєструватися протягом одного дня, то за прискорену державну реєстрацію суб'єкта підприємницької діяльності розмір збору становитиме 76 грн. 50 коп.

Положенням про державну реєстрацію суб'єктів підприємницької діяльності передбачено, що працівники органу державної реєстрації повинні надавати заявникові-фізичній особі безоплатну допомогу в заповненні реєстраційної картки та перевірити відповідність наведених у ній відомостей.

Після того, як вами будуть зібрані всі перелічені вище документи, орган державної реєстрації формує реєстраційну справу та повідомить вас про це листом.

Протягом 1-5 робочих днів дані вашої реєстраційної картки вносяться органом державної реєстрації до Реєстру суб'єктів підприємницької діяльності і після цього вам видається оригінал свідоцтва про державну реєстрацію з трьома копіями із зазначенням вашого ідентифікаційного номера.

Протягом п'яти днів з дня реєстрації суб'єкта підприємницької діяльності орган державної реєстрації повідомляє про це державну податкову інспекцію та установу Пенсійного фонду за місцем проживання фізичної особи.

Пунктом 17 вищезгаданого Положення про державну реєстрацію суб'єктів підприємницької діяльності визначено, що органам державної реєстрації та податкової служби забороняється вимагати від громадян будь-які інші документи, не передбачені наведеним Положенням.

У разі зміни свого місцезнаходження суб'єкт підприємницької діяльності-фізична особа в семиденний термін з моменту настання такої зміни зобов'язаний повідомити про це орган державної реєстрації і подати до органу державної реєстрації:

- реєстраційну картку з внесеними змінами;
- оригінал свідоцтва про державну реєстрацію для внесення відповідних змін.

Невиконання цієї вимоги дає право органам державної реєстрації звернутися до суду з позовом про скасування державної реєстрації.

Термін реєстрації в податковому органі

Після отримання свідоцтва про державну реєстрацію ви повинні для взяття на облік органами державної податкової служби **протягом п'яти днів** особисто подати до державної податкової інспекції такі документи:

- заяву за формою № 5-ОПП;

- копію свідоцтва про державну реєстрацію суб'єкта підприємницької діяльності;

- документ, що посвідчує особу (паспорт).

Після взяття платника податків на облік органи державної податкової служби видають йому довідку за формою № 4-ОПП, яка підтверджує взяття вас на податковий облік. Копії довідки видаються для пред'явлення в установи банків, де ви можете відкрити поточні рахунки, та інші органи державної влади.

Термін взяття на облік громадянина-підприємця органами державної податкової служби за наявності вказаних документів не повинен перевищувати двох днів, що визначено пунктом 14 Положення № 740.

Крім цього, Вам як громадянину-підприємцеві протягом 10-ти днів з дня отримання свідоцтва про державну реєстрацію потрібно зареєструватись в органах Пенсійного фонду України і в органах державної служби зайнятості.

Порядок отримання печаток і штампів

Суб'єктові підприємницької діяльності - фізичній особі необхідно знати, що отримане Свідоцтво про державну реєстрацію є підставою для відкриття розрахункового та інших рахунків в установах банків, а також виготовлення печаток і штампів.

Перелік документів, які вам як приватному підприємцеві необхідно подати до органу внутрішніх справ (за місцем реєстрації громадянина як суб'єкта підприємницької діяльності) для отримання дозволу на виготовлення печаток і штампів визначено Пунктом 15 Положення № 740.

Такими документами є:

- копія свідоцтва про державну реєстрацію;
- два примірники зразків печаток і штампів;
- документ, що підтверджує внесення плати за видачу дозволу на виготовлення печаток і штампів.

Орган внутрішніх справ зобов'язаний протягом п'яти робочих днів від дня отримання документів видати дозвіл на виготовлення печаток і штампів або письмову відмову із зазначенням причин, обумовлених законодавством України.

Зразки печаток і штампів затверджуються громадянином-підприємцем і не потребують додаткового узгодження. Але при цьому обов'язковою умовою є наявність на печатках і штампах ідентифікаційного номера фізичної особи.

Також необхідно знати, що здійснення підприємницької діяльності можливе і без печаток та штампів.

Відкриття рахунків в установі банку

Як приватний підприємець ви можете відкрити розрахунковий рахунок в установі банку як у національній, так і в іноземній валюті. Але можете і не відкривати його. Вирішувати вам. Перш ніж відкрити рахунок, визначте

пріоритети своєї діяльності. Якщо ви передбачаєте, що певна частина ваших гостей надасть перевагу безготівковій оплаті, або, скажімо, оплаті кредитною карткою, то без відкритого рахунку ви можете втратити цих клієнтів. Зручно користуватися рахунком і тоді, коли ви просите своїх потенційних гостей, які вже замовили відпочинок у вашій садибі, здійснити часткову передоплату як Гарантію того, що вони дійсно приїдуть до вас у визначений час. Це особливо актуально під час так званого «високого туристичного сезону», коли попит з боку туристів значно перевищує пропозицію засобів розміщення (для Карпат – це зимовий період і особливо новорічні та Різдвяні свята, а для Криму – липень-серпень тощо).

Крім того, навіть просто наявність банківського рахунку є позитивним фактором, який може позитивно вплинути на рішення туриста приїхати до вас на відпочинок. Потенційний турист, навіть у тому випадку, коли надає перевагу розрахунку з вами готівкою, знаючи про саме існування розрахункового рахунку в банківській установі, починає більше довіряти вам як діловій людині, яка серйозно займається своєю справою. Тому, якщо ви не зорієнтовані на випадкових або просто проїжджих клієнтів (будинок у дуже зручному та легкодоступному місці або біля самої траси), рахунок бажано все-таки відкрити.

Для цього вам необхідно подати в установу банку для відкриття рахунку такі документи:

1) заяву про відкриття поточного рахунку встановленого зразка (заповнюється в банку);

2) копію свідоцтва про державну реєстрацію суб'єкта підприємницької діяльності, яка засвідчена або нотаріально, або органом, що його видав;

3) копію документа, що підтверджує взяття підприємства на по датковий облік, засвідчену податковим органом, нотаріально або упов новаженим працівником банку;

4) довідку про реєстрацію в органах Пенсійного фонду Украї ни;

5) картку із зразками підписів, що надається працівниками бан ку, в якому відкривається рахунок, та засвідчується або працівни ком банку, або (що частіше) нотаріально.

Крім цього, ви зобов'язані протягом трьох робочих днів з дня відкриття (або закриття) рахунку (включаючи день відкриття або закриття) подати особисто або надіслати поштою з повідомленням про вручення на адресу органу державної податкової служби, в якому ви взяті на облік, повідомлення про відкриття (закриття) поточних рахунків в установах банків.

Наказом ДПА України від 07.03.1998 р. № 100 затверджено форму і зміст повідомлення про відкриття (закриття) рахунків суб'єктів малого підприємництва в установах банків (зареєстровано в Мінюсті України 24.03.1998 р. За № 190/2-630).

Зверніть увагу, що якщо ви не зробите цього, то згідно з чинним законодавством органам державної податкової служби надано право застосовувати до банків або юридичних осіб, фізичних осіб – суб'єктів підприємницької діяльності, які у встановлений законом строк не повідомили про відкриття або закриття рахунків у банках, штрафні санкції у вигляді двадцяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян.

Який спосіб оподаткування обрати?

Особливості здійснення підприємницької діяльності без створення юридичної особи пов'язані з різними формами оподаткування та ведення обліку доходів і витрат, і тому питання оподаткування приватних підприємців останнім часом набувають усе більшої актуальності.

На даний час в Україні є три способи оподаткування приватних підприємців:

- *традиційна система оподаткування,*
- *оподаткування за фіксованим податком,*
- *спрощена система оподаткування.*

На даний час рекомендуємо вам спрощену систему оподаткування, якою користується переважна більшість приватних підприємців, що провадять свою діяльність із прийому гостей у власних садибах, тобто надають послуги гостинності.

Розгляньмо основні особливості цього способу оподаткування доходів приватних підприємців за спрощеною системою оподаткування і її переваги над іншими.

Спрощена система оподаткування введена в дію з 1 січня 1999 року.

З 19 вересня 1999 року Указ від 28 червня 1998 року № 746/99 «Про спрощену систему оподаткування, обліку і звітності малого підприємництва» діє в новій редакції, що значно розширило коло платників, які бажають працювати за спрощеною системою оподаткування.

Якщо ви провадили підприємницьку діяльність раніше і в інших сферах та на іншій системі оподаткування, то для вас можуть існувати такі обмеження при переході на сплату єдиного податку:

– кількість осіб, що перебувають у трудових відносинах з підприємцем, включаючи членів його сім'ї, протягом року не повинна перевищувати 10 чоловік одночасно;

– обсяг виручки від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) за звітний рік не повинен перевищувати 500 тис. грн.;

– приватний підприємець не повинен торгувати лікеро-горілчаними, тютюновими виробами і паливно-мастильними матеріалами.

Указом № 746 передбачена можливість переходу на сплату єдиного податку, починаючи з наступного звітного кварталу.

Якщо ви щойно зареєстровані як фізична особа – суб'єкт малого підприємництва, то маєте право стати платником єдиного податку з того кварталу, в якому було здійснено вашу державну реєстрацію.

Для переходу на спрощену систему оподаткування, обліку і звітності суб'єкт малого підприємництва повинен не пізніше, ніж за 15 днів до початку наступного звітного кварталу, подати до органів податкової служби за місцем своєї державної реєстрації письмову заяву про право застосування спрощеної системи оподаткування, обліку та звітності, форму якої затверджено наказом ДПАУ від 29.10.99 р. № 599. Обов'язковою умовою для подання заяви є сплата всіх установлених податків та обов'язкових платежів за звітний податковий період.

На підставі заяви, а також платіжного документа (квитанції, копії платіжного доручення з позначкою банку) про сплату (перерахування) єдиного податку за період, не менший, ніж календарний місяць, приватному підприємцеві видається Свідоцтво про сплату єдиного податку, форму якого також затверджено наказом № 599 (далі – Свідоцтво). Це Свідоцтво або письмова мотивована відмова видається органом державної податкової служби протягом 10 робочих днів після подання заяви.

При цьому Указом № 746 установлено, що суб'єкт підприємницької діяльності може прийняти рішення про перехід на сплату єдиного податку не більше одного разу за календарний рік.

Свідоцтво видається приватним підприємцям безплатно терміном на квартал.

Воно є документом суворої звітності та не може бути передане іншим особам. Протягом календарного року дія Свідоцтва може щоквартально продовжуватися, але тільки за умови відсутності податкової заборгованості щодо податків та обов'язкових платежів.

Підставою для продовження дії Свідоцтва є заява, яка складається аналогічно і за тією ж формою, як і при переході на єдиний податок, а також наявність платіжних документів про сплаїу єдиного податку за попередні періоди і наступний період, не менший, ніж календарний місяць. Заява подається не пізніше, ніж за 15 днів до початку кварталу (тобто до 15.03, 15.06, 15.09, 15.12), на який продовжується дія Свідоцтва.

Якщо платник єдиного податку здійснює свою підприємницьку діяльність з використанням найманої праці, то на кожну особу, включаючи членів його сім'ї, видається Довідка про трудові відносини фізичної особи з платником єдиного податку (далі – Довідка), форму якої також затверджено наказом № 599.

У разі продовження терміну дії Свідоцтва в ньому робиться відповідний запис за підписом керівника органу державної податкової служби або його заступника, який засвідчується печаткою. Аналогічні записи здійснюються в

Довідках найманих працівників, які продовжують діяльність у платника єдиного податку.

У випадку збільшення чисельності працівників протягом терміну дії отриманого Свідоцтва платник єдиного податку повинен здійснити доплату за кожного додатково найнятого працівника не менше, ніж за повний місяць з початку діяльності таких працівників, й отримати Довідки для них.

Якщо чисельність працівників протягом терміну дії Свідоцтва зменшилася, платник єдиного податку повинен повернути Довідки. Однак якщо Довідку на працюючого за наймом у приватного підприємця загублено, то навіть якщо такий працівник у підприємця вже не працює, доплату на нього може бути припинено, тільки починаючи з наступного кварталу.

При втраті Свідоцтва податкові органи на підставі письмової заяви платника єдиного податку видають його дублікат. При цьому видача дубліката здійснюється тільки за наявності Довідки органів внутрішніх справ України.

Після закінчення терміну дії Свідоцтва воно підлягає поверненню разом з усіма довідками в 5-денний термін до податкового органу, який їх видав.

У разі припинення діяльності (зняття з державної реєстрації як суб'єкта підприємницької діяльності) платник єдиного податку повинен у п'ятиденний термін подати про це заяву до податкових органів, здати свідоцтва і всі довідки.

Платники єдиного податку, які прийняли рішення відмовитися від застосування спрощеної системи оподаткування, обліку і звітності та повернутися до загальної системи оподаткування, можуть це зробити з початку наступного кварталу. При цьому також необхідно подати заяву до податкових органів не пізніше, ніж за 15 днів до закінчення попереднього звітного кварталу, здати свідоцтва і всі довідки, видані на найманих працівників.

Ставки єдиного податку та порядок його сплати фізичними особами – суб'єктами підприємницької діяльності

Для фізичних осіб суб'єктів підприємницької діяльності ставка єдиного податку встановлюється місцевими радами за місцем їх державної реєстрації залежно від виду діяльності та місця її здійснення і не може становити менше 20 грн. і більше 200 грн. на місяць.

Якщо фізична особа суб'єкт підприємництва здійснює декілька видів підприємницької діяльності, для яких установлені різні ставки єдиного податку, нею придбавається одне Свідоцтво і сплачується єдиний податок за більшою ставкою, встановленою на ці види діяльності місцевою радою за місцем державної реєстрації цієї фізичної особи як суб'єкта підприємницької діяльності.

Для платника єдиного податку, котрий займається підприємницькою діяльністю з використанням найманої праці або за участі в його діяльності членів його сім'ї, розмір єдиного податку збільшується на 50 відсотків за кожного працівника.

Єдиний податок приватними підприємцями може сплачуватися завчасно за весь квартал або за місяць. У разі щомісячної сплати єдиного податку вона здійснюється не пізніше 20 числа місяця, що наступає за тим, в якому здійснювалася попередня сплата єдиного податку. Якщо протягом терміну дії отриманого Свідоцтва місцевою радою змінюються ставки єдиного податку, то перерахунок сум платежів за період, за який проведено оплату, не здійснюється.

Які податки можна не сплачувати?

Ставши платником єдиного податку, приватний підприємець згідно з Указом № 746 звільняється від сплати ряду обов'язкових податків і зборів, зокрема:

- податку на додану вартість;
- прибуткового податку;
- плати (податку) за землю;
- збору на обов'язкове соціальне страхування;
- збору до Пенсійного фонду;
- внесків до Державного фонду сприяння зайнятості населен ня;
- збору за видачу дозволу на розміщення об'єктів торгівлі та сфери послуг;
- плати за патенти.

Податок на додану вартість

Згідно з Указом № 746 приватні підприємці, котрі сплачують єдиний податок, не є платниками ПДВ.

При цьому слід мати на увазі, що згідно з роз'ясненнями постанови КМУ № 507 фізичні особи – платники єдиного податку мають право бути платниками ПДВ. Якщо приватний підприємець – платник єдиного податку приймає рішення бути платником податку на додану вартість, на нього поширюється дія Закону про ПДВ.

Реєстрація суб'єкта підприємництва платником податку на додану вартість здійснюється відповідно до Положення про Реєстр платників ПДВ.

Плата за землю

Що стосується плати за землю, то Порядком № 599 визначено, що плата (податок) за землю не сплачується платником єдиного податку тільки за земельні ділянки, які використовуються ним для здійснення підприємницької діяльності, зазначеної у Свідоцтві. При цьому слід мати на увазі таке. Законом України «Про плату за землю» визначено, що плата за землю справляється у вигляді земельного податку або орендної плати. Власники землі та землекористувачі, крім орендарів, сплачують земельний податок.

Таким чином, фізичні особи – суб'єкти підприємницької діяльності, які є власниками землі або землекористувачами і згідно із Законом № 2535 є платниками земельного податку, при переході на сплату єдиного податку

звільняються від сплати податку на землю, що використовується ними в підприємницькій діяльності.

За земельні ділянки, надані в оренду, справляється орендна плата. Розмір, умови і терміни внесення орендної плати за землю встановлюються за згодою сторін у договорі оренди між орендодавцем (власником) і орендарем. Тому від сплати орендної плати за землю платники єдиного податку не звільняються.

Однією з найбільших переваг спрощеної системи оподаткування є можливість для суб'єктів підприємницької діяльності-фізичних осіб при продажу товарів (крім підакцизних), наданні послуг при розрахунках із споживачами не застосовувати реєстратори розрахункових операцій.

Що ж до звільнення від податку на доходи фізичних осіб, то воно поширюється тільки на доходи самого підприємця.

Платник єдиного податку не звільняється від обов'язку нарахування, утримання та перерахування до бюджету прибуткового податку з громадян із доходів, які виплачуються найманим працівникам.

Облік доходів і витрат платника єдиного податку

Платник єдиного податку не звільняється від обов'язкового ведення обліку доходів та витрат, пов'язаних із здійсненням підприємницької діяльності. Для визначення результатів власної підприємницької діяльності на підставі хронологічного відображення здійснених господарських і фінансових операцій платник єдиного податку веде Книгу обліку доходів і витрат згідно з додатком № 10 Інструкції про прибутковий податок з громадян. При цьому обов'язковому заповненню підлягають лише графи «період обліку», «витрати на виробництво», «сума виручки (доходу)», «чистий дохід».

Протягом року для платника єдиного податку встановлюються звітні періоди, що дорівнюють кварталу.

Після закінчення звітного періоду протягом 5 днів платник єдиного податку подає звіт згідно з Додатком 3 до Порядку № 599.

Звіт подається особисто платником єдиного податку або надсилається поштою до органу державної податкової служби за місцем державної реєстрації його як суб'єкта підприємницької діяльності. При особистому поданні звіту датою подання вважається дата реєстрації його в органі державної податкової служби, а при надсиланні звіту поштою – дата відправки на штампі відділення зв'язку.

Отже, ми коротко розглянули особливості способу оподаткування доходів приватних підприємців за спрощеною системою і переваги цього способу над іншими двома. Звичайно, ми не претендуємо на істину в останній інстанції, тому вам необхідно самим проаналізувати всі «за» і «проти» і вибрати найбільш оптимальний для свого виду діяльності спосіб оподаткування. Адже специфіка здійснення вашої діяльності може бути дещо відмінна від загальноприйнятої.

Тому рекомендуємо вам більш детально ознайомитися з нормативними документами, що регулюють оподаткування приватного підприємця.

Які види господарської діяльності вибрати?

Це питання постане перед вами тоді, коли вам запропонують вписати їх у Свідоцтво. У кожному районі можуть бути визначені свої ставки єдиного податку. Готового рецепту на цей час не існує.

На нашу думку, доцільно записати такі види:

Здавання в найм (піднайм) житла

Посередницька діяльність

Послуги

Роздрібна торгівля

Інші види

Додаток В

Картки первинного обліку гостинних садиб

1. СТАНДАРТНИЙ КОНТРОЛЬНИЙ ЛИСТОК - ЕКСТЕР'ЄР ПРИМІЩЕННЯ

Зовнішня охайність Так Ні

- Сад чистий та прибраний
- Немає сміття
- Всі оздоблювальні роботи виконані акуратно

Безпека

- Всі вхідні двері зачинені, коли вони не використовуються
- Всі вікна зачинені, коли вони не використовуються

2. СТАНДАРТНИЙ КОНТРОЛЬНИЙ ЛИСТОК - КОРИДОР

Вхідні двері

- Скло чисте та без плям
- Планки без порохів

Стеля

- Немає плям/павутини
- Світильники чисті та справно функціонують

Підлога та килими

- Всі покриття підлоги чисті, без пилу, сміття, немає ниток,

особливо під меблями, позаду вестибюльного столика,

штор та вздовж плінтусів

- Немає плям
- В хорошому стані

Дзеркало/картини

- Немає пилу та плям на склі
- Немає пилу, бруду, павутини, плям на картинах
- Картини та дзеркало повішені рівно

Стійка в вестибюлі

- Немає пилу
- Немає безпорядку

Сходи

- Всі покриття підлоги чисті, без пилу, сміття, бруду особливо вздовж плінтусів
- Немає плям
- В доброму стані
- Перила чисті

3. СТАНДАРТНИЙ КОНТРОЛЬНИЙ ЛИСТОК - СПАЛЬНА КІМНАТА

Двері

- Немає пилу, бруду, плям, відбитків пальців
- Немає пилу, бруду на дверних петлях, достатньо змазки
- Замки та шурупи в справному стані

Стіни та плінтуси

- Немає пилу, бруду, плям, павутини

Світильники на стінах

- Абажури, лампочки та освітлювальні пристрої чисті
- Правильна напруга

Патрони для лампочок/розетки»

- Немає пилу та пошкоджень

Стеля

- Немає павутини та плям
- Світильники чисті та функціонують

Шафи

- На дверях немає пилу та плям від пальців
- Всередині шафи немає пилу, бруду, павутини,

плям від багажу та інших плям, сміття та залишених речей

- Немає пилу на підставках для одежі (достатня кількість вішалок)
- Поверхня всередині шафи гладка
- Двері шафи закриваються щільно

Вікна

- Немає пилу та плям на склі
- Підвіконня, віконна рама та карнизи без пилу, бруду та павутини
- Вікна відкриваються та закриваються легко та безшумно
- Штори повішені рівно, немає пилу та плям, тканина не порвана

Радіатор опалення

- Поверхня чиста
- На нижній та задній частинах немає пилу та бруду

Ліжка

- Основа/пружини не поламані та не провисають
- Ніжки та дошки без пилу та мають гладку поверхню
- Ніжки не поламані та не мають тріщин

Постіль

- Вся постіль чиста та не має плям, дірок, а також потріпаних країв
- Немає «жмутків» у подушках
- Вся постіль має розмір, відповідний до розміру ліжка
- Постіль заправлена правильно

Кошик для сміття

- Є пакети для сміття всередині кошика
- Немає пилу, бруду

Попільнички

- Немає пилу, бруду, нікотину та інших плям
- Попільнички не розбиті та не старі

Картини

- Немає бруду, пилу, павутини, плям
- Немає пилу на рамці картини

Дзеркала

- Немає бруду, пилу, павутини та плям

Підлога

- Вся покриття підлоги без пилу, бруду, сміття, ниток, особливо під ліжками, під меблями, позаду штор та вздовж плінтусів
- Немає плям
- В хорошому стані

Туалетний столик

- Шухляди висовуються легко, немає пилу, бруду, волосся,

сміття та залишених речей

- На оббивці немає розривів та плям
- Ручки надійно прикріплені
- Поверхня дерева гладка – немає тріщин та поломок

Стільці

- Основа та ніжки чисті
- Оббивка чиста / не зіпсована
- Під обшивкою стільця – чисто, немає пилу та сміття

Настільні лампи

- Відповідають вимогам та справно функціонують
- Основа, абажур та електричні лампочки чисті, без пилу та павутини
- Гнучкий шнур не зіпсований та без потріпаних місць

5. СТАНДАРТНИЙ КОНТРОЛЬНИЙ ЛИСТОК-ЇЖА ТА НАПОЇ

Підготовка

- Покриття столів чисті й відполіровані
- Скатертини на столах без плям, не порвані та акуратно розстелені на столах
- Серветки складені акуратно
- Столи накриті однаково
- Достатня кількість меню

Привітання

- Приємна інтонація голосу

- Гостей запрошують до столу з посмішкою та

зацікавленим виразом обличчя

Розміщення

- Гостей супроводжують до столу
- Правильно розсаджують
- Подають чисте меню (одне для одного гостя) або інформують, які страви в наявності
- Надають достатньо часу для вивчення меню

Прийом замовлення

- Пропонують пункти меню (якщо необхідно)
- Замовлення приймається ввічливо
- Надаються, якщо необхідно, рецепти приготування їжі
- Пропонуються відповідні напої

Подання їжі, обслуговування і прибирання

- Рівномірне розміщення страв на таці для того, щоб уникнути неприємних випадків
- Весь забруднений посуд відносять мити
- Всю необхідну їжу приносять з кухні

Обслуговування

- Всі порції стандартні за консистенцією та розміром?
- Правильна ідентифікація пунктів меню
- їжа подана при правильній температурі
- Правильне подання, представлення і запам'ятовування пунктів меню
- Перевіряється, чи задоволений відвідувач
- Загальна увага до клієнтів

Подання безалкогольних напоїв

- Наявність альтернатив до стандартних сортів чаю та кави, тобто трав'яний чай, кава без кофеїну тощо
- Кава та інші напої приготовлені за відповідними правилами
- Чай/кава подаються на сніданок перед першою стравою
- Гарячі напої подаються гарячими, а холодні подаються прохолодними у відповідному посуді
- Чашки для чаю та кави чисті та відповідного розміру

Прибирання столу

- Весь брудний посуд прибирається після кожної страви і зберігається у відповідному місці
- Столи прибираються протягом усього часу приймання їжі
- Брудний посуд замінюється чистим

Навчальне видання

Тимчук С.В.,
Поворознюк І.М.,
Нещадим Л.М.
Подзігун С.М.

Управління діяльністю підприємств в індустрії гостинності

Видається в авторській редакції