

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПОЛТАВСЬКА ДЕРЖАВНА АГРАРНА АКАДЕМІЯ

На правах рукопису

ПЕНЬКОВСЬКИЙ Валентин Сергійович

УДК: 334.722:338.48:379

**ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТОК ГОСПОДАРСТВ СІЛЬСЬКОГО
ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ**

08.00.04 – економіка та управління підприємствами
(за видами економічної діяльності)

Дисертація на здобуття наукового ступеня
кандидата економічних наук

Науковий керівник:
кандидат економічних наук, доцент
Галич Олександр Анатолійович

Полтава – 2017

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ГОСПОДАРСТВ ТА МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ У СІЛЬСЬКОМУ ЗЕЛЕНОМУ ТУРИЗМІ.....	12
1.1. Особливості формування господарств та напрями здійснення підприємницької діяльності у сільському зеленому туризмі.....	2
1.2. Організаційно-економічний механізм розвитку господарств та малих підприємств.....	34
1.3. Методичні засади визначення ефективності та конкурентоспроможності підприємницької діяльності.....	48
Висновки до розділу 1.....	66
РОЗДІЛ 2. СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ФУНКЦІОНУВАННЯ ГОСПОДАРСТВ ТА МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ У СІЛЬСЬКОМУ ЗЕЛЕНОМУ ТУРИЗМІ ХЕРСОНСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	71
2.1. Ресурси, умови та чинники функціонування господарств та малих підприємств.....	71
2.2. Конкурентне середовище функціонування господарств і малих підприємств сільського зеленого туризму.....	99
2.3. Соціально-економічні показники та індикатори підприємницької діяльності.....	118
Висновки до розділу 2.....	135
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РОЗВИТКУ ГОСПОДАРСТВ ТА МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ.....	139

3.1. Посилення екологічних пріоритетів та природоохоронних функцій суб'єктів сільського зеленого туризму.....	139
3.2. Покращення інноваційно-інвестиційного забезпечення туристичної діяльності.....	151
3.3. Посилення державної підтримки господарств та малих підприємств сільського зеленого туризму.....	174
Висновки до розділу 3.....	184
ВИСНОВКИ.....	188
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	192
ДОДАТКИ.....	217

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Сучасний стан та розвиток аграрної сфери економіки України супроводжується формуванням нових ринкових сегментів і видів підприємницької діяльності на селі. Проте процеси розвитку підприємництва на сільських територіях мають свої специфічні умови та риси. Йдеться про структуру й розміщення природно-ресурсного потенціалу, зайнятість сільських жителів, наявність об'єктів інфраструктури, близькість до міст тощо. Саме їх всебічне врахування є основою для ефективної як сільськогосподарської, так і інших видів діяльності, зокрема сільського зеленого туризму. Останній має позитивний досвід у багатьох європейських країнах, але лише започатковується у національному господарстві.

Дослідження проблематики сільського зеленого туризму в Україні здійснюють О. Бейдик, В. Васильєв, О. Дудзяк, Л. Забуранна, М. Ігнатенко, М. Костриця, О.Марченко, Т.Пінчук, О. Сарапіна та ін. У їх працях висвітлено проблеми та перспективи становлення підприємств сільського зеленого туризму в Україні. Окремі напрями розвитку підприємництва у галузі та їх вплив на розвиток сільських територій, зайнятості, регіональної економіки обґрунтовані у працях І. Бистрякова, О. Бородіної, Б. Буркинського, М. Бутка, В. Гейця, М. Долішнього, В. Євдокименка, П. Макаренка, М. Маліка, Л. Мармуль, І. Романюк, Т. Ткаченко, Г. Черевка та ін.

Проте проблеми виявлення чинників та ризиків, конкурентних переваг підприємництва у галузі сільського зеленого туризму, розробки організаційно-економічного механізму функціонування його складників, оцінки раціонального використання наявного ресурсного потенціалу висвітлені недостатньо. Подальших досліджень потребує інституційне забезпечення суб'єктів господарювання у галузі туризму, узагальнення методичних засад визначення їх ефективності, світового досвіду в

оподаткуванні сільських туристичних господарств та підприємств, стандартизації туристичних послуг, використання кластерів в обґрунтуванні стратегії розвитку та підвищенні конкурентоспроможності господарств та малих підприємств сільського зеленого туризму в Україні та окремих її регіонах на перспективу.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами.

Проведені дослідження здійснювалися відповідно до наукової тематики Полтавської державної аграрної академії “Розробити наукові напрямки організаційного, економічного, фінансового і соціального розвитку, управління та регулювання в агропромисловому комплексі, на галузевому рівні та в організаційно-правових формах ринкового господарювання” (номер державної реєстрації 0111U002780) та Херсонського державного аграрного університету “Розробка напрямів розвитку економічних і фінансово-кредитних відносин й обліково-аналітичного забезпечення функціонування підприємницьких структур” (номер державної реєстрації 0111U003575). У її межах автором розроблено заходи з розвитку підприємництва у сільському зеленому туризмі на основі всебічного врахування ресурсних можливостей його суб'єктів, становлення організаційно-економічного механізму, удосконалення системи управління малим туристичним бізнесом на засадах конкурентних переваг.

Мета і задачі дослідження. Мета дослідження полягає в обґрунтуванні наукових засад і розробці практичних рекомендацій розвитку господарств та малих підприємств сільського зеленого туризму, вдосконалення системи управління ними на основі всебічного врахування ресурсного потенціалу, соціальної відповідальності та інших конкурентних переваг.

Відповідно до мети дослідження були визначені та розв'язані такі основні завдання:

- ідентифікувати основні принципи здійснення підприємницької діяльності у сфері сільського зеленого туризму;
- виявити сутність господарств і малих підприємств сільського

зеленого туризму, особливості конкурентоспроможності, організаційно-економічного механізму та управління ними;

- обґрунтувати методичні засади визначення ефективності та конкурентоспроможності підприємницької діяльності;

- визначити ресурсний потенціал, умови та чинники функціонування господарств та малих підприємств у сфері сільського зеленого туризму;

- здійснити оцінку конкурентного середовища функціонування господарств і малих підприємств сільського зеленого туризму;

- проаналізувати соціально-економічні показники та індикатори підприємницької діяльності;

- розробити напрями та засоби посилення екологічних пріоритетів та природоохоронних функцій суб'єктів сільського зеленого туризму;

- обґрунтувати покращення інноваційно-інвестиційного забезпечення туристичної діяльності;

- визначити напрями державної підтримки господарств та малих підприємств сільського зеленого туризму.

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

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

Методи дослідження. Дослідження функціонування, розвитку підприємств у сфері сільського зеленого туризму та управління ними здійснювалося на теоретичному й практичному рівнях пізнання. Методологічною основою роботи обґрунтовано системно-структурний аналіз та синтез вивчення соціально-економічних та виробничо-екологічних процесів і явищ функціонування суб'єктів сільського зеленого туризму. Методом наукового абстрагування уточнено зміст понять “господарства, малі підприємства у сільському зеленому туризмі”, здійснено класифікацію

форм і видів (типів) їх розвитку на рівні сільських територій.

З допомогою статистико-економічних методів відносних і абсолютних величин, економічної оцінки компонентів ресурсного потенціалу визначено ресурсне забезпечення підприємств сільського зеленого туризму. Методом бальних оцінок та ранжування визначено туристичну привабливість сільських територій їх розміщення. Використання SWOT-аналізу дозволило виявити вузькі місця та конкурентні переваги розвитку підприємств сільського зеленого туризму порівняно з іншими суб'єктами господарювання на селі.

Методом анкетування досліджувалися особливості реалізації культурно-етнічних надбань як туристичних продуктів та рівень і якість наданих послуг у агросадибах. Статистико-економічні та математичні, матричні методи, багатокутника дозволили здійснити оцінку соціальної, економічної та екологічної ефективності й конкурентоспроможності функціонування сільських туристичних підприємств. Методи екстраполяції, математичного моделювання, теорії конкурентних переваг, проблемно-цільового підходу в управлінні були основними при обґрунтуванні перспектив розвитку господарств та підприємств сільського зеленого туризму, удосконалення їх організації, управління.

Інформаційну базу дослідження склали вітчизняні та зарубіжні друковані й електронні публікації з даної проблематики; Конституція України, закони та інші нормативно-правові акти України щодо розвитку підприємництва, насамперед, у сільському зеленому туризмі; програмні документи Полтавської та Херсонської обласних рад; статистичні дані Державної служби статистики України, Державної служби туризму і курортів; управлінь культури і туризму, архітектури та містобудування, агропромислового розвитку Полтавської та Херсонської обласних державних адміністрацій; річні обліково-фінансові звіти суб'єктів господарювання сільського зеленого туризму.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у теоретичному та

практичному обґрунтуванні процесів розвитку підприємництва у сільському зеленому туризмі, зокрема:

вперше:

- визначено основні принципи здійснення підприємницької діяльності у сфері сільського зеленого туризму через її унікальні функції, ресурсний потенціал, механізми інвестування, ефективність, завдання та можливості у підвищенні рівня життя сільського населення та розвитку сільських територій;

- здійснено ідентифікацію понять “господарства” та “малі підприємства” сільського зеленого туризму через їх спільні (ресурсний потенціал, діяльність, функції, типи) та відмінні риси (підприємницьку та господарську сутність, дохідність, оподаткування);

удосконалено:

- методичні засади визначення ефективності функціонування й конкурентоспроможності господарств і малих підприємств сільського зеленого туризму через використання трьохкатегоріального методу з оцінкою матеріально-технічної бази, фінансово-економічної стійкості, якості продуктів/послуг з умовою доповнення аналізом туристично-ресурсного потенціалу території розміщення та підходами щодо категоризації, сертифікації й стандартизації агроосель;

- розуміння сутності умов та ресурсів підприємницької діяльності в сільському зеленому туризмі як конкурентних переваг або викликів зовнішнього і внутрішнього середовища її здійснення з кількісними показниками наявності туристичних атракцій; особливостей структури сільського населення і поселенської мережі; місць розміщення, харчування, інфраструктурного облаштування; родинної мотивації та стимулювання владою і сільськими громадами; конкурентоспроможності конкурентів; соціально-економічної та геополітичної стабільності;

- визначення та оцінку ефективності функціонування підприємництва агросфери та санаторно-курортної галузі як конкурентного середовища

формування господарств і малих підприємств сільського зеленого туризму у регіоні, які за умов спільного надання послуг (санаторно-курортні – сільські туристичні підприємства), використання продовольчої продукції (агроформування – санаторно-курортні заклади) можуть займати свої ринкові ніші та змінювати конкурентні відносини на партнерські;

набули подальшого розвитку:

- визначення економічної ефективності та конкурентоспроможності функціонування господарств і малих підприємств сільського зеленого туризму шляхом встановлення показників ідеальної, оптимальної та гранично допустимої кількості туристів; співвідношення витрат та прибутків від їх перебування за добу; прибутковості загалом та вагомості чинників розвитку на перспективу;

- удосконалення напрямів розвитку господарств і малих підприємств сільського зеленого туризму через посилення їх екологічних функцій, спеціалізацію на власне зеленому або екологічному туризмі, організацію органічних агроосель з сертифікацією відповідності;

- обґрунтування перспектив та засобів посилення інноваційно-інвестиційного забезпечення суб'єктів галузі через механізми державно-приватного партнерства, товарного кредитування, франчайзингу, соціальної відповідальності та впровадження новацій в організації фахової підготовки господарів, основної діяльності, інформаційній підтримці та рекламі, маркетингових стратегій на туристичному ринку;

- рекомендації щодо державної підтримки господарств і малих підприємств сільського зеленого туризму через національну та регіональні й місцеві програми пріоритетного розвитку та засоби їх об'єднання й збереження унікальності з метою підвищення конкурентоспроможності й посилення ролі у диверсифікації сільської економіки, покращенні якості життя сільського населення, відродженні і сталому розвитку сільських територій загалом.

Практичне значення одержаних результатів полягає у розробці

науково обґрунтованих напрямів розвитку підприємств сільського зеленого туризму та обґрунтуванні організаційно-економічного механізму їх функціонування, системного управління на основі врахування конкурентних переваг, насамперед, ресурсного потенціалу, оцінки досягнутої соціально-економічної та екологічної ефективності, попиту на туристичні послуги на споживчому ринку.

Матеріали дисертаційної роботи використовуються Комітетом Верховної Ради України з питань аграрної політики та земельних відносин при розробці пропозицій щодо місцевої, регіональної та державної підтримки суб'єктів соціально-економічної діяльності у галузі сільського зеленого туризму в умовах децентралізації влади (довідка № 04.11/16-13 від 24.04.2017 р.).

Пропозиції щодо розвитку господарств сільського зеленого туризму передані для використання у Департамент агропромислового розвитку Херсонської обласної державної адміністрації при обґрунтуванні програм соціально-економічного розвитку сільських територій Херсонської області (довідка № 15-652/0/17/019.4.2 від 06.02.2017 р.). Пропозиції щодо підтримки господарств та підприємств сільського зеленого туризму прийняті для практичного впровадження у діяльності Сиваської селищної ради (довідка № 237/01 від 30.01.2017 р.).

Результати дисертаційного дослідження використовуються ТОВ “Ясна Поляна – 2014” Новотроїцького району Херсонської області при виробленні управлінських рішень щодо вирішення питань диверсифікації економіки, раціонального використання наявних ресурсів (довідка № 252 від 20.12.2016 р.). Висновки про можливості альтернативних видів діяльності на перспективу використовуються у ПОСП “Агрофірма “Тепло-Огарьовське”” (довідка № 478 від 22.12.2016 р.). Теоретичні, методологічні, методичні та практичні результати використовуються в навчальному процесі Херсонського державного аграрного університету (довідка № 117/01 від 24.01.2017 р.) та Полтавської державної аграрної академії (довідка № 01-

06/111 від 23.12.2016 р.).

Особистий внесок здобувача. Основні положення, висновки і пропозиції дисертації є особистим напрацюванням автора. У наукових працях особистий внесок дисертанта складає 100 % обсягу і полягає в постановці та розробці основних наукових положень, напрямів і пропозицій щодо розвитку господарств та підприємств сільського зеленого туризму.

Апробація результатів дослідження. Підсумки наукового дослідження доповідались автором і схвалені на: Międzynarodowej naukowo-praktycznej konferencji “Europejska nauka XXI powieką – 2015” (Przemyśl, 07-15 maja 2015 r.); Всеукраїнському науково-практичному семінарі “Актуальні проблеми економіки та права: теорія та практика” (м. Київ, 22 травня 2015 р.); Международной научной практической конференции “Найновите постижения на европейската наука – 2015” (София, 17-25 юни 2015 г.); Всеукраїнській науково-практичній Інтернет-конференції “Організаційно-економічний механізм функціонування аграрного сектору економіки” (м. Херсон, 7-8 квітня 2016 р.); Міжнародній науково-практичній конференції студентів і молодих учених “Розвиток соціально-економічних систем у трансформаційних умовах” (м. Бердянськ, 1-2 лютого 2017 р.); Міжнародній науково-практичній Інтернет-конференції “Економічний потенціал аграрного сектору України” (м. Херсон, 6-7 квітня 2017 р.); щорічних науково-практичних конференціях професорсько-викладацького складу Полтавської державної аграрної академії (2015-2017 рр.).

Публікації. Основні положення та результати дослідження опубліковано у 12 наукових працях, з них 5 – у фахових виданнях. Загальний обсяг публікацій становить 2,7 ум. др. арк., з них 2,1 ум. др. арк. – у фахових виданнях.

Обсяг і структура дисертаційної роботи. Дисертаційна робота викладена на 228 сторінках комп’ютерного тексту, складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, який налічує 250 найменувань, містить 39 таблиць, 23 рисунки і 3 додатки.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ГОСПОДАРСТВ ТА МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ У СІЛЬСЬКОМУ ЗЕЛЕНОМУ ТУРИЗМІ

1.1. Особливості формування господарств та напрями здійснення підприємницької діяльності у сільському зеленому туризмі

В сучасних умовах впливу глобалізаційних процесів, посилення відкритості національної економіки, активізації міжнародного міграційного руху населення з однієї сторони, і надконцентрації земельних, матеріально-технічних та фінансово-інвестиційних ресурсів у вітчизняних агрохолдингах та транснаціональних аграрних корпораціях – з іншої, для переважної більшості сільських територій країни стали характерними значні деструктивні явища та проблеми суспільної життєдіяльності. Вони стосуються згортання функціонування переважної більшості аграрних підприємств, об'єктів побуту, закладів культури і мистецтва, фізичної культури і спорту та соціальної і виробничої інфраструктури на селі, зниження обсягів виробництва продукції та сільського капітального будівництва, життєвого рівня сільських жителів.

Натомість спостерігається зростання масштабів бідності, безробіття, депопуляція сільського населення у критичних (кризових) масштабах. На практиці це означає деградацію та депресивність сільських територій у цілому [7, с. 20]. Тому збереженню українського села у період динамічного розвитку науково-технічного прогресу, глобалізації, стандартизації й уніфікації виробництва та споживання має сприяти відтворення самобутності сільського способу життєдіяльності як основи формування генофонду нації.

Це передбачає одночасний розвиток та розширення видів економічної діяльності, їх диверсифікацію, розвиток сільських громад та посилення функцій місцевого самоврядування в умовах децентралізації влади. Саме

тому сільський зелений туризм можна розглядати як специфічну форму додаткової господарської діяльності у сільському соціально-економічному та виробничо-екологічному середовищі, або як форму малого підприємництва.

Вона дає можливість без суттєвих додаткових фінансових, матеріальних витрат та витрат часу вирішити проблему зайнятості сільських жителів, поліпшити його добробут [44, с. 62]. Йдеться також і про можливість повніше використати природно-ресурсний та історико-культурний потенціал сільської місцевості, організувати сільські території на нових засадах екологізації та підвищення соціального статусу, відновити існуючі або викликати розвиток супутніх видів діяльності. Серед них підприємства або послуги транспорту, комунікацій, фінансування, громадського харчування, готельно-ресторанного господарства, народних промислів та ремесел, івенту, оздоровлення тощо.

Розробкою теоретичних і практичних проблем розвитку підприємств сільського зеленого туризму займалось багато зарубіжних і вітчизняних учених. Серед них варто виділити Я. Вербке, М. Джебєцького, М. Дембнєвську, А. Каннона, В. Мідлетона, Н. Ротге. Дослідження особливостей становлення агротуризму, підходи до класифікації і принципів функціонування підприємств у галузі зеленого туризму викладені у працях таких українських авторів, як В. І. Бірковича, В. П. Васильєва, О.Ю. Дмитрука, Ю. В. Зінько, М.М.Ігнатенка, Л.М.Забуранної, О.М. Капітанця, В. Ф. Киф'яка, М. М. Костриці, Т. Ю. Лужанської, О.О. Любіцевої, С. С. Махлинця, Г. І. Михайліченка, Х. Й. Роглева, М.Й. Рутинського, Л. І. Тебляшкіної, Т. І. Ткаченко. Незважаючи на наявність значної кількості наукових досліджень, присвячених особливостям процесу управління підприємницькою діяльністю у сфері сільського зеленого туризму, існують питання, які є актуальними та потребують поглиблених досліджень в сучасних умовах.

Враховуючи тривалу соціально-економічну кризу в Україні, зокрема,

загострення проблем відтворення сільського населення, збереження сільських територій та сільського способу життя, широке розповсюдження та розвиток підприємств та господарств сільського зеленого туризму тут є особливо бажаним. Системний підхід до їх організації може й повинен сприяти розвитку не лише внутрішнього, але й зовнішнього туризму як способу діяльності, розширення міжнародних зв'язків та взаємовигідного співробітництва.

Світова і, особливо, європейська практика свідчить, що надзвичайно важливу роль на селі відіграє туристична сфера діяльності. Саме вона є одним із перспективніших напрямів структурної перебудови сільської економіки [55, с. 29]. Підприємства та господарства сільського зеленого туризму стимулюють розвиток, перш за все, суб'єктів господарювання або діяльності таких галузей, як транспорт, будівництво, зв'язок, сільське та житлово-комунальне, готельно-ресторанне господарство, соціокультурна сфера, заповідна справа.

Підприємства та господарства сільського зеленого туризму відкривають нові фінансово-економічні можливості як для поліпшення наповнюваності бюджетів сільських родин, місцевих органів самоврядування, благоустрою сільських територій, так і для зближення способів життєдіяльності міських і сільських жителів. Вони розширюють сферу зайнятості сільського населення; позитивно впливають на економіку та екологію сільських територій країни; сприяють відродженню, збереженню та розвитку автентичних народних звичаїв та подій, промислів, ремесел; пам'яток державності, історико-культурної спадщини, природно-заповідної справи.

Україна в цілому, у тому числі й сільська місцевість, має значні ресурсні можливості та конкурентні переваги саме для розвитку туристичної сфери: багату самобутню історію, культуру і мистецтво, багатовікові традиції, різні види зайнятості, мальовничі природні ландшафти тощо. Кожне українське село можна перетворити на справжній туристичний осередок або

дестинацію, що сміливо конкуруватиме із вітчизняними та європейськими туристичними й курортними центрами. Отже, підприємства та господарства сільського зеленого туризму, отже, можуть стати одними з поширених, найрозвиненіших та конкурентоспроможних суб'єктів сільської економіки.

Також підприємства та господарства сільського зеленого туризму є одними із джерел збільшення доходів сільського населення та складниками комплексного розвитку сільських територій і сільської інфраструктури. Їх розвиток може стати втіленням стратегії подолання бідності в сільській місцевості [68, с. 16]. Саме тому в країнах, які розвиваються, сільський зелений туризм підтримується і заохочується державою. Це означає, що доступ до туристичної діяльності є максимально спрощеним, а господарські суб'єкти, які надають послуги в цій сфері, отримують всілякі преференції, у тому числі й податкові, кредитні, бюджетні та у формах державно-приватного партнерства.

Основою організації відпочинку й туризму на селі виступає сільська родина, яка проживає тут постійно. Природно, що вона здійснює основну діяльність, пов'язану з веденням особистого селянського господарства, і побічну, - з використанням майна та інших засобів цього господарства для надання послуг у сфері сільського зеленого туризму, народних промислів і ремесел тощо. Відносно туристичної діяльності йдеться про забезпечення відпочивальників житлом, харчуванням, ознайомлення з аграрним виробництвом, місцевою культурою, святами, звичаями і традиціями.

Вивчаючи теоретичні дослідження науковців у сфері сільського зеленого туризму, слід зазначити, що цілий ряд авторів давав опис сільського зеленого туризму, його сутності та актуальності для України. Проте сам термін «сільський зелений туризм», тим більше підприємництво в ньому, не знайшли належного відображення у їх працях [47, 114, 155]. 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 [174, 190]. В таких умовах доцільно звернутися до нормативних визначень, які мають силу закону.

На даний час нормативною базою для теорії і практики сільського зеленого туризму, розвитку підприємництва в ньому є Закони 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)». Проект Закону України «Про сільський зелений туризм», розроблений за ініціативою Спілки сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні та Інституту сільського розвитку було прийнято лише в 2004 р., а остаточно ухвалено Верховною Радою України тільки у 2006 р. [168].

Згідно Закону України «Про сільський зелений туризм» сільський зелений туризм – це відпочинковий вид туризму, що передбачає тимчасове перебування туристів у сільській місцевості (селі) та отримання ними послуг сільського зеленого туризму. Послуги сільського зеленого туризму – це діяльність членів особистого селянського, особистого підсобного або фермерського господарства з надання бронювання, розміщення, харчування, інформаційного обслуговування, інших видів послуг, що спрямовані на задоволення потреб туристів. І далі, Законом чітко визначаються сутність та особливості підприємництва у сільському зеленому туризмі.

Так, діяльність з надання послуг у сфері сільського зеленого туризму не відноситься до підприємницької діяльності за умови, якщо сукупний однорічний дохід від неї не перевищує однорічного розміру прожиткового мінімуму у розрахунку на сільського господаря та на кожного члена родини, які постійно проживають з ним. У випадку розміщення сільської зеленої туристичної агросадиби в сільській місцевості, яка відноситься до курортної та/або лікувально-оздоровчої зони, сільські господарі або члени їх родини зобов'язані зареєструватися як суб'єкти підприємницької діяльності [178, с. 30].



Рис. 1.1. Специфіка властивостей послуг сільського зеленого туризму (розроблено автором)

Відомі й інші визначення підприємництва у галузі. Так, згідно них, агротуристична діяльність також відноситься до підприємницької за умови, якщо кількість ліжко-місць у сільській агросадибі, що пропонуються для тимчасового розміщення туристів, досягає дев'яти. У цьому випадку сільський аграрний туризм – це вид туризму, який передбачає тимчасовий виїзд особи з місця постійного проживання в сільську місцевість в оздоровчих, пізнавальних чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності [211, с. 65].

Сільський туризм – відпочинковий вид туризму, що базується у сільських агросадибах, де власник садиби надає послуги з розміщення та харчування туристів. Основна мета даного виду туризму – пасивний

відпочинок від міської метушні та вивчення побуту, культури, традицій і способу життя селян. Зелений туризм (екотуризм) – відпочинковий вид активного туризму, метою якого є пізнання та збереження природи з розміщенням туристів у кемпінгах, сільських міні-готелях, мотелях та наметах. Фермерський туризм (агротуризм) – відпочинковий вид активного туризму, метою якого є відпочинок у поєднанні з сільськогосподарськими роботами та аграрною діяльністю, незалежно від місця розташування фермерського господарства чи аграрного підприємства.

Аналіз вказаних узагальнених дефініцій дозволяє стверджувати про їх певну умовність та наукоподібність. Насамперед, вкажемо, що їх об'єднує: це забезпечення відпочинку та оздоровлення інших людей сільськими жителями, які тут проживають постійно та наявними у них засобами із збереженням основної діяльності. Однак, сільський туризм, поряд з побутом, неминуче долучається до природи, оскільки життєдіяльність сільських жителів, на відміну від міських, активно здійснюється у її середовищі. Тому немає потреби у терміні “зелений туризм” як самостійному. І не обов'язково розміщувати туристів у кемпінгах та наметах. Це вимагає спеціальних обладнаних площ та додаткових затрат, тоді як є вже готове сільське житло з більшим набором побутово-комунальних зручностей.

Ці два види туризму, отже, розділені дещо умовно та неприродно. Як і третій вид – аграрний, який передбачає заняття або ознайомлення з сільськогосподарською працею. У будь-якому випадку, це відбувається на добровільних засадах і також може здійснюватися і в зеленому, і в сільському туризмі. Отже, з метою уникнення непотрібної наукоподібності доцільно вживати термін “сільський туризм”, який передбачає всі інші види та їх послуги. Інша справа, що їх спектр може бути неповним або через можливості та ресурси сільських господарів, або через побажання самих туристів.

Таблиця 1.1

**Спільні та відмінні характеристики сільського зеленого туризму,
агротуризму та екотуризму***

Характеристика	Сільський зелений туризм	Агротуризм	Екотуризм
З погляду туриста			
Місце дислокації	Сільська територія	Сільська територія	Території природних парків, лісових та гірських масивів
Місце отримання послуг	Будинок сільського господаря	Ферма	Будинки лісників, палатки посеред дикої природи
Мета подорожі	Відпочинок від галасу міста, ознайомлення з культурою та місцевими традиціями	Допомога у веденні сільського господарства	Знайомство з живою природою та збереження довкілля
З погляду власника домогосподарства			
Мета надання послуг	Отримання доходів від надання послуг проживання, харчування та дозвілля	Допомога у веденні сільського господарства, отримання доходів від надання послуг проживання	Не залежить від волі і бажання селянина
Законодавче регулювання	Частково регулюється Законом України "Про особисте селянське господарство"; відсутність спеціальних законодавчих актів та норм	Закон України "Про особисте селянське господарство"	Положення законодавства України щодо охорони навколишнього середовища
Орган регулювання та підпорядкування	ВНО "Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму"; Міністерство аграрної політики та продовольства України; Міністерство регіонального розвитку, будівництва та житлово-комунального господарства України та локальні органи виконавчої влади	ВНО "Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму"; Міністерство аграрної політики та продовольства України; Міністерство регіонального розвитку, будівництва та житлово-комунального господарства України, локальні органи виконавчої влади	ВНО "Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму" та Міністерство екології та природних ресурсів України
Стартовий капітал	Власний будинок господаря (агрооселя, агросадиба)	Фермерське господарство з окремим будинком для ночівлі	Не залежить від волі і бажання селянина

* згруповано автором

Оскільки в нормативно-законодавчому полі використовується поняття “сільський зелений туризм”, то ми також приєднуємося до нього. Хоча вживання слова “зелений” акцентує увагу на екологічності туристичної підприємницької діяльності на селі, проте воно і, значним чином, обмежує її [136, с. 78]. Так, сільська місцевість зберігає унікальні замкові, палацові та садово-паркові ансамблі, культові споруди, археологічні пам’ятки різних історичних епох, музеї-садиби видатних представників української культури і мистецтва, осередки нашої державності, до яких байдуже ставляться місцеві жителі як до звичних та які невідомі широкому загалу.

Між тим саме вони здатні надати туристичній діяльності на селі нового, глибокого змісту, посилити конкурентні переваги малих підприємств та сприяти відродженню сільських територій на засадах державно-приватного партнерства. Отже, для подальшого сталого розвитку підприємств сільського зеленого туризму розуміється вкрай важливим створення відповідної законодавчої бази. Упорядкувати та уніфікувати управлінські рішення щодо цього допомагає прийняття 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» [168].

Таким чином, сільський зелений туризм розуміється нами як галузь сільської економіки, вид зайнятості та середовище здійснення підприємницької діяльності. Остання має наступні особливості (рис. 1.2):

- 1) ведеться на сільських територіях без спеціального статусу та обмежень;
- 2) організується на базі сільських агроосель (агросадиб) з використанням усіх наявних у них засобів (проживання, переміщення, харчування тощо) із залученням господарів та одного-двох найманих працівників на постійній або тимчасовій основі;
- 3) може бути сезонним або цілорічним;
- 4) орієнтоване надавати одну або кілька послуг (тільки проживання; проживання й харчування; проживання, харчування й розваги; туристичні послуги спеціального характеру (рибалка, збирання грибів, сплав

на ріці, пляжний відпочинок, відвідування пам'яток природи, історії, культури та архітектури; зайняття сільськогосподарськими роботами, народними промислами та ремеслами; продаж продукції або товарів, прокат спорядження); 5) передбачає необхідність впорядковувати та організовувати сільські території, відроджувати та створювати нові традиції й туристичні заходи – свята, фестивалі; 6) здатне до об'єднання в кооперативи, кластери, асоціації для підвищення ефективності суб'єктів господарювання; 7) ведеться силами господарів як фізичних осіб або агросадиб як малих підприємств в залежності від кількості місць розміщення, обсягів та рівнів отримуваних доходів та сплачуваних податків.

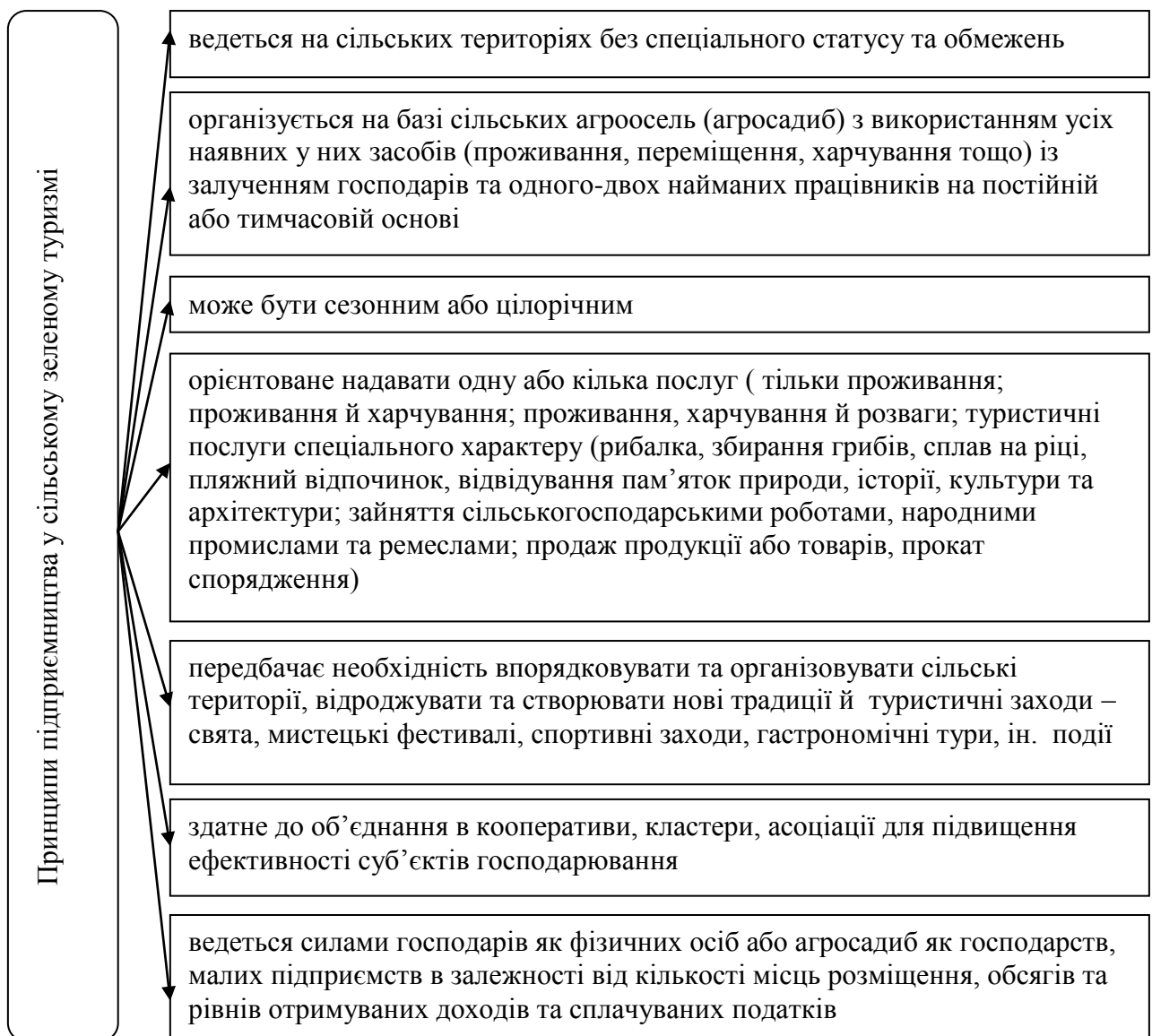


Рис. 1.2. Основні принципи здійснення підприємництва у сільському зеленому туризмі (розроблено автором)

Оскільки туристична діяльність здійснюється переважно на рівні сільських господарств та домогосподарств, то правильніше вживати “господарства” сільського зеленого туризму, ніж “підприємства” або/та “малі підприємства”. Проте, за своєю суттю та функціями – це аналогічні суб’єкти галузі, тому немає потреби їх розділяти. Зауважимо лише, що підприємства зазвичай ведуть бухгалтерський облік доходів і витрат та сплачують податки у разі їх доходності, тоді як господарства є, переважно, неприбутковими суб’єктами сільського зеленого туризму.

Сільський зелений туризм – це перспективний напрям малого туристичного бізнесу, заснований на активному відпочинку в сільській місцевості з певним розмаїттям циклу занять [175, с. 45]. Розвитку сільського зеленого туризму як середовища здійснення підприємництва в Україні сприяють такі чинники: зростаючий попит мешканців українських міст та іноземців на відпочинок у сільській місцевості; унікальна історико-етнографічна спадщина українських сіл; багаті природні рекреаційно-туристичні ресурси; традиційна гостинність господарів та доступна ціна за відпочинок; згортання інших видів діяльності на селі та його конкурентні переваги у збільшенні доходів та зростанні рівня життя сільських жителів (табл. 1.2).

Водночас, ринок послуг сільського зеленого туризму в Україні має низку недоліків, ризиків та обмежень, на які потрібно звернути увагу для їх усунення. Йдеться про відсутність досвіду, інформації, недостатню спеціальну підготовку бажаючих здійснювати таке підприємництво; застаріле житло та комунальне господарство; низькі санітарно-гігієнічні вимоги та відставання сільських побутових зручностей від міських; відсутність або занедбаність інфраструктури сільських територій; неприйнятна екологічна обстановка тощо. Для того, щоб господарства та підприємства сільського зеленого туризму дійсно масово розвивалися, необхідно забезпечити здійснення його всебічної підтримки на місцевому та регіональному рівні, проведення виваженої політики державного регулювання [224].

Таблиця 1.2

SWOT-аналіз розвитку сільського зеленого туризму як напрямку диверсифікації економіки сільських територій Херсонської області

Перевага	Недолік
Географічне та геополітичне розташування	Недосконалі умови прибуття та пересування
Історична національна особливість	Не розроблені програми просування національно-етнографічної спадщини
Існування досвіду прийому відвідувачів	Відсутність інвестицій у сферу рекреації
Наявність природних рекреаційних ресурсів	Занедбаність пам'яток історії, архітектури та культури
Наявність пам'яток, історична спадщина міст і сіл, збереженість культури та народних ремесел	Нерівномірність розміщення закладів інфраструктури в територіально-адміністративному розрізі
Наявність виходу до Чорного моря	Політичні негаразди в державі
Розробка туристичних маршрутів	Відсутність інформації про область
Розробка районних програм розвитку сільського зеленого туризму	Відсутність наукового обґрунтування стимулювання процесів розвитку рекреаційно-туристичної сфери
Визнання на рекреаційно-туристичних ринках, у т.ч. міжнародних (Молдова, Білорусія, Латвія, Румунія), відносно позитивного іміджу регіону	Невисокий рівень якості обслуговування
Чисте навколишнє середовище, порівняно невисоке забруднення внаслідок аварії на ЧАЕС	Відсутність гарантій якості послуг, нестача кваліфікованих спеціалізованих кадрів
Розвинута транспортна мережа	Не чітко розроблена концепція розвитку туризму в області
Зростання якості та асортименту рекреаційно-туристичних послуг, тенденції до нарощування обсягу наданих послуг	Недостатня кількість розроблених та впроваджених туристичних маршрутів
Визнання туристичної сфери одним із пріоритетних напрямів розвитку сільської економіки	Недосконалість нормативно-правової бази в галузі рекреації, неналежний стан туристичних маршрутів
Можливості	Загрози
Розвиток сільського зеленого туризму значно збільшить доходи селян, що поліпшить економічний розвиток сіл Херсонщини	Значний рівень безробіття створює основу для збільшення злочинності, що буде відлякувати потенційних туристів
Розвиток несільськогосподарських видів підприємницької діяльності	Суперництво та відсутність координації між різними організаціями, що займаються промоцією сільського туризму, заважає впровадженню єдиних стратегічних цілей розвитку сільського туризму в регіоні
Приїзд туристів сприятиме більшому піклуванню, а відтак, кращому збереженню культурно-історичних пам'яток регіону	Поганий політичний імідж не сприяє діяльності іноземних інвесторів
Створення нових робочих місць в сфері обслуговування, медицини, транспортній мережі, які зможуть надати роботу і випускникам ВНЗ	Відсутність політичної стабільності та закону "Про сільський туризм" заважає організації відпочинку
Покращення технології обслуговування рекреантів і туристів	Недооцінювання значення туризму в регіоні

Завданням туристичного підприємництва на селі є не лише надання відповідних послуг, але й пошук ефективніших шляхів підвищення зайнятості сільського населення, його добробуту. Особливо гострою ця проблема є нині. Адже, як було зазначено, на селі зберігається високий рівень безробіття, який у 3,5 разів перевищує середній показник по країні. Значно нижчим на селі є й рівень життя. За даними обстежень, рівень споживання у середньому за місяць (у розрахунку на одну особу) м'яса і м'ясопродуктів у міських поселеннях становить 5,5 кг, у сільській місцевості – 4,1 кг, риби і рибопродуктів, відповідно, 2,0 і 1,7 кг, яєць – 21 і 18 штук.

З іншої сторони, із загальної кількості туристів світу майже кожний третій надає перевагу сільському туризму. Саме тому підтримка саме сільських туристичних підприємств є частиною спільної аграрної політики (САП) країн Європейського Союзу ще з 80-х років минулого століття. У той період стрімко скорочувались обсяги сільськогосподарського виробництва й гостро постала проблема робочих місць у сільській місцевості. Останнім часом в Україні все більша кількість населення відмовляється від морського та пляжного відпочинку, надаючи перевагу сільському зеленому туризму, відпочиваючи там, де менше суєти [236, с. 62]. Щоправда, він ще не набув таких масштабів, як це має місце в інших країнах. Наприклад, в Австрії або у Польщі кожна десята селянська садиба пропонує туристичні послуги. А доходи від такого виду діяльності у цих країнах перевищують сотні мільйонів доларів та становлять 1/3 грошових надходжень сільських родин, які ним займаються.

Практично в усіх країнах Західної Європи сільський зелений туризм є високоприбутковим. У США він ще й поєднує широкий спектр різних видів туризму, заснованих на використанні природних, історичних ресурсів та інших унікальних особливостей сільської місцевості. У вищезазначених країнах сільський зелений туризм не лише розвивається швидкими темпами, а й входить у першу п'ятірку основних стратегічних напрямів розвитку туризму до 2020 р. Отже, розвиток підприємств сільського зеленого туризму

– це, можна сказати, стратегічна соціально-економічна програма, що переведе частину зайнятості сільського населення до сфери послуг.

Тому державна політика підтримки у сфері сільського зеленого туристичного підприємництва передбачає не лише економічні, а й соціально-культурні цілі:

- збереження та відтворення етнічно-культурної й архітектурної спадщини, національної самобутності сільських територій;
- забезпечення зміни та диверсифікації традиційної структури сільськогосподарського виробництва, вирішення екологічних проблем тощо;
- сприяння зростанню доходів як місцевого населення, так і сільських громад та регіонів їх розміщення в цілому; скорочення рівня безробіття, збільшення рівня зайнятості, зменшення міграцій сільського населення;
- розвиток малого підприємництва у сільській місцевості в інших видах або галузях діяльності – переробки сільськогосподарської продукції, будівництві, народних промислах, торгівлі і громадському харчуванні, оздоровленні, дозвіллі;
- активізація розвитку соціальної сфери в сільських населених пунктах і приведення соціальної інфраструктури у відповідність до науково обґрунтованих нормативних вимог;
- поліпшення зовнішнього вигляду, планування та організація сільських господарств і територій тощо.

В Україні також, з огляду на потужний аграрний ресурсний потенціал та конкурентні переваги вітчизняних сільськогосподарських підприємств, розвиток господарств сільського зеленого туризму не слід розуміти як розвиток відразу високоприбуткового виду підприємницької діяльності. Швидше за все, це один зі способів зменшення соціальної напруги, зниження рівня бідності серед сільських жителів [232, с. 23]. Проте, як показують наші дослідження, цей вид підприємництва дедалі активніше перетворюється в конкурентоспроможний вид економічної діяльності, що має такі напрями

- a) створення спеціалізованих туристичних сільських агросадиб із

традиційною архітектурою, розміщених у мальовничій місцевості;

б) здача в оренду житла (окремих будинків, кімнат) в екологічно чистій сільській місцевості з наданням послуг харчування, транспорту, екскурсій тощо;

в) проживання, харчування і праця туристів у фермерському господарстві;

г) знайомство з традиційним побутом, ремеслами, промислами, участь у них, придбання відповідних виробів;

д) участь у подієвому туризмі, а також релігійному, ностальгійному, спортивно-прогулянковому тощо.

Для організації цього виду підприємницької діяльності фінансові й матеріальні ресурси потрібні для того, щоб підготувати будинок, інші будівлі, сад, сільське подвір'я, тобто сільську агрооселю або агросадибу до прийому туристів. Це потребує створення певних стандартів надання послуг сільського зеленого туризму й на цій основі – обліку та категоризації агросадиб. Адже в цьому бізнесі потрібними є, насамперед, добротність та естетика житлового будинку й інших будівель, належні побутові умови, чистота, мальовнича природа, чисте повітря та інші параметри екологічності довкілля.

Також він потребує особливих, спеціальних навичок, спеціальної, хоча й не складної підготовки господарів, які є суб'єктами ринку послуг сільського зеленого туризму. Мається на увазі не тільки обов'язкова особиста культура, доброзичливість, стриманість, належне виховання, інтелігентність [3, с. 26]. Мова йде про всебічне знання рідного краю, його визначних місць, туристичних маршрутів та подій; навички професійної гостинності; туристичної справи, обліку, національної кулінарії тощо.

У забезпеченні функціонування сільського зеленого туристичного підприємництва важливим питанням є адаптація традиційного домашнього господарства і ведення сільськогосподарської діяльності в цілому до їх сприйняття як туристичних атракцій з наданням різноманітних послуг

відвідувачам (туристам, рекреантам). Це сприятиме збільшенню й диверсифікації доходів сільських підприємців. З цією метою можна виділити кілька видів підприємств (фірм) у сфері сільського зеленого туризму:

- господарства-агросадиби, які діють як окремі цілісні туристичні підприємства із специфічними атракціями, властивими сільському зеленому туризму і прямо зорієнтовані на надання туристичних послуг із сформованими програмами відпочинку для клієнтів (туристичні рибальські, мисливські агрооселі, ферми екзотичних тварин, лікарських рослин, квітів, бджільницькі господарства із лікувальними послугами і т.п.);

- типові сільські господарства – агросадиби, власники яких основною діяльністю мають сільськогосподарське виробництво, проте можуть прийняти у себе в будинку відвідувачів, надавши їм тимчасове житло, їжу, транспорт, можливість попрацювати по домогосподарству, а також ознайомитись з особливостями місцевої гостинності та атракцій;

- об'єднання перших та других типів господарств або підприємств за територіальною ознакою (близькістю) у своєрідні сільські зелені туристичні кластери з метою раціонального використання наявного туристичного потенціалу, якісного обслуговування туристів, розвитку сільських територій та громад й збільшення доходності бізнесу.

У сільському зеленому туризмі доцільним є чіткий розподіл щодо господарських підприємств з туристичним нахилом і звичайних сільських агросадиб, оскільки не всі мешканці села можуть займатись підприємництвом. Однак виявляти гостинність, приймати гостей на сезонній основі цілком можливо для більшості сільського населення. При цьому потрібно акцентувати увагу на забезпеченні надання якісних послуг у сфері сільського зеленого туризму, насамперед, з урахуванням відповідності житла, сільського двору, санітарно-гігієнічних вимог.

Сільський зелений туризм спонукає місцеві громади не тільки до відбудови місцевих, регіональних історичних пам'яток та місцевої культури в сільських районах. Він сам сприяє створенню нових визначних пам'яток та

місце з метою покращення атракційності, що може забезпечити більший потік туристів [13, с. 145]. Активізація масового туризму на селі, окрім покращення відповідної інфраструктури, надає імпульс для розвитку трудомістких і нетрадиційних сільськогосподарських виробництв, або ж сприяє їх відродженню. Для прикладу – це створення лосиних, норкових та інших звірницьких ферм, розведення страусів, створення пасік, рибників для розведення форелі, ягідників та інше.

Основним суб'єктом туристичної діяльності у забезпеченні відпочинку на селі виступає сільська родина та її господарство. Вона надає туристичні послуги, зокрема житло; забезпечує харчування екологічно чистими та якісними продуктами, переважно виробленими у домогосподарстві; допомагає організувати дозвілля; відповідає за зручності та безпеку відпочинку тощо. Кожна родина, що працює у сфері сільського туризму, є міні-туроператором, оскільки формує власний туристичний продукт.

З метою приваблення туристів необхідно подбати про змістовне дозвілля відпочиваючих. Господар повинен мати кілька варіантів організації їх дозвілля, бути готовим, як уже зазначалося, показати власне господарство, розповісти про особливості його ведення, історію села, краю, географічні особливості, визначні пам'ятки, традиції, звичаї тощо, надати необхідний інвентар, виконувати роль провідника й екскурсовода. У зв'язку з цим виникає проблема освіти або початкової фахової підготовки господарів з туризму. Вони повинні знати свої права і обов'язки, володіти основами бухгалтерського обліку, вміти надати першу медичну допомогу, бути краєзнавцями і операторами, менеджерами та маркетингологами з туризму, фахівцями з психології управління та ділового спілкування [23, с. 8].

З цією метою в селах в школах, бібліотеках, клубах, сільських радах або при центрах зайнятості бажано провести відповідні тренінги, курси, навчання, семінари тощо. До цієї роботи варто залучити старшокласників, студентів на умовах виробничої практики, викладачів та волонтерів, фахівців з туризму. Також доцільно здійснювати надання дорадчих послуг у цій сфері.

Необхідною є й розробка бізнес-планів розвитку для кожного господарства у сільському зеленому туризмі, поширення позитивного досвіду у цьому напрямі. Нарешті, професійними мають бути інформаційне забезпечення, реклама, піар-акції, постійний моніторинг та аналіз відповідного ринку та його динаміки, особливо з використанням мережі інтернет.

Згідно наших досліджень, найбільш сприятливими районами для організації господарств та підприємств сільського зеленого туризму в Україні з огляду ресурсного забезпечення та наявності споживчого попиту є Карпати, Поділля, Полісся, Причорномор'я та Приазов'я, мальовничі села Центральної України, а також практично всі приміські села. На прикладі Херсонської області проведено дослідження розвитку функціонуючих господарств у цій галузі. Встановлено, що сукупність економічних, екологічних і соціальних особливостей сільських територій зумовлюють стрімкий розвиток сільського зеленого туризму.

За даними соціологічного опитування, всі досліджувані господарства пропонують умови проживання, що відповідають наявній матеріальній базі (окремий будинок чи спеціально переобладнані кімнати для прийому туристів), харчування за домовленістю [33, с. 19]. Вивчення цього виду діяльності у Чернівецькій області показало, що тут багато агросадиб, крім комфортних кімнат для розміщення, домашньої кухні, пропонують відпочиваючим набір сільських розваг. Зокрема, це: мисливство, рибальство, збір грибів, лісових ягід; кінні прогулянки, екскурсії по місцях древньої дерев'яної, особливо культової архітектури, подієвий туризм, народні ремесла та ін.

Прискоренню розвитку господарств та підприємств у сфері сільського зеленого туризму в Україні та її регіонах, отже, має сприяти подолання причин, які негативно впливають на цей розвиток:

- відсутність сприятливого нормативно-правового, організаційного та соціально-економічного середовища, сприятливого для створення підприємств сучасної туристичної галузі на селі;

- існування значної кількості викликів, ризиків та обмежень щодо діяльності сільських туристичних господарств та підприємств;
- низький рівень доходів сільського населення, що не дає змоги забезпечити інвестування в бізнес, стримує підприємницькі ініціативи та інновації;
- нерозвиненість або згортання сільської соціальної інфраструктури, шляхів сполучення, відповідного сервісу, комфорту для клієнтів;
- нерозвиненість реклами і маркетингу в цілому, що унеможливорює отримання інформації потенційними клієнтами;
- дефіцит знань у селян в сфері ведення туристичного бізнесу, інформаційних технологій, аналізу ринку й маркетингових стратегій, системного управління;
- відсутність відповідної державної й місцевої системи підтримки цього нового виду бізнесу.

Функціонування підприємництва у сфері сільського зеленого туризму залежить від низки чинників, які формуються і змінюються в процесі розвитку економічних відносин [37, с. 45]. Істотним при цьому є необхідний рівень соціально-економічного розвитку і стан нормативно-правового забезпечення, а також політичного клімату в державі (рис. 1.3).

Негативними чинниками впливу та ризиками, що ускладнюють формування ефективного середовища у сфері розвитку підприємств сільського зеленого туризму, є певна сезонність попиту на туристичні послуги. Також це незначна кількість бізнесменів з підприємницькими здібностями. Нарешті, йдеться й про довготривалу несприятливу для розвитку малого бізнесу ситуацію в країні. Вона пов'язана у т.ч. із корупцією різного роду контролюючих державних установ, - податкової, митної, санітарно-епідеміологічної, пожежної служб, тіньовою економікою тощо.



Рис. 1.3. Чинники впливу на підприємництво у сфері сільського зеленого туризму (розроблено автором)

Також вимагає удосконалення інституційне забезпечення регулювання сфери сільського зеленого туризму, що визначало б статус його господарств та підприємств і механізми та інструменти їх організації й регулювання у системі державного відтворення. Існує значний як для бідних селянських родин податковий тиск, передусім на початковому етапі, що гальмує підприємницьку діяльність у сфері сільського зеленого туризму та в інших сферах діяльності [24, с. 5]. Спостерігається недостатність фінансових ресурсів для упорядкування системи інфраструктури загалом, що сприяла б веденню бізнесу в галузі сільського зеленого туризму. Досить сумнівними є можливості надання позик кредитними установами, які здебільшого мають пріоритет для великих підприємств із стійким фінансово-економічним становищем.

У цих умовах у процесі окреслення стратегічних пріоритетів розвитку сільського туристичного підприємництва доцільним є проведення SWOT-

аналізу як методу експертної оцінки соціально-економічної ситуації на місцях й з'ясування ключових напрямів менеджменту та маркетингових стратегій ринкової поведінки. Однак, більшість сільських мешканців не володіє особливими знаннями у проведенні подібних науково обґрунтованих оцінок, а керується методом співставлення наявних можливостей і загроз, а також отримання прибутку у процесі здійснення туристичного бізнесу. SWOT-аналіз є актуальним при формуванні бізнес-ідеї у процесі узагальнення і обробки інформації щодо наявності туристичного потенціалу. При цьому необхідною є консультація аналітиків ринку або дорадників, які володіють інформацією та мають досвід у досліджуваній сфері.

За допомогою методу SWOT-аналізу можна визначити як внутрішні, так і зовнішні чинники, що впливають ведення туристичного бізнесу на селі, сприяють раціональному використанню ресурсного потенціалу та визначенню пріоритетних напрямів перспективного розвитку туристичних підприємств. Аналіз спрощує ідентифікацію сильних сторін і можливостей, які потрібно використати, а також слабких сторін і загроз, які потрібно подолати. Завдяки правильному визначенню сильних сторін і можливостей власник агрооселі може порівняти стратегічні альтернативи, зробити обґрунтований вибір і конкретизувати стратегію дій, сформулювати нові концепції і плани [59, с. 26].

Діяльність агрооселі як суб'єкта підприємництва в системі сільського зеленого туризму залежить від механізму взаємодії складових туристичного ринку. Схематично це зображено на рис. 1.4. Організація господарств і підприємств сільського зеленого туризму пов'язана з потребою у різного роду посередниках – надавачах туристичних, транспортних послуг, оскільки приватний господар не завжди може повною мірою охопити та забезпечити різнопланові потреби споживачів. Відповідно, виникає необхідність тісних зв'язків з транспортними, торговими посередниками, фінансово-кредитними установами, супутніми обслуговуючими організаціями [10, с. 254]. Масовий потік туристів та рекреантів також може порушувати рівновагу екосистем у

місяцях їх перебування або переміщення, що потребує відповідного регулювання фахівцями [29, с. 40].

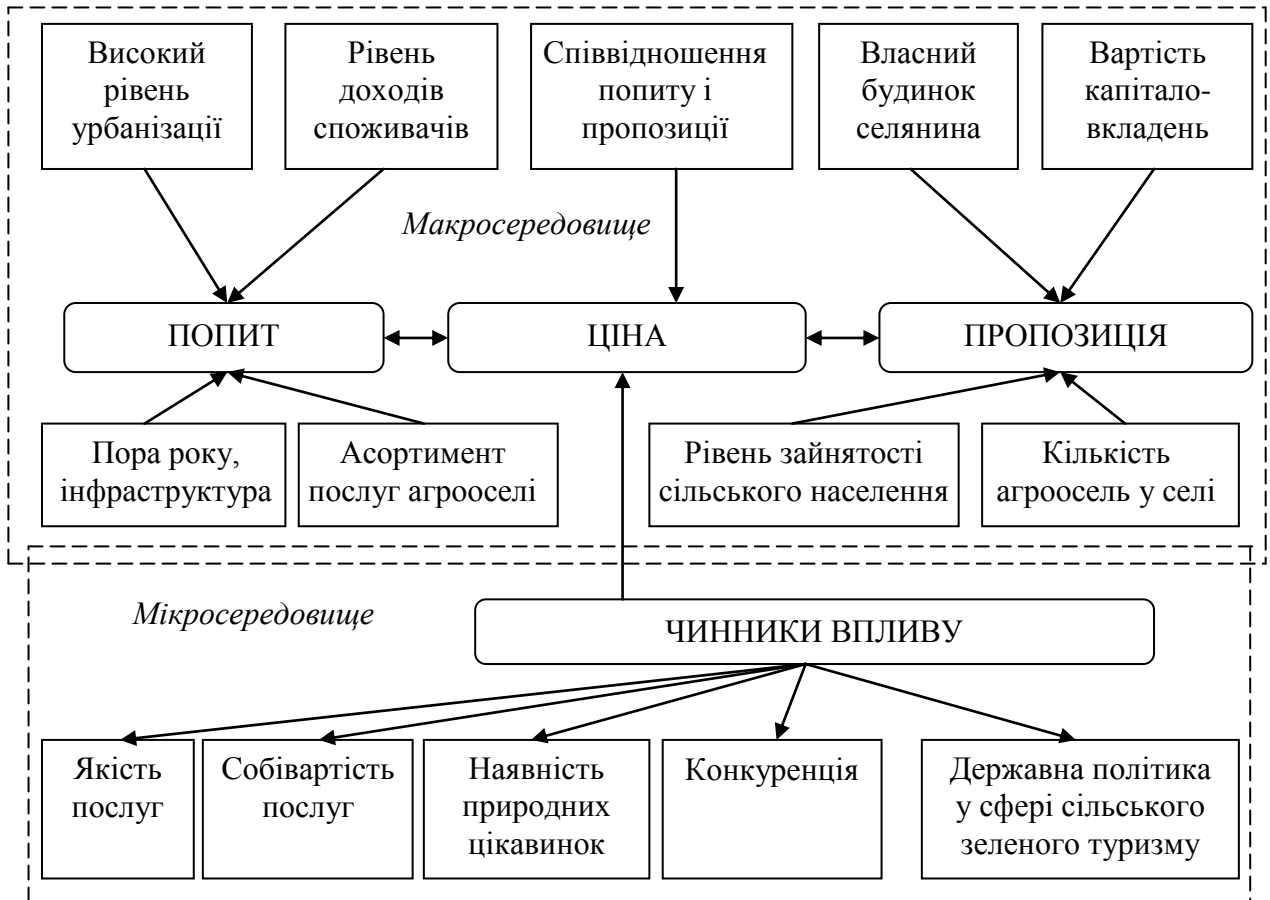


Рис. 1.4. Механізм функціонування агрооселі як суб'єкта підприємництва у сфері сільського зеленого туризму (розроблено автором)

Тому необхідно розробити заходи запобігання перевантаження, регламентування рекреаційної місткості сільських територій. Важливим завданням є побудова прогнозів потоків туристів та рекреантів, розвиток законодавчої бази у сфері туристично-рекреаційного бізнесу. Доцільно задіяти ефективні механізми управління туристичною діяльністю на природно-заповідних територіях, на рівні інших нестійких екосистем. До пріоритетів розвитку господарств та підприємств сільського зеленого туризму віднесені також залучення різних джерел фінансування, зокрема, довгострокового.

Вкрай важливим є впровадження інноваційних проектів у розвиток інфраструктури туризму та рекреації відповідно до міжнародних стандартів,

розширення асортименту туристично-рекреаційних послуг. Стимулювання розвитку діяльності з орієнтацією на екологічний туризм має бути віднесене не тільки до інтересів окремих підприємців у сфері сільського зеленого туризму, але й сільських громад, сільських рад, громадських організацій. Не менш важливе значення у цьому контексті має відродження традиційних народних промислів та ремесел; вироблення екологічно чистих продуктів харчування; оздоровчих та лікувальних трав'яних сумішей; предметів побуту з регіональною символікою; розробка й використання досвіду народних оздоровчих процедур.

Окрему роль відіграє проведення еколого-освітньої діяльності, прокладання екологічних туристичних маршрутів, поліпшення облаштованості території місцями для паркування транспорту, створення пішохідних зон, музейних експозицій і копій визначних пам'яток. Необхідне рекламно-інформаційне забезпечення використання природних рекреаційних ресурсів, інформаційних матеріалів і центрів, у тому числі для попередження про небажаність/бажаність відвідувань у період максимального завантаження, заборони полювання, нересту риби, збору урожаю й інтенсивного завантаження селян іншими видами роботи. Пріоритетним завданням є впровадження доцільних стратегій з маркетингу, супровід груп гідями, інструктаж гідів, екскурсіводів і туроператорів тощо.

1.2. Організаційно-економічний механізм розвитку господарств та малих підприємств

Розвиток господарств та малих підприємств сільського зеленого туризму – це процес, що залежить від цілей та активності зацікавлених сторін, які створюють туристичну продукцію даної сільської місцевості. Їх поєднує географічно й адміністративно визначені ресурсний та

інформаційний туристичний простір [40, с. 51]. У цьому просторі здійснюється певна цілеспрямована діяльність інших зацікавлених сторін – держави та її регіональних владних утворень, органів місцевого самоврядування, власників готелів, лижних і водних станцій, власне самих мешканців цих регіонів.

Їх конкурентна орієнтація в управлінні окремими організаціями, які включають діяльність місцевих жителів та туристів, безпосередньо впливає на можливості розвитку сільських територій. До традиційної конкурентної боротьби між окремими сільськими туристичними підприємствами та господарями останнім часом активно долучилися територіальні громади й утворення. Відтак, утворилися три конкурентні площини: господарств, міні- та малих підприємств та власне територіальних громад і територіальних утворень.



Рис. 1.5. Основні форми діяльності та типи господарств у сфері сільського зеленого туризму (розроблено автором)

На сьогодні проблему конкуренції значною мірою опрацьовано в економічній літературі. Зокрема, у численних наукових працях досліджується поняття конкуренції територіальних утворень, що зумовлено розвитком процесів глобалізації, регіоналізації та децентралізації [50, 51, 72]. Разом з тим, розроблення проблеми конкуренції регіонів, сільських територій та громад, їх ролі в управлінні туризмом носить переважно описовий, якісний характер. Як правило, практичною відсутністю характеризується комплексне уявлення про детермінанти її виникнення, динаміку й потенціал розвитку.

Конкурентоспроможність туристичного підприємства або туристичного територіального утворення (кластеру, асоціації) визначається як здатність до конкуренції, тобто до участі в ринковій боротьбі, яка виникає з вміння композиціювати чинники їх конкурентного потенціалу (конкурентність *ex ante*) та використовувати з метою отримання прибутків. Конкурентна позиція туристичного підприємства на ринку є результатом управління його конкурентоспроможністю, отже, є підсумковою конкурентоспроможністю, або *ex post*. Її показники та прояви можна віднести до територіального устрою, отже, конкурентоспроможність існує на рівнях регіонів, міст, селищ, сіл і повинна бути врахована у системі управління сільським зеленим туризмом через органи місцевого та регіонального самоврядування.

У формуванні туристичної конкурентоспроможності у регіонах або на сільських територіях, яку також називають туристичною регіональною привабливістю, повинні бути враховані не лише усі складові туристичного потенціалу даного регіону [75, с. 27], а й джерела конкурентних переваг. Йдеться про унікальні, неповторні чинники, на основі яких будується конкурентна позиція на туристичному ринку. У сучасному розумінні цими джерелами повинні бути загальні підвалини побудови сільської зеленої туристичної економіки, яка базується на туристичних ресурсах, послугах та інформації.

Відтак, поняття конкурентоспроможності *ex ante* (як сподівання, наміри і прогнози за Г. Мюрдалем [77]) у практиці управління конкурентоспроможністю туристичних підприємств застосовується у формуванні туристичної політики в регіонах, містах та селах. Поняття конкурентоспроможності *ex post* (фактичні дані з огляду на конкурентну позицію) у практиці управління конкурентоспроможністю регіонів, міст та сіл має широке застосування, наприклад, при створенні туристичних рейтингів. Варто зауважити, що у практиці стратегічного управління конкурентоспроможністю поділ двох аналітичних перспектив має досить умовне значення, однак на рівні оперативного управління воно є досить вагомим.

Формування господарств та малих підприємств сільського зеленого туризму на засадах конкурентоспроможності має передбачати її всебічну оцінку [78, с. 230]. Вона є основою для прийняття управлінських рішень про напрями їх розвитку у поточних умовах та на перспективу. Індикатори конкурентоспроможності господарств та/або малих підприємств на ринку сільських зелених туристичних послуг наведено у табл. 1.3.

Представлена в табл. 1.3 сукупність індикаторів може бути типовою при організації господарств та малих підприємств сільського зеленого туризму на засадах конкурентоспроможності. Її також доцільно застосовувати для оцінки їх можливого впливу на розвиток сільських територій. Специфіка такої екстраполяції буде, однак, вимагати розширеного визначення деяких категорій, наприклад, споживачів (туристи, відвідувачі, мешканці), зайнятості, туристичних ресурсів, окреслення інших критеріїв оцінки – чинників туристичної привабливості даного територіального утворення.

**Індикатори конкурентоспроможності господарств та підприємств
сільського зеленого туризму**

Об'єкт оцінки	Характеристика
I. Розпізнавання конкурентної ситуації	1. Характеристика розмірів, ресурсів, стійкості й напрямів діяльності. 2. Конкурентні переваги (поточні та майбутні) у сфері послуг сільського зеленого туризму: що, за якими цінами, засобами, якістю і результатами пропонується клієнтам, сегмент споживачів, платоспроможність і сталість. 3. Місія і соціальна відповідальність. 4. Стратегічні цілі розвитку.
II. Аналіз здатності до конкуренції	1. Аналіз конкурентного середовища господарства/підприємства: ідентифікація інституційного забезпечення, рівнів підтримки, ризиків, оцінка конкурентів. 2. Критерії аналізу та оцінки актуальної та потенційної сили конкурентоспроможності: аналіз та ідентифікація ключових чинників успіху/туристичної привабливості території; комплексна оцінка конкурентних переваг. 3. Окреслення конкурентного профілю господарства/підприємства.
III. Аналіз та оцінка конкурентоспроможності господарства/підприємства	1. Оцінка теперішньої та окреслення потенційної конкурентної позиції. 2. Обґрунтування стратегії розвитку та конкурентної боротьби. 3. Джерела зростання фінансової стійкості, розвитку й конкурентоспроможності. 4. Пропозиції щодо покращення та удосконалення діяльності.

Розроблено автором

У відповідності із Законами України “Про підприємство” та “Про туризм” [63], під туристичним підприємством розуміється самостійний господарюючий статутний суб’єкт, який має права юридичної особи, здійснює комерційну та науково-дослідну діяльність з метою отримання прибутку. В спеціальній економічній літературі туристичне підприємство дуже часто трактується як будь-яке підприємство, яке виробляє туристичні товари або надає послуги туристам. Такої думки дотримуються Азар В.І., Гуляєв В.Г., Копанєв М.І. та інші.

Згідно законів України “Про селянське (фермерське) господарство”, “Про особисте селянське господарство” [167], особисте господарство не несе підприємницького навантаження. Воно ведеться з метою забезпечення потреб сільських родин, а надлишки продукції або певні послуги можуть бути реалізовані на сторону та принести додатковий дохід. Як правило, він не є суттєвим у плані порівняння з заробітною платою та/або прибутками від ведення підприємницької діяльності. Тому облік його не ведеться, а дані у податкові органи не надаються.

Деякі автори (Азар В.І., Копанєв М.І.) поділяють всі підприємства туристичної галузі за ступенем участі в обслуговування туристів на 3 види: первинні, вторинні і третинні [1]. Загалом туристичні господарства та підприємства є складниками туристичного обслуговування поряд з іншими (рис. 1.6).

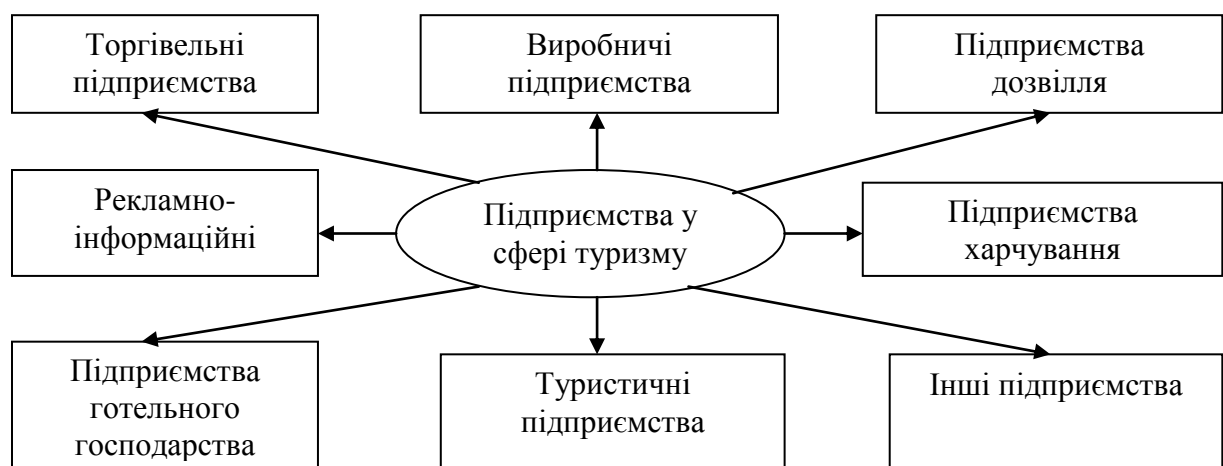


Рис. 1.6. Сукупність господарств і підприємств туристичного обслуговування на селі (удосконалено автором на основі [18]).

У науковій літературі можна знайти і більш вузьке трактування туристичного підприємства, як підприємства, що займається збутом туристичних послуг споживачам (у роботах Бейдика О.О., Кабушкіна М.І. та ін.). На наш погляд, не всі суб’єкти туристичної діяльності можна називати туристичними підприємствами [49]. Це лише такі підприємства, основною функцією яких є виробництво, надання та реалізація комплексного туристичного продукту і ця діяльність забезпечує більше 50,0% їх загальної виручки (в іншому трактуванні –

понад однорічний прожитковий мінімум). Тобто, в основу віднесення підприємств до туристичних слід покласти галузеву ознаку видів діяльності згідно КВЕД, за які вони отримують основну частку виручки. З іншої сторони, для господарств сільського зеленого туризму – це додаткова діяльність, яка займає значне місце у життєдіяльності сільської родини.

Варто зазначити, що сільською зеленою туристичною діяльністю в Україні займається велика кількість різних типів туристичних господарств та підприємств, що надають різноманітні послуги туристам, задовольняючи їх попит. Діяльність туристичних підприємств певним чином розрізняється за специфікою виконуваних функцій, обсягами діяльності та задіяних ресурсів, що обумовлює їх класифікацію та типізацію. Можна виділити наступні типи туристичних підприємств, які функціонують і розвиваються за власні фінансові кошти за рахунок отримання прибутку: туроператори, туристичні агентства, туристичні бюро, екскурсійні бюро, інші підприємства сфери туризму (рис. 1.7).

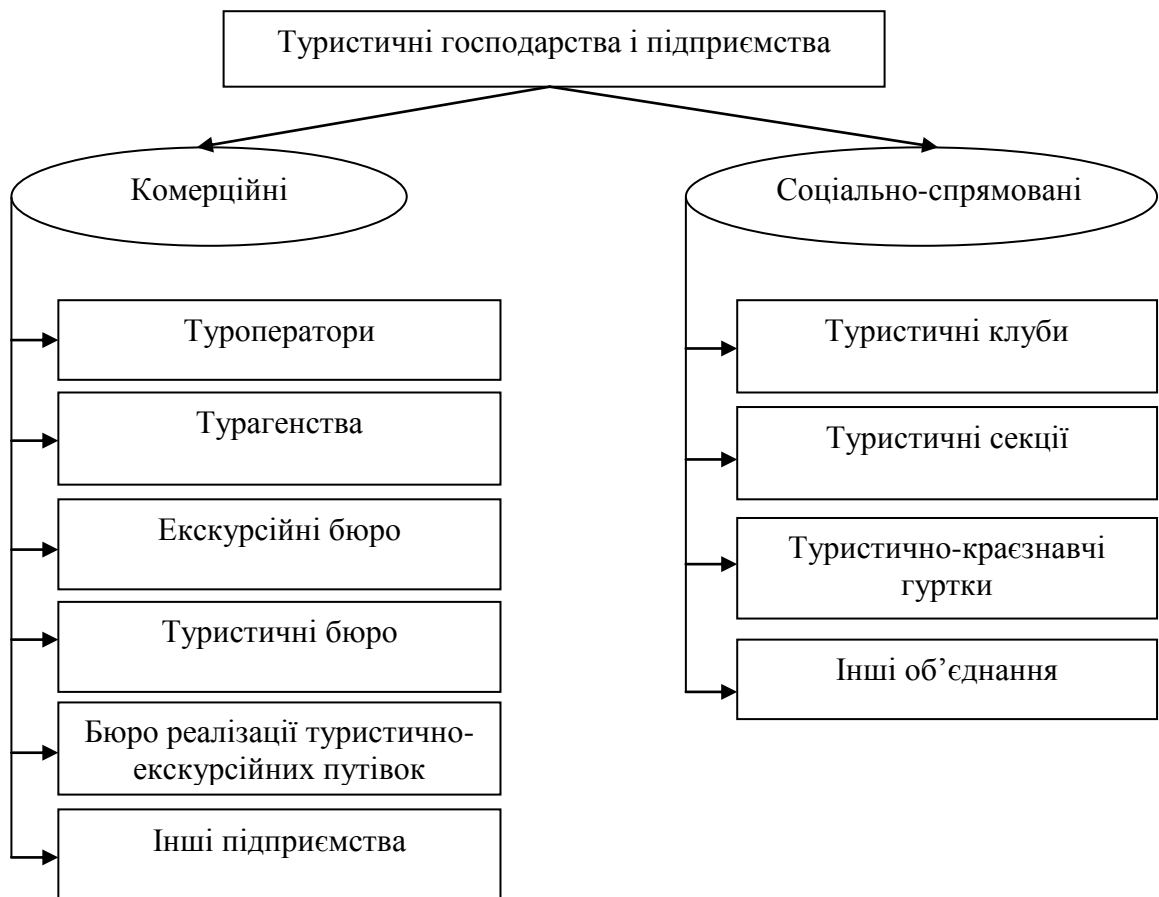


Рис. 1.7. Типологія підприємств та організацій у галузі туризму (удосконалено автором на основі [93]).

Конкуентоспроможність господарств та підприємств сільського зеленого туризму комерційного спрямування визначається безліччю чинників. Передусім, йдеться про умови проживання, харчування й прийому відпочивальників; споживчі властивості та якість туристичних продуктів і послуг; міру їх маркетингової підтримки та просування; особливості цільових ринків, сегменти та поведінку споживачів; потенціал і ресурси туристичних дестинацій сільських територій тощо.

Однак конкурентоспроможність – це відносна характеристика, яка відображає відмінність від товару чи послуги конкурента, по-перше, за ступенем відповідності одній і тій самій суспільній потребі; по-друге, за витратами на задоволення цієї потреби. Під витратами розуміють ціну споживання, включаючи витрати покупця, пов'язані з придбанням товару, і всі витрати, які виникають при його споживанні.

Забезпеченню конкурентоспроможності туристичного господарства або підприємства сприяють: управлінські рішення про вихід на нові ринки збуту, реорганізація структури, зміни господарських зв'язків і маркетингової політики тощо. Ринкові відносини диктують підприємству чіткі кінцеві цілі успіху в конкурентній боротьбі: максимальне задоволення запитів споживача і високий рівень ефективності виробничо-економічної діяльності. Реалізація цих цілей полягає у віднайдені і використанні конкурентних переваг, які забезпечують досягнення міцних конкурентних позицій на ринку.

Конкуентоспроможність суб'єктів туристичного бізнесу означає, отже, їх здатність ефективно використовувати свій потенціал, спрямований на успішний комерційний результат за дотримання умов збалансованого розвитку сільських територій [95, с. 104]. Конкуентні переваги – це такі характеристики чи властивості, які забезпечують господарству або підприємству преференції над прямими конкурентами (рис. 1.8).

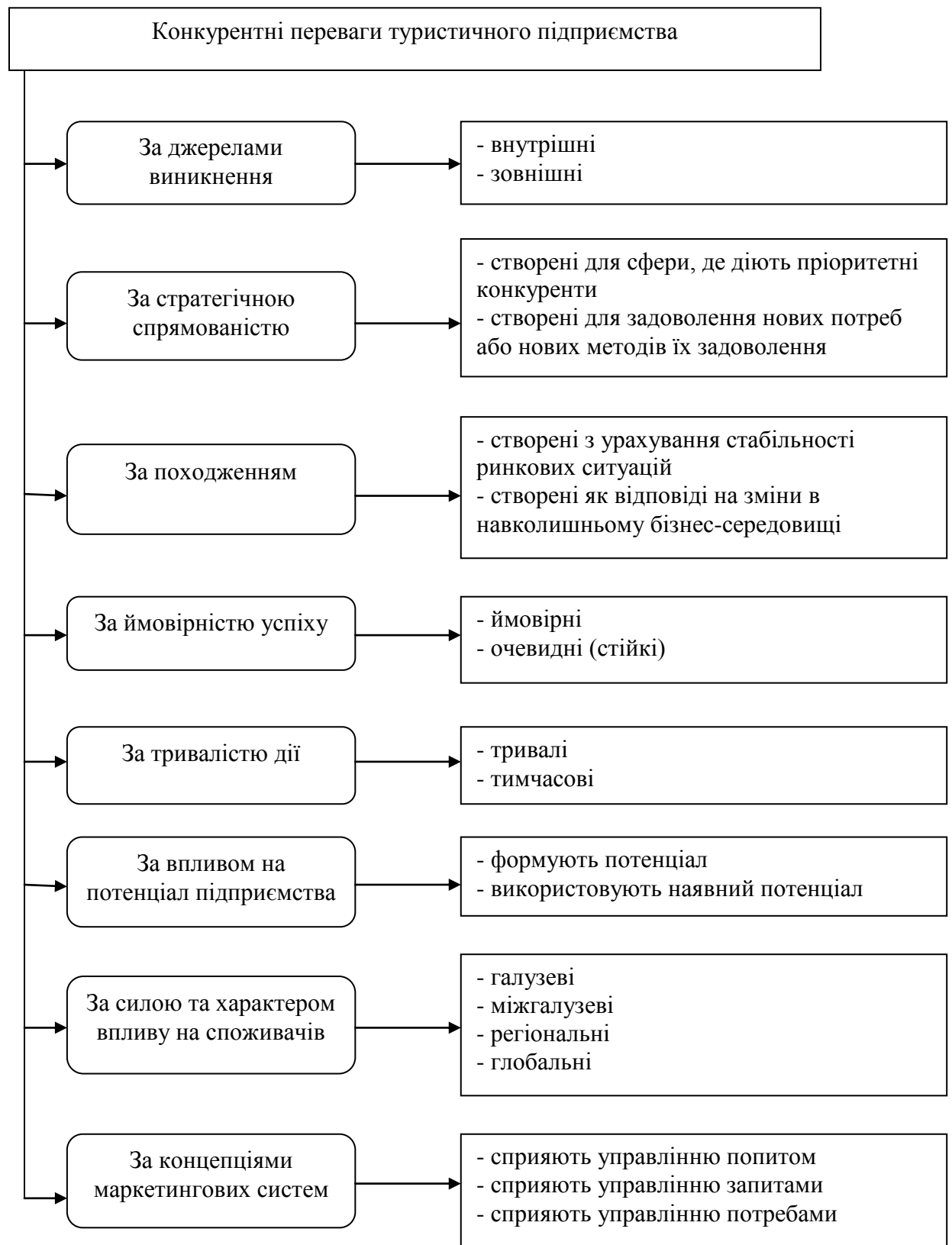


Рис. 1.8. Класифікація конкурентних переваг господарств та підприємств сільського зеленого туризму (згруповано автором)

Основними чинниками, які забезпечують конкурентні переваги, є наступні:

- відмінна якість, що являє собою підвищену цінність для покупців або через зменшення їх витрат, або у зв'язку із підвищенням ефективності продукції. Така зовнішня конкурентна перевага забезпечує туристичному підприємству підвищену ринкову владу, тобто може примусити ринок платити більш високу ціну;

- витрати підприємства нижчі за рахунок високої продуктивності. Така внутрішня конкурентна перевага робить підприємство прибутковішим;

- навички, унікальні атракції чи технології, які створюють унікальну цінність для споживачів.

Конкурентні переваги господарств та підприємств сільського зеленого туризму за джерелами їх виникнення можна поділити на внутрішні і зовнішні. Внутрішні – це характеристики внутрішніх аспектів діяльності (рівень затрат, продуктивність праці, організація бізнес-процесів тощо), які перевищують аналогічні характеристики пріоритетних конкурентів. Внутрішні переваги є базисом загальної конкурентної переваги суб'єктів господарювання. У більш широкому розумінні вони визначаються як такі: виробничі (продуктивність праці, економічність витрат, забезпеченість матеріально-технічними ресурсами); технологічні (сучасність, гнучкість технологічних процесів, використання досягнень науково-технічного прогресу); кваліфікаційні (професійність, активність, творчість персоналу, схильність до нововведень).

Також це організаційні переваги (сучасність, гнучкість, структурованість); управлінські (ефективність і результативність управління якістю, закупівельними та збутовими процесами; мотивація персоналу); інноваційні (впровадження нових технологій, продуктів, послуг, наявність і впровадження ноу-хау); наслідкові (ринкова культура підприємства, традиції); економічні (платоспроможність, ліквідність, прибутковість, рентабельність); територіальні (розміщення, близькість до джерел

матеріальних і людських ресурсів, ринків збуту, транспортних шляхів та каналів розподілу).

Зовнішні конкурентні переваги базуються на спроможності господарств та підприємств створити більш значимі цінності для споживачів його продукції [84, с. 49]. Це створює можливості більш повного задоволення їх потреб, зменшення витрат чи підвищення ефективності діяльності. Зовнішні конкурентні переваги орієнтують підприємство на розвиток та використання тих чи інших внутрішніх переваг та забезпечують йому стійкі конкурентні позиції, оскільки орієнтують на цілеспрямоване задоволення потреб конкретної групи споживачів.

До зовнішніх конкурентних переваг господарств і підприємств сільського зеленого туризму можна віднести, насамперед: інформаційні (ступінь їх поінформованості про стан і тенденції розвитку ринку, дію сил і умов навколишнього бізнес-середовища, поведінку споживачів, конкурентів); конструктивні (технічні характеристики продукції, послуг, дизайн); якісні (рівень якості продукції та послуг за оцінками споживачів); поведінкові (ступінь поширення концепцій маркетингу серед працівників щодо задоволення потреб споживачів конкретних цільових ринків); кон'юнктурні (ринкові умови діяльності, конкурентне середо вище).

Також це переваги сервісні (рівень та якість послуг); іміджеві (загальні уявлення споживачів про підприємство та його пропозиції продажу, популярність); цінові (рівень та можлива динаміка цін); збутові (портфель замовлень, прийоми та методи розподілу продукції); комунікаційні (канали і способи поширення інформації про підприємство, наявність і використовуваність зворотного зв'язку) [73, с. 70]. В залежності від конкурентного середовища, стану та динаміки ринку туристичних послуг, формується організаційно-економічний механізм функціонування господарств і підприємств сільського зеленого туризму (рис. 1.9).

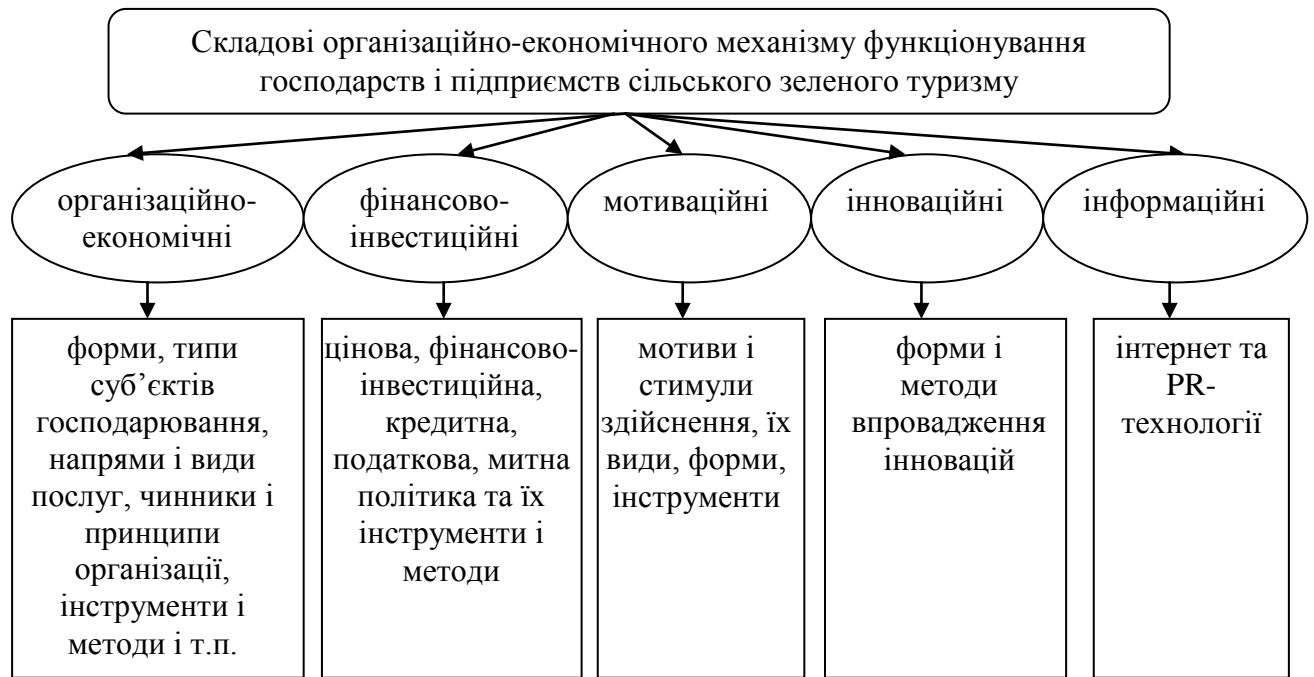


Рис. 1.9. Складові організаційно-економічного механізму функціонування господарств і підприємств сільського зеленого туризму (розроблено автором)

Так, в залежності від наявного майна, рівня забезпеченості грошовими ресурсами та джерел основних доходів можуть бути організовані туристичні господарства (на базі селянських господарств, домогосподарств або агроосель (агросадиб) та підприємства (на базі фермерських господарств, аграрних підприємств, як міні-готелі, бази відпочинку, міні-пансіонати тощо). Вони організують сільську туристичну діяльність у певних формах (надаючи житло, харчування, транспорт у комплексі або поодиноці) або напрямках (пасивний, активний комбінований відпочинок) або видах (літній, зимовий туризм, полювання, збір грибів і ягід, рибна ловля тощо).

Вказана діяльність споріднює їх, але податкову базу вони мають різну. У випадку господарств сільського зеленого туризму як фермерських або аграрних господарств (підприємств) вказані суб'єкти є юридичними особами та платниками податків як малі підприємства, якщо ця додаткова туристична діяльність перевищує за обсягом доходів річний мінімум заробітної плати або 50,0% доходів від основної діяльності. У випадку туристичних

господарств як особистих і домашніх господарств сільський зелений туризм є допоміжним видом діяльності та не вважається таким, що приносить суттєвий дохід, отже, не є основою оподаткування. Разом з тим спеціалізовані агрооселі, відповідним чином законодавчо оформлені та облаштовані (з народним місцевим колоритом, ландшафтним дизайном, з цікавими атракціями та послугами і т.п.) за умови прибуткової діяльності є також платниками податку.

Цінова політика як елемент економічного механізму формується під впливом туристично-ресурсних можливостей та конкурентних переваг місць розміщення суб'єктів господарювання; кон'юнктури споживчих ринків, інституційних особливостей їх забезпечення, інших чинників соціально-економічного та геополітичного становища в країні. Під впливом державної соціально-економічної політики формуються та діють такі складові організаційно-економічного механізму, як податкова, кредитно-грошова, митна, інституційна. Це податки і збори, процентні ставки за кредитами, правила перетину кордонів та вантажів, інші митні вимоги. Інститути та інституції у сільському зеленому туризмі відносно суб'єктів його господарювання утворюють керівні державні та регіональні й місцеві органи, владні структури або представники, сільські громади, громадські організації, нормативно-законодавчі акти та вимоги.

Крім вказаних чинників, потреби у зайнятості, доходах, відтворенні загалом; традиції і звичаї, статусність, особистісні потреби, рішення сільських громад впливають на мотиви і стимули туристичної діяльності [61, с. 78]. Останні полягають у суспільному визнанні, можливості отримання додаткових місць прикладання праці та доходів, збільшенні комунікацій між людьми, особистісному рості. В залежності від місії, ресурсів, ринкового середовища ті або інші складники організаційно-економічного механізму використовуються як пріоритетні. В такому розумінні він є основою реалізації управлінських рішень, а його компоненти та структура – наслідком системного управління господарствами та підприємствами у сфері

сільського зеленого туризму.

Як показують наші дослідження, сільський зелений туризм розвивається на базі особистих селянських та фермерських господарств, а також родинних домогосподарств населення. Тому велике значення в управлінні їх діяльності має застосування не тільки тих або інших компонентів організаційно-економічного механізму, але й підходів, методів та інструментів тактичного і стратегічного управління. На нашу думку, це використання, насамперед, основних положень та принципів соціальної відповідальності за власну діяльність; здійснення волонтерських заходів щодо організації навколишнього середовища не тільки заради власного бізнесу, але й свого села, сільської громади, сільської території.

Серед інших управлінських підходів та інструментів, відповідно до пріоритетів розвитку господарств сільського зеленого туризму, найбільш результативним є застосування проблемно-цільового підходу. Він дозволяє виявити проблеми й тенденції, які потребують першочергового вирішення та реагування. А вже відповідно до них розробляються концепції, положення, заходи, обґрунтовуються ресурси, форми та напрями вирішення [62, с. 80]. При цьому вирішення тактичних управлінських проблем передбачає наявність умінь та навичок психології управління, ділового спілкування, публічного адміністрування, а стратегічних – індикативного й стратегічного планування, моделювання та прогнозування бізнесової діяльності.

Управління впровадженням інновацій та залученням інвестицій з метою розширення сільського зеленого туризму здійснюється за допомогою бізнес-планування та інноваційно-інвестиційного проектування. Крім того, на основі їх розробок власники агроосель та особистих селянських господарств мають змогу започаткувати власну справу у цьому напрямі, отримавши пільгові кредити, кошти спеціальних фондів та громадських організацій. З метою управління удосконаленням реалізації пропонованих туристичних продуктів та послуг необхідно використовувати маркетингові стратегії поведінки на ринку. В свою чергу, їх зміст залежить від наявних

ресурсних та інших конкурентних переваг, рівня конкуренції та динаміки ринку туристичних послуг на селі, платоспроможного попиту споживачів.

Враховуючи, що організаційно-економічний механізм функціонування господарств та підприємств сільського зеленого туризму передбачає різні їх типи та форми об'єднань, в управлінських стратегіях у цьому напрямі доцільно застосовувати інструменти державно-приватного партнерства. Також прогресивним є використання методів створення сільських зелених туристичних кластерів, альянсів, асоціацій, центрів, екопоселень, осередків, мереж на основі кооперації та інтеграції при використанні спільного туристично-ресурсного потенціалу територій розміщення суб'єктів господарювання.

Безумовно, що в основі використання компонентів організаційно-економічного механізму, прийняття управлінських рішень має бути системний моніторинг результатів функціонування господарств та підприємств сільського зеленого туризму [30]. Він має здійснюватися як власниками цього бізнесу, так і статистичними державними органами, науковцями та науковими установами, сільськими громадами та громадськими організаціями. Вони є зацікавленими в опрацюванні показників моніторингу як підстави для прийняття управлінських рішень щодо перспектив розвитку та майбутньої діяльності.

1.3. Методичні засади визначення ефективності та конкурентоспроможності підприємницької діяльності

Сучасні умови функціонування підприємств сільського зеленого туризму характеризуються високим ступенем невизначеності, сезонною нестабільністю попиту на туристичні послуги, нестачею фінансових ресурсів, відсутністю відповідної орієнтації на клієнта, жорсткою конкуренцією в

бізнесі. В таких умовах туристичне господарство або підприємство не може обмежитися тільки поточним плануванням й оперативним управлінням своєї діяльності. Виникає необхідність в розробці шляхів щодо підвищення її ефективності та конкурентоспроможності. Необхідність оптимізації бізнес-процесів; пошуку, формування й розвитку конкурентних переваг; боротьба за споживача обумовлює створення системи управління ними на основі безлічі різноманітних індикаторів та показників. Кожному підприємству важливо правильно оцінити конкурентне середовища, галузь, у якій воно функціонує, щоб запропонувати ефективні конкурентні стратегії, які б забезпечували його конкурентоспроможність та сталий розвиток на перспективу.

В умовах розвинутого ринку та високого рівня банкрутства суб'єктів господарювання комерційного успіху досягають лише ті з них, які можуть створювати та реалізовувати на належному організаційному рівні довгочасні стратегії конкурентоспроможності. Вибір та застосування цих стратегій неможливий без визначення наявних конкурентних переваг та оцінки конкурентоспроможності підприємства на даному етапі його життєвого циклу.

Конкурентоспроможність господарств й підприємств сільського зеленого туризму, як було зазначено раніше, розуміється як їх можливості виробляти й реалізувати швидко, дешево, якісно, в достатній кількості, при високому технологічному рівні обслуговування туристичні продукти. З цією метою необхідна систематична робота з усього господарського циклу, що призводить до конкурентних переваг у сфері управління, фінансів, маркетингу й т.д. Конкурентоспроможність, отже, є результатом отриманих конкурентних переваг по всьому спектру проблем та напрямів управління діяльністю [39, с. 19].

Конкурентоспроможність підприємств сільського зеленого туризму – це також узагальнююча характеристика їх стійкості, що зумовлюється ефективністю використання наявного ресурсного потенціалу, здатністю надавати привабливі за ціновими і неціновими характеристиками туристичні

послуги, можливістю адаптуватися до змін динамічного ринкового середовища [22, с. 16]. Нами встановлено, що у сфері сільського зеленого туризму проблема підприємництва та його оцінки у плані ефективності, конкурентоспроможності, сталого розвитку не вивчалася достатньо систематизовано. Тому часто в її методиці застосовуються загальні аспекти оцінки фінансово-господарських показників функціонування підприємств. В той же час слід враховувати, що туризм, тим більше сільський зелений туризм як сфера підприємницької діяльності, має свою специфіку. Виявивши її, можна виділити ряд особливостей і в методиці досліджень (рис. 1.10).



Рис. 1.10. Особливості методики оцінки ефективності та конкурентоспроможності функціонування підприємств сільського зеленого туризму (розроблено автором)

Підприємництво у сфері сільського зеленого туризму активно розвивається і в інших державах світу, для економіки яких він не є новим та недослідженим явищем. З метою перейняти досвід ведення підприємницької діяльності в цій сфері, управління та регулювання її державою, а також

створення сприятливого клімату для подальшого розквіту агроосель в Україні ми порівнюємо показники обсягів туристичної діяльності в різних регіонах нашої країни та в інших державах з використанням статистико-економічного методу, зокрема порівняння [35, с. 47]. Для встановлення взаємозалежності між рівнем туристичних потоків та станом інфраструктури використано метод статистичних групувань.

У процесі функціонування сільського зеленого туризму виникає ситуація, за якої велика кількість користувачів спільно споживає одне і те ж благо, тому потребує розгляду такий важливий аспект діяльності, як укладання угод на основі принципу користування спільним, що зроблено на прикладі конкретного населеного пункту з визначенням можливих обсягів послуг і перспектив розвитку сфери сільського зеленого туризму. У дослідженні це здійснено за допомогою розрахунково-конструктивного методу.

Метод моделювання соціально-економічних процесів тісно пов'язаний із принципом мультиплікації. Це зумовлено тим, що дохід домогосподарств є одним із видів і джерел формування внутрішніх інвестицій. Відповідно до теорії мультиплікатора можна припустити, що зі зростанням доходів населення, зокрема сільського, і інвестицій, можна очікувати на зростання ВВП та надходжень до бюджету [6, с. 17]. При цьому до уваги взято розвиток сільських територій, зниження рівня безробіття на селі, покращання добробуту населення, підвищення рівня освітньо-культурної сфери, медицини тощо. Таким чином, метод моделювання з урахуванням принципу мультиплікації дає змогу відобразити взаємозалежності між рівнем доходу сільського населення та рівнем розвитку територій і передбачити проблеми, які потребують вирішення в реформуванні соціально-економічної сфери села.

Метод моделювання процесу надання послуг сільського зеленого туризму є ефективним засобом детермінації якісних та кількісних ознак, формалізації функціональних залежностей і тенденцій розвитку. У процесі дослідження створюються моделі, які зображають логічні зв'язки і взаємозалежності у вигляді таблиць, формул та графіків. Кожна з цих форм

моделей відображає певну характеристику та особливість сільського зеленого туризму як виду підприємницької діяльності та сфери господарювання. За допомогою графічної моделі показано логіку процесу зміни показників протягом певного періоду та функціональну залежність між ними.

З використанням методології синергетичного підходу сільський зелений туризм розглядається як соціально-економічне явище та досліджується як система, що самоорганізується, виникнення і зміна якої ґрунтується на випадкових процесах, особливо в їх кризових, нестабільних станах [16, с. 2]. Враховуючи це, можна зазначити, що сільський зелений туризм виник в умовах зростання рівня безробіття на селі та досягнення ним критичної межі, з одного боку, а з іншого – як реакція жителів міських територій на зростання рівня урбанізації та погіршення стану навколишнього середовища.

Інструментарій синергетичного підходу дає змогу визначити, що:

1) сільському зеленому туризму як системі неможливо нав'язати напрями і шляхи розвитку, можливо лише сприяти процесу самоорганізації його суб'єктів;

2) неможливо досягти одночасного поліпшення відразу всіх важливих показників системи (і покращити рівень інфраструктури, і підвищити добробут населення, і вдосконалити інституційне середовище);

3) для сільського зеленого туризму існує декілька альтернативних шляхів розвитку (наприклад, або за умов дотримання принципу користування спільним, тобто на локальному рівні, або розробка комплексної системи заходів сприяння розвитку сільських територій на державному рівні);

4) кожний елемент системи несе інформацію про результат майбутньої взаємодії з іншими елементами. Це означає, що існує зв'язок між кількістю агроосель, які розташовані на території сільської місцевості, та кількістю працездатного населення, яке має достатній рівень знань і бажання для ведення підприємницької діяльності та отримання доходів. Варто також зважати на наявність природних умов, що сприятимуть зростанню ролі

сільського зеленого туризму на певній території [57, с. 180]. На наш погляд, здатність до підприємництва об'єктивно є обмеженою кількісно, оскільки не всі сільські жителі мають хист до підприємницької діяльності та не всі оселі є придатними до такого виду діяльності. Тому підприємництво в цій сфері може трактуватись як обмежений ресурс, використання якого залучається в економічний оборот на конкурентній основі.

Очевидно, що важливого значення у становленні підприємництва у сфері сільського зеленого туризму ми надаємо можливостям сільської території з її природними та кліматичними умовами. Водночас ми беремо до уваги інші можливості – кількість місцевого населення, його середній вік, наявність освіти, менталітет та бажання працювати. Враховуючи вплив кожного окремого чинника, за допомогою методу індукції формується загальна концептуальна схема функціонування агроосель у сфері сільського зеленого туризму.

Сільський зелений туризм співіснує з іншими сферами людської діяльності на підприємницьких засадах [65, с. 67]. Сфера сільського зеленого туризму також потребує державних програм розвитку та фінансування суміжних з нею сфер (наприклад, розвиток підприємництва агроосель сільського зеленого туризму сповільнюється в разі незадовільного стану інфраструктури, але розвивається за умов сприяння розвитку сільської місцевості). Послідовно розглядаючи взаємодію сільського зеленого туризму з іншими формами господарювання і досліджуючи його як елемент складної економічної системи на державному рівні, ми переходимо на локальний рівень, використовуючи метод дедукції як інструмент пізнання і виявлення закономірностей його розвитку.

Для визначення ступеня впливу зовнішніх (політичних, економічних, соціальних, культурних, правових тощо) і внутрішніх (рівень кваліфікації персоналу, залученого до надання послуг сільського зеленого туризму, менеджмент організації, що здійснює проект, тощо) чинників на можливість успішного провадження підприємницької діяльності агроосель у сфері

сільського зеленого туризму використовувався інституційний аналіз.

Основні задачі, які розв'язувалися за допомогою інституційного аналізу, полягали у:

- 1) аналізі політичної орієнтації та макроекономічної політики уряду щодо питань підприємництва у сфері сільського зеленого туризму;
- 2) визначенні пріоритетних цілей та напрямів розвитку підприємництва у сфері сільського зеленого туризму;
- 3) оцінці фактичного стану туристичного підприємництва на селі та визначенні параметрів його успішної реалізації;
- 4) створенні можливостей та стимулів для узгодженості цілей підприємницької діяльності у сфері сільського зеленого туризму з інтересами його учасників;
- 5) локальній інституціоналізації підприємницької діяльності на основі координації дій органів державної влади, органів місцевого самоврядування та економічної самоорганізації суб'єктів підприємництва.

Оцінка зовнішніх чинників впливу на підприємницьку діяльність у сфері сільського зеленого туризму за допомогою інституційного аналізу дає нам змогу визначити обмеження в процесі прийняття рішень власниками агроосель. Такі обмеження є результатом правових та управлінських рамок, в яких агрооселя повинна працювати, що передбачає захист споживачів і навколишнього середовища, сплату податків, установлення мінімального рівня заробітної плати тощо. Ступінь впливу окремих зовнішніх чинників у роботі оцінювався на основі застосування евристичних підходів, заснованих на експертних оцінках.

Характеристика внутрішнього середовища туристичної підприємницької діяльності на селі на основі інституційного аналізу ґрунтується на принципах правильної організації, дає змогу зробити висновок про здатність агрооселі досягти поставлених цілей [87, с. 173].

Сільський зелений туризм як вид підприємницької діяльності провадиться селянами з метою отримання доходу та наповнення сімейного

бюджету. Змістом діяльності агрооселі вважається операція, пов'язана з наданням послуг туристу. Дохід, який отримується в результаті цієї операції, визначається, виходячи зі ступеня завершеності процесу надання послуг, якщо результат може бути достовірно оцінений.

Послуга вважається наданою в повному обсязі, якщо турист закінчив користуватися наданим йому приміщенням, тобто звільнив кімнату (залишив агрооселю). З метою оцінки результатів діяльності послуга садиби ідентифікується з добою. Одиниця послуги (ліжко-доба) вважається наданою в повному обсязі після закінчення доби.

Оцінка ступеня завершеності операції з надання послуг проводиться визначенням питомої ваги обсягу послуг, наданих за певний період, у загальному обсязі послуг, які мають бути надані, таким чином:

$$K_{п.в.} = \frac{\text{Обсяг}_{\text{виконаних послуг на звітну дату}}}{\text{Загальний обсяг послуг, які були надані}} * 100\%$$

де К п.в. – коефіцієнт питомої ваги, %.

Таку методику "накопиченням" застосовує для визначення доходу основної діяльності більшість підприємств світової туристичної індустрії. Цей метод найточніше відображає процеси та результати, що мають місце в готелях [97, с. 70]. Фінансові звіти, побудовані на основі цього методу, містять найточніші дані про доходи та витрати.

У сфері сільського зеленого туризму доходи від реалізації послуг агрооселі в основному складаються з доходів від:

- надання кімнат для ночівлі чи проживання;
- реалізації послуг харчування на території агрооселі;
- надання побутового обслуговування (прання, прасування тощо);
- пасажирських перевезень;
- екскурсійної діяльності;
- інших послуг (телекомунікаційні, за користування спорядженням, прокат велосипедів тощо).

Поруч із доходами агрооселі формуються також витрати, які виникають насамперед у процесі надання послуг: утримання приміщень агрооселі (електро-, теплопостачання, прання та прасування білизни, абонентська плата за телефон, Інтернет тощо). Важливо також зазначити, що в рахунках на комунальні послуги суми не розподілені між приміщеннями агрооселі. Водночас користуються цими приміщеннями і власники, які постійно проживають, і туристи, які протягом конкретного періоду часу перебувають в агрооселі.

Вагомою складовою витрат є витрати на обладнання кімнат для відпочивальників (закупівля ліжок, меблів, засобів особистої гігієни, рушників тощо), а також витрати на їх ремонт і технічне обслуговування.

Як правило, результат від надання послуг сільського зеленого туризму власниками агроосель обчислюється порівнянням доходів, отриманих під час обслуговування відпочивальників, та поточних витрат, які було здійснено для надання послуг туристам [133, с. 27]. За межами оцінки є доходи і витрати (втрати) сільських територій, хоча саме їх характеристики є тими чинниками, що локалізують весь процес.

Підприємництво у сфері сільського зеленого туризму є специфічною та особливою діяльністю, яка ґрунтується на одночасному використанні власних ресурсів (приватні будинки власників домогосподарств) та природних ресурсів, які є спільними. Часто ці ресурси можуть бути втраченими, якщо інтереси окремих суб'єктів не узгоджуються з можливостями спільних ресурсів.

Методичні основи дослідження господарств та підприємств сільського зеленого туризму включають сукупність інструментів та способів, що дозволяють дати оцінку тому чи іншому явищу. Вони охоплюють інформаційну базу, сукупність критеріїв та показників, основні методи та порядок оцінювання. Оцінювання ефективності та конкурентоспроможності сільського зеленого туристичного суб'єкта господарювання може відбуватися за наступними основними етапами [122, с. 34]: 1. Оцінка ринку,

чинників функціонування та вибір підприємств-конкурентів для порівняння. 2. Збір необхідної інформації про ринок сільського зеленого туризму та його учасників. 3. Розробка системи оцінних критеріїв, показників та індикаторів. 4. Розрахунок показників функціонування досліджуваних господарств та підприємств сільського зеленого туризму. 5. Побудова порівняльних таблиць, графіків, рисунків як результатів та ілюстрацій оцінювання за найбільш прийнятними методами.

Основними методичними принципами визначення ефективності господарств та підприємств сільського зеленого туризму є: оцінювання з позицій виробників або споживачів послуг; орієнтації на певний вид та сегмент ринку; забезпечення порівняльності підприємств за типами, формами та видами; дотримання норм національного та міжнародного законодавства; орієнтації на певний тип ринку (внутрішній, зовнішній); попередження подвійного врахування показників; формування сукупності показників, які можна розраховувати на основі статистичних джерел та анкетування або опитування [158, с. 47].

Визначення конкурентоспроможності господарств і підприємств сільського зеленого туризму означає порівняння різних показників і критеріїв одного підприємства на тлі інших. Тому доречно відзначити відносність даної категорії. Процедуру аналізу конкурентоспроможності підприємства сільського туризму можна схематично представити у вигляді певної послідовності (рис. 1.11).



Рис. 1.11. Послідовність проведення аналізу конкурентоспроможності господарств та підприємств сільського зеленого туризму (розроблено автором)

Як зображено на рис. 1.11, результуючими складовими методики визначення конкурентоспроможності суб'єктів сільського зеленого туризму є використання обґрунтованих методів та вироблення чітких критеріїв і показників конкурентоспроможності на конкретному етапі їх життєвого циклу. Критерії повинні охоплювати, насамперед, повноту задоволення попиту туристів та ефективність туристичної діяльності на селі. Повнота задоволення попиту визначається відповідністю асортименту послуг господарств та підприємств туристичним потребам споживачів.

Оскільки об'єктом їх діяльності є турист, який як клієнт контактує з виконавцем і одночасно споживає послугу, тому він сам в місці обслуговування і оцінює її якість та відповідність його рекреаційно-туристичним потребам [188, с. 15]. Однак лише думки споживачів при тому недостатньо: необхідно знати результативність його діяльності. З цією метою використовується критерій ефективності сільської туристичної діяльності. Він залежить від ефективності реалізації послуг; управління туристичним обслуговуванням та персоналом; використання ресурсів, фінансового стану та стійкості підприємств. Для оцінювання господарств та підприємств сільського зеленого туризму застосовують показники, що характеризують основні напрями діяльності: основну або виробничу (з виробництва туристичних продуктів та надання послуг), кадрову, фінансово-інвестиційну, соціально-економічну, інноваційну, організаційну, управлінську діяльність та ін. Для них можуть використовуватися як кількісні, так і якісні показники у вигляді опису чи бальної оцінки.

Існують різні методи та способи оцінки ефективності функціонування та конкурентоспроможності господарств і підприємств сільського зеленого туризму. Серед них виділяються матричні методи, до яких відносяться: матриця “зростання/частка”, що розроблена провідною консалтинговою компанією Boston Consulting Group (БКГ). Найбільш конкурентоспроможними будуть ті господарські суб'єкти, що займають значну частку на ринку. Матриця “привабливість галузі/позиція в конкуренції”, що створена

компанією GeneralElectric. Найбільш конкурентоспроможними, згідно цієї моделі, будуть ті суб'єкти, які мають більш сильні позиції в конкуренції та працюють у більш привабливих напрямках сільського зеленого туризму.

Наступний важливий методичний підхід до оцінки ефективності господарювання ґрунтується на використанні системи показників, що відображають ресурсозабезпечення та ресурсокористування. Його концептуальною основою вважається твердження Портера М., що конкурентоспроможність відображає продуктивність використання ресурсів з метою підтримки ринкових позицій на високому рівні [161, с. 83]. Тому підприємства повинні дбати про найбільш повне та ефективне використання всіх ресурсів, які є зараз та капіталізуються для майбутньої діяльності. Виходячи з цього, конкурентоспроможність можна виміряти за допомогою визначення продуктивності використання ресурсів, яка представляє собою найбільшу віддачу, найбільший результат, що приходить на одиницю витрачених ресурсів [42, с. 26].

Виходячи з цього, в якості оцінки продуктивності доцільно використовувати показник рентабельності виробництва. Більш повну оцінку дозволяють отримати методи, що базуються на теорії ефективної конкуренції. Згідно з нею, конкурентоспроможними є підприємства, де ефективно організовані виробництво, реалізація товарів або надання послуг та управління фінансами.

Реалізованою за даним принципом є методика консультаційної американської фірми «Даненд Бренд стріт», що містить три групи показників: ефективності виробничо-збутової діяльності; основної діяльності; фінансового стану. Позитивною стороною даного методу є використання показників, що дозволяють проводити аналіз роботи підприємств сільського зеленого туризму в цілому. Проте є ряд недоліків, а саме: показники дублюють один одного, не враховуються якість та ціна продукції. Разом з тим застосування непрямих показників (наприклад, відношення чистого прибутку до обсягу продажів або до чистої вартості

матеріальних активів) характеризує ефективність організації системи збуту та просування продукції й надання послуг.

Широко відомими є також комплексні методичні підходи, які базуються на розрахунках окремих показників та розробці зведеного показника конкурентоспроможності. Розглядаючи перший напрям, можна виділити ті, що базуються на несистематизованій та систематизованій сукупностях показників. Перша концепція представлена у працях Немцова В.Д., Довгань Л.Е., де автори виділяють наступні показники [130] (табл. 1.4):

Таблиця 1.4

Несистематизована сукупність показників конкурентоспроможності господарств та підприємств сільського зеленого туризму*

Показники	
1.	Конкурентоспроможність продукції, послуг та ефект від їх реалізації.
2.	Відношення вартості реалізованої продукції/послуг до її/їх кількості за поточний період.
3.	Відношення прибутку до загальної вартості продажів.
4.	Відношення загальної вартості продажів до вартості матеріально-виробн. запасів.
5.	Відношення загальної вартості продажів до вартості нереалізованої продукції.
6.	Відношення суми дебіторської заборгованості до загального обсягу продажів.
7.	Використання наявних ресурсних можливостей, його рівень та напрями.
8.	Портфель замовлень.
9.	Обсяг капіталовкладень.

* розроблено автором на основі [34, с.111]

На нашу думку, недоліком даного підходу є обмеженість показниками виробничо-збутової діяльності господарств і підприємств сільського зеленого туризму, не враховуючи його фінансовий стан. На нашу думку, даний підхід слід було б доповнити інформацією про абсолютні фінансові результати (чистий прибуток) характеристикою відносної доходності (рентабельності) продукції, виробничих фондів, всього майна господарства або підприємства сільського зеленого туризму. Отже, позитивною якістю першого

методичного підходу є оцінка конкурентоспроможності на основі детального вивчення виробничих, збутових, фінансових можливостей, організації управління, а також привабливості продукції й послуг для споживачів. Однак відсутність належної систематизації запропонованих показників ускладнює проведення аналізу.

Другий методичний підхід ґрунтується на систематизованій оцінці показників конкурентоспроможності. Так, Фатхутдинов Р.А. [219, с. 94] пропонує вивчати сильні та слабкі сторони підприємств за допомогою багатокутника конкурентоспроможності, використовуючи вісім основних критеріїв: якість, ціна, фінанси, торгівля, післяпродажне обслуговування, зовнішня політика, підготовка перед продажем, концепція товару, на якому базується діяльність. Ламбен Ж.-Ж., Чумпітас Р., Шулінг І. [106, с. 167] в якості деталізованого варіанту дослідження рекомендують використовувати контрольні аркуші у формі систематизованих таблиць.

У цьому випадку формуються наступні цільові групи показників для контрольної оцінки: 1. Фінанси. 2. Виробничий потенціал. 3. Трудові ресурси. 4. Технології та науково-дослідний потенціал. 5. Організація та управління. 6. Маркетинг. Таким чином, чітке розмежування всіх складових оцінки шляхом виділення основних критеріїв підвищує ефективність аналітичної роботи та є основною перевагою другого методичного підходу. Однак, оцінка функціонування підприємств сільського зеленого туризму в даному випадку є не досить переконливою, оскільки наведені критерії визначаються за допомогою експертних оцінок. Багато в чому така ситуація обумовлена тим, що окремі критерії включають в себе елементи, які не мають кількісних визначень [117, с. 8].

Ще одним відомим методичним підходом здійснення оцінки функціонування суб'єктів сільського зеленого туризму є розгляд конкурентоспроможності продукції/послуг та ефективності діяльності в порівнянні з конкурентами [69, с. 9]. Показник конкурентоспроможності діяльності (Кд) розраховується за формулою:

$$K_B = K_n \times K_e,$$

де K_n – загальний показник конкурентоспроможності продукції,

K_e – індекс відносної ефективності.

Також вживаним методичним підходом є підхід на основі оцінки ($J_{\text{ксп}}$) функціонування за трьома критеріями: матеріально-технічне становище, конкурентоспроможність продукції та фінансово-економічна стійкість господарств та/або підприємств сільського зеленого туризму [60, с. 103]. Проте в ньому чітко не визначені показники матеріально-технічного становища. Також пропонується визначення фінансової стійкості за допомогою двох показників, що відображають відношення дебіторської та кредиторської заборгованості та платоспроможності. Це не є достатньо коректним, оскільки вони не враховують доходність, ділову та ринкову активність, ліквідність господарств та/або підприємств.

У вітчизняній та міжнародній практиці досліджень в останні роки широкого застосування набув індикативний підхід до оцінки ефективності та конкурентоспроможності підприємств. У випадку суб'єктів діяльності сільського зеленого туризму використовуються економічна та соціальна його складові. Для оцінки економічної складової використовується п'ять індикаторів: 1. Індикатор ефективності бізнесу (KP_n). 2. Індикатор ефективності використання економічного простору (KT_n). 3. Індикатор попиту споживачів на продукцію/послуги (KE_n). 4. Індикатор рівня доходу працівників підприємства (KD_n). 5. Індикатор ефективності використання часу ($KЧ_n$).

В результаті загальний фактичний рівень економічної конкурентоспроможності (PEK_n) має вигляд:

$$PEK_n = \frac{KP_n + KT_n + KE_n + KD_n + KЧ_n}{KP_y + KT_y + KE_y + KD_y + KЧ_y} \rightarrow \max ,$$

де KP_n , KT_n , KE_n , KD_n , $KЧ_n$ – бальні оцінки значень індикаторів конкурентоспроможності, що аналізуються;

KP_y , KT_y , KE_y , KD_y , $KЧ_y$ – бальні оцінки значень індикаторів базового рівня для дослідження конкурентоспроможності.

В якості базових рівнів для оцінки ефективності та конкурентних позицій підприємств сільського зеленого туризму доцільно розглядати: світові, національні та галузеві стандарти і нормативи; показники провідних підприємств (лідерів); критичні рівні індикаторів, при яких підприємство стає конкурентоспроможним або банкрутом [31, с. 58]. Такий підхід дозволяє виявити резерви підвищення ефективності за допомогою визначення різниці між високим та низьким показниками того чи іншого індикатора функціонування підприємств сільського зеленого туризму.

Соціальна складова оцінки ефективності охоплює чотири індикатори діяльності сільського зеленого туристичного господарства/підприємства: оцінка споживачами та суспільством (споживчий рейтинг – CP_n); оцінка конкурентами (діловий рейтинг – DP_n); самооцінка працівниками та власниками (престижний рейтинг – MP_n). Тоді загальний фактичний рівень соціальної конкурентоспроможності (PSK_n) розраховується як:

$$PSK_n = \frac{CP_n + DP_n + PP_n + MP_n}{CP_{nn} + DP_{nn} + PP_{nn} + MP_{nn}} \rightarrow \max ,$$

де CP_{nn} , DP_{nn} , PP_{nn} , MP_{nn} – аналогічні нормативи чи фактичні рівні у конкурентів у балах. У результаті загальний фактичний рівень конкурентоспроможності (ZPK_n) має вигляд:

$$ZPK_n = \frac{PEK_n + PSK_n}{PEK_{nn} + PSK_{nn}},$$

де PEK_{nn} , PSK_{nn} – аналогічні нормативні чи фактичні загальні рівні конкурентоспроможності у конкурентів, в балах.

Якщо об'єднати показники конкурентоспроможності в групи, то отримаємо: показники ефективності діяльності; показники фінансової стійкості та платоспроможності; показники конкурентоспроможності продукції.

У першу групу входять показники, які характеризують ефективність виробничої діяльності: економічність виробничих витрат, раціональність експлуатації основних фондів, досконалість технології виготовлення товару або надання послуг, організація персоналу [14, с. 16]. У другу групу об'єднані показники, що відображають оцінку рівня платоспроможності, тобто здатність підприємства відповідати за своїми зобов'язаннями, за можливість сталого розвитку в майбутньому. Це – коефіцієнт загальної ліквідності, коефіцієнт ліквідності, коефіцієнт абсолютної ліквідності.

До третьої групи включені показники фінансової стійкості підприємств: коефіцієнт фінансової стійкості, який відображає питому вагу власних та залучених на тривалий період коштів у загальних витратах підприємства; коефіцієнт фінансової автономії, що визначає його фінансову незалежність від зовнішніх джерел фінансування; коефіцієнт оборотності капіталу та коефіцієнт маневреності власних коштів, які характеризують ступінь мобільності використання власних коштів. Нарешті, до четвертої групи входять показники оцінки конкурентоспроможності продукції та послуг підприємств сільського зеленого туризму, а саме: показники оцінки якості продуктів харчування та їх цінові показники; умови проживання та їх вартість; транспортні послуги та їх вартість; власне туристичні послуги, їх якість та вартість за видами. Загальна послідовність визначення та зміст критеріїв та показників оцінки ефективності й конкурентоспроможності господарств та підприємств сільського зеленого туризму представлено у табл. 1.5.

Таблиця 1.5

Критерії та показники конкурентоспроможності господарств та підприємств сільського зеленого туризму

Конкурентоспроможність	Роль показника в оцінці	Порядок розрахунку показника
1. Показник ефективності виробничої діяльності підприємств (Евд)		
1.1. Відносний показник витрат на одинцю продукції (В)	Відображає ефективність витрат у процесі випуску продукції	$V = \text{валові витрати/обсяг випуску продукції}$
1.2. Відносний показник фондівдачі (Ф)	Характеризує ефективність використання основних фондів	$\Phi = \text{обсяг випуску продукції/ середньорічна вартість виробничих фондів}$
1.3. Відносний показник рентабельності товару (РТ)	Характеризує ступінь прибутковості товару	$RT = \text{чистий прибуток від реалізації/ повна собівартість продукції}$
1.4. Відносний показник продуктивності праці (ПП)	Відображає ступінь організації виробництва та використання робочої сили	$ПП = \text{обсяг випуску/середньоспискова чисельність робітників}$
2. Платоспроможність підприємства (Пп)		
2.1. Коефіцієнт загальної ліквідності (Кзл)	Характеризує можливість задоволення поточних зобов'язань за рахунок усіх мобілізованих оборотних активів	$K_{зл} = \text{оборотні активи/поточні зобов'язання}$
2.2. Коефіцієнт ліквідності (Кл)	Характеризує можливість покриття поточних зобов'язань	$K_{л} = \text{ліквідні активи/поточні зобов'язання}$
2.3. Коефіцієнт абсолютної ліквідності (Ка)	Характеризує можливість покриття поточних зобов'язань за рахунок високоліквідних активів	$K_{а} = \text{високоліквідні активи/поточні зобов'язання}$
3. Показники фінансової стійкості підприємств (Фс)		
3.1. Коефіцієнт фінансової стійкості (Кфс)	Показує питому вагу власних коштів у загальних витратах підприємства	$K_{фс} = \text{власні кошти/валюта балансу}$
3.2. Коефіцієнт фінансової автономії (Кфа)	Відображає частку власних коштів у загальній сумі заборгованості підприємства	$K_{фа} = \text{власні кошти/залучені кошти}$
3.3. Коефіцієнт оборотності балансу (Коб)	Визначає частку виручки у 1 грн. витрат підприємства	$K_{об} = \text{виручка від реалізації за рік/ середня валюта балансу}$
3.4. Коефіцієнт маневреності власних коштів (Км)	Характеризує ступінь мобільності використання власних коштів	$K_{м} = \text{(оборотні кошти - необоротні активи)/власний капітал}$
4. Конкурентоспроможність товару (Кт)		
4.1. Якість товару (Кя)	Характеризує здатність товару задовольняти потребу у відповідності з його призначенням	Комплексний метод оцінки, що передбачає виділення критеріїв оцінки якості продукції
4.2. Ціна товару (Кц)	Визначає вартість товару підприємства в торговельній мережі	Порівняльна оцінка з цінами, які пропонують за аналогічний товар підприємства-конкуренти

Заключним етапом оцінки ефективності функціонування господарських суб'єктів сільського зеленого туризму є формування системи бальної оцінки та визначення коефіцієнтів вагомості для його чинників. Для переведення кількісних та якісних показників у відносні величини здійснюється їх порівняння з базовими показниками [9, с. 140]. В якості останніх можуть виступати: нормативні або стандартні показники; середньогалузеві показники; показники підприємств – лідерів ринку; показники підприємств – конкурентів у даній та іншій галузях, регіонах, країнах; минулорічні показники діяльності господарств та підприємств сільського зеленого туризму.

Висновки до розділу 1

1. Туризм як альтернативний вид діяльності на селі, сфера забезпечення зайнятості та зростання добробуту населення, середовище здійснення підприємницької діяльності не має чіткого визначення або дефініції. Він розуміється як екотуризм, сільський, зелений, аграрний, сільський зелений туризм. На нашу думку, слід дотримуватися останнього терміну, оскільки він найбільшою мірою розкриває цю специфічну форму додаткової діяльності та малого підприємництва у сільському соціально-економічному та виробничо-екологічному середовищі, що спирається на раціональне використання праці сільських родин, майна агросадиб та туристично-рекреаційного потенціалу сільських територій.

2. Також цей термін відповідає офіційно вживаному у законодавчих, нормативно-правових документах, обліково-фінансовій та статистичній звітності. Хоча слово “зелений” підкреслює статус екологічності, воно звужує зміст цього виду відпочинку. Адже українські села мають унікальні історико-етнографічні та соціокультурні складники туристично-

рекреаційного потенціалу, які потребують значної уваги та її варті. Крім того, він переслідує не тільки суто соціально-економічні, але й культурні цілі.

3. Нами виявлено, що підприємництво у галузі сільського зеленого туризму має такі принципи формування: здійснюється на сільських територіях без обмежень; ведеться силами та ресурсами сільських родин на базі агроосель; не потребує великих додаткових інвестицій для організації; надає різноманітні послуги за помірними цінами; є екологічним видом діяльності та суттєвим додатковим джерелом грошових надходжень; є пріоритетним напрямом диверсифікації економіки на селі, джерелом подолання бідності сільських жителів. Туристична діяльність на селі вважається підприємницькою, якщо протягом року вона забезпечує сукупний дохід сільським господарям вище прожиткового мінімуму або вони утримують 9 і більше ліжко-місць для відпочивальників.

4. Виявлено, що розвитку сільського зеленого туризму сприяють підприємницька активність і мотивація, наявність необхідних ресурсів, потреба в зайнятості, підтримка місцевими органами влади, прийнятні ціни для споживачів та їх зростаючий попит на відповідні послуги. Виклики та перешкоди формують відсутність досвіду і погане розуміння цього ринку, недостатня інфраструктура на селі, житлово-комунальні незручності, слабка державна підтримка і корупція чиновників, погана інформованість надавачів та споживачів, сезонність.

5. Нами обґрунтовано, що підприємницька діяльність у сфері сільського зеленого туризму здійснюється у формах: а) організації спеціальних агросадиб; б) облаштування та/або оренди місць для розміщення; в) надання послуг з харчування; транспортування, супроводу, екскурсій, прокату обладнання; виробництва й продажу сувенірів або іншої продукції; г) участі у подієвому туризмі або разових заходах. Основними типами господарств і підприємств у галузі на селі є туристичні агросадиби або агрооселі, які діють як спеціалізовані туристичні фірми; типові особисті господарства, які можуть надавати турпослуги постійно або періодично як

додаткові; поєднання перших та других у своєрідні об'єднання, альянси або кластери.

6. Суб'єкти господарювання сільського зеленого туризму поділяються на малодоходні та неоподатковувані (не спеціалізовані особисті господарства) та доходні й оподатковувані як малі підприємства (мають дохід на рівні річного прожиткового мінімуму або такий, що перевищує 50,0% основного; утримують 9 і більше ліжко-місць розміщення). Вони функціонують, принаймні, у трьох конкурентних площинах: господарств (агросадиб або агроосель), міні- та малих підприємств; кластерів, асоціацій або інших інтеграційних функціонально-територіальних утворень; сільських громад і територій.

7. Конкурентоспроможність цих суб'єктів визначається як здатність ефективно використовувати свій потенціал, спрямований на успішний комерційний результат за дотримання умов збалансованого розвитку сільських територій. Її основними чинниками є відмінна якість, що являє собою підвищену цінність для покупців або через зменшення їх витрат, або у зв'язку із підвищенням ефективності продукції. Така зовнішня конкурентна перевага забезпечує туристичному підприємству підвищену ринкову владу, тобто може примусити ринок платити більш високу ціну; витрати підприємства нижчі за рахунок високої продуктивності. Така внутрішня конкурентна перевага робить підприємство більш дохідним; навички, унікальні атракції чи технології, які створюють унікальну цінність для споживачів. Також вони формують зовнішні та внутрішні конкурентні переваги. Внутрішні – це характеристики внутрішніх аспектів діяльності (рівень затрат, продуктивність праці, організація бізнес-процесів тощо), які перевищують аналогічні характеристики пріоритетних конкурентів. Зовнішні конкурентні переваги базуються на спроможності господарств та підприємств створити більш значимі цінності для споживачів його продукції.

8. Організаційно-економічний механізм функціонування господарств і підприємств сільського зеленого туризму направлений на підвищення їх

ефективності та конкурентоспроможності, забезпечення фінансової стійкості, сталого розвитку. Його складовими є організаційно-економічна, фінансово-інвестиційна, інноваційна, мотиваційна, інформаційна із своїми інструментами та методами. Особливості та рівень їх застосування залежить від конкурентних умов внутрішнього та зовнішнього середовища, проблем і тенденцій розвитку туристичних підприємств на селі.

9. В основі управлінських рішень щодо цього лежать концептуальні положення теорії конкурентних переваг, системно-структурного аналізу й синтезу їх діяльності, соціальної відповідальності, проблемно-цільового підходу, бізнес-планування та інноваційно-інвестиційного проектування, ресурсних і маркетингових стратегій, державно-приватного партнерства, кластеризації, кооперування та горизонтальної інтеграції. Також вони, як і інструменти організаційно-економічного механізму, спираються на системний моніторинг сільської туристичної діяльності.

10. Основними методичними принципами оцінки ефективності та конкурентоспроможності є: оцінювання з позицій виробників або споживачів послуг; орієнтації на певний вид та сегмент ринку; забезпечення порівнянності підприємств за типами, формами та видами; дотримання норм національного та міжнародного законодавства; орієнтації на певний тип ринку (внутрішній, зовнішній); попередження подвійного врахування показників; формування сукупності показників, які можна розраховувати на основі статистичних джерел та анкетування або опитування.

11. Серед методичних підходів до оцінки виділяються, насамперед, матричні (переважно, для виявлення конкурентних переваг та викликів); багатокутника та контрольних аркушів конкурентоспроможності; несистемних та системних сукупностей показників; індикативний з виокремленням економічної та соціальної складових; трьохкритеріальний з визначенням їх матеріально-технічної бази, фінансово-економічної стійкості, конкурентоспроможності продукції/послуг. На нашу думку, останній підхід є найбільш прийнятний у практичному використанні через простоту та

інформативність показників за умови доповнення четвертою складовою – оцінки туристично-ресурсного потенціалу. При цьому для ранжування, рівнів, бальних, відносних показників в якості базових використовуються стандарти, нормативи, категорії; середньогалузеві та провідних підприємств; регіональні, міжрегіональні, національні та міжнародні показники.

РОЗДІЛ 2

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ФУНКЦІОНУВАННЯ ГОСПОДАРСТВ ТА МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ У СІЛЬСЬКОМУ ЗЕЛЕНОМУ ТУРИЗМІ ХЕРСОНСЬКОЇ ОБЛАСТІ

2.1. Ресурси, умови та чинники функціонування господарств та малих підприємств

Відзначимо, що традиційно економіка України була зорієнтована на розвиток важкої промисловості та машинобудування. Саме суб'єктам господарювання цих галузей надавалася пріоритетна державна підтримка, фінансові та інвестиційні ресурси, здійснювалася підготовка кадрів. Разом з тим, вони брали на себе зобов'язання по утриманню об'єктів житлово-комунального господарства своїх працівників. Також на балансі цих і прибуткових підприємств перебувала значна кількість об'єктів соціальної інфраструктури – дитячих садків, поліклінік, лікарень, спортивних споруд, баз відпочинку, пансіонатів, санаторіїв тощо.

Проте в ринкових умовах господарювання організаційно-економічний механізм виробничої та соціально-економічної діяльності, політика бюджетної підтримки підприємств та регіонів, вирішення суспільнозначимих проблем життєдіяльності зазнали суттєвих змін [25, с. 56]. Це спричинило великі зрушення у структурі національного господарства, вплинуло на міжгалузеві зв'язки, мотивацію праці, зайнятість населення, функціонування підприємств та організацій. Як правило, абсолютна більшість фінансово-інвестиційних потоків у країні пов'язана з великими промисловими та культурно-історичними центрами. Більша ж частина малих міст і сіл перебуває в депресивному стані, поки що ніяк і нічим не приваблюючи до себе інвесторів.

Повною мірою це стосується суб'єктів господарювання сільських територій, особливо малих та середніх, власників особистих, селянських та фермерських господарств, яким важко конкурувати з представниками великого агробізнесу у плані будь-якої діяльності. Проголошення поліфункціональної моделі їх розвитку, де б знайшли своє місце не тільки аграрні підприємства, часто спеціалізовані на виробництві зернових (переважно, пшениці), баштанних або технічних (соняшнику, сої, рапсу) культур, але й підприємства переробки, сільського зеленого туризму, народних промислів і ремесел, культурно-мистецької сфери, народних промислів та ремесел – виявилось декларативним.

Альтернативні види діяльності та зайнятості населення на селі так і не набули належного поширення, принаймні, порівняно з європейськими країнами [53]. Тому велике теоретичне й практичне значення має виявлення, наприклад, чинників та ризиків, які перешкоджають найбільш успішному сьогодні бізнесу на селі – малим підприємствам у сільському зеленому туризмі. Особливо це актуально для Херсонської області із великим та різноманітним ресурсним потенціалом, зокрема, й туристичним, але переважно й традиційно аграрною спеціалізацією в умовах нестійких степових ландшафтів та порушення їх екологічної рівноваги через надмірні сільськогосподарські навантаження. Це спричиняє не тільки значні еколого-ресурсні втрати, але й погіршення соціально-економічного рівня життя та добробуту сільського населення.

Для виявлення позитивних та негативних чинників організації та функціонування господарств та підприємств сільського зеленого туризму було застосовано метод SWOT-аналізу. Його результати відображають дані табл. 2.1.

Таблиця 2.1

SWOT-аналіз можливостей (переваг) та ризиків зовнішнього середовища розвитку господарств і малих підприємств сільського зеленого туризму у Херсонській області, 2015 р.

МОЖЛИВОСТІ (ПЕРЕВАГИ)	РИЗИКИ
<p>1. Різноманітний природний туристично-рекреаційний потенціал сільських територій регіону (найбільшу в Україні кількість сонячних днів у році – 311, своєрідне поєднання морських акваторій Чорного та Азовського морів з прибережними ландшафтами сухого степу та штучних соснових лісів.</p> <p>2. Унікальні бальнеологічні ресурси Сивашу (Гнилого моря), солоних та грязевих озер Генічеського, Новотроїцького, Голопристанського, Скадовського районів; мальовничі придніпровські туристичні дестинації).</p> <p>3. Розміщені у регіоні природні пам'ятки, урочища, заказники, заповідники та національні парки й дендропарки.</p> <p>4. Наявність вільних трудових ресурсів.</p> <p>5. Самозабезпечення продуктами харчування високої якості.</p> <p>6. Підтримка сільських громад.</p> <p>7. Значна частка сільського населення.</p>	<p>1. Ризики нестабільності геополітичної та соціально-економічної ситуації у регіоні через анексію Криму.</p> <p>2. Відсутність науково обґрунтованої, чітко визначеної обласної стратегії підтримки сільських територій та використання їх ресурсного потенціалу.</p> <p>3. Недостатнє розуміння значення сільського зеленого туризму в організації сільських територій місцевою владою.</p> <p>4. Не ефективне використання трудових ресурсів, депресивні села.</p> <p>5. Великі й традиційні конкурентні переваги агробізнесу.</p> <p>6. Недостатня інформація та реклама сільського зеленого туризму та його суб'єктів.</p> <p>7. Значна нерівномірність сільського населення та розселення (у 5,4-8,4 разів між адміністративними районами).</p>

* Розроблено автором

Основними перевагами, що сприяють розвитку малого підприємництва у галузі, визначені різноманітний та унікальний туристично-рекреаційний потенціал сільських територій регіону. Йдеться про найбільшу в Україні кількість сонячних днів у році – 311 (як у всесвітньовідомому м. Лас-Вегас, США); своєрідне поєднання морських акваторій Чорного та Азовського морів з прибережними ландшафтами сухого степу та штучних соснових лісів; унікальні бальнеологічні ресурси Сивашу (Гнилого моря), солоних та грязевих озер Генічеського, Новотроїцького, Голопристанського, Скадовського районів; мальовничі придніпровські туристичні дестинації. Необхідно вказати на такі важливі джерела туристичних атракцій, як

розміщені у регіоні природні пам'ятки, урочища, заказники, заповідники та національні парки.

Серед них – унікальні біосферні заповідники національного значення Асканія Нова ім. Ф.Е. Фальц-Фейна, Чорноморський; Азово-Сивашський національний парк; ландшафтні заказники національного рівня Саги, Олександрівський, Станіславський; ботанічний Джарилгачський, орнітологічний Ягорлицький; лісові Бакайський та Березові колки, багато інших. Значний інтерес як туристичні атракції представляють зоологічні пам'ятки природи – Кринківське поселення бобрів, Микільське та Понятівське поселення змій; дендрологічні парки та заклади садово-паркового мистецтва. У регіоні є унікальні гідрологічні пам'ятки, джерела з мінеральною лікувальною водою, ропою, грязями, геологічні пам'ятники (Федорівська печера), унікальні для сухостепових ландшафтів ліси – акацієві, кримської сосни та ін. (додаток А).

У структурі туристично-рекреаційного потенціалу сільських територій як зовнішнього середовища функціонування господарств та малих підприємств сільського зеленого туризму виняткове значення мають історико-археологічні, архітектурні пам'ятники, заклади соціокультурної сфери, культурно-мистецькі події [67]. До них належать скіфські кургани (курган Огуз поблизу смт Н. Сірогози як поховання найвідомішого скіфського царя Атея та його родини); пам'ятки козацької доби (Кам'янська, Олешківська Січ); культові та палацові споруди; місця перебування або/та пам'ятники видатним діячам держави, культури і мистецтв, будинки та садиби-музеї – О.Вишні, Б.Грінченка, О.Шовкуненка та багатьох інших відомих людей.

Серед туристичних атракцій подієвого характеру найбільш значимими є міжнародні: театральний фестиваль “Мельпомена Таврії” (м. Херсон), духовно-патріотичної пісні “Сонячні дзвони” (с. Хорли), шаховий “Азовська хвиля” (м. Генічеськ); Всеукраїнські фестивалі: народної творчості “Купальські зорі” (м. Гола Пристань), “Чорноморські ігри”, бального танцю

“Кубок Чорного моря” (м. Скадовськ), байк-фестиваль у м. Каховка; обласні та районні мистецькі фестивалі музики, вокалу, хореографії, художньої творчості, виставки-конкурси народної вишивки, ін. видів ужитково-декоративного мистецтва; професійні свята та змагання на звання кращого працівника; тематичні гастрономічні тури, рибальські фестивалі; свята української кухні, спортивні змагання, інші важливі заходи та події. До них також доцільно долучити різноманітні сільські ярмарки, свята села, урожаю, вулиць, сусідів, шкільні свята, дні поля тощо.

Основними загальнонаціональними чинниками зовнішнього середовища, що перешкоджають розвитку сільських туристичних підприємств, є нестабільність геополітичної та соціально-економічної ситуації у країні; відсутність науково обґрунтованої, чітко визначеної стратегії формування та використання сільського соціально-трудоного потенціалу, ефективного реформування аграрного сектору економіки з підтримкою малих та середніх підприємств як основи формування середнього класу на селі [116, с. 58]. Також мають не достатньо стимулюючу роль цінова, бюджетна, податкова, митна, кредитно-грошова політика.

Не досконалим є інституційне забезпечення малого бізнесу у сільському зеленому туризмі. Стосовно Херсонської області, - це й слабо розвинена інфраструктура виробничого та соціального призначення, значна віддаленість більшості адміністративних районів від обласного центру, отже, й потенційних споживачів туристичних послуг від їх джерел, відсутність моральних та матеріальних стимулів зі сторони владних структур. Нарешті, йдеться про відставання побутово-технічного характеру міста і села, безводність таврійських сіл, їх погану транспортну та телекомунікаційну доступність. Йдеться також про недовіру сільських жителів до цього виду бізнесу та можливих державних і місцевих преференцій у випадку його організації.

Такі економічні диспропорції викликають диспропорції соціальні. Все гостріше постає проблема сталого розвитку сільських населених пунктів та виходу з кризи депресивних сільських територій. Адже на сьогоднішній день

у значній частині сіл Херсонщини майже згорнута соціальна та виробнича інфраструктура. Ускладнюють існуючу ситуацію безробіття та низький рівень доходів селян (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Кількість, розміщення та доходи населення як чинник розвитку підприємств сільського зеленого туризму Херсонської області, 2015 р.**

Адміністративно-територіальні утворення	Сільські населені пункти	Кількість населення, тис. чол.	у тому числі		Середньомісячна номінальна зар. плата	
			міське	сільське	середня по області	зайнятих у с/г
Херсонська область	658	1072,5	656,2	416,3	2464	2037
по районах і містах:						
Бериславський	42	48,4	16,8	31,6	2271	501,95
Білозерський	54	66,8	9,7	57,1	2259	799,583
Великолепетиський	12	17,1	8,4	8,7	2043	621,29
Великоолександрівський	54	26,3	9,9	16,4	2018	491,20
Верхньорогачицький	20	12,2	5,8	6,4	1866	517,68
Високопільський	34	15,2	6,2	9,0	2194	532,47
Генічеський	65	60,6	33,9	26,7	2159	507,50
Голопристанський	52	46,0	15,2	47,3	2305	525,46
Горностаївський	28	19,9	6,7	13,2	2022	668,27
Іванівський	27	14,3	4,6	9,7	2222	557,49
Каланчацький	20	21,8	11,3	10,5	2088	578,35
Каховський *	44	36,2	5,7	30,5	2124	684,86
Нижньосірогозький	24	16,3	5,0	11,3	2186	557,60
Нововоронцовський	19	21,7	6,4	15,3	2134	475,96
Новотроїцький	42	36,4	15,1	21,3	2210	534,63
Олешківський	28	72,2	36,5	35,7	2429	494,67
Скадовський	37	48,3	22,0	26,3	2154	552,61
Чаплинський	39	35,6	12,8	22,8	2210	532,56
м. Каховка	-	37,3	37,3	x	2571	916,81
м. Н. Каховка (міськрада)	8	69,0	62,9	6,1	2675	956,69
м. Херсон (міськрада)	9	335,9	324,4	11,5	2646	913,70

*вкл. м. Каховка

** Розраховано за даними Головного управління статистики в Херсонській області, 2016 р.

У зв'язку з цим, з кожним роком все більша частина сільського населення (особливо молоді) переїздить у місто або виїздить за кордон у пошуках роботи. Село потребує змін, оскільки старі структури вже не здатні створювати нові робочі місця, а нової системи, що могла б забезпечити працевлаштування для сільського населення, ще не створено. Так, дані табл. 2.2 показують, що адміністративні райони Херсонської області за кількістю населених пунктів відрізняються більше, ніж у 5,4 разів – від 12 сіл у Великолепетиському до 65 у Генічеському районах. За кількістю сільського населення ця різниця складає взагалі 8,4 разів, - від 6,9 тис. осіб у Верхньорогачицькому до 57,9 тис. осіб – у Білозерському районі.

Цей факт вже визнається владою і в центрі, й на місцях. Але, враховуючи дефіцит державного бюджету, складну геополітичну ситуацію, найближчим часом очікувати якихось реальних заходів щодо відродження українського села навряд чи варто. Отже, місцевій владі обхідно самостійно шукати шляхи для економічного і соціального розвитку свого села, селища, містечка [132, с. 82]. Саме в цьому контексті здійснюється децентралізація влади, адміністративно-територіальна реформа з метою укрупнення сільських рад через створення територіальних громад та зменшення витрат на утримання управлінського апарату.

Так, за останні 10 років сільське населення Херсонської області скоротилося на 64,1 тис. осіб або на 5,7% порівняно з 2006 р., відповідно з 1126,5 до 1062,4 тис. осіб. Кількість сільського населення зменшилася з 445,0 тис. до 411,9 тис. осіб – на 33,1 тис. осіб або на 7,4%. При цьому його частка залишається досить значною – 38,8%, а кількість сільських населених пунктів за цей же час не змінилася і складає 658 одиниць. Отже, це говорить про зменшення середньої людності таврійських сіл з 676 жителів до 626 тобто на 50 осіб або на 7,4%.

На початок 2016 р. в регіоні було утворено 12 територіальних громад. Як і будь-яке явище, це також має дві сторони. Позитивна – це доцільність з економічної точки зору, негативна – скорочення т. з. «точок росту» та

організації сільських територій. Перенесення адміністративних функцій у міста та райцентри поступово призводить до її занепаду та деградації. Адже не випадково у країнах Західної Європи існують обмеження на укрупнення земельних банків, а в США нормативи розміщення фермерських господарств на одиницю площі сільських територій складають, принаймні, одне на 9 тис. га.

Якщо не брати до уваги великих міст (м. Херсон, м. Каховка та м. Нова Каховка), то майже в усіх районах Херсонської області переважає сільське населення. Його частка коливається в межах від 85,5% у Білозерському до 51,9% у Великолепетиському районі. Виняток становлять Генічеський, Каланчацький та Олешківський райони, в яких співвідношення між міським і сільським населення майже однакове. Значний рівень безробіття та сезонний характер роботи на селі зумовили значно нижчий рівень доходів і, як наслідок, нижчий рівень соціально-економічного життя селян.

Як видно з табл. 2.2, рівень середньомісячної заробітної плати зайнятих у сільському господарстві в більшості районів Херсонщини в середньому на 20,0% нижчий за відповідний середній показник по області. З однієї сторони, це свідчить про маргіналізацію та виживання людей і об'єктивну неспроможність розвивати без підтримки ще якийсь бізнес. З іншої сторони, саме сільський зелений туризм як вид діяльності, що розвивається на базі агросадиб та не потребує додаткових інвестицій, може стати важливим напрямом розвитку селянських господарств, малих підприємств та покращення організації сільських територій і збільшення добробуту сільських жителів.

Наступною частиною SWOT-аналізу чинників організації та розвитку господарств і підприємств сільського зеленого туризму є оцінка та діагностика їх внутрішнього середовища – табл. 2.3.

**SWOT-аналіз переваг і недоліків внутрішнього середовища
функціонування господарств та малих підприємств сільського зеленого
туризму у Херсонській області, 2015 р.***

ПЕРЕВАГИ	НЕДОЛІКИ
<p>1. Можливість залучення незайнятих та різні форми прихованого безробіття у сільських родинах.</p> <p>2. Можливість залучення до цієї діяльності дітей старшого шкільного віку та молоді, літніх людей з їх великим і цікавим світоглядним та культурно-етнографічним досвідом.</p> <p>3. Відносно невелика потреба у грошових засобах для започаткування власної справи у галузі.</p> <p>4. Безризиковість туризму на селі як додаткового виду діяльності та джерела поповнення сімейного бюджету.</p> <p>5. Можливість проявити соціальну відповідальність на будь-якому рівні.</p>	<p>1. Слабка мотивація та нерозуміння суті підприємницької туристичної діяльності сільськими жителями.</p> <p>2. Незначні доходи та відсутність власних джерел вкладень у туристичний бізнес.</p> <p>3. Непридатне житло та необлаштовані подвір'я для прийому відпочивальників, відсутність досвіду категоризації умов проживання.</p> <p>4. Недостатній набір засобів, атракцій та послуг сільського зеленого туризму.</p> <p>5. небезпека праці в тіньовому секторі через недосконалість законодавства та організаційно-економічного механізму.</p>

* Розроблено автором

Як вказують дані табл. 2.3, негативний вплив на розвиток та ефективність підприємств сільського зеленого туризму чинять слабка мотивація та нерозуміння суті підприємницької туристичної діяльності сільськими жителями; відсутність власних джерел інвестицій для вкладень у бізнес; непридатне житло та необлаштовані подвір'я для прийому відпочивальників, відсутність досвіду їх категоризації; недостатній набір засобів, атракцій та послуг сільського зеленого туризму [134]. У якості переваг виявлені значна кількість незайнятих або різних форм прихованого безробіття у селянських родинах; можливість залучення до цієї діяльності дітей старшого шкільного віку та молоді, літніх людей з їх великим і цікавим світоглядним та культурно-етнографічним досвідом; відносно невелика кількість грошових засобів для започаткування власної справи; її

безризиковість як додаткового виду діяльності та джерела поповнення сімейного бюджету.

Нарешті, загальне значення мають такі позитивні переваги, як виховання почуття патріотизму, гордості і у господарів, і у туристів за свою країну; бережного ставлення до природи, культурно-історичних пам'яток, іншого національного надбання. Мале підприємництво у сільському зеленому туризмі також сприяє впорядкуванню і сучасній організації сільських населених пунктів та сільських територій загалом. Отже, крім прямих економічних наслідків для сільських жителів, воно має значний синергетичний ефект для сільської економіки.

Якщо говорити про можливості владної регіональної та державної підтримки розвитку підприємств сільського зеленого туризму на перспективу, доцільно виявити не тільки сильні та слабкі місця їх діяльності на сьогодні, але й мати уявлення про потенціал та конкурентні переваги на перспективу [124]. Певною мірою, будь-яка сільська територія з наявними туристичними ресурсами буде привабливою для потенційних туристів. Але високого рівня туристичної, отже, й інвестиційної привабливості така територія досягне не завжди. Адже для формування туристичних агросадиб, центрів або кластерів сільського зеленого туризму необхідно досліджувати та розвивати усі складові цього процесу. Йдеться про матеріально-технічну базу місць проживання й відпочинку, наявність загальної й туристичної інфраструктури, використання сучасних інструментів та стратегій маркетингу й менеджменту на туристичних ринках.

Потенційна туристична привабливість сільських територій як середовища функціонування підприємств сільського зеленого туризму охоплює такі складові (рис. 2.1): а) сферу стратегічного управління та маркетингу; б) технолого-екологічну туристичну привабливість ($П(m)ТП$); в) соціально-економічну туристичну привабливість ($П(c-e)ТП$).

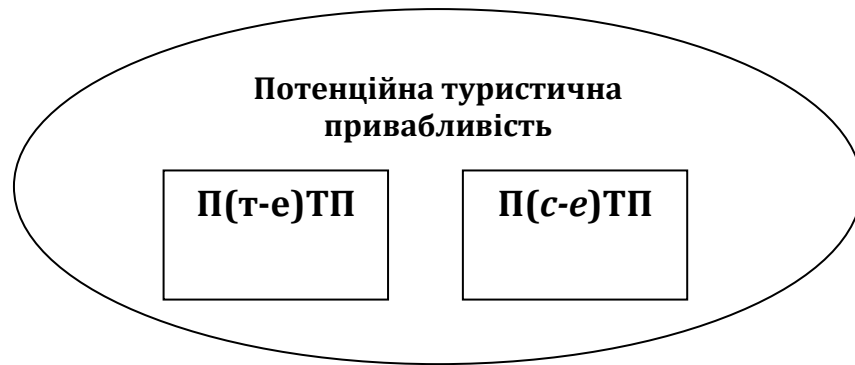


Рис. 2.1. Складові потенційної туристичної привабливості сільських територій як середовища функціонування господарств та малих підприємств (розроблено автором)

Технологічно-екологічна туристична привабливість – це потенціал сільської території щодо можливості привабити таку кількість туристів, яку можуть собі дозволити прийняти засоби розміщення туристів з наявними туристичними атракціями та послугами, враховуючи допустиме туристично-рекреаційне навантаження без шкоди для довкілля [192, с. 110]. Під соціально-економічною туристичною привабливістю сільської території слід розуміти економічну доцільність прийому певної кількості туристів для отримання соціально-економічних ефектів і для сільських родин, і для сільської громади загалом.

Сфера управління та маркетингу покликана гармонізувати дві сторони туристичної привабливості сільських територій, ефективно використати їх у діяльності підприємств сільського зеленого туризму, забезпечити розширене відтворення на перспективу. Щоб урахувати усі чинники та визначити рівень впливу кожного з них на можливість підвищення потенційної привабливості сільських територій, необхідно застосувати методіку переведення значної кількості окремих показників до невеликої кількості узагальнюючих [5, с. 70]. З цією метою доцільно використати подану на рис. 2.2 структуру туристичної привабливості сільських територій.

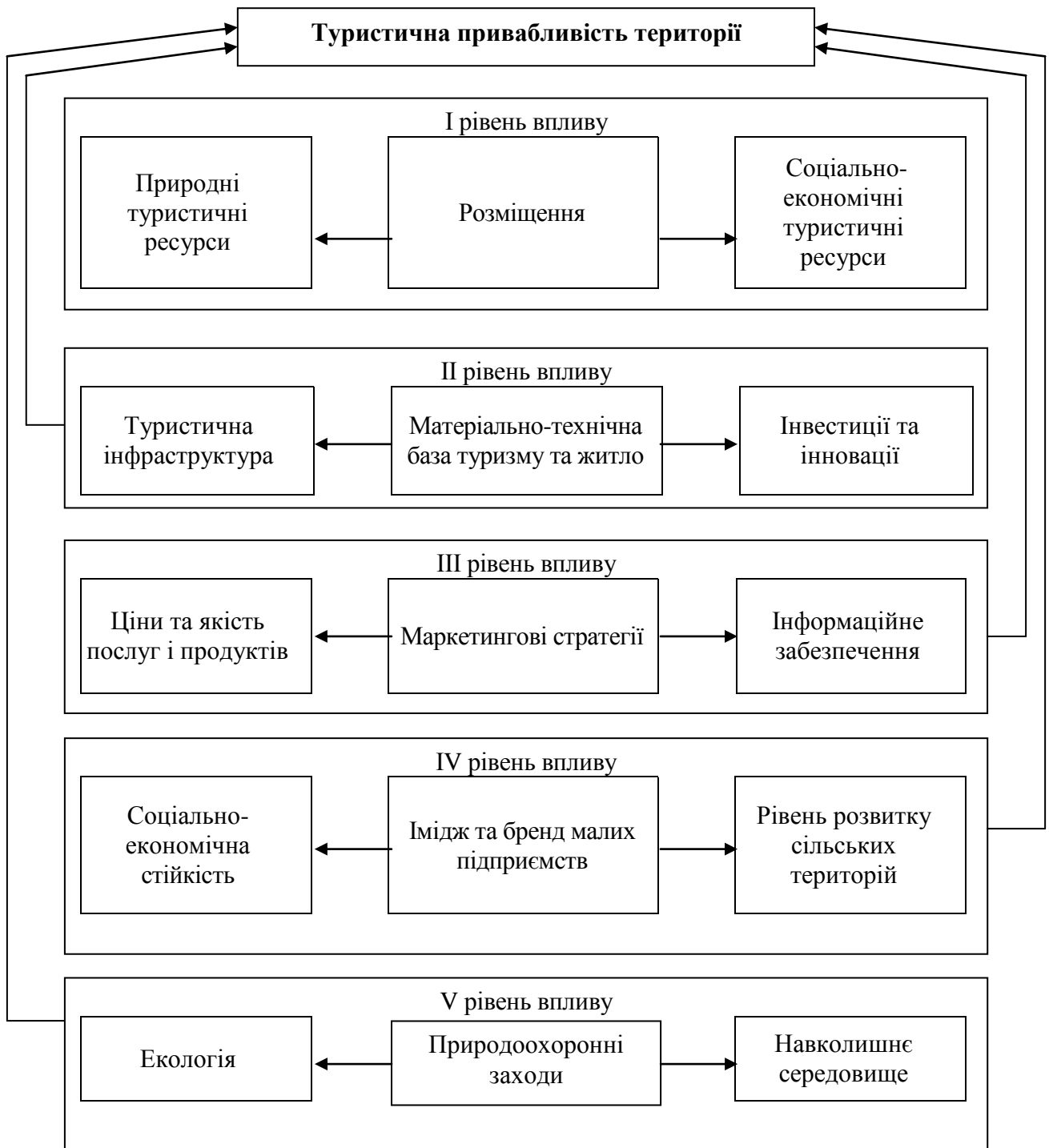


Рис. 2.2. Структура туристичної привабливості сільських територій для розвитку господарств і малих підприємств (розроблено автором)

Безперечно, за рівних конкурентних умов привабливішим є відпочинок у селах, які розміщені у мальовничій місцевості; курортно-оздоровчих регіонах; місцевості, що багата на історико-культурну спадщину [94, с. 400]. З погляду тисячоліть історії немає в Україні міста, селища чи села, не вартого

уваги туристів. Привабою для туристів може бути старовинний замок, козацька церква, княжий палац, курган, ставок з карасями, ліс із грибами та ягодами, галявина з лікарськими травами та ін. Встановлено, що Херсонська область займає 6 місце в країні за наявністю туристично-рекреаційних ресурсів, але тільки 22 – за ефективністю їх використання.

Зважаючи на те, що тут зосереджено 15,5% всіх українських морських пляжів, а приймається близько 5,0% туристів, їх кількість може бути збільшена втричі. Вже це свідчить про великий нереалізований туристично-рекреаційний потенціал території. Крім цього, Херсонщина має значний потенціал забезпечення потреб відпочинку, рекреації та подорожей поза межами морського узбережжя. Басейн Дніпра (216 км), Інгульця (180 км), 19 малих рік, Каховське водосховище, Дніпровський лиман, оз. Сиваш, чисельні невеликі озера (прісні, солоні, грязьові), магістральні канали, лісові масиви, мінеральні джерела, гейзери (найбільший біля с. Бехтери Голопристанського р-ну).

На території Херсонської області розташовані родовища мінеральних вод, балансові запаси яких становлять 388 м³/добу. Переважають бромні води – це родовища сіл Залізний Порт та Хорли, запаси яких відповідно 181 та 207 м³/добу. Основним лікувальним ресурсом, окрім моря і чудових погодно-кліматичних умов, є мулисті грязі (пелоїди). Для курортно-санаторного лікування використовуються мінеральні лікувальні грязі родовища “Гопри” (оз. Соляне поблизу м. Гола Пристань), сумарні запаси якого становлять 83,2 тис. м³. Рекреаційне значення мають соляні озера Азово-Чорноморського узбережжя, ропа озер поблизу с. Чонгар (Генічеський район) та с. Геройське (Голопристанський район); мінеральні та термальні води північно-західних районів області.

Великий природний туристично-рекреаційний потенціал області доповнюється значним історико-культурним. В області нараховується 5,9 тис. його об'єктів, з них 68 – національного значення; 3,4 тис. об'єктів археології; 2,3 тис. історії; 130 монументального мистецтва; 108

архітектури та містобудування, садово-паркового мистецтва. Історико-археологічні ресурси краю надзвичайно різноманітні, вони пов'язані з різними історичними періодами. Тут відкрито біля 700 стоянок давніх мисливців та кочових скотарів, поселень, городищ, безкурганних могильників; виявлено понад 7,0 тис. курганів. Станом на 01.01.2016 р. на державному обліку знаходилося 3,4 тис. археологічних об'єктів, у т.ч. 3,3 тис. курганів.

Але внаслідок інтенсивного агропромислового освоєння території до 80,0% цих пам'яток було знищено. На сьогодні збереглися біля 20 пам'яток, які становлять золотий фонд історико-культурної спадщини та можуть використовуватися як пізнавально-рекреаційні об'єкти. Це пізньопаліолітичні та неолітичні стоянки поблизу сіл Чернобаївка, Широка Балка та ін. Відомі також ранньослов'янські поселення у Нововоронцовському, Бериславському, Горностаївському, Каховському районах. Надзвичайно багато історичних свідчень є про присутність Османської Туреччини та Кримського Ханства. Зокрема, це залишки укріплень та фортець у м. Берислав (колишній Кезі-Кермен), с. Тягинка (Тягин), Генічеськ (Дженічі). Історію Запорізьких козаків засвідчують залишки Кам'янської (с. Республіканець Бериславського району) та Олешківської Січі (м. Олешки) [90].

Відомі археологічні пам'ятники історії різних культур та часів розташован у Нововоронцовському (с. Михайлівка), Верхньорогачицькому (с. Бабино, с. Першотравневе, с. Ушкалка), Бериславському (м. Берислав, с. Зміївка), Каховському (с. Василівка, с. Софіївка, с. Чернянка), Олешківському (с. Раденськ), Білозерському (с. Широка Балка), Голопристанському (с. Кардашинка, с. Малі Копані), Чаплинському (с. Балтазаровка, с. Першоконстантинівка, смт Чаплинка), Каланчацькому (с. Каланчак), Скадовському (с. Шевченко, с. Широке) районах.

Отже, історико-археологічні ресурси надзвичайно багаті. По-суті, вони не мають аналогів в Україні. Це підтверджує, по-перше, їх належність до різних історичних епох – від знахідок найдавніших стоянок до свідчень про

культуру киммерійців, скіфів, сарматів, греків; давніх слов'ян; запорізьких козаків, татарів, турків, росіян. По-друге, тільки на цій території взаємодіють та змінюють одні одних Скіфське царство, грецькі колонії-міста; слов'янські поселення; Запорізька (Кам'янська) Січ та Кримське Ханство; Османська Туреччина; Російська імперія. На жаль, ці ресурси практично не відомі для широкого загалу. З науково-пізнавальною метою з ними знайомляться учнівська та студентська молодь, науковці. Між тим вказані ареали культурно-археологічних знахідок являють собою важливі рекреаційно-туристичні об'єкти. Їх необхідно використовувати як опорні пункти для створення туристично-екскурсійної мережі у сільській місцевості. Це сприяло б розширенню та урізноманітненню загального рекреаційно-туристичного потенціалу регіону.

Таким чином, за концентрацією та різноманітністю історико-культурних рекреаційно-туристичних ресурсів у Херсонській області можна виділити такі групи районів:

1. З найбільш значними та різноманітними ресурсами: м. Херсон, Олешківський, Білозерський, Голопристанський, Каховський, Бериславський райони.

2. З середнім за рівнем концентрації та різноманітності потенціалом рекреаційних ресурсів – Скадовський, Генічеський, Великоолександрівський, Чаплинський райони.

3. Із спеціалізованим історико-археологічним, зосередженим у найближчому Придніпров'ї та низьким загальним потенціалом – Нововоронцовський, Горностаївський, В. Лепетиський, В. Рогачицький, Нижньосірогозький райони.

4. Із найменшим культурно-історичним та соціально-економічним потенціалом – Високопільський, Н.Троїцький, Іванівський, Каланчацький райони.

Першочергове значення серед чинників та ресурсів організації

господарств та малих підприємств сільського зеленого туризму мають умови проживання. На сьогодні села, як загалом у країні, так і в Херсонській області, мають досить застарілий житловий фонд. Так, усього нараховується 6,4 млн. житлових будинків, з яких майже 6,3 млн. або 98,4% знаходиться у приватній власності. Із загальної кількості житлових будинків 4,5 млн. (70%) побудовані до 1970 р., тобто мають 47 років експлуатації. Таких, що відповідають мінімальним вимогам осіб, які прагнуть активного відпочинку, нараховується лише 1,7 млн. або 26,5%.

Чинником розвитку господарств та малих підприємств сільського зеленого туризму є благоустрій сільських територій, який включає в себе їх просторову організацію, структуру, розміщення та інфраструктуру загального користування (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

Забезпеченість сільського житлового фонду Херсонської області інфраструктурними та комунальними послугами й об'єктами, 2015 р.*

Показники	Наявна кількість, одиниць	Питома вага (%) загальної житлової площі у сільській місцевості, обладнаної ними:
Водопроводів, км	276,0	45,6
Каналізації, км	22,0	33,8
Центральне опалення,%	13,6	43,9
Постачання природним та зрідженим газом, м ³	30,0	95,2
Гаряче водопостачання, м ³	-	14,3
Ванни,%	-	31,9
Автоматичні телефонні станції, од.	310	47,1
Ємність автоматичних телефонних станцій, тис. номерів	44,1	30,0
Основні телефонні апарати загального користування, тис. шт.	42,0	28,3
Основні домашні телефонні апарати загального користування, тис. шт.	38,0	26,6

* Розраховано за даними Головного управління статистики в Херсонській області, 2016 р.

Як свідчать статистичні дані табл. 2.4, сільська місцевість регіону недостатньо забезпечена основними інфраструктурними та комунальними об'єктами. Йдеться про центральне опалення (13,6% забезпечення осель), водопостачання (42,8%) та каналізацію (26,3%). Не задоволений попит сільського населення й у стаціонарних телефонних апаратах, як загального користування, так і домашніх. Проте якщо питання зв'язку вирішується через його мобільні послуги, то підключення до мережі Інтернет є проблемним навіть на рівні окремих райцентрів. Із 18 районів Херсонської області тільки 8 мають каналізаційну мережу; із 18 райцентрів очисні споруди відсутні в 9, тобто в 50,0%: Н. Сірогозах, В. Рогачику, В. Лепетисі, Горностаївці, Каланчаку, Голій Пристані, В. Олександрівці, Нововоронцовці, Новотроїцькому.

Великою проблемою для розвитку господарств та малих туристичних підприємств у селах Херсонщини залишається транспортне забезпечення (табл. 2.5). Основний обсяг туристичних перевезень здійснюють залізниці й автошляхи. Остаточо згорнутими виявилися авіаперевезення, принаймні на рівні внутрішніх ліній. Залишає бажати кращого і стан автодоріг. Якщо на головних автошляхах області покриття ще в задовільному стані і зазвичай наявні дороговкази, то на дорогах районного підпорядкування ситуація незадовільна. В області функціонують найінтенсивніші стосовно перевезень туристів автошляхи: “Херсон-Генічеськ”, “Херсон-Каховка”, “Херсон – Асканія-Нова”, “Херсон – Скадовськ – Лазурне – Залізний Порт” загальною протяжністю.

Як свідчать дані табл. 2.5, за щільністю залізничних шляхів сполучення область поступається середньому значенню в Україні у 2,3 разів, автошляхів – у 1,6 разів. Між тим інтенсивність їх використання є на 33,3% або у 3,3 разів більша, а залізниць – у 1,3 разів за відповідні середньодержавні показники. Це призводить до швидкого зносу та незадовільного стану покриття автошляхів. Крім того, практично всі районні центри (окрім смт

Іванівка) займають окраїнне положення щодо географічних центрів своїх районів та обласного центру.

Таблиця 2.5

**Показники розвитку транспортного сполучення у Херсонській області,
2015 р.***

Регіон	Щільність шляхів сполучення, км шляхів на 1 тис. км ² території		Інтенсивність перевезення пасажирів, млн. пас. км на 1 км довжини шляхів	
	залізничні колії	автомобільні дороги з твердим покриттям	залізничні колії	автомобільні дороги з твердим покриттям
Україна	36,0	273,0	2,4	0,1
Херсонська область	15,9	175,7	1,0	0,4
Співвідношення між загальнодержавним і обласним рівнями, разів	2,3	1,6	2,4	3,3

* Розраховано за даними Головного управління статистики в Херсонській області, 2016 р.

У комплексі соціально-економічних чинників і рекреаційно-туристичних ресурсів надзвичайно сприятливою є спеціалізація Херсонської області на виробництві сільськогосподарської продукції та продовольчих товарів. Крім Одеської, Херсонська область, по-суті, єдина в Україні, яка здатна самостійно забезпечити відпочивальників високоякісними продуктами харчування в необхідних обсягах та асортименті (ранні та теплолюбиві плоди й овочі, виноград, баштанні, м'ясо-молочна і рибна продукція, крупи, консерви тощо) [200] (табл. 2.6).

Аналіз інформації табл. 2.6, показує, що майже за всіма видами сільськогосподарської продукції в розрахунку на душу населення Херсонська область значно випереджає рівень відповідних показників у країні в цілому, виняток становить лише обсяг виробництва яєць, який на 20,3% нижчий за середній по країні, картоплі – на 56,4% та цукрових буряків – на 91,2%. Взагалі ж в розрахунку на одну особу сільськогосподарські підприємства області виробляють продукції на 25,0 – 30,0 % більше, ніж в інших областях Південного регіону. Оскільки у весняно-літній період найбільшим попитом у

туристів користується овочева та плодово-ягідна продукція, а рівень її виробництва в 1,5-3,0 разів перевищує аналогічні середньоукраїнські показники, це є важливим додатковим стимулом для розвитку малих туристичних підприємств.

Таблиця 2.6

**Виробництво сільськогосподарської продукції на одну особу в
Херсонській області і в Україні, 2014-2015 рр.***

Показник	Україна		Херсонська область		Рівень Херсонської області до середньо-державного, %	
	2014	2015	2014	2015	2014	2015
Продукція сільського господарства, грн.	4897	5559	7711	9123	142,2	143,2
Продукція рослинництва, грн.	3273	3867	5876	6965	165,6	164,9
Зернові культури	1014	1386	976	1568	192,1	168,5
Соняшник	184	243	274	332	295,3	254,9
Картопля	510	489	255	253	50,4	43,6
Овочі	220	217	1191	1080	261,5	299,7
Плоди та ягоди	44	50	74	76	128,3	144,2
Виноград	10	13	37	58	317,5	354,4
Продукція тваринництва, грн.	1624	1692	1835	2158	100,0	106,6
М'ясо (у забійній вазі)	48,5	52,5	39	41	98,2	102,9
Молоко	249,5	252,5	287	287	104,0	108,5
Яйця, штук	419	431	502	1117	80,6	79,7

* Розраховано за даними Головного управління статистики в Херсонській області, 2016 р.

У найбільш сприятливі роки у промисловому садівництві регіону вироблялося до 6,0 % загальноукраїнського обсягу плодово-ягідної продукції порівняно з 2,5 % кількості населення. Це дає можливість зробити висновок про надійні можливості та ресурси забезпечити додатковий рекреаційно-

туристичний попит на плодово-ягідну продукцію. Його підтверджують дані її середньодушового виробництва (табл. 2.7).

Таблиця 2.7

Величина та динаміка показників виробництва і споживання плодово-ягідної продукції в Херсонській області в розрахунку на 1 особу*

Показник	2000	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Виробництво плодів, ягід та винограду на 1 особу, кг	123,4	55,1	76,6	69,9	56,5	94,5	70,3	83,8
Споживання плодів, ягід та винограду на 1 особу, кг	28,8	38,9	42,6	37,7	36,7	38,8	37,8	38,3
Співвідношення між спожитою і виробленою продукцією, %	23,3	70,6	55,6	53,9	64,9	41,1	53,8	45,7

* Розраховано за даними Головного управління статистики в Херсонській області, 2016 р.

Отже, як бачимо з табл. 2.7, виробництво також на 50,0-70,0 % перевищує споживання, тобто сільська туристична діяльність забезпечує ринок збуту продовольчої продукції, що є вигідно та доцільно. Разом з тим сільськогосподарське виробництво на Херсонщині є конкурентною галуззю по відношенню до сільського зеленого туризму. Населення сприймає його як традиційний та надійний вид діяльності, сферу прикладання праці й капіталу. Цьому сприяють визначні агрокліматичні та земельні ресурси регіону навіть на тлі загальноукраїнських показників. Величина та структура земельного фонду представлена у табл. 2.8.

Аналіз даних табл. 2.8 показує, що земельний фонд Херсонської області характеризується значною часткою сільськогосподарських угідь. Вони становлять великий ресурсний потенціал для розвитку аграрного виробництва. У його складі найбільшу цінність має рілля, тому що з підвищенням її частки підвищується якість та ефективність використання земельних ресурсів. Так, загальна площа земель області складає 2846,1 тис. га, з яких 1969,7 тис. га (69,2%) – сільськогосподарські угіддя. Це займає 4,7% у їх загальнодержавній площі. У структурі угідь виділяється рілля -

1776,2 тис. га або 90,1%. Це один з найвищих показників у країні, що на 11,0 – 15,0% перевищує її середні значення та є у 3,0-3,3 разів більшим, ніж у країнах Євросоюзу.

Таблиця 2.8

Розподіл земельної площі та сільськогосподарських угідь у 2015 р.

(на кінець року; тис. га)

Показник	Загальна земельна площа, всього	Сільськогосподарські угіддя	у тому числі			
			рілля	багаторічні насадження	сіножаті	пасовища
Всього землі	2846,1	1969,7	1776,2	27,4	10,2	156,6
Землі сільськогосподарських підприємств та громадян	1824,0	1773,8	1667,6	24,5	3,3	78,4
Землі недержавних сільськогосподарських підприємств,	844,8	818,8	779,1	8,4	0,7	30,6
з них						
фермерських господарств	189,0	184,3	171,7	0,4	0,2	12,0
Землі державних сільськогосподарських підприємств	75,6	68,8	60,9	2,7	1,0	4,2
Землі громадян,	903,6	886,2	827,6	13,4	1,6	43,6
з них						
особисті господарства населення та присадибні ділянки	105,7	105,4	101,3	0,1	0,0	4,0
Землі користувачів інших категорій	1022,1	196,6	108,6	2,9	6,9	78,2

* Розраховано за даними Головного управління статистики в Херсонській області, 2016 р.

Натомість багаторічні насадження складають всього 27,4 тис. га (1,3%), що на 60,0% менше, ніж у середньому у країні. Ще 10,2 тис. га (1,4 %) займають сіножаті та 156,6 тис. га (7,9 %) пасовища, що, відповідно, у 6,0-1,6 разів менше, ніж у країні. Така деформована структура угідь не є раціональною, спричиняє їх виснаження та деградацію. Одноманітність

ландшафтів не сприяє масовому поширенню підприємств сільського зеленого туризму. Унікальності земельним ресурсам надає значна частка зрошення – 21,6% угідь або 425,6 тис. га. На сьогоднішній день практично всі угіддя області передано у приватну власність. Землі громадян навіть перевищують площі аграрних підприємств. Середня ціна однієї їх сотки становить, приблизно, 1 тис. грн., тоді як відповідний показник для приморських рекреаційних угідь є у 8-10 разів більшим і дорівнює 8-10 тис. грн. за сотку.

Важливим для оцінки чинників утворення господарств та малих підприємств сільського зеленого туризму є показник землезабезпеченості населення – табл. 2.9. Як видно з табл. 2.9, область характеризується високою забезпеченістю сільгоспугіддями в розрахунку на одного жителя: у 1990 р. – 1,7 га (в Україні 0,9 га), у 1995 р. – 1,6 (відповідно, 0,8), у 2000 р. – 1,6 га (0,9), у 2005 р. – 1,7, у 2010 р. – 1,7 та у 2015 р. – 1,8. Така динаміка перш за все пов'язана з невеликою щільністю населення області, яка до того ж має постійну тенденцію до зменшення. Особливо це помітно у східних районах, - Нижньосірогозькому, Великолепетиському, Великолепетиському, Горностаївському, Іванівському, Верхньорогачицькому, Новотроїцькому. Така висока землезабезпеченість створює сприятливі умови для сільськогосподарського виробництва, його концентрації та кооперації, дохідності і, як наслідок, розуміння туристичної діяльності як другорядної.

Як свідчать дані табл. 2.9, землезабезпеченість 1 сільського жителя Херсонської області складає, в середньому, 2,2 га проти 1,3 га загалом. При цьому найменші її показники відзначені в Олешківському р-ні – 0,7 га/особу, а найвищі – у Нижньосірогозькому – 4,9 га/особу.

Таблиця 2.9

Землезабезпеченість населення Херсонської області, 2015 р.

Район	Кількість населення, тис. чол.	Площа с.-г. угідь, тис. га	Площа с.-г. угідь у розрахунку на 1 жителя, га	% (по районах) від середньообл. значення
Бериславський	48,4	104,7	2,2	152,9
Білозерський	66,8	84,4	1,3	94,4
Великолепетиський	17,1	66,7	3,9	263,0
Великоолександрівський	26,3	97,5	3,7	281,5
Верхньорогачицький	12,2	53,3	4,4	313,1
Високопільський	15,2	50,1	3,3	225,6
Генічеський	60,6	107,9	1,8	138,6
Голопристанський	46,0	94,4	2,1	118,3
Горностаївський	19,9	69,7	3,5	247,2
Іванівський	14,3	62,4	4,4	384,7
Каланчацький	21,8	37,2	1,7	175,0
Каховський	36,2	101,6	2,8	197,8
Нижньосірогозький	16,3	80,5	4,9	369,3
Нововоронцовський	21,7	61,4	2,8	198,6
Новотроїцький	36,4	116,4	3,2	263,3
Олешківський	72,2	51,6	0,7	65,5
Скадовський	48,3	73,2	1,5	109,4
Чаплинський	35,6	88,6	2,5	209,1
Усього по районах	630,3	1402	2,2	172,5
м. Каховка	37,3		х	х
м. Н. Каховка	69,0	3,0	х	х
м. Херсон	335,9	12,2	х	х
Всього по містах	442,2	15,2	х	х
Херсонська область	1072,5	1417,2	1,3	х

* Розраховано за даними Головного управління статистики в Херсонській області, 2016 р.

Така монофункціональна модель розвитку села спричиняє деградацію та забруднення природи, насамперед, земельних та водних ресурсів

(табл. 2.10), а також депопуляцію сільського населення, занепад сільських територій загалом.

Таблиця 2.10

**Структура та рівень забруднення поверхневих водних об'єктів у
Херсонській області ***

Найменування забруднювача	Од. вим.	2000 р.		2015 р.	
		Херсон, область	м. Херсон	Херсон, область	м. Херсон
БПК повний	тис. т	2,704	0,552	0,688	0,313
Нафтопродукти	тис. т	4,224	3,499	3,648	0,621
Завислі речовини	тис. т	7,362	0,778	0,782	0,450
Сухий залишок у т.ч.:	тис. т	371,8	64,48	280,2	40,87
Сульфати	тис. т	82,68	19,69	34,01	9,317
Хлориди	тис. т	111,2	18,73	126,8	11,38
Азот амонійний	тис. т	0,260	0,03	0,055	0,004
Феноли	т	1,021	1,018	0,005	-
Нітрати	тис. т	4,825	1,657	1,754	0,823
СПАР	т	3,236	1,626	2,982	0,427
Жири, масла	т	0,064	0,064	0,00	-
Залізо	т	25,10	1,532	18,11	1,106
Мідь	т	0,628	0,542	0,036	0,006
Цинк	т	0,143	0,057	0,157	0,019
Нікель	т	0,176	0,159	0,027	0,007
Алюміній	т	1,031	-	0,069	-
Магній	т	37,34	-	148,6	-
Метанол	т	0,117	0,039	0,018	0,009
Нітрити	тис. т	-	-	0,032	-
Фтор	т	5,527	1,501	4,066	0,882
Формальдегіди	т	92,44	-	109,3	-
ХПК	т	5,527	1,501	4,066	0,882
Кальцій	т	92,44	-	109,3	-
Діметілсульфід	т	-	-	0,003	-
Фосфати	т	425,1	371,7	256,6	189,9
Толуол	т	-	-	0,001	-
Хром - 6	т	0,039	0,013	-	-
Калій	т	0,554	-	-	-
Натрій	т	23,24	-	-	-
Хром - 3	т	0,003	0,003	-	-
Всього	тис. т	580,95		444,83	

* Розраховано за даними Головного управління статистики в Херсонській області, 2016 р.

До того ж, як показує табл. 2.10, рівень забруднення довкілля в результаті скорочення промислової діяльності та сільськогосподарського виробництва скоротився в рази. Особливо це стосується нафтопродуктів, хлоридів, нітратів, нітритів, фосфатів.

Наявність і рівень розвитку безпосередньо відображають такі показники, як кількість об'єктів роздрібної торгівлі та готельно-ресторанного або ресторанного господарства, розташованих у сільській місцевості. Ситуація, що склалася у даній сфері у селах Херсонщини, характеризується даними табл. 2.11.

Таблиця 2.11

Кількість об'єктів роздрібної торгівлі та ресторанного господарства у сільській місцевості Херсонської області, 2015 р.*

Об'єкти	Кількість об'єктів, одиниць			у 2015 р.	
	1990	2000	2015	на 1 населений пункт	кількість населених пунктів на 1 об'єкт
Магазини	1573	710	450	0,68	1-2
Кіоски і палатки	499	188	92	0,14	7
Об'єкти ресторанного господарства	528	365	185	0,28	3-4

* Розраховано за даними Головного управління статистики в Херсонській області, 2016 р.

Аналізуючи дані табл. 2.11, слід відмітити наявність досить негативних тенденцій у цій сфері. Так, не у кожному селі є магазин чи торговий кіоск. В середньому, у 2015 р. на 2 села припадав лише 1 магазин. При цьому треба врахувати значні темпи їх зменшення, а саме, як свідчать дані табл. 2.11, за останні 25 років у 3,5 разів: з 1573 одиниць у 1990 р. до 450 у 2015 р. Ще гіршою ситуація є з забезпеченістю сіл об'єктами ресторанного господарства. Так, у сучасних умовах на 3-4 села працює лише 1 заклад громадського харчування. Темпи їх скорочення тільки в останні 15 років становили майже 2,0 разів, з 365 одиниць у 2000 р. до 185 у 2015 р.

Все це вкрай незадовільно характеризує соціальну інфраструктуру таврійського села і свідчить про його неготовність на даному етапі до

активного розвитку сільського зеленого туризму. Можна сказати також, що це відповідає тенденціям скорочення сільського населення. Проте, з іншої сторони, саме розвиток господарств та малих туристичних підприємств може стати тим каталізатором, який зможе змінити дану ситуацію на краще. Щоб досягти високого рівня їх конкурентоспроможності і, разом з тим, туристичної привабливості території, де вони функціонують, необхідно впроваджувати дієві ресурсні, управлінські, маркетингові стратегії, які охоплюють і інформаційне забезпечення та аналіз ринку для таких малих підприємств. Для них мають бути наявні такі показники: сприятливий для туристів рівень цін; окупні витрати на рекламу; достатня поінформованість про туристичний ринок та суб'єкти сільського зеленого туризму.

Так, визначальний вплив на витрати (платоспроможний попит) має зважена цінова політика, яка проявляється в реагуванні попиту на зміну ціни. В одних випадках попит чутливо реагує на зміну ціни [229, с. 96]. Це стосується туристів з низькими доходами; в інших, - проявляє повну байдужість. Так, на витрати туристів з середньорічним доходом вище середнього збільшення ціни не лише не впливає в сторону зменшення, а навпаки, стимулює попит. У науці це явище отримало назву «ефекту Веблена», або «снобізму». Попит на модні курорти та ексклюзивні туристичні послуги зростає у більшій мірі, ніж їх пропозиція. Однак, виходячи з реалій сьогодення, в плануванні розвитку сільського зеленого туризму на Херсонщині не слід орієнтуватися на нееластичність попиту від зміни цін.

Це пояснюється тим, що прошарок надбагатих людей в Україні дуже «тонкий» і віддає перевагу відпочинку за кордоном. Тому, понижуючи ціни на свій туристичний продукт та послуги, вітчизняні малі підприємства сільського зеленого туризму зможуть «створити» постійного покупця як за кордоном, так і в середині країни. Він не буде багатим і надвибагливим, але він буде чисельним і лояльним. Саме на таку категорію споживачів і слід

орієнтуватися майбутнім виробникам сільського туристичного продукту та послуг [146].

Крім того, у зв'язку із розширенням кордонів ЄС, підписанням Угоди про Асоціацію та відкриттям безвізу для громадян України перед співвітчизниками відкриваються нові можливості для різних видів туризму та подорожей. Країни Центральної та Східної Європи, насамперед, Польща, Угорщина, Чехія, Прибалтійські республіки, ставши членами європейської спільноти, будуть змушені підняти ціни на свої сільські зелені туристичні послуги до рівня середньоевропейських. Це дасть можливість створити потужну туристичну мережу на селі, здатну за якістю наданих послуг конкурувати із європейськими вимогами при значно нижчих цінах через дешеві продукти харчування, місця перебування, зарплати місцевого населення [186].

Необхідно зазначити, що найвищого рівня туристичної привабливості сільських територій можна досягти завдяки підтримці високої якості довкілля. Стимулюючи заходи з охорони та розширеного відтворення природи, малі туристичні підприємства мають змогу отримати значні прибутки та інші соціально-економічні ефекти. Як уже зазначалося в розділі 1, в Україні, незважаючи на міжнародну практику, до терміну "сільський туризм" додають слово «зелений», що має підкреслювати його екологічну спрямованість і прагнення мінімізувати вплив туристів на середовище перебування. Означені вимоги відповідають принципам, закріпленим ще в Декларації ООН 1992 р. про оточуюче середовище і сталий розвиток під час "Самміту Землі" в Ріо-де-Жанейро. Актуальним на сьогодні є впровадження заходів для підвищення екологічності в усіх сферах і на всіх рівнях туризму: від засад глобальної політики до філософії конкретного виробника турпродукту на селі.

Отже, все більшої популярності набуває саме сільський зелений туризм, який відповідає вказаним вимогам та здійснюється на екологічно й селітебно чистих територіях [185, с. 89]. Туристичну привабливість сільських поселень також визначає набір побутових умов і послуг, які роблять

перебування туристів на їх території найбільш комфортними при мінімальних на це витратах. Як свідчать статистичні дані про розвиток туризму у світі, привабливішими для туристів є регіони з високим загальним іміджем, економічною стабільністю та відсутністю ризиків, пов'язаних із політичною нестабільністю. Прикладом може слугувати ефективність діяльності туристичних підприємств Іспанії. Так, у 2015 р. як за кількістю прийнятих туристів (49,5 млн. осіб), так і за обсягом надходжень від туризму (32,9 млрд. дол. США), посіла друге місце у світі після США [210, с. 35].

Таким чином, проведений аналіз показує, що існуючий рівень туристичної привабливості сільських територій Херсонської області є високим. Він ґрунтується на наявних у її межах туристичних ресурсах та явищах, які сприяють розвитку сільського зеленого туризму. Розраховані індекси можна зробити висновок, що у Херсонській області досягти найвищого рівня туристичної привабливості можна, посилюючи її інформаційно-рекламні складові; доглянутість та атракційність культурно-історичних пам'яток; якість довкілля. За всіма іншими показниками область знаходиться у значно кращому становищі, ніж більшість областей України. На це вказують вищі величини відповідних індексів у регіоні в порівнянні з аналогічними середніми даними [215, с. 162].

Отже, здійснені нами оцінки та розрахунки дозволяють визначати рекреаційно-туристичний потенціал, туристичну привабливість сільських територій Херсонської області як високі. Нерівномірність їх розміщення та поєднань дозволили провести районування сільських територій за рівнем придатності для організації малих підприємств сільського зеленого туризму. Виявлено також негативні чинники та ризики підприємницької діяльності в ньому, а також додаткові позитивні преференції: по-перше, міських жителів все більше приваблює відпочинок у гостинній сільській родині, мальовничій місцевості, знайомство з багатою українською культурою, історією та природою.

По-друге, складна економічна ситуація змушує сільських жителів шукати додаткові джерела прибутків, не пов'язаних із сільськогосподарським виробництвом, а міських – дешевий відпочинок. Нарешті, інфраструктура села має великі потреби у відтворенні, а сільський зелений туризм може стати його відправною точкою, що може бути змістом соціальної відповідальності та державно-приватного партнерства на місцях. Навіть нерівномірність соціально-економічного розвитку та рекреаційно-туристичних ресурсів сільських територій не є принциповим недоліком для їх використання. Навпаки, вона дозволяє спеціалізувати їх на розробку різних джерел та видів і напрямів сільського зеленого туризму; охопити все більші території його ринком.

2.2. Конку rentне середовище функціонування господарств та малих підприємств сільського зеленого туризму

На даному етапі розвитку сільський зелений туризм у Херсонській області носить більше епізодичний, фрагментарний характер і ще не сформувався в чітко окреслений самостійний напрям діяльності на селі. Це, перш за все, пов'язано з тим, що велика частина населення, яка проживає у містах, має родичів у селі або періодично навідується у сільську місцевість (розвинений дачний та садово-городній сектор) і часто займається там сільськогосподарськими роботами [228, с. 180]. Тому атракція у вигляді сільськогосподарської діяльності та агрооселі для даної категорії відпочиваючих, певна річ, не є найголовнішою, але для деякого сегменту все ж залишається цікавою.

Крім того, для Херсонської області характерне значне поширення приватних форм сільського зеленого туризму з частковими послугами. Переважно, це стосується винаймання кімнат або інших місць розміщення

туристами, які приїхали відпочити на узбережжі морів, і не знайшли вільних місць на базах відпочинку а, отже, користувались послугами приватних господарів. Цей вид діяльності цілком можна віднести до сільського зеленого туризму, оскільки туристи все ж таки оселяються у звичайних хатах (агрооселях) у сільській місцевості.

Але таких туристів не цікавить сільська атракція, в агрооселях вони лише ночують та харчуються. Така діяльність є напівлегальною і нічим не впорядкованою, водночас прибутки господарів іноді є досить значними. Найпоширенішим таким різновид сільського зеленого туризму є в тих селах Херсонської області, що знаходяться на морському узбережжі, а саме: с. Лазурне, с. З. Порт, с. Більшовик, с. Хорли, с. Красне, села на Арабатській Стрілці, поблизу міст Генічеськ та Скадовськ. Загалом сільській зелений туризм у повному розумінні цього поняття почав розвиватися у регіоні 10-15 років тому. Так, тільки з 2001 р. була створена та діє громадська організація Херсонське регіональне відділення Спілки сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні.

З цього часу розпочато роботу із залучення сільських жителів до формування туристичного продукту. Нині створено осередки сільського зеленого туризму: "Каховчанка" (с. Малокаховка, Каховський район) та "Гопри" (м. Гола Пристань). Також сертифіковані Спілкою сільські садиби знаходяться у с. Рибальче, с. Іванівка, с. Залізний Порт, с. Геройське та м. Гола Пристань, (Голопристанський район), Асканія-Нова (Чаплинський р-н), с. Олександрівка (Білозерський р-н), м. Скадовськ (Скадовський р-н), с. Хорли та м. Каланчак (Каланчацький р-н), с. Горностаївка (Горностаївський р-н) та у м. Херсоні.

16-18 травня 2003 р. сільській зелений туризм Херсонщини був вперше представлений на національному рівні. Мається на увазі участь у першій Всеукраїнській виставці-ярмарці "Українське село запрошує". Матеріали про господарства та підприємства сільського зеленого туризму надаються у науково-популярному журналі "Туризм сільський зелений", який видається

Спільною сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні (тепер – в електронному форматі). В ньому відображається інформація про нові маршрути сільського зеленого туризму, культуру, традиції та ремесла, представляються гостинні господарі, надаються поради та консультації для тих, хто пропонуватиме відпочинок на селі, акцентується увага на проблемах та перспективах розвитку. Також оприлюднюються графіки проведення всеукраїнських та регіональних виставок-ярмарків, фольклорно-етнографічних фестивалів та інша інформація, яка відкриває агротуристичні перспективи та історико-культурні можливості українського села.

Крім того, Спільною створено сайт "Сільський зелений туризм в Україні"; надсилаються звернення до центральних та місцевих органів виконавчої влади, реалізуються проекти за підтримки міжнародних фондів, приймається активна участь у роботі виставок і ярмарків, що сприяє щорічному збільшенню прихильників відпочинку на селі. Видання каталогів "Українське село запрошує", випуск "Порад для організаторів та власників садиб" та створення електронної бази даних садиб сільського зеленого туризму свідчить про успішність заходів, які зроблені даною організацією. Крім того, з 2006 р. започатковано видання серії "Бібліотечка власника садиби", друкуються також тематичні довідники: зимовий відпочинок, рибальство тощо.

Щодо більш масштабного і сталого розвитку суб'єктів сільського зеленого туризму в регіоні, то тут першочерговою задачею є необхідність створення пропозиції туристичного продукту як на кількісному, так і на якісному рівнях [237, с. 82]. Основою їх розвитку мають стати агропромислові підприємства області та приватні господарства населення. Ринкові засади економіки відкрили простір для прояву приватної ініціативи і вивільнення на цій основі підприємницького потенціалу не лише у виробничо-господарських формуваннях, а й у домогосподарствах. Без будь-яких перебільшень можна сказати, що донедавна прихований потенціал людських умінь, енергії та заінтересованості найбільшою мірою проявився

на селі. Це, передусім, підтверджується тим, що сільські домогосподарства взяли на себе виробництво переважної частини продукції сільського господарства, що виробляється в країні (табл. 2.12).

Таблиця 2.12

Частка господарств населення у виробництві продукції сільського господарства у 2015 р.

Показник	Продукція сільського господарства		Продукція рослинництва		Продукція тваринництва	
	млн. грн.*	% до загальної кількості	млн. грн.*	% до загальної кількості	млн. грн.*	% до загальної кількості
Україна	39219,0	59,3	22795	55,0	16424	66,7
Херсонська область	5220,8	53,2	3758,1	50,2	1462,7	63,0

* в порівнянних цінах 2010 р.

Так, у валовій продукції сільського господарства країни у 2015 р. 59,3% припадало саме на господарства населення, у тому числі 55,0% продукції рослинництва і 66,7% – тваринницької продукції (табл. 2.12). Ще показовішими у цьому відношенні є дані по Херсонській області, в якій аналогічні показники у тому ж році становили – відповідно 53,2; 50,2 і 63,0%. Подібна тенденція зберігається й останніми роками і, ймовірно, матиме місце не лише у найближчій, а й середньостроковій перспективі. Одночасно, у селах області під впливом високого рівня безробіття активізувалися процеси пошуку жителями нетрадиційної виробничо-господарської діяльності, з метою зайнятості у несільськогосподарській сфері. Це, зокрема, спостерігається у прискоренні процесів розвитку суб'єктів сільського зеленого туризму.

До того ж, додамо, що на Херсонщині функціонують відомі та успішні агропромислові підприємства, які б могли стати не тільки меценатами подібних заходів, але й безпосередніми учасниками, осередками або партнерами розвитку сільського зеленого туризму з проведенням екскурсій у них, дегустацій, придбанням продукції. Насамперед, це агрофірма – винзавод

“Білозерський” (Білозерський район), винзаводи “Краса Херсонщини” та “Червоний Маяк” (Бериславський район); вино-коньячний завод “Таврія”, винзавод “Кам'янський” (Бериславський район) плодоовочеконсервне підприємство “Чумак” (Каховський район); Херсонський рибводгосп, НДІ баштанництва у м. Гола Пристань, НДІ рису у с. Антонівка, фермерські господарства та інші агропідприємницькі структури, дані про загальну кількість яких за видами, наведені у табл. 2.13.

Таблиця 2.13

Кількість діючих аграрних підприємств за організаційно-правовими формами господарювання у Херсонській області *

Показник	2014 р.		2015 р.	
	Всього, шт.	% до загальної кількості	Всього, шт.	% до загальної кількості
Всього підприємств	30553	100,0	30741	100,0
у тому числі:				
фермерське господарство	3022	9,89	2952	9,60
приватне підприємство	8088	26,47	7950	25,86
комунальне підприємство	629	2,06	625	2,03
дочірнє підприємство	496	1,62	453	1,47
акціонерне товариство	479	1,57	457	1,49
товариство з обмеженою відповідальністю	5730	18,75	5992	19,49
кооператив	697	2,28	675	2,20
інші підприємства	11412	37,35	11637	37,85

* Розраховано за даними Головного управління статистики в Херсонській області, 2016 р.

Як показують дані табл. 2.13, в агросфері переважають за кількістю малі приватні господарства – 7,95 тис. або 25,9% загальної кількості та фермерські підприємства – 2,95 або 9,6%. Саме вони, а також домогосподарства та селянські особисті господарства, крім забезпечення аграрного виробництва, є основою здійснення туристичної діяльності на селі. Про це свідчить і європейський досвід її поширення та забезпечення. Крім цього, в області функціонує майже 6,0 тис. або 19,5% товариств з обмеженою

відповідальністю. Загалом на вказані форми організації виробництва припадає понад 55,0% всіх суб'єктів господарювання агросфери. Решту 45,0% займають кооперативи, акціонерні товариства, дочірні підприємства тощо. Загалом вони забезпечують виробництво продовольства у національних масштабах.

Рівень землезабезпеченості сільського населення у 2-5 разів перевищує національні та європейські показники, що забезпечує найвищу у країні зайнятість в агросфері – 37,6%, а значні обсяги виробництва продовольчої продукції (табл. 2.14) та її висока рентабельність дозволяють ігнорувати інші види діяльності (табл. 2.15).

Таблиця 2.14

**Динаміка економічних показників сільськогосподарського виробництва
у Херсонській області***

Показники	Роки					
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Площа сільськогосподарських угідь, тис. га	1258,2	1147,9	1023,7	868,3	901,4	887,6
у т.ч. ріллі, тис. га	1187,3	1084,4	973,7	828,8	854,6	840,0
Середньорічна чисельність найманих працівників, тис. чол.	72,6	59,0	42,2	40,7	53,9	50,0
Середньорічна вартість оборотних засобів, млн. грн.	7610,2	7250,3	692,8	670,1	749,4	891,5
Середньорічна вартість основних засобів с.-г. призначення, млн. грн.	4279,5	3952,2	3715,2	3866,2	3744,2	3749,9
Валова продукція (в співставних цінах 2010 р.), млн. грн.	1961,2	2284,9	2071,8	1613,4	2269,9	2274,9
в т.ч. рослинництва	1320,5	1640,0	1339,9	980,5	1701,5	1643,6
тваринництва	640,7	644,9	731,9	632,9	568,4	631,3
Прибуток (збиток), млн. грн.	29,6	-5,8	-36,5	-54,1	71,6	72,6
Рівень рентабельності (збитковості),%	8,6	-0,7	-1,2	-3,2	9,8	11,4
Валова продукція на середньорічного працівника, тис. грн.	27,0	38,7	49,1	39,6	42,1	45,5
Валова продукція на 100 га с.-г. угідь, тис. грн.	155,9	199,1	202,4	185,8	251,8	256,3
Валова продукція рослинництва на 100 га ріллі, тис. грн.	111,2	151,2	137,6	118,3	199,1	195,7

* Розраховано за даними Головного управління статистики в Херсонській області, 2016 р.

Динаміка площ сільськогосподарських угідь, ріллі, кількості зайнятих, вартості основних та оборотних засобів має тенденцію до скорочення, проте валова продукція після різкого спаду у 2013 р., має повільну, але стійку тенденцію до зростання. Це ж саме стосується показників прибутковості та рентабельності виробництва, також продуктивності праці та ресурсовіддачі. Завдяки їм, власне, і маємо таку характеристику аграрної діяльності.

Таблиця 2.15

**Рівень рентабельності основних видів продукції сільського господарства
Херсонської області**

Рентабельність	1990	2000	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Рослинництво								
зерно	241,4	55,0	32,2	24,6	2,3	6,8	9,2	-4,3
насіння соняшнику	140,9	119,1	22,1	26,5	27,6	35,6	29,3	16,4
цукрові буряки	-	1,7	0,9	34,5	49,9	39,1	4,9	20,3
картопля	41,3	-7,1	5,5	-3,5	30,3	74,2	4,1	38,6
овочі відкритого ґрунту	39,4	11,6	-5,1	3,3	19,8	37,6	-12,8	2,0
плоди	73,7	24,4	11,1	38,7	19,4	37,9	27,3	33,5
виноград	40,0	35,9	97,9	2,4	4,1	13,1	-13,4	23,4
Тваринництво								
молоко та молочні продукти*	12,7	-27,7	-32,8	-14,6*	-14,6*	-3,1*	-6,9*	28,0
м'ясо:								
ВРХ	15,3	-17,3	-56,9	-31,7	-43,4	-55,1	-42,0	-31,9
свиней	38,1	-14,7	-58,8	-18,5	-23,0	-46,7	-18,9	26,9
овець та кіз	-15,1	-22,4	-55,2	-16,4	-5,4	4,8	-40,9	-14,0
птиці	23,2	-25,8	-38,2	-29,9	-21,7	-42,8	-35,5	-15,4
яйця	4,4	50,6	1,7	9,5	-2,3	-24,7	-20,1	11,0
вовна	12,4	-49,8	-82,2	-68,8	-75,7	-74,9	-67,2	-63,0

* з 2010 р. молоко незбиране

* Розраховано за даними Головного управління статистики в Херсонській області, 2016 р.

Рівень рентабельності продукції має значні розбіжності по видах і роках (табл. 2.15), що пов'язано з ризиками погодно-кліматичних умов та чинниками невизначеності аграрних ринків. Так, найвищий рівень рентабельності у 2015 р. (38,6%) показала не характерна для спеціалізації регіону картопля та свинина у тваринництві – 26,9%. Натомість збитковим виявилось традиційне

виробництво зернових (-4,3%), м'яса ВРХ (-31,9%), овець і кіз (-14,0%), птиці (-15,4%), вовни (-63,0%). Це вказує на необхідність посилення стійкості виробництва, особливо на рівні відповідних спеціалізованих виробництв, а також на доцільність формування інших видів діяльності, насамперед, сільського зеленого туризму, з метою гарантованих доходів.

Разом з тим, для економіки Херсонської області санаторно-курортна галузь та туризм є традиційними видами діяльності. Саме вони, поряд з аграрними підприємствами, формують конкурентне середовище функціонування суб'єктів сільського зеленого туризму. Проведені нами дослідження свідчать про інтенсифікацію діяльності туристичних підприємств та активізацію виїзного туризму загалом. На протязі останніх років спостерігається постійний розвиток власної туристично-рекреаційної бази області (табл. 2.16).

Таблиця 2.16

Кількість та місткість санаторіїв та закладів відпочинку в Херсонській області та в Україні

Тип санаторно-курортного (оздоровчого) закладу	Україна	Херсонська область		Частка Херсонської області у 2015 р. %
	2015 р.	2014 р.	2015 р.	
Кількість закладів	3012	233	247	8,2
у них ліжок	445251	30346	30847	6,9
у тому числі санаторії	453	8	8	1,8
у них ліжок	125867	1572	1562	1,2
з них дитячі	167	6	6	3,6
у них ліжок	32256	798	788	2,4
пансіонати з лікуванням	55	3	3	5,5
у них ліжок	14919	833	621	4,2
санаторії-профілакторії	224	5	5	2,2
у них ліжок	18584	635	620	3,3
Будинки і пансіонати відпочинку	280	36	41	14,6
у них ліжок	58518	9377	9539	16,3
Бази та інші заклади відпочинку	1947	179	190	9,8
у них ліжок	215521	17866	18450	8,6

* Розраховано за даними Головного управління статистики в Херсонській області, 2016 р.

Як свідчать дані табл. 2.16, у Херсонській області зосереджено 1,8% санаторіїв, 5,5% пансіонатів з лікуванням, 14,6% пансіонатів та будинків відпочинку, 9,8% баз та ін. закладів відпочинку. Це означає четверте місце в Україні після Криму, Донецької та Одеської областей. Загалом лікувально-оздоровчі підприємства області забезпечили проведення в них 1,7 млн. людино-днів. На Херсонську область загалом приходиться 7,1 % туристичних підприємств країни та 6,5% наданих ними послуг; 6,1% платежів до бюджету; 8,5% зайнятих у цій сфері діяльності; 9,8% обслугованих туристів, у т.ч. 2,0% іноземних, 0,9% виїзних, 6,1% внутрішніх, 3,5% екскурсантів.

Рейтинг області за основними показниками діяльності туристичних підприємств відповідає 9-11 місцю серед 24 областей. Зокрема, порівняно з 2005 р. кількість обслуговуваних туристів зросла на 14%, в т.ч. іноземних – на 38,0%; екскурсантів на 19,0% обсяг наданих послуг – у 1,7 разів; платежі до бюджету – на 54%; кількість зайнятих в галузі – на 59,8%, кількість туристичних підприємств-ліцензіатів збільшилася у 1,9 разів. Зазначимо, що у даній статистиці практично відсутній показник по приватному сектору приморських сіл та селищ, оскільки практично вся їх діяльність знаходиться у «тіні» і будь-яка інформація щодо її обсягів та результатів є відсутньою.

Організація фестивалів, свят, виставок і ярмарок у сільській місцевості регіону є такою важливою для розвитку господарств та малих підприємств сільського зеленого туризму, ще й у зв'язку з тим, що у херсонських селах надзвичайно слабо розвинена інфраструктура розваг. Це яскраво ілюструє кількість наявних у сільській місцевості закладів культури та мистецтва (табл. 2.17) та активність регіону щодо проведення виставок і ярмарків (табл. 2.18).

Таблиця 2.17

Заклади культури та мистецтва у Херсонській області у 2015 р.

	Театри	Музеї	Бібліотеки		Демонстратори фільмів		Заклади культури клубного типу	
			всього	у т. ч. у сільській місцевості	всього	у т. ч. у сільській місцевості	всього	у т. ч. у сільській місцевості
Херсонська	2	9	998	662	46	18	454	403
по районах і міськрадах								
Бериславський	-	1	67	52	-	-	32	31
Білозерський	-	1	64	57	9	9	33	32
Великоолександрівський	-	-	26	19	-	-	15	12
Великопетиський	-	-	43	34	-	-	35	31
Верхньорогачицький	-	-	24	17	-	-	14	13
Високопільський	-	1	30	24	-	-	23	20
Генічеський	-	-	58	39	1	1	25	22
Голопристанський	-	-	73	63	2	2	39	38
Горностаївський	-	-	35	30	-	-	23	22
Іванівський	-	-	33	28	-	-	14	13
Каланчацький	-	-	33	24	-	-	17	13
Каховський	-	1	65	53	-	-	32	29
Нижньосірогоський	-	-	32	27	-	-	18	15
Нововоронцовський	-	-	33	30	-	-	18	17
Новотроїцький	-	-	52	43	-	-	24	21
Олешківський	-	1	49	33	-	-	24	21
Скадовський	-	1	42	30	4	4	26	25
Чаплинський	-	1	51	42	1	1	22	21
м. Н.Каховка (міськрада)	-	-	42	9	1	1	11	7
м. Херсон (міськрада)	2	2	146	8	28	-	9	-

* Розраховано за даними Головного управління статистики в Херсонській області, 2016 р.

Найбільше забезпечені закладами культури і мистецтва Білозерський, Генічеський, Голопристанський, Каховський та Олешківський райони. Найгіршими у цьому відношенні є такі райони, як: Верхньорогачицький, Високопільський, Іванівський, Каланчацький та Нововоронцовський. Невисока активність спостерігається також у проведенні виставок і ярмарків, враховуючи те, що лише частина з них проходить у сільській місцевості

регіону. Ярмарки у Херсонській області взагалі відбуваються рідше, ніж раз на місяць.

Таблиця 2.18

**Окремі показники виставкової діяльності у Херсонській області у
2015р.***

Показник	Виставки	Ярмарки
Проведено заходів, всього	26	11
Місце проведення:		
у межах України	26	11
у межах регіону	19	11
Статус:		
міжрегіональні	6	9
регіональні	20	2
Розподіл виставкових заходів за тематикою:		
універсальні	1	2
багатогалузеві виставки та ярмарки		
споживчих товарів	20	9
галузеві (спеціалізовані)	5	-

* Розраховано за даними Головного управління статистики в Херсонській області, 2016 р.

Вивчення наведеного у табл. 2.17 та 2.18 статистичного матеріалу дало відмітити, що далеко не в кожному селі є заклад культури клубного типу, забезпеченість ними становить приблизно 64,1%. Ще гіршою є ситуація з забезпеченістю сільської місцевості демонстраторами фільмів. Так, на один демонстратор фільму припадає 13-14 сіл. А враховуючи той факт, що далеко не всі з них знаходяться у справному або працюючому стані, ситуація взагалі видається критичною. Безумовно, нові технології, мережа Інтернет значно змінили традиційні способи дозвілля населення, зробивши їх більш індивідуальними. Проте інтернет-користувачами є тільки 1/3 сільського населення області [125, с. 28].

Як зазначалося, складною методичною проблемою вивчення розвитку туристичних підприємств є відсутність повних статистичних матеріалів про їх функціонування. Поряд із наявністю адміністративних даних відносно

туристичних потоків за метою відвідування, відсутня інформація щодо структури споживання та обсягів туристичних споживчих витрат. Велике значення має й порівняність баз даних. Вона забезпечує можливість порівняння інформації з метою виявлення тенденцій, закономірностей розвитку туристичних підприємств на селі та в цілому; зміни, що відбуваються у просторі і в часі; оцінку й співставлення величин однойменних показників, які відносяться до різних регіонів та країн.

Виходячи з усього вище зазначеного, на території Херсонської області можна виділити наступні господарств та підприємств, які можуть приймати туристів і надавати відповідні послуги: 1. Селянські господарства та фермерські підприємства у приморських районах (Скадовський, Голопристанський, Генічеський, Каланчацький). 2. Селянські господарства та фермерські підприємства, що знаходяться у селах, розташованих поблизу джерел мінеральних та бальнеологічних джерел (Голопристанський, Генічеський, Новотроїцький, Олешківський райони). 3. З метою водного туризму та полювання у придніпровських селах та у селах поблизу лісових масивів (Олешківський, Білозерський, Каховський, Верхньорогачицький, Великолепетиський, Великоолександрівський та Нововоронцовський райони).

Хоча, як свідчать дані опитувань та офіційного сайту Херсонської обласної державної адміністрації, в останні 10 років їх кількість зросла до 56 одиниць або більше, ніж у 3,0 разів. Відносно кількості аграрних підприємств це становить 0,18%, відносно санаторно-курортних закладів – 22,7%. Це дозволило оздоровлювати, за різними оцінками, 25-50 тис. осіб щорічно або лише 0,8-1,7% загальної кількості туристів, які відвідують область, а також забезпечити зайнятість принаймні 1000 осіб та збільшити доходи домогосподарств, у середньому, на 3,0-60,0 тис. грн. і більше. Між тим господарства та підприємства сільського зеленого туризму, розміщені у мальовничих місцях Придніпров'я та Причорномор'я, спеціалізуються на ексклюзивному активному та пасивному видах відпочинку, різноманітних

послугах та атракціях, надають комплексні або монопослуги й здатні забезпечити різноманітний туристичний попит.

Так, загальну кількість агроосель, які приймають туристів у Херсонській області, визначити дуже важко, оскільки основна їх частина (за різними оцінками, до 90,0-98,0%) перебуває “у тіні”, тобто є незареєстрованою або сплачує податки не повністю. Також проблеми обліку й статистики агросадиб, які пропонують сільській зеленій туризм, ускладнені тим, що поняття сільського зеленого туризму й агросадиби або агрооселі остаточно в українському законодавстві не визначено. Тому наразі вони системно не проводяться, що і заважає об’єктивно визначити масштаби його розвитку [131, с. 30]. Певний моніторинг кількості і стану агроосель здійснюється різними неурядовими організаціями, а також державними районними адміністраціями та іншими установами. Однак ці дані, швидше, призначені для внутрішньої роботи відділів туризму цих адміністрацій, а не для складання системної статистики.

Таким чином, у зв’язку зі всіма вище переліченими чинниками, вплив господарств та підприємств сільського зеленого туризму на економіку Херсонської області, насамперед, сільську, виявити досить складно. Так, у загальній кількості спожитих у певному періоді товарів та послуг неможливо відокремити ту їх частку, що припадає на споживання туристів та забезпечується лише завдяки туристичній діяльності і залежить від грошових витрат туристів. До того ж, практично неможливо із загальної кількості продажу виділити частку товарів або послуг, придбаних туристам

Тому на сьогодні практично єдиним із методів отримання статистичної інформації у цій сфері діяльності є проведення вибіркового соціально-економічних досліджень. Особливо це стосується визначення обсягів та якісних характеристик наявного і потенційного попиту населення на послуги сільського зеленого туризму. Наприклад, саме шляхом опитування

проведеного експертами (DLG), було виділено такі умовні групи туристів на селі з різними потребами (табл. 2.19).

Таблиця 2.19

Основні умовні групи туристів на селі з різними потребами*

Група	Частина від загальної кількості	Опис	Потреби та бажання
Активні туристи	30-40 %	Одружені без дітей. Молодь з достатнім прибутком. Самотні з достатнім прибутком.	- заняття спортом; - комфортне житло; - добра їжа; - оздоровлення; - розваги; - привабливе природне середовище; - подорожі
Туристи-молодь	20 %	Особи до 30-ти років з високим освітнім рівнем (студенти).	- функціональне житло; - комфорт не є надто важливим; - розваги на природі; - спорт; - групові інтереси
Сімейні туристи	20 %	Сім'ї з дітьми. Старші особи.	- якісний сервіс; - комфортне житло; - невисокі ціни; - вільний час з родиною; - розваги, недалеко від агрооселі; - екскурсії, тури
Туристи відпочиваючі	20 %	Особи від 50-ти років. Бізнесмени, які надто зайняті на роботі.	- пасивний відпочинок; - комфортне житло; - добра їжа; - прогулянки; - оздоровлення

* Складено автором

Як видно з табл. 2.19, сільський зелений туризм як вид діяльності та індивідуального відпочинку спроможний задовольнити запити різних груп середнього класу, припускаючи незалежність пересування, індивідуальну організацію дозвілля та програми екскурсійного обслуговування. Визначені у табл. 2.20 групи туристів можна вважати цільовими для його ринку. Отже, власники агросадиб можуть орієнтуватися у своїх маркетингових стратегіях саме на такі цільові групи.

Визначено, що потенційними клієнтами господарств та підприємств сільського зеленого туризму у Херсонській області є сім'ї з доходом від 150\$

на місяць на особу. Платоспроможність попиту, проте, визначає розвиток усіх видів туризму як у регіоні, так і у країні в цілому (табл. 2.20 та рис. 2.3).

Таблиця 2.20

Розвиток в'їзного, виїзного та внутрішнього туризму

Регіон	Роки	
	2014	2015
в Україні		
Іноземні туристи, осіб	282287	335835
Туристи громадяни України, які виїжджали за кордон, осіб	913 640	1295623
Туристи, що подорожували територією України, осіб	1094170	649299
Обсяг реалізованих послуг споживачам туристичними агентствами та бюро подорожей в Україні *, тис. грн.	789783,5	987950,6
у Херсонській області		
Всього обслуговано туристів, осіб	17494	16112
Іноземні туристи, осіб	35	5
Туристи громадяни України, які виїжджали за кордон, осіб	6512	7853
Туристи, що подорожували в Україні, осіб	10947	8254
Обсяг реалізованих послуг споживачам туристичними агентствами та бюро подорожей в Херсонській області *, тис. грн.	4598,5	5638,5

* Вказано розмір маржі (різниці у вартості купівлі та продажу послуг)

Як видно з табл. 2.20, в Херсонській області, як і в Україні взагалі з кожним роком росте популярність усіх видів туризму, збільшується кількість як внутрішніх, так і іноземних туристів. За даними Адміністрації Держприкордонслужби, протягом 2015 р. Україну з метою туризму (за класифікацією Всесвітньої туристичної організації) відвідало 13,6 млн. іноземних громадян, що у 2,7 разів більше, ніж у 2000 р., а кількість громадян України, які виїжджали за кордон, становила 24,5 млн. (відповідно на 28,0% більше).

Збільшення обсягів в'їзного, виїзного та внутрішнього туризму є досить позитивним чинником, оскільки свідчить про наявний платоспроможний попит на туристичні послуги [123, с. 38]. Для розвитку

сільського зеленого туризму у регіоні це також позитивно, оскільки всі перераховані групи туристів можуть перетворитися з потенційних споживачів сільських туристичних послуг у реальних, і для цього необхідно їх зацікавити.

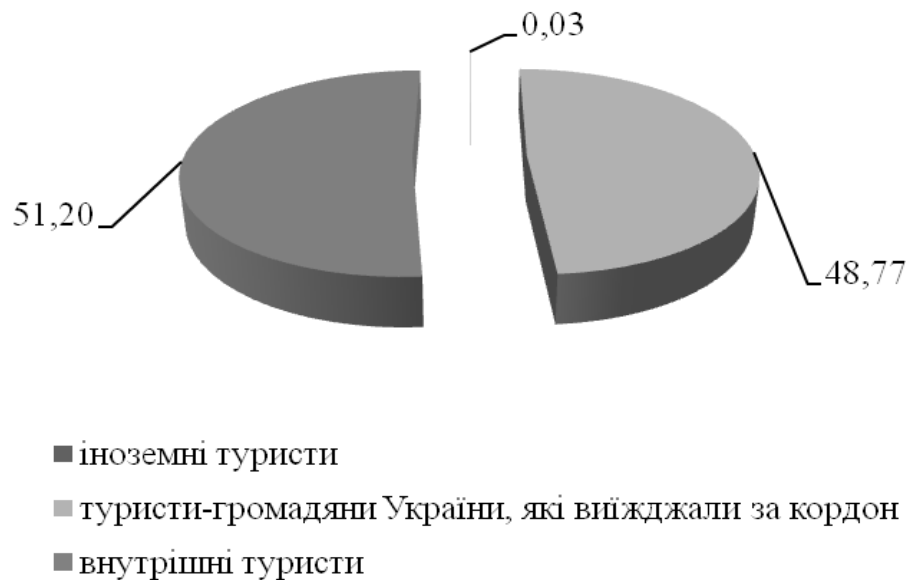


Рис. 2.3. Розподіл туристів за категоріями у Херсонській області у 2015 р.

Крім того, не слід упускати і той факт, що значна частина подорожуючих знаходиться у сфері уваги суб'єктів туристичної діяльності. Так, у 2015 р. послугами понад 2,8 тис. туристичних організацій України скористалося 1,8 млн. туристів.

Для обстеження туристів та одноденних відвідувачів було сформовано загальнодержавну ймовірнісну вибірку респондентів загальним обсягом 9934 особи. Генеральну сукупність складають особи (туристи та одноденні відвідувачі резиденти і нерезиденти України), які споживають основні, додаткові та супутні туристичні послуги. Для забезпечення репрезентативності результатів обстеження генеральна сукупність стратифікована за основними видами туризму: в'їзний (3240 респондентів), виїзний (3294), внутрішній (3400). Опитування проводилося в закладах готельного господарства та на пунктах пропуску через державний кордон

України. Так, за даними цього опитування, розподіл загального потоку туристів за статтю та віком в Україні виглядає наступним чином (табл. 2.21).

Таблиця 2.21

Розподіл туристів в Україні за статтю та віком, 2015 р.

Вікові групи	В'їзний туризм			Внутрішній туризм			Виїзний туризм		
	жінки	чоловіки	всього	жінки	чоловіки	всього	жінки	чоловіки	всього
Всього	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
16-27	20,3	17,4	18,7	20,3	16,3	18,1	25,4	19,8	22,5
28-34	20,8	17,1	18,8	19,1	19,9	19,6	20,1	20,5	20,4
35-44	30,2	31,7	31,1	25,7	25,5	25,6	25,5	30,7	28,2
45-54	17,5	20,6	19,2	23,0	25,2	24,2	20,2	20,1	20,1
55-59	5,5	6,3	5,9	5,4	5,8	5,6	4,1	4,5	4,3
60 і старші	5,7	6,9	6,3	6,5	7,3	6,9	4,7	4,4	4,5

* Дані опитування

Аналізуючи дані табл. 2.21, можна сказати, що основними споживачами туристичних послуг в Україні є практично всі вікові групи – починаючи з 16 років і закінчуючи 60 і старше. Особливо активною у цьому відношенні є вікова група від 35 до 44 років, частка якої практично в усіх видах туризму наближається до 30,0%. Оскільки майже всі вікові групи приблизно однаково туристично активні, суб'єктам сільського зеленого туризму Херсонщини не слід орієнтуватися на якусь одну з них, а навпаки, слід брати за орієнтир більш абстрактні загальні уподобання, відповідно облаштовуючи житло і пропонуючи послуги.

Відмінною особливістю функціонування господарств і підприємств туризму на селі також є його сезонність. Перш за все, вона пов'язана з природно-кліматичними умовами Півдня України. Загальну тенденцію у сезонності попиту на послуги сільського зеленого туризму показує табл. 2.22.

Таблиця 2.22

**Тривалість основних сезонів у господарствах та підприємствах
сільського зеленого туризму Херсонської області***

Сезон	Тривалість (тижнів)	Місяці
Сезон з низьким попитом	12,0	Квітень, вересень-жовтень
Основний (високий) сезон	16,0	Травень-серпень
Не сезон: немає попиту на відпочинок в агрооселях	20,0	Листопад-березень

* Дані власних спостережень та опитування

Як бачимо з табл. 2.22, основний сезон для сільського туризму в Херсонській області цілком припадає на літо і, частково, на початок осені та кінець весни. Кінець осені-зима – це типовий не сезон, оскільки у зв'язку з природно-кліматичними умовами краю зима у Херсонській області є сухою і малосніжною, що не дає можливості розвиватися зимовим видам спорту. Майже втраченими виявилися стародавні традиції Різдва і Новорічних Свят, Маланки на відміну, наприклад, від Карпатського регіону, де якраз цей період є сезоном підвищеного попиту.

Крім того, дуже мало агроосель розробляють послуги для міжсезоння, які могли б приваблювати туристів цілий рік. Під час головного сезону агрооселя може використовуватися на 99,0%, під час весняно- та осінньо-зимових сезонів – переважно на 5,0-10,0%. В залежності від сезону може також колитися і рівень цін. В цілому ж вище викладене про конкурентне середовище розвитку господарств та підприємств сільського зеленого туризму дозволяє визначити основні умови їх перспективного розвитку.

Мова йде про: 1. Створення розгалуженої мережі інтернет-інформаційного та рекламного забезпечення, банків даних, узгодження рекламного продукту на всіх рівнях – від підприємства до національного й міжнародного. 2. Проведення заходів з розширення періоду туристичного

сезону в сільській місцевості, створення нових зон відпочинку у селах на узбережжі Чорного, Азовського морів, Каховського водосховища, у степовій зоні, орієнтованих, передусім на молодь. 3. Ефективне використання й оновлення наявної майнової бази традиційних агроосель; пам'яток історії та культури, природи; інфраструктури сільських територій.

Також йдеться про необхідність забезпечення належного освітнього й фахового рівня власників господарств та підприємств, які налаштовані надавати туристичні послуги на селі. Спостерігається неузгодженість цін на туристичні продукти та послуги однакової якості, практична відсутність їх знакових брендів, якісних орієнтирів, категоризації як бази порівняння місць розміщення та ін. До ризиків віднесені дефіцит початкового капіталу та пільгового механізму кредитування для потенційних власників агроосель.

Необхідно вказати на високі податки і відсутність податкових пільг на туристичну діяльність для сільських жителів. Так, наприклад, в Угорщині в господаря, що приймає відпочиваючих, доходи від 10 ліжок не обкладаються податком. У Румунії розглядається питання про звільнення від податків таких господарів протягом 15 років. В Австрії селяни, що займаються прийманням гостей, мають пільги з оподаткування вже протягом 40 років. У Польщі не обкладають податком доходи від надання туристам не більше 5 кімнат для проживання і харчування) [154, с. 70].

Отже, узагальнюючи викладене, можна констатувати, що на сьогоднішній день розвиток господарств та підприємств сільського зеленого туризму в Херсонській області відбувається не системно та не послідовно. Зважаючи на наявний значний туристично-рекреаційний потенціал на селі та функціонування принаймні двох потужних груп підприємств – конкурентів, але потенційно можливих партнерів із галузей сільського господарства і туризму, доцільним є визначення ринкової ніші, механізмів розвитку та управління ним для господарств й малих підприємств сільського зеленого туризму.

2.3. Соціально-економічні показники та індикатори підприємницької діяльності

Як уже було визначено, Херсонська область має значні передумови для розвитку господарств та підприємств сільського зеленого туризму. У всіх її районах є пам'ятки природи, історії та культури національного й світового рівня, унікальні туристичні атракції. При цьому близько 2/3 сільського населення є безробітні або частково зайняті. За даними опитувань, тисячі із них могли б запропонувати туристам свої помешкання. Проте має місце ситуація, коли кількість домогосподарств, які офіційно зареєстровані та надають такі послуги, у сотні разів менша [101, с. 69].

За даними Державної служби статистики України, за період 2013-2015 рр. спостерігається зростання туристичних потоків та обсягів діяльності туристичного підприємництва, у тому числі і в сільській місцевості. Звіт про діяльність колективного засобу розміщування (форма № 1 – КЗР (річна)), затверджений наказом Держстату України від 30.11.2013 р. №499, містить розділ VII "Сільський (зелений) туризм", в якому зазначено дев'ять показників, які характеризують діяльність господарств та підприємств. До них належать: місткість агросадиб, кількість розміщених, площа, у тому числі житлова, середня вартість одного людино-дня перебування, доходи від наданих туристичних продуктів та послуг (без ПДВ й аналогічних платежів), витрати за обсягом та структурою, кількість ночівель та кількість днів роботи суб'єктів господарювання.

Кількісним індикатором стану та розвитку підприємництва у сфері сільського зеленого туризму є показник кількості його суб'єктів – агроосель, агросадиб, . Офіційні дані про діяльність агроосель в Україні з'явилися у 2013 р. із запровадженням відповідної, як уже зазначалося, статистичної форми звітності (табл. 2.23).

Таблиця 2.23

Розвиток суб'єктів сільського зеленого туризму в Україні в період 2013-2015 рр.*

Рік	Кількість агроосель, од.	Середня місткість агроосель, місць	Кількість розміщених, осіб	Площа агроосель, м ²	
				усього	у т.ч. житлова
2013	230	11	50724	49425,3	20787,1
2014	285	12,6	49948	65926,2	29987,7
2015	233	13,5	39311	71208,4	23556,7

* Розраховано за даними Державної служби статистики України, 2016 р.

Наведені статистичні дані узагальнюють інформацію про наявні агрооселі, які функціонують в Україні. На основі цього можна дійти висновку про те, що їх кількість зростала у 2014 р. порівняно з 2013 р., але зменшилась у 2015 р. Така ситуація зумовлена, на нашу думку, невизначеністю у сфері соціально-економічної політики держави, намаганням підприємців не афішувати свою діяльність у цій сфері, військово-політичними загрозами та зменшенням попиту на туристичні послуги. Слід звернути увагу на те, що всі суб'єкти підприємництва у сфері сільського зеленого туризму проводять діяльність у формі фізичних осіб-підприємців.

Загалом протягом 2013 р. за всіх рівних умов, тобто при 100-відсотковому завантаженні кожної агрооселі протягом року, наявна їх кількість максимально могла би прийняти понад 900 тис. осіб, але така ситуація є ідеальною в реальних умовах господарювання. Протягом досліджуваного періоду 2013-2015 рр. підприємництво у сільському зеленому туризмі, згідно зі статистичними даними, розвивається різними темпами як в Україні, так і в розрізі окремих адміністративних областей (табл. 2.24). Так, 2014 р. відзначився піднесенням та розвитком сільського зеленого туризму, а 2015 р. спостерігалось зниження обсягів діяльності у зв'язку з гео- та військово-політичною нестабільністю, зменшенням доходів

і платоспроможного попиту населення при одночасному підвищенні вартості житлово-комунальних та інших послуг.

Таблиця 2.24

Розвиток суб'єктів сільського зеленого туризму в Україні протягом 2013-2015 рр.*

Регіон (область)	2013 р.			2014 р.			2015 р.		
	кількість агроосель, од.	середня місткість агроосель, місць	кількість розміщених, осіб	кількість агроосель, од.	середня місткість агроосель, місць	кількість розміщених, осіб	кількість агроосель, од.	середня місткість агроосель, місць	кількість розміщених, осіб
Вінницька	1	20	300	1	4	16	-	-	-
Волинська	1	8	40	1	12	30	1	12	40
Дніпропетровська	2	15	2524	2	15	2751	2	15	3097
Закарпатська	-	-	-	1	12	50	1	9	48
Запорізька	4	10	269	8	19,1	1628	7	20,6	1356
Івано-Франківська	1	6	15	1	6	8	-	-	-
Кіровоградська	158	10	21591	184	10,6	22935	163	12,7	16903
Львівська	-	-	-	2	7	712	2	7	1151
Миколаївська	-	-	-	-	-	-	1	15	1
Одеська	1	36	213	7	13,1	1566	-	-	-
Полтавська	-	-	-	3	9,7	172	3	9,7	477
Тернопільська	6	13	2011	4	18,3	1755	3	21,3	1804
Харківська	-	-	-	2	59	378	-	-	-
Херсонська	-	-	-	1	65	200	-	-	-
Хмельницька	2	14	2154	6	20,8	4302	5	23,8	2728
Черкаська	6	9	322	9	6,9	289	5	6,6	281
Чернівецька	17	13	4267	16	21,9	4720	15	16,8	5207
Чернігівська	-	-	-	1	10	120	2	18,5	973

* Розраховано за даними Державної служби статистики України, 2016 р.

Як видно з наведених даних у табл. 2.24, у 2013 р. у 13 з 19 областей були наявні хоча б по одній агрооселі (АР Крим, Вінницька, Одеська та Запорізька області). Уже у 2014 р. кількість агроосель, а відповідно і фізичних осіб, як суб'єктів підприємництва, які займаються господарською діяльністю у сфері сільського зеленого туризму в Україні, істотно збільшилась (зростання становило 23,9%). Територіально локалізація суб'єктів підприємництва має чітко виражену прив'язку до території Західної України, де сільський зелений туризм інтенсивно розвивається завдяки високій концентрації агроосель.

Однак у 2015 р. порівняно з 2014 р. кількість суб'єктів підприємництва в цій сфері зменшилась на 52 агрооселі і становить лише 233 одиниці, у тому числі за рахунок суб'єктів господарювання, які розташовані на території анексованого Криму. В окремих областях, зокрема Запорізькій, Одеській, Харківській та Херсонській, агрооселі припинили свою діяльність (разом – 6 садиб), за даними офіційної статистики. Це підтверджує висновок про значний вплив чинника нестабільності в цих регіонах, хоча аналогічна тенденція до зменшення офіційної кількості агроосель, але з меншою динамікою, спостерігається також в Івано-Франківській, Львівській, Закарпатській та Чернівецькій областях.

З іншої сторони, статистичні дані не можна вважати достовірними. Так, у Київській області, суб'єкти сільського зеленого туризму якої взагалі не відображені у звітності, успішно функціонують організовані понад 10 років тому агросадиби Хата пана Савки, Українське село (с. Бузова), Калиновий Куш, Мальовниця та ще з 10 інших [249]. Теж саме стосується Херсонської області, де господарства сільського зеленого туризму належать до найвідоміших в Україні. Це Зелені хутори Таврії, Чайка [250].

Аналізуючи статистичні дані щодо кількості туристів, які скористались послугами агроосель у 2014 р., можна зробити висновок про те, що розміщення осередків і результати розвитку та функціонування цього виду підприємницької діяльності, насамперед, залежать від природних умов.

Політична та соціально-економічна нестабільність у державі спричинили скорочення одночасно кількості агроосель, які надавали послуги сільського зеленого туризму, та кількості осіб, які відпочивали в них (рис. 2.4).

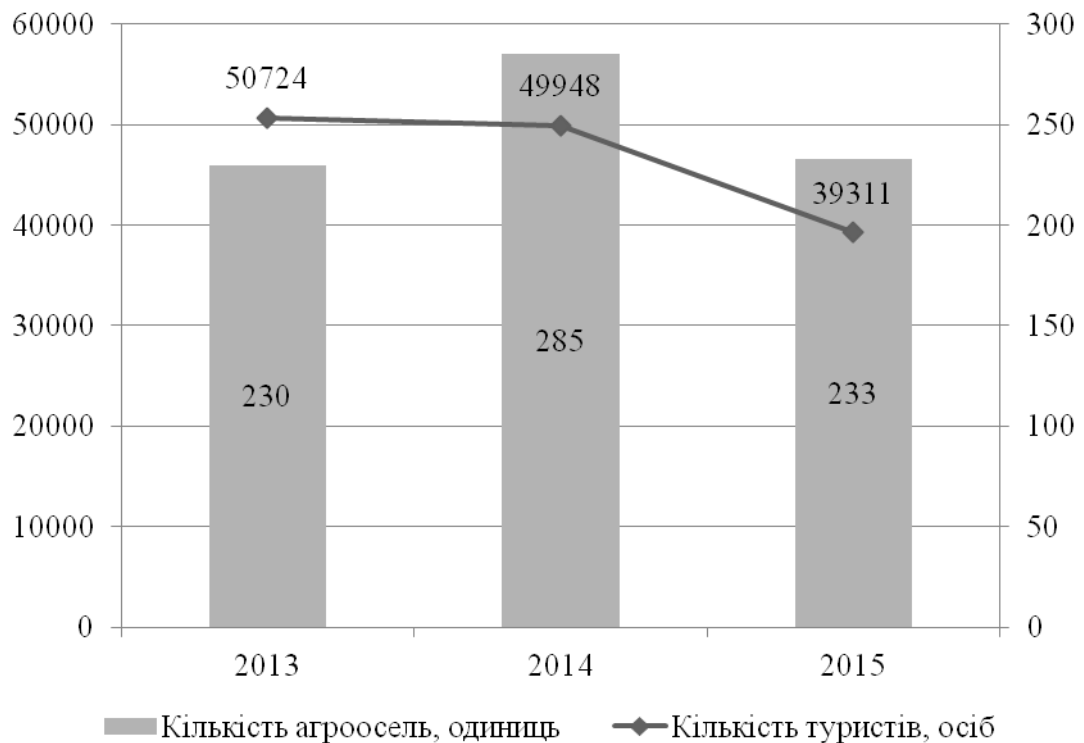


Рис. 2.4. Динаміка кількості агроосель в Україні та кількості туристів, що їх відвідали, у 2013-2015 рр. (побудовано за даними Державної служби статистики України, 2016 р.)

Це спричинено зниженням рівня доходів населення як споживачів туристичних послуг, а також доходів фізичних осіб-підприємців туристичного бізнесу на селі. Така ситуація має тимчасовий характер і за найменших позитивних зрушень в геополітичному та соціально-економічному середовищі призведе до швидких змін та зростання обсягів підприємницької діяльності. Сільські жителі як основні стейкхолдери сільського зеленого туризму є чутливими до дії таких чинників і здатні швидко реагувати на їх покращення.

Важливою функцією підприємницької діяльності суб'єктів сільського зеленого туризму є вплив на диверсифікацію сільськогосподарського

виробництва і забезпечення багатофункціональності сільських територій. Це формує додаткові стимули до створення позасільськогосподарських місць прикладання праці незайнятого населення на селі. Крім того, сільський зелений туризм передбачає м'який вплив на довкілля й дотримання додаткових заходів з охорони навколишнього середовища, в якому здійснюється підприємницька діяльність. Це є пріоритетними напрямками спільної аграрної політики (САП) країн Європейського Союзу, політики сільського розвитку у багатьох європейських країнах, оскільки цим шляхом можна без особливих зусиль забезпечити сталий розвиток сільських територій.

Таким чином, господарства та підприємства сільського зеленого туризму є вагомими чинниками активізації всього процесу сталого та збалансованого сільського розвитку. Підприємництво у цій сфері є ефективним інструментом підвищення зайнятості і доходів сільських жителів. Воно забезпечує диверсифікацію сільської економіки, трансформуючи соціально-економічні відносини на селі на засадах ринкового господарювання [220, с. 10]. Досвід розвинутих країн і аналіз перших результатів цього виду економічної діяльності в нашій країні вказують на ефективність і соціальну значущість цього явища. Перетворюючись у постійний соціально-еколого-економічний процес, сприятиме підвищенню рівня добробуту сільського населення, розвитку інфраструктури українського села, підвищенню його інвестиційної привабливості та перцепційності, вирішенню екологічних проблем природного середовища.

Потенціал розвитку підприємництва у сфері сільського зеленого туризму, окрім кількості населення, зумовлений показниками кількості агроосель та обсягів їхньої діяльності (табл. 2.25).

Таблиця 2.25

Показники розвитку підприємницької діяльності у сільському зеленому туризмі Херсонської області за період 2013-2015 рр.*

Показник	2013 р.	2014 р.	2015 р.	Темп приросту, % (2015 – 2013)/2013
Кількість агроосель, од.	31	43	56	30,0
Кількість розміщених, осіб	17,9	17,2	25,2	68,2
Кількість ночівель, од.	49,5	46,5	79,3	70,5

* Розраховано за даними Головного управління статистики в Херсонській області, 2016 р.

На основі офіційних статистичних даних, представлених в табл. 2.25, можна зробити висновок про незначне збільшення кількості агроосель та обсягів наданих ними послуг. Як показали проведені безпосередньо на місцях обстеження, значна частка агроосель, які надають послуги сільського зеленого туризму, не подає достовірної інформації про свою діяльність і фактично провадить підприємницьку діяльність у тіні. Тому, аналізуючи стан розвитку суб'єктів сільського зеленого туризму, для отримання достовірних і об'єктивних оцінок та формулювання аргументованих суджень, цю обставину необхідно взяти до уваги, забезпечуючи отримання додаткової інформації з альтернативних джерел.

Такий підхід застосовано у дослідженні стану підприємництва у сфері сільського зеленого туризму Новотроїцького району Херсонщини. Встановлено, що динаміка розвитку господарств сільського зеленого туризму в районах краю не має стійких тенденцій. На тлі збільшення їх кількості в області з 43 до 56 було прийнято понад 79,3 тис. туристів. Досліджені 14 господарств або 25,0% загальної кількості (табл. 2.26) мали середню місткість 10 ліжок, загальну площу 7,9 тис. м² та житлову 4,3 тис. м², прийняли 8828 туристів або 630 осіб на одну агрооселю. Це в 1,6 разів менше наявних можливостей, але дозволило отримати 714,4 тис. грн. прибутків або, в середньому, 51,0 тис. грн. на одне господарство. Витрати на обслуговування одного туриста становили 235,5 грн./добу, а чистий прибуток

– 80,9 грн./добу. Це означає, що середньодобові послуги агрооселі, якщо це не лише проживання, не можуть коштувати менше 200 грн./добу.

Таблиця 2.26

**Показники розвитку господарств сільського зеленого туризму у
Херсонській області, 2013-2015 рр.***

Рік	Кількість агроосель, од.	Кількість розміщених, осіб	Середня місткість агроосель, місць	Площа агроосель, м ²	
				усього	у т.ч. житлова
2013	9	15745	15	5581,0	2867,0
2014	11	5962	16	6543,9	3754,7
2015	14	8828	10	7890,2	4326,4

* Розраховано за даними власних спостережень, 2016 р.

Це пояснюється як загальними, так і місцевими причинами. Кризові прояви в усіх сферах суспільно-економічних відносин, які спостерігалися протягом 2015 р., негативно позначилося на діяльності власників агроосель. Зниження рівня платоспроможності населення, ріст цін призвели до зменшення кількості вітчизняних туристів, а політична та соціально-економічна нестабільність змусила іноземних громадян відкласти поїздки в Україну. Крім того, у свідомості пересічних громадян адміністративні райони Херсонської області, у т.ч. й Новотроїцький, які межують з Кримом або наближені до нього, сприймаються як нестабільні та незручні у плані завантаженості автошляхів, залізничного транспорту тощо.

У 2015 р. відбулося скорочення кількості агроосель порівняно з 2014 р. Кількість туристів, які відвідали наявні 7 агроосель, знизилась до 4414 осіб (у 2014 р. – 5962 особи). Розрахунки показують, що завантаженість однієї агрооселі у 2014 р. складала 542 особи за рік, а у 2015 р. цей показник зріс до 630 осіб. Це можна пояснити тим, що темпи зниження кількості зелених агросадіб були вищими, ніж темпи скорочення кількості відпочивальників. Внаслідок цього 7 агроосель, які не були витіснені з ринку і продовжували у 2015 р. працювати, використовували свій потенціал більш ефективно і

отримали більше доходів у розрахунку на окрему оселю. Підприємницький ризик був виправданим.

Обсяги та результати діяльності господарств у сфері сільського зеленого туризму Новотроїцького району є в повноваженнях та під впливом відділу економіки та туризму Новотроїцької районної державної адміністрації. Аналіз і оцінку стану розвитку господарств і підприємств сільського зеленого туризму цей орган влади здійснює, крім офіційних статистичних даних, на основі різних джерел і обстежень. Наприклад, за даними їх спостережень за період 2010-2015 рр. кількість суб'єктів підприємництва, що діють у статусі агроосель, і динаміка їх розвитку є дещо відмінними (рис. 2.5).

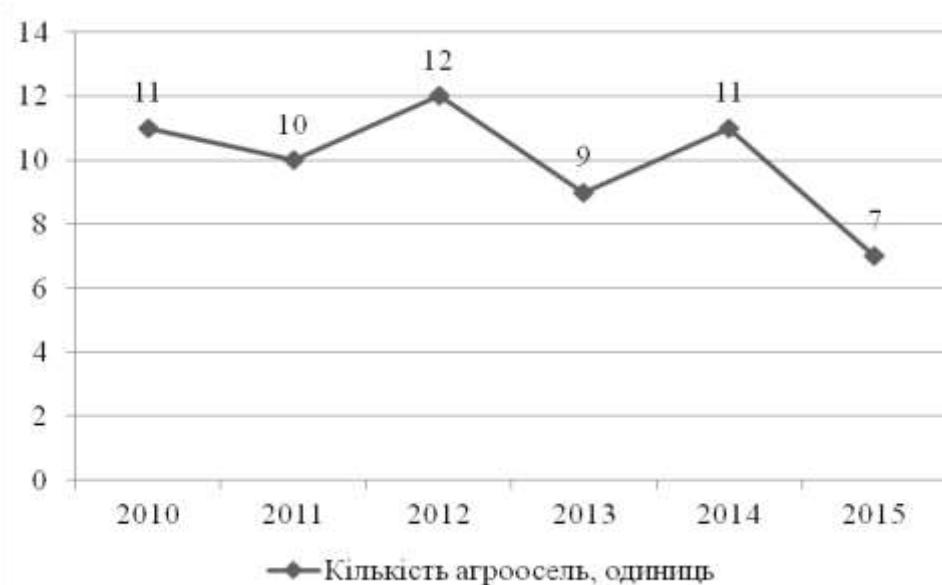


Рис. 2.5. Динаміка кількості агроосель Новотроїцького району Херсонської області у 2010-2015 рр. (побудовано за даними власних спостережень, 2016 р.)

На наш погляд, незважаючи на відмінність у кількісних показниках, вони є більш достовірними принаймні з двох причин: по-перше, більша тривалість періоду спостережень точніше показує динаміку процесу і його спрямованість; по-друге, дані з обох джерел синхронно вказують на різкий спад активності підприємництва у 2014-2015 рр. Згідно наших даних,

послугами сільського зеленого туризму Новотроїцького району щороку користується орієнтовно 2,0-2,5% туристів, які відвідують Приазов'я, Присивашся та Асканію Нову.

Тенденцію до зменшення обсягу наданих послуг і кількості туристів в означеному періоді, на наш погляд, можна вважати достовірною, оскільки вона не суперечить загальному трендові розвитку сільського зеленого туризму саме в прикарпатських районах області. Крім того, досить значні витрати діяльності, податки, відсутність належної місцевої та державної підтримки змушують підприємців працювати за сірими або й взагалі тіньовими схемами.

Так, згідно наших даних як результатів опитування, більшість підприємців здійснюють свою діяльність без створення юридичної особи (68,9%). Встановлено, що основним критерієм, коли така діяльність ведеться у формі юридичної особи, є місткість садиби, тобто її ресурсна потужність. Встановлено, що цю організаційно-правову форму підприємці обирають за умови, коли середня місткість агросадиби становить понад 10 місць. За меншої місткості діяльність ведеться без створення юридичної особи, переважно у статусі "фізична особа-підприємець (ФОП)" (табл. 2.27).

Таблиця 2.27

Порівняння місткості агроосель – фізичних осіб-підприємців та агроосель – юридичних осіб у Херсонській області, 2015 р.*

Середня місткість агрооселі, місць	Агрооселі – фізичні особи-підприємці	Агрооселі – юридичні особи
до 3	3	2
4-7	23	6
8-11	11	5
12-15	2	2
> 15	1	1
Всього	40	16

* Розраховано за даними анкетування, 2016 р.

У процесі оцінки та діагностики підприємницької діяльності у сфері сільського зеленого туризму, індикатором її ефективності та конкурентоспроможності було обрано показник кількості осіб, що можуть скористатися послугами агроосель. Проведені нами розрахунки показали, що у 2015 р. максимальна або ідеальна кількість туристів, які можуть бути розміщені в агрооселях Новотроїцького району щоденно, складала 70 осіб. Це означає, що річний потенціал агроосель, які працювали у 2015 р., становив понад 6,3-7,0 тис. осіб з огляду на сезонність. Як свідчить світова практика, оптимальний рівень завантаженості підприємств галузі сільського зеленого туризму, що дає змогу забезпечити достатньо високу рентабельність, складає 60-80%.

Граничною межею виживання вважається 40% їх завантаженості [231, с. 50]. Стосовно агроосель, які належать до підприємств туристичної сфери на селі, з огляду на сезонність, недостатню інфраструктурну забезпеченість, невисоку поки що популярність, ймовірні результати їх діяльності потрібно оцінювати на рівні 20-30%, що за невисокого рівня собівартості послуг для підприємців є прийнятним. За інших рівних умов з урахуванням рівня цінової доступності послуг оптимальна кількість туристів, які відвідали агрооселі Новотроїцького району, у 2015 р. могла сягати 2,2-3,5 тис. осіб.

Як показує господарська практика, найбільшою популярністю користуються агрооселі, які пропонують до 10 ліжко-місць одночасного розміщення. На нашу думку, така місткість агрооселі забезпечує задоволення основних потреб туристів та одночасно відповідає можливостям житлових будинків, які власники для цього використовують. Це підтверджується тим, що основний стимул і функціональне призначення сільського зеленого туризму – бути додатковим джерелом доходів для власників агроосель без значного вкладення капіталу, одночасно забезпечуючи зручності відпочивальникам.

Оцінку економічної ефективності та конкурентоспроможності господарств і малих підприємств сільського зеленого туризму доцільно

здійснювати на основі обсягів наданих ними послуг, витрат на їх здійснення та прибутків (табл. 2.28).

Таблиця 2.28

Економічна ефективність підприємницької діяльності у сільському зеленому туризмі Херсонської області, 2013-2015 рр.*

Рік	Кількість агроосель, од.	Доходи від наданих послуг (без ПДВ та аналогічних платежів), тис. грн.	Витрати, тис. грн.	Результати діяльності агрооселі (прибутки), тис. грн.
2013	9	1477,0	1015,5	161,5
2014	11	2175,5	1350,4	720,1
2015	14	2797,8	2083,4	714,4

* Розраховано за даними анкетування, 2016 р.

Тут також простежується встановлена раніше тенденція зростання обсягів послуг у 2014 р. проти попереднього періоду (+698,5 тис. грн.). Прибутковість діяльності в розрахунку на одну агросадибу має сталу тенденцію до зниження. Так, у 2013 р. середній прибуток садиби сягав 17,9 тис. грн. У 2014 р. прибуток підвищився до 65,4 тис. грн., що можна пояснити більшим попитом на послуги діючих у цій сфері суб'єктів господарювання та, відповідно, посиленням конкуренції.

Проведені розрахунки середнього показника витрат на один людинодень перебування становили у 2013 р. 64,5 грн., у 2014 р. – 290,9 грн., а у 2015 р. – 235,8 грн. Це вказує на те, що вартість однієї доби проживання з туристичним обслуговуванням в агросадибі може бути на рівні близько 200-300 грн., що забезпечує достатній рівень комфорту відпочивальникам та рентабельність підприємницької діяльності.

Господарства та підприємства сільського зеленого туризму як суб'єкти підприємницької діяльності функціонують у рамках економічної системи країни. Отже, як і будь-які підприємства, вони підпадають під вплив певних чинників. У процесі дослідження нами було запропоновано суб'єктам господарювання у сфері сільського зеленого туризму (20 одиниць) оцінити

важливість чинників, які стимулюватимуть їх до розширення обсягів діяльності. Зведені результати опитування подано в табл. 2.29.

Таблиця 2.29

Оцінка важливості чинників, які впливають на підприємницьку діяльність у сфері сільського зеленого туризму у Херсонській області, %*

Чинник	Дуже важливо	Важливо	Важливо за певних умов	Неважливо	Зовсім не важливо
Державна підтримка (дотації, субсидії, податкові пільги)	27	50	19	2	2
Вдосконалення інфраструктури села	95	5			
Узгодженість дій з іншими суб'єктами господарювання	10	10	80		
Партнерство органів місцевого самоврядування	20	75	5		
Діяльність громадських організацій	5	27	50	15	3
Інше (вказіть)					

* Розраховано за даними власних спостережень, 2016 р.

Як бачимо з табл. 2.29, державна підтримка є дуже важливою для 27,0% власників агроосель, 50,0% вважає дотації, податкові пільги та субсидії важливими, 19,0% потребують державної підтримки лише за певних умов, а 4,0% підприємців не вірять у державну допомогу в розвитку сільського зеленого туризму як виду діяльності і тому вважають її не здійсненою та не важливою.

Підприємці розуміють значення інфраструктури для розвитку свого бізнесу, адже туристи їдуть перш за все туди, де налагоджено хороше транспортне сполучення (особливо автомобільні шляхи), екскурсійне обслуговування та організоване дозвілля, є гарантії особистої безпеки. Саме тому 95,0% опитаних вважають за необхідне вдосконалювати інфраструктуру села та оцінюють цей чинник за наведеною шкалою як "дуже важливо" і лише 5,0% з них визначають його як "важливо".

Підприємницька діяльність у сфері сільського зеленого туризму та

перспективи її розвитку прямо залежать від співпраці з органами місцевого самоврядування, починаючи від встановлення ставки єдиного податку і закінчуючи рішеннями сільської чи селищної ради, які безпосередньо стосуються відведення земель, інших угідь, дозволів, вирішення питань, пов'язаних з функціонуванням сільського зеленого туризму загалом. На основі цього загалом також 95,0% підприємців – жителів сільських територій вважають, що партнерство з органами місцевого самоврядування відіграє важливу роль і є провідним чинником у сприянні розвитку сільського зеленого туризму. Визначають цей чинник як "дуже важливо" 20,0% опитаних, а 5,0% власників агроосель відносять вагомість цього чинника до категорії "важливо за певних умов".

Встановлено, що лише 27,0% власників агроосель вважають, що громадські організації є важливими для розширення їх діяльності у сфері сільського зеленого туризму. Більшість із них (50,0%) не беруть до уваги можливості їх суттєвого або/та постійного впливу на діяльність агросадиб та оцінюють як "важливо за певних умов". Ще близько 18,0% респондентів відносять координуючий вплив громадських організацій до категорії "неважливо". Водночас, позитивним є те, що, оцінюючи потребу координації дій, близько 30% сільських жителів-господарів туристичного бізнесу, тобто кожний третій, дописували коментар про відсутність "дієвої громадської організації у сфері сільського зеленого туризму".

Розвиток господарств та підприємств сільського зеленого туризму є результируючим наслідком державної соціально-економічної та аграрної політики. Водночас, вони здійснюють вплив на сільську економіку та сільські території, які є середовищем їх розміщення та простором для функціонування. З цією метою у країні та її регіонах, сільських громадах формуються та реалізуються відповідні програми розвитку суб'єктів сільського зеленого туризму у взаємозв'язку з розвитком сільських територій. Отже, сільське населення повинно відчувати позитивні результати їх реалізації та приймати участь у них.

Однак опитування показало, що 65,0% жителів сіл не знають про їх існування, 25,5% опитаних вказали на свою поінформованість про них, а 9,5% респондентів з числа опитаних володіють інформацією лише в загальних рисах. Позитивним можна вважати те, що мережа Інтернет і в сільській місцевості є основним джерелом отримання та поширення інформації, а 50,0% опитаних із числа поінформованих вказали, що дізнались про існування державних програм з підтримки та розвитку сільських територій завдяки цьому ресурсу.

Друковані місцеві ЗМІ є джерелом отримання інформації про державні програми розвитку сільських територій для 35,0% сільських жителів – власників господарств та агроосель. Через приватні розмови між власниками агроосель отримали інформацію про наявні програми тільки 5,0% респондентів. Завдяки роботі органів державної влади лише 7,0% опитаних отримав таку інформацію, а 3,0% дізнались про це іншими шляхами.

Допомогу з бюджетних джерел на започаткування власного бізнесу у сфері сільського зеленого туризму отримали через центр зайнятості на основі розроблених бізнес-планів троє власників агроосель або 40,3%, а 70,0% серед опитаних ніколи не отримували будь-яку допомогу.

Агрооселя є своєрідним господарством або малим підприємством з надання туристичних послуг, де дохід від виробничої діяльності залежить від наявних ресурсів. Такими ресурсами є власне житло, а виробничі можливості з надання послуг залежать не тільки “від кількості кімнат та ліжко-місць”, як наголошують деякі автори [92, с. 82]. Мова йде також про володіння власним транспортом, наявність та розміри земельних ділянок, багаторічних насаджень, підсобних приміщень, сільськогосподарських тварин, міні-техніки для виробництва продовольчої продукції. З числа опитаних власників агроосель 25,0% надають у розпорядження відвідувачів 1-4 кімнати, а 75,0% пропонують 5 кімнат і більше. Щодо кількості ліжко-місць, то 20% господарств можуть приймати одночасно 2-6 туристів та 80,0% обслуговують одноразово 7-12 туристів.

Оскільки одночасно з проживанням надаються послуги з харчування, важливим було оцінити стан використання земельних ділянок для потреб вирощування сільськогосподарської продукції. Встановлено, що переважна більшість опитаних власників агроосель (75,0%) використовують для цього присадибні земельні ділянки площею до 2,0 га, 15,0% господарів володіють земельними ділянками розміром до 0,5 га і ще 20,0% респондентів з метою ведення підприємницької діяльності у сфері сільського зеленого туризму використовують земельні ділянки площею до 0,4 га. Опитування показало, що сільські жителі усвідомлюють цінність місця розміщення та ринкову ціну землі, отже, яким реальним капіталом вони володіють.

Тому на запитання про вартість земельних ділянок у населених пунктах, де розвивається сільський зелений туризм, 25,0% респондентів вказали на ціну від 1,0 до 3,0 тис. доларів, а 75,0% власників господарств та підприємств оцінили свої ділянки залежно від місця розташування та рівня облаштування від 3,1 до 7,0 тис. доларів за 0,1 га і більше. На основі цих суджень можна припустити, що практично кожне домо- або селянське господарство в досліджуваному районі гіпотетично володіє значним базовим капіталом. Потенційно він може бути залученим в економічний оборот та істотно збільшити їх доходи.

Позитивним наслідком, що, очевидно, сформувався під впливом комерційних успіхів, оцінки належного майна, особистісних мотивів є висловлене в ході опитування бажання власників господарств та підприємств сільського зеленого туризму продовжувати та розширювати свою підприємницьку діяльність у цьому напрямі, всіляко розвиваючи та доповнюючи її новими продуктами і послугами. Позитивну відповідь дали 80,0% респондентів, і лише 20,0% з опитаних, невпевнено і навіть негативно оцінили свої перспективи в цій сфері.

Розширення діяльності у сфері сільського зеленого туризму, поряд з іншими чинниками, 85,0% опитаних підприємців пов'язують із необхідністю використовувати вільні природні угіддя. 10,0% опитаних планують

використовувати вільні земельні ділянки для розширення господарської діяльності, але в майбутньому, і лише 5,0% респондентів не планують залучати додаткові площі угідь. Така одностайність власників сільського зеленого туристичного бізнесу в оцінці перспектив його розвитку підтверджує наше твердження про те, що земля є визначальним чинником, який стимулює соціально-економічну діяльність на селі та забезпечує можливості її розширення і джерела відтворення.

Для досягнення позитивного результату своєї діяльності 75,0% власників господарств та малих підприємств готові вкладати власні кошти у розширення і вдосконалення інфраструктури сільських територій. Решта 20,0% опитаних вірять в існування та перспективи державної допомоги. І лише 5,0% покладає свої сподівання на залучення коштів сільських рад та громад для розвитку інфраструктури. Тому закономірною є незадовільна оцінка діяльності і недовіра до органів місцевого самоврядування, оскільки 75% серед опитаних не задоволені такою діяльністю, а 25% суб'єктів господарювання лише частково задоволені їхньою роботою. Це також підтверджує наш висновок про те, що більшість проблем із розвитком сільського зеленого туризму в регіоні має інституціональний характер і може бути вирішена через активізацію дій сільських громад задля посилення вимог до роботи органів влади [85, с. 16].

Варто зазначити, що проблеми, які досліджено і проаналізовано нами, потребують вирішення як на державному, так і на регіональному та місцевому рівнях управління та організації суспільної життєдіяльності. Спільними зусиллями підприємців, органів державної влади та місцевого самоврядування, наукових, громадських та політичних організацій посилено надати сільському зеленому туризму статусу повноцінного, а не фрагментарного виду економічної діяльності на селі. Це сприятиме розвитку суб'єктів господарювання принаймні 11 інших галузей та сфер економічної діяльності, адже 1 зайнятий у туризмі дає роботу принаймні ще 11 особам, тоді як у сільському господарстві – лише чотирьом.

До цього слід додати виняткову роль господарств та підприємств сільського зеленого туризму у вирішенні проблем зайнятості сільського населення, розширенні його комунікацій з міськими жителями, культурному обміні, збереженні та популяризації народних звичаїв і традицій, сільського способу життя, підвищенні статусності сільських господарів, їх соціальної відповідальності, патріотизму. Отже, мова йде про ті цінності, які важко виміряти матеріально. Нарешті, підприємництво у сільському зеленому туризмі є природоохоронним по своїй суті. Саме цей вид діяльності забезпечує м'який вплив на довкілля та направлений на його збереження і відтворення.

Висновки до розділу 2

1. У процесі дослідження нами виявлено принаймні 6 конкурентних переваг зовнішнього середовища підприємницької діяльності у сільському зеленому туризмі Херсонської області. Серед них унікальний туристично-ресурсний потенціал, значна частка та наявність незайнятого населення, значні додаткові преференції у вигляді органічного харчування.

2. До ризиків, крім традиційних конкурентних переваг агробізнесу, слід додати нерозуміння (в т.ч. і через це) вигод сільського зеленого туризму місцевою владою та пасивність у його підтримці, слабка рекламно-інформаційна діяльність та нестабільність прикордонного положення внаслідок анексії Криму. Також слід вказати на нерівномірність обласної системи розселення (кількість сіл у районах різниться у 5,4 разів, населення – у 8,4 разів). У внутрішньому середовищі господарств переваги визначаються можливостями додаткової зайнятості, відсутністю необхідності великих фінансових вкладень, безризиковістю туристичного бізнесу.

3. Ризиками є недостатня підприємницька ініціатива, бідність населення, погані житлові умови. Загалом на тлі унікального туристично-

ресурсного потенціалу Приазов'я, Причорномор'я, Придніпров'я, посправжньому “курортного” клімату з 85,2% сонячних днів у році, виробництва найкращих у країні та дешевих продуктів харчування через велику землезабезпеченість населення (від 1,3 до 4,9 га/особу), продуктивність ресурсів, відповідність виробництва. Поряд з тим, для умов регіону характерні знелюднення та депресивність сільських поселень (переважають села людністю 500-600 жителів). Ринкове господарювання та недостатня державна підтримка не сприяють формуванню та утримуванню тут сучасних соціально- та виробничо-інфраструктурних комплексів. Також це старіння та необлаштованість житлового фонду (50-60 років), однотипність та примітивність сільської забудови, згорання закладів соціально-культурної сфери, торгівлі та громадського харчування; великі навантаження на шляхи сполучення та їх недостатність. Вирішення потребує проблема інформації та реклами, особливо через мережу Інтернет, сайти з англійськими версіями про ті беззаперечні туристичні переваги, які є у регіоні.

4. У розвитку сільської економіки Херсонської області значну роль відіграють особисті селянські господарства. Вони зосереджують виробництво 53,0-65,0% сільськогосподарської продукції. В агросфері функціонує понад 30,7 тис. підприємств різних форм власності та організації виробництва. З них 25,9% приходить на приватні підприємства та 9,6% – на фермерські господарства. Отже, понад 35,5% суб'єктів господарювання може бути основою організації сільського зеленого туризму.

5. Всіма формами господарювання забезпечується провідне місце регіону у виробництві продовольчої продукції. Її обсяги на 43,5% в розрахунку на одну особу перевищують середньо республіканські показники. Ці ж агроформування є основними суб'єктами забезпечення зайнятості та доходів сільського населення, платниками в бюджет області та сприймаються як основа життєдіяльності на селі. Іншу частину конкурентного середовища формують власне курортно-санаторні заклади. На Херсонщині зосереджено

14,6% пансіонатів та будинків відпочинку, 9,8% баз відпочинку, 5,5% пансіонатів з лікуванням, 1,8% санаторіїв країни. Це означає 2-е місце в країні після Одеської області та асоціацію у населення саме з курортним літнім приморським відпочинком. На них приходиться 8,5% зайнятих у галузі, 9,8% обслугованих туристів, 6,1% бюджетних надходжень. Проте господарства та підприємства сільського зеленого туризму можуть мати свою нішу у такому конкурентному середовищі, пропонуючи мало денний відпочинок з унікальними атракціями, органічним харчуванням та реалізацією якісних продовольчих товарів, як це уже має місце.

6. Крім того, використовуючи власні ресурси, вони є не замінними для організації відпочинку в економ- та бюджетному сегментах, тобто для споживачів з середньою та низькою платоспроможністю. Поки що їх офіційна кількість є незначною і складає 56 або 0,18% від кількості аграрних підприємств, 22,6% – від кількості санаторно-курортних закладів області та 24,6% – від кількості суб'єктів сільського зеленого туризму в Україні.

7. Згідно офіційних статистичних даних, у 2015 р. у країні налічувалося лише 233 агроосель сільського зеленого туризму з середньою місткістю 13-14 ліжок. Їх площі (загальна – 71,2 тис. м², житлова – 23,6 тис. м²), продукти й послуги дозволили прийняти 39,3 тис. туристів. Проте ці дані не можна вважати відповідними фактичним, адже у звітності не представлені цілі області, тоді як на Інтернет-сайтах розміщені реальні дані про значну кількість суб'єктів господарювання. Враховуючи це, для досліджень у Херсонській області було використано методи опитування та анкетування й інтерв'ю.

8. Встановлено, що динаміка розвитку господарств сільського зеленого туризму в районах краю не має стійких тенденцій. На тлі збільшення їх кількості в області з 43 до 56 було прийнято понад 79,3 тис. туристів. Досліджені 14 господарств або 25,0% загальної кількості мали середню місткість 10 ліжок, загальну площу 7,9 тис. м² та житлову 4,3 тис. м², прийняли 8828 туристів або 630 осіб на одну агрооселю. Це в 1,6 разів менше

наявних можливостей, але дозволило отримати 714,4 тис. грн. прибутків або, в середньому, 51,0 тис. грн. на одне господарство. Витрати на обслуговування одного туриста становили 235,5 грн./добу, а чистий прибуток – 80,9 грн./добу. Це означає, що середньодобові послуги агрооселі, якщо це не лише проживання, не можуть коштувати менше 200 грн./добу.

9. Серед важливих чинників для розвитку туристичного підприємництва на селі власники господарств називають державну підтримку, партнерство з місцевою владою, інфраструктурне забезпечення (80-95% опитаних). Менш значимими є співпраця з громадськими організаціями та налагодження зв'язків з іншими підприємствами (важливо для 20-25% респондентів). Останнє не можна назвати вдалим, адже кооперація, інтеграція та кластеризація значно б полегшили умови конкурентного середовища, в якому функціонують суб'єкти сільського зеленого туризму. Натомість, переважна більшість з них в якості опори обирають власні ресурси – земельні банки та капітал (85%). Саме на цих засадах 80% підприємців планують розширювати туристичний бізнес на селі.

РОЗДІЛ 3

НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РОЗВИТКУ ГОСПОДАРСТВ ТА МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ

3.1. Посилення екологічних пріоритетів та природоохоронних функцій суб'єктів сільського зеленого туризму

Важливою умовою перспективного сталого розвитку та підвищення ефективності й конкурентоспроможності підприємницької туристичної діяльності сільських територій Херсонській області є раціональне використання та розширене відтворення й охорона природних туристичних ресурсів. Вона має спиратися, крім цього, на збільшення кількості суб'єктів господарювання та створення їх мереж і об'єднань; обґрунтоване використання майна та оновлення наявної матеріально-технічної бази господарств і підприємств; збільшення частки виробленого доходу, віддачу інвестованих матеріальних та грошових засобів. Необхідне найповніше завоювання ринку туристичних послуг шляхом їх диверсифікації, екологізації, підвищення якості, гнучкої цінової політики з метою найповнішого задоволення потреб населення у відпочинку та оздоровленні.

Названі складники, отже, уособлюють основні напрями та засоби розвитку сільського зеленого туризму на Херсонщині. В такому розумінні він є одним із основних інструментів екологічного та соціально-економічного відродження села. З іншої сторони, це поліфункціональна й багатоцільова форма розв'язання великої кількості проблем задоволення потреб заінтересованих у відпочинку й оздоровленні широких мас населення із малими та середніми доходами. Тобто, сільський зелений туризм як вид підприємницької діяльності є результатом взаємної заінтересованості двох груп громадян: одні з них проявили ініціативу в освоєнні нової для них

справи, інші використовують це у власних інтересах і потребах. Їхня спільна заінтересованість і співдружність сформувала нетрадиційну форму сільської зайнятості й стала винятково важливою не лише для суб'єктів з обох сторін, а й для сільських територій і країни в цілому. Складна структурна побудова підприємницької туристичної діяльності на селі зумовлює, разом з тим, унікальні можливості для організації та виконання порівняно великої кількості важливих соціально-економічних та екологічних функцій (рис. 3.1).



Рис. 3.1. Соціально-економічна та виробничо-екологічна ефективність функціонування господарств та підприємств сільського зеленого туризму в Херсонській області (розроблено автором)

Так, підприємництво у сільському зеленому туризмі може бути надзвичайно важливим соціально-економічним фактором розвитку та стабільності для сільських районів, особливо для тих, де неможливо ефективно розвивати сільське господарство або інші види діяльності. Або екологічним чинником там, де сільськогосподарська діяльність домінує і є потреба у диверсифікації сільської економіки і всебічному пом'якшенню господарських впливів на довкілля. Також це стосується периферійних сільських районів, які віддалені від великих міст і економічно відстають та переживають демографічну депопуляцію [19, с. 26]. Виявлені закономірності дозволяють виділити такі екологічні й соціально-економічні наслідки ефективного розвитку господарств та підприємств сільського зеленого туризму:

- екологізація всіх процесів життєдіяльності на селі, охорона та відтворення природних туристичних та інших видів ресурсів;

- екологічна освіта та пропаганда екологічних знань серед господарів та відпочивальників, пропаганда екологічних знань та реалізація природоохоронної поведінки;

- дієва реклама та інформація про наявні пам'ятки природи, заповідники, національні природні парки із залученням грошових коштів для підтримки і розвитку їх флори і фауни.

Також це наступні соціально-економічні вигоди і переваги:

- створення нових робочих місць і утримання та збільшення наявних через формування суміжних видів зайнятості;

- розширення видів діяльності та сфер прикладання праці на селі (тобто, стимулюється поява нових підприємств і закладів – культурно-мистецьких, спортивних, розважальних, інфраструктури, громадського харчування, народних промислів і ремесел, торгівлі, з облаштування сільських територій і агросадиб, громадських організацій);

- власники агроосель отримують додаткове джерело прибутку, комунікацій, особистісного зростання, навіть, якщо вони приймають туристів

лише частину року, у туристичні сезони, а решту часу займаються звичною сільськогосподарською діяльністю.

Нарешті, сільське зелене туристичне підприємництво – це соціально-економічна стабільність для малих сіл і поселень, які зазвичай, є депресивними та знаходяться під загрозою зникнення, оскільки там проживає надто мало населення і не розвиваються нові види діяльності, галузі. Воно означає збереження культурно-побутових звичаїв, явищ, подій і традицій, свят; художньої самодіяльності; народних промислів і ремесел, які приваблюють туристів і можуть приносити значний дохід.

Туристичний бізнес дозволяє підвищувати статусність сільських родин, які ним займаються, а також сільських територій, де він розміщується. Він допомагає відродженню престижу сільського способу життя, а завдяки новим функціям – піднесенню його на рівень стандартів передових країн з ринковою економікою. Нарешті, як уже зазначалося, всі туристичні продукти та послуги на селі тим або іншим чином пов'язані з екологією довкілля, збереженням та відтворенням природних умов і ресурсів. Від їх структури і складу належить, значною мірою, ефективність та конкурентоспроможність господарств і малих підприємств, розміри і спеціалізація їх діяльності, перспективи розвитку на майбутнє.

Однак, для того, щоб забезпечити відповідний соціально-економічний та виробничо-економічний ефект від розвитку господарств і підприємств сільського зеленого туризму у регіоні, підвищити зайнятість сільського населення й одержати прибутки від такої діяльності, необхідне постійне відвідування туристами, його збільшення та зростання попиту на туристичні послуги й продукти. Його забезпеченню всебічно сприяє популяризація цього виду відпочинку, що безпосередньо базується на рекламі та інформація про конкурентні переваги, престиж і цінову доступність для широкого загалу. В Україні та Херсонській області визначені наступні джерела розповсюдження реклами про суб'єкти сільського зеленого туризму (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

**Основні джерела інформації про суб'єкти сільського зеленого туризму
Херсонської області для потенційних туристів, 2015 р.***

№	Джерело інформації	%	
		факт	прогноз
1	Знайомі	43,3	30,0
2	Туристичні служби в адміністраціях регіонів	10,3	11,0
3	Туристичні агентства	10,7	10,0
4	Спеціальне агентство із сільського туризму (Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні)	8,3	7,0
5	Засоби масової інформації (радіо, телебачення, журнали)	14,7	12,0
6	Інтернет	12,7	30,0

* Дані власних спостережень

Як видно з табл. 3.1, найкращою рекламою для невеликих агроосель часто є рекомендації відпочиваючих, які були задоволені перебуванням. Тобто такі садиби і не матимуть потреби у спеціальній рекламній кампанії, на відміну від великих агроосель з пропозиціями спеціальних послуг або орієнтованих на певні специфічні групи.

Слід відзначити, що інформація у засобах масової інформації (на яку приходить біля 14,7% загального обсягу повідомлень) найчастіше буває досить загальною і спорадичною, тобто потенційним туристам часто важко визначити, що конкретно їм пропонується для відпочинку і де можна отримати детальну і повну інформацію. За нашими дослідженнями, близько 75,0-90,0 % потенційних відпочиваючих хотіли б використовувати Інтернет як джерело інформації та для замовлення місця в агрооселі. При цьому серед них були люди багатьох вікових категорій (від 18 до 55 років і старші). Однак велика частина потенційних споживачів (близько 80,0%) найбільш охоче замовляла б місце в агрооселі в разі контакту безпосередньо з її власником (наприклад, телефоном).

Традиційно бюрократичне та байдуже ставлення до запитів споживачів показують відповідні державні структури на місцях, мотивуючи його не функціональними обов'язками, а також турагенства-посередники із-за

незначного комерційного інтересу. Це спонукає стверджувати, що надійним та економічно й інформаційно доступним джерелом реклами про діяльність туристичних зелених господарств і малих підприємств на перспективу залишається мережа Інтернет. Там же можна отримати повну інформацію і про конкурентів, ринок туристичних послуг на селі, його структуру та динаміку.

Одним з основних аспектів розвитку господарств та підприємств сільського зеленого туризму є їх екологічна спрямованість і збереження навколишнього середовища. Адже, люди, які приїжджають відпочивати до сільської місцевості, цікавляться природними принадами та атракціями, прагнуть споживати екологічно чисту продукцію, воду і оздоровлятися в екологічних умовах високого рівня чистоти та безпеки [81, с. 25]. Обмеженість природних туристичних, як і інших ресурсів, ставить перед суспільством питання про ефективного їх використання. Цей аспект сільського зеленого туристичного бізнесу дедалі набуватиме одного з найбільш визначальних факторів підвищення ефективності та конкурентоспроможності його розвитку.

У зв'язку з цим ми вважаємо, що у теорії і практиці господарювання необхідно більше уваги приділяти екологізації сільського туризму, його екологічним аспектам, екологічній орієнтації, екологічному підходу, сталому розвитку тощо. Впровадження принципів сталості й екологізації в практику розвитку туристичної діяльності на селі передбачає реалізацію кількох взаємопов'язаних завдань:

- розробка такого сільського зеленого туристичного продукту та послуг, в основу яких покладені принципи збереженості довкілля, здатні забезпечити потреби і смаки широкого кола споживачів без шкоди для природи та інших людей;

- екологізація традиційних видів відпочинку через освіту, знайомство з екологічними й соціально-економічними проблемами місцевих сільських громад, участь у природоохоронних заходах, волонтерську діяльність тощо;

- впровадження у практику господарювання суб'єктів сільського зеленого туризму комбінованих турів і маршрутів, які спираються як на

антропогенні атракції (тематичні споруди, курорти, культурно-історичні об'єкти, пам'ятки нематеріальної культури та події тощо), так і на природні ресурси (унікальні ландшафти, рослинний і тваринний світ, природоохоронні території), забезпечуючи поєднання традиційного комфортного відпочинку з елементами пізнавального туризму;

- екологічна освіта організаторів туристичної справи на селі і їх знайомство з принципами сталості, соціальної відповідальності та конкурентоспроможності; розробка та надання методичних рекомендацій, які сприятимуть впровадженню принципів сталості, конкурентних переваг, кооперації та інтеграції в практику обслуговування туристів;

- використання нетрадиційних джерел енергії для забезпечення потреб житлових будинків та придомових споруд, інфраструктурних, санаторно-курортних, рекреаційно-туристичних об'єктів, введення розумних обмежень на використання традиційних видів транспорту.

Розглядаючи екологічний аспект туристичного бізнесу, слід відзначити, що якщо у всьому світі рух «зелених» користується стабільно високим авторитетом, то в Україні Партія зелених на декількох останніх парламентських виборах поспіль не пройшла у Верховну Раду, що свідчить про слабкість її ідеологічних та конструктивних позицій у нашому суспільстві. Крім науковців, у країні відсутні помітні та авторитетні лідери екологічного руху та їх здобутки. Громадські організації, які діють у цій сфері, є розпороченими та слабкими у фінансовому відношенні.

За відсутності ефективного екологічного громадського контролю державні владні структури повинні взяти на себе функції регулювання природокористування та дотримання норм екологічної та ресурсної місткості територій, окремих компонентів довкілля, лімітів на їх використання тощо. Ефективне ж використання природних ресурсів у сфері сільського зеленого туризму означає діалектичне поєднання умов максималізації прибутків та дотримання природоохоронних вимог сільських територій, забезпечення розширеного відтворення природних ресурсів [104, с. 82].

На жаль, на сьогоднішній день, екологічний аспект раціонального використання природних ресурсів для масового розвитку туристичного підприємництва у сільській місцевості Херсонській області носить, певним чином, лімітуючий характер, особливо у зоні Сухого Степу. Перш за все, це пов'язано з забрудненням водних ресурсів та нестачею якісної питної води; незадовільним утриманням полів зрошення. Скорочення фінансування потреб стаціонарного зрошення у 15,0-25,0 разів за останні 15 років, безгосподарність, призвели до виходу з ладу 2/3 дренажних станцій, до значного фізичного та морального зносу обладнання і дощувальної техніки.

В результаті у порівняно повноводні роки значна частина території південно-східних сухостепових районів підтоплюється, посилюється ґрунтова та вітрова ерозія. Кількість потенційно підтоплюваних сіл перевищує 300 населених пунктів та належить до найбільш значних в Україні. Також у багатоводні роки підтоплення на $\frac{1}{2}$ території може зазнавати навіть м. Херсон, особливо у центральній та південно-східній частині.

Для вітчизняних підприємців сільського зеленого туризму важко створити справжню біоагрооселю, яка абсолютно відповідала б всім органічним та екологічним критеріям. Але їм варто використовувати певні елементи цих критеріїв, що може також приваблювати туристів та покращувати якість навколишнього середовища. При цьому значний вплив має діяльність суміжних підприємств-забруднювачів та державних контролюючих і природоохоронних органів. У 2015 р. на капітальний ремонт основних виробничих фондів природоохоронного призначення та на поточні заходи, спрямовані на охорону та раціональне використання природних ресурсів, які здійснювалися підприємствами, організаціями, установами з усіх джерел фінансування, витрачено відповідно 282,6 та 3362,0 млн. грн., що відповідно на 17% та на 10% більше порівняно з 2014 р. (табл. 3.2).

Таблиця 3.2

Динаміка та структура витрат на капітальний ремонт основних виробничих фондів природоохоронного призначення у Херсонській області у 2013-2015 рр.

Статті витрат	Тис. грн.			
	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2015 р. у % до 2013 р.
Витрати на капітальний ремонт ОВФ природоохоронного призначення всього, у тому числі для:	303464,9	241317,4	282646,8	93,1
уловлення та знешкодження речовин, які забруднюють повітря	121 849,8	78444,1	100134,9	82,2
очищення стічних вод	145306,2	131111,2	145521,2	100,2
охорони земель	11395,7	7326,9	5044,3	44,3
утилізації та знешкодження відходів	15642,0	12248,0	15109,1	96,6
охорони ресурсів тваринного світу	67,5	227,3	1653,6	2449,8
охорони ресурсів рослинного світу	128,2	132,2	225,2	175,7
охорони надр	2335,6	2107,5	1484,9	63,6
охорони природно-заповідного фонду	131,5	19,0	1025,9	780,2
інші	6608,4	9701,2	11347,7	171,7

* Розраховано за даними Головного управління статистики в Херсонській області, 2016 р.

У 2015 р. на охорону навколишнього природного середовища і раціональне використання природних ресурсів спрямовано 887,9 млн. грн. капітальних інвестицій, або 1,5% усіх освоєних обсягів. Переважну частку з них – 98,3% становили інвестиції в капітальне будівництво і на придбання машин та обладнання. За всіма напрямками природоохоронних витрат освоєно 864,3 млн. грн. капітальних вкладень, що на 59,5% перевищує їхні обсяги в 2013 р. (табл. 3.3).

Проте в цілому існуючу екологічну ситуацію в країні та регіоні не можна охарактеризувати як задовільну. За даними Державної служби статистики України, щорічно в повітря, водні та земельні ресурси країни потрапляє від 60 до 100 млн. т шкідливих речовин. У сховищах організованого складування зберігається майже 3 млрд. т токсичних

промислових відходів. Тільки протягом 2015 р. у повітряний басейн, водні та земельні ресурси країни потрапило понад 61 млн. т небезпечних речовин, з яких 4/5 припало на токсичні відходи.

Таблиця 3.3

Динаміка інвестицій в основний капітал на охорону навколишнього природного середовища в Херсонській області у 2010-2015 рр.

Назва вкладень	2010 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.
Інвестиції в основний капітал на охорону навколишнього природного середовища і раціональне використання природних ресурсів (капітальні вкладення), у порівняних цінах 2010 р. (млн. грн.)	37,6	46,9	51,8	86,4
у% до попереднього року	125,9	110,2	105,3	159,5
у% до загального обсягу інвестицій в основний капітал	1,6	1,4	1,4	1,7

* Розраховано за даними Головного управління статистики в Херсонській області, 2016 р.

Відзначимо, що рівень техногенного навантаження на довкілля в Україні та Херсонській області є досить високим. У розрахунку на 1 км² території країни в повітря викидається 10 т шкідливих речовин. Третина води, що відводиться у поверхневі водні об'єкти, забруднена. Понад половина утворених токсичних відходів розміщується в навколишньому середовищі, майже четверта частина шкідливих речовин, котрі відходять від стаціонарних джерел, потрапляє у повітряний басейн.

В 2001 р. був презентований індекс екологічної сталості (ІЕС) країн, який надав можливість оцінювати прогрес на шляху до сталого суспільства за допомогою 22 комплексних індикаторів, що охоплюють 67 різноманітних параметрів. Із 122 країн, включених до нього в 2001 р., Україна опинилася на 110-му місці, що не було привабливим для нашої країни і, як наслідок, негативно впливало на оцінку сільського зеленого туризму як в країні, так і за кордоном. У послідуючі роки рейтинг коливався, змінюючись, наприклад, із 95 місця за критерієм екологічної ефективності у 2014 р. до 44 – у 2016 р.

серед 180 країн світу (посилання рейтинг).

При цьому за показником природного біорізноманіття середовища життєдіяльності у структурі критерію країна займала лише 130 місце внаслідок надмірної сільськогосподарської освоєності та розораності території; зміни клімату та енергетики – 25; стану здоров'я населення – 45; якості повітря – 76; води та санітарії – 61; водних ресурсів – 62; за розвитком сільського господарства – 50; наявністю лісів – 70; розвитком рибальства – 64 місце (посилання рейтинг). Отже, на вказані екологічні чинники та їх оцінку варто звернути при визначенні екологічних пріоритетів у функціонуванні суб'єктів сільського зеленого туризму.

Врахування виробничо-екологічних пріоритетів, викликів та обмежень дало змогу обґрунтувати основні заходи з розвитку господарств та малих підприємств сільського зеленого туризму у напрямі досягнення вказаних критеріїв відповідності:

1. Поширення інформації про природно-ресурсний туристичний потенціал сільських територій, його системний моніторинг, оцінка та управління розвитком і відтворенням (організація відповідних досліджень у наукових та науково-освітніх закладах області, їх співпраця з владними структурами, громадськими організаціями, сільськими громадами, суб'єктами туристичного бізнесу; створення відповідного Інтернет-сайту та використання інших інформаційних ресурсів для поширення отриманих даних, виконаних звітів, розроблених програм; організація громадських слухань, депутатських запитів, тренінгів з метою вирішення екологічних та природоохоронних проблем).

2. Підвищення якості обслуговування туристів у сільській місцевості шляхом впровадження місцевих стандартів оцінки якості та відповідності стосовно специфіки наявних умов; сертифікації та паспортизації сільських садиб, що приймають туристів; проведення щорічних конкурсів «краща садиба», «кращий господар (господиня)», «найцікавіший маршрут (тур)», «кращий інноваційний проект» тощо.

3. Розширення періоду туристичного сезону на основі розробки притаманних тільки цьому краю заходів, фестивалів, свят, конкурсів, змагань, екскурсій як унікальних та цікавих туристичних подій, об'єднаних єдиним гаслом – “Херсонщина запрошує”.

4. Освоєння нових ресурсів та сільських територій зон формування господарств сільського зеленого туризму: проведення наукових досліджень щодо оцінки туристичної привабливості та конкурентоспроможності нових, ще не залучених у туристичну діяльність агросадиб; допомога господарям (за потреби) з боку сільських громад, місцевих органів влади, громадських організацій у складанні бізнес-планів, розробленні туристичних продуктів і послуг, визначенні туристичних атракцій та дестинацій.

5. Здійснення діяльності по захисту та відтворенню довкілля в туристичних зонах: будівництво захисних споруд на узбережжі смт Лазурне (Скадовський район) та с. Хорли (Каланчацький район) з метою збереження та відтворення пляжної берегової зони; паспортизація пам'яток природи, архітектури, будівництва та історії; активізація екологічної діяльності сільських громад з метою облаштування сільських територій.

6. Формування системи екологічного навчання та підготовки власників агросадиб з метою розуміння еколого-ресурсних стратегій приймання та обслуговування гостей: створення навчального центру підготовки; організація в аграрних навчальних закладах області нової спеціальності та введення нової дисципліни “Сільський зелений туризм” для забезпечення фахівцями господарств та підприємств сільського зеленого туризму.

7. Залучення фінансових ресурсів та інвестицій заради модернізації наявних господарських суб'єктів, енергозбереження та ресурсоощадності, всебічної екологізації їх діяльності через механізми державно-приватного партнерства, франдрайзингу, допомоги громадських організацій та неурядових фондів.

8. Державна та місцева підтримка власників господарств та малих підприємств легалізувати свій бізнес із звільненням від податків та

моральним і матеріальним стимулюванням їх природоохоронної роботи, облаштування сільських територій, підвищення рівня та якості життя в цілому.

Отже, розвиток підприємництва сільського зеленого туризму як одного з напрямків багатогалузевої діяльності необхідний для відродження та збереження сільських територій як з соціально-економічної точки зору, так і з виробничо-екологічної. Реалізація напрямку «Розвиток сільського зеленого туризму» у Стратегії розвитку Херсонської області на період до 2020 р. на державному та місцевому рівнях сприятиме збереженню навколишнього середовища при одночасному збільшенні кількості туристів, які відвідують. Це також дозволить створити нові робочі місця у пілотних районах та селах з потужним туристичним потенціалом, а також розпочати системний та масовий розвиток господарств та малих підприємств сільського зеленого туризму за їх прикладом на базі інших особистих селянських та фермерських господарств Херсонської області.

3.2. Покращення інноваційно-інвестиційного забезпечення туристичної діяльності

Інноваційно-інвестиційна політика держави повинна бути спрямована на створення сприятливих умов розвитку та підтримку будь-яких суспільно значимих суб'єктів господарювання. Це справедливо і стосовно сільського зеленого туризму з метою підвищення конкурентоспроможності та ефективності його господарств з однієї сторони і повноцінного задоволення відповідних потреб населення у відпочинку – з іншої. Інструментами державного впливу, як переконує практика та наукові дослідження, на інноваційну діяльність туристичних суб'єктів на селі повинні бути:

- надання податкових пільг, аж до повного звільнення від податків

принаймні, у перші 5 років роботи, та матеріальне заохочення тих господарств, що активно здійснюють інноваційну діяльність;

- забезпечення сприятливих умов та гарантій для залучення вітчизняних та зарубіжних інвестицій;

- вдосконалення амортизаційної політики та системи й порядку обліку і контролю діяльності;

- визначення пріоритетних напрямів впровадження інновацій та надання інвестицій;

- залучення до процесів інноваційно-інвестиційного розвитку великого агробізнесу на засадах соціальної відповідальності та державно-приватного партнерства.

Господарства та підприємства сільського зеленого туризму в умовах конкурентного середовища та ринкових механізмів господарювання все більше визнають необхідність розробки нових продуктів та послуг і пов'язану з цим економічну вигоду [118, с. 35]. Завдячуючи своєму унікальному природному та культурно-історичному ресурсному туристичному потенціалу, а також великому інтересу вітчизняних та іноземних туристів до нових неохоплених напрямів, сільські території України має великі інноваційно-інвестиційні можливості для розвитку туристичної діяльності. Туристичний бізнес на селі сприяє створенню умов сталого розвитку природи й економіки, підвищенню рівня та якості життя сільських жителів, росту людського потенціалу шляхом розширення доступних пропозицій туристичних продуктів та послуг як супутніх видів діяльності, отже збільшення зайнятості та доходів населення.

Інновації в господарствах та підприємствах сільського зеленого туризму – це система заходів, які характеризуються якісною новизною та призводять до позитивних зрушень у господарюванні і галузі та регіоні загалом. Інноваційно-інвестиційний процес отримує своє визнання, з однієї сторони, через туристичний ринок і рівні задоволення споживачів, а з другої – завдячуючи прийняттю спільних управлінських рішень туристичними

суб'єктами та органами управління різних рівнів.

На впровадження інновацій та залучення інвестицій у господарствах і підприємствах сільського зеленого туризму впливає геополітична та соціально-економічна ситуація в країні, платоспроможність населення, національне законодавство, а також міжурядові та міжнародні договори [212, с. 28]. Тому причинами впровадження інновацій у галузі сільського зеленого туризму визначені наступні: перенасичення багатьох класичних і традиційних ринків; ризики втрати частки ринку в'їзного туризму; загострення конкуренції та ріст пропозицій; технологічна революція та розширення сфери застосування інформаційних технологій; перехід від економіки пропозицій до економіки попиту.

Спираючись на положення СОТ, у господарствах та підприємствах сільського зеленого туризму інноваційно-інвестиційна діяльність має здійснюватися в трьох напрямках: 1. Впровадження нововведень (організаційні інновації), пов'язаних з розвитком підприємств і туристичного бізнесу в системі і структурі управління, включаючи реорганізацію структури; збільшення розмірів або концентрацію ресурсів, капіталу і діяльності; участь у об'єднаннях; впровадження сучасних форм обліку і фінансової звітності. 2. Маркетингові інновації (стратегії), які дозволяють охопити потреби цільових споживачів та залучити неохоплений сектор покупців на даний момент часу. 3. Періодичні нововведення (продуктові інновації) направлені на зміну споживчих властивостей туристичного продукту, його позиціонування на ринку як ексклюзиву, що передбачають ріст конкурентних переваг.

Таким чином, інноваційно-інвестиційна діяльність суб'єктів господарювання сільського зеленого туризму направлена на створення нового або зміну існуючого продукту, освоєння нових ринків збуту, впровадження передових ІТ-технологій та сучасних форм організаційно-управлінської діяльності. Із-за цього інновації та інвестиції необхідні і є невіддільною умовою їх розвитку. Управління новизною та її впровадження у практику туристичного бізнесу на селі – це основоположні питання у

системі прийняття управлінських рішень щодо його розвитку.

Інноваційно-інвестиційна діяльність у сільському зеленому туризмі має свої особливості. По-перше, здійснюючи туристичний бізнес власними силами, сільські жителі не схильні до ризиків, які її супроводжують. По-друге, сільська ментальність означає, насамперед, вірність традиціям, ніж прагнення до новизни. По-третє, в сільському зеленому туризмі, як ніде в іншому виді діяльності, взаємодіють різноманітні структури, такі як місцеві органи влади, сільські громади, туристичні агенції та оператори, власники готелів та агросадиб, інтереси та вигоди яких потрібно всебічно узгоджувати. Проте за умови системних погоджувальних дій можна досягти позитивного ефекту від нововведень та додаткових інвестицій.

Одним із основних маркетингових способів залучення споживачів і збільшення свого прибутку, є пропозиція їм нового товару та послуг. В сільському зеленому туризмі новизна може бути представлена новими маршрутами, видами, формами відпочинку, туристичними атракціями та DESTИНАЦІЯМИ [41, с. 116]. Однак у практично кожного господаря існує ризик застосування інновацій першим клієнтів. Тому далеко не всі підприємці застосовують інновації на практиці. Адже інноваційна діяльність характеризується високим рівнем невизначеності та ризику, складністю прогнозування кінцевих результатів.

З іншої сторони, за умови раціональних підходів до створення та реалізації інновацій та залучення інвестицій можна отримати додаткові прибутки та корисні ефекти. Інновації та інвестиції в підприємницькій діяльності у сільському зеленому туризмі направлені, як було виявлено раніше, на формування нового туристичного продукту, нових підходів у маркетинговій діяльності, а також на впровадження нових методів управління з використанням ІТ-технологій. Їх застосування дозволить посилити її конкурентні переваги, ефективність та конкурентоспроможність.

З цією метою необхідно розуміти чинники, які визначають ступінь інноваційно-інвестиційного розвитку сільського зеленого туризму:

- значна кон'юнктура та конкуренція на внутрішньому і зовнішньому ринках туристичних послуг;
- високий рівень розвитку науки і техніки, вдосконалення інституційних важелів нововведень, їх доступність для впровадження;
- наявність фахового супроводу в особі науковців, спеціалістів, менеджерів, маркетингологів, системних адміністраторів та ін.);
- забезпеченість ресурсами (виробничі, природні, інфраструктури, фінансові, соціальні та ін.).

Вивчення тенденцій та закономірностей системного здійснення інноваційно-інвестиційної діяльності, планування позитивних результатів і управління ними – складна методологічна проблема в галузі туризму, тим більше, на рівні суб'єктів сільського зеленого туризму. Її вирішення, на нашу думку, повинне спиратися пов'язана, перш за все, з класифікацією нововведень. В якості важливих для визначення суті інновацій та інвестицій у туристичному бізнесі існують певні класифікаційні ознаки (рис. 3.2).



Рис. 3.2. Класифікаційні ознаки інновацій та інвестицій у підприємстві сільського зеленого туризму (розроблено автором)

Інновації та інвестиції у підприємствах сільського зеленого туризму необхідно розглядати як системні заходи, які мають якісну новизну і призводять до позитивних виробничих зрушень та забезпечують їх фінансово-економічну стійкість та стале функціонування і розвиток туристичної галузі сільських територій [144]. Ідея створення і реалізації інноваційно-інвестиційних проєктів, які навіть не приносять спочатку суттєвого прибутку, може дати поштовх розвитку цілого напрямку сільського зеленого туризму на перспективу і, тим самим, активно сприяти створенню додаткових робочих місць та росту прибутків сільського населення.

На практику зеленого туризму впливають такі фактори, як демографічні зміни (старіння населення), стиль життя, характер роботи. Люди прагнуть до нових і нестандартних подорожей. Їх наростаюча обізнаність, нові потреби стимулюють сільський туризм, спонукають до інновацій і нововведень. Більшість інноваційних турпродуктів мають свої ніші на ринковому просторі (екологічний, екстремальний тощо). Досить популярний і культурно-пізнавальний туризм, в якому з'явилися інноваційні продукти.

Сучасні досягнення в галузі телекомунікацій та електронного маркетингу забезпечують нові можливості для господарств та підприємств сільського зеленого туризму і суттєво впливають на моделі його організації та управління. Впровадження нових технологій допомагає підвищити прибутки від інвестицій. Однак, в Україні через перманентну недооцінку існуючого конкурентного потенціалу сільського зеленого туризму як важливого структурного підрозділу сільської економіки та джерела розвитку сільських територій, не приділяється належної уваги забезпеченню розвитку його суб'єктів. Йдеться про забезпечення доступності та облаштування сільських туристичних дестинацій і атракцій, сучасних маркетингових стратегій і процесів розробки і просування послуг, використання нових підходів до вирішення проблем, які дозволять зменшити затрати і збільшити продуктивність праці.

Таким чином, інновації та інвестиції або механізми франдрайзингу забезпечують можливості організації господарств та малих підприємств сільського зеленого туризму як прибуткових суб'єктів господарювання, конкурентний потенціал яких потребує удосконалення саме на цій основі. Поява нових продуктів на ринку туристичних послуг буде активно сприяти розробці інших, більш досконалих проектів, надавати джерела та ресурси для їх фінансування. Інновації у сільському туристичному бізнесі потребують певних матеріальних та фінансових витрат, тому їх впровадженню необхідна ефективна підтримка на засадах державно-приватного партнерства та соціальної відповідальності великого агробізнесу.

Важливою формою державного регулювання та підтримки інноваційно-інвестиційного забезпечення розвитку суб'єктів сільського зеленого туризму повинні бути його регіональні та національні цільові програми [153]. Успішна реалізація заходів і проектів цільових програм в даній сфері забезпечить стабільну динаміку функціонування й конкурентоспроможність на внутрішньому та зовнішньому туристичних ринках. Це дозволить створити нову модель росту підприємництва у сфері сільського зеленого туризму (рис. 3.3). В її центрі буде вдосконалення умов розміщення, побутових зручностей агроосель, матеріально – технічної бази особистих селянських та фермерських господарств, впровадження у сферу туристичних послуг нової техніки і технологій.

Також мова йде про забезпечення, тим самим, ефективної реклами туристичних продуктів та послуг, створення належної інфраструктури, навчання висококваліфікованих працівників, здатних запропонувати якісне обслуговування туристів. Перш за все, впроваджуючи досягнення науково – технічного прогресу і передової практики, інноваційні нововведення та вкладаючи кошти в розвиток зеленого туризму, можна буде створити нові концепції та моделі його розвитку, реалізувати туристичні послуги й продукти в нових форматах обслуговування. Формування нових управлінських та маркетингових підходів, регулювання сфери сільського

зеленого туризму, дозволить створити сучасні туристичні господарства та підприємства на селі з розвинутою матеріально-технічною базою.

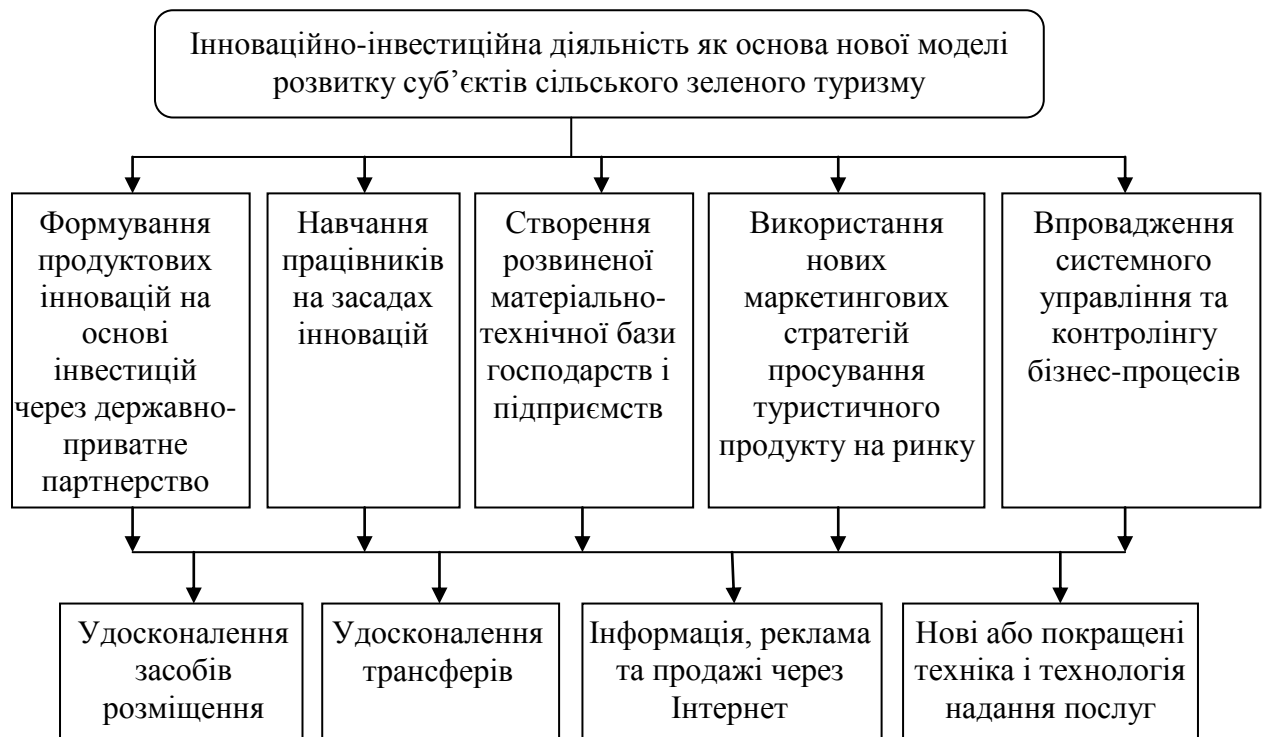


Рис. 3.3. Модель інноваційно-інвестиційної діяльності суб'єктів сільського зеленого туризму (розроблено автором)

Слід вказати, що у практиці господарювання існує два види інновацій: інновація кризова та інновація розвитку. Інновація розвитку, при належному обґрунтуванні, може принести значний прибуток та суспільну користь. Кризова інновація – це рішучі дії по реалізації нововведень з метою порятунку товару/послуги і навіть підприємства від зникнення з ринку. Для успішного розвитку туристичного бізнесу на селі необхідно використання обох видів інновацій, тому що туристичний ринок – ринок нестабільний, який піддається впливу різних подій в оточуючих та суміжних галузях. Туристичні сільські господарства й підприємства повинні не тільки створювати новий продукт, але також уміти своєчасно адекватно реагувати на нові зміни в суміжних з туризмом галузях діяльності, мати спроможність до створення нових методів роботи та покращенню результатів діяльності.

Отже, інноваційно-інвестиційна діяльність – необхідна умова для

розвитку суб'єктів сільського зеленого туризму та реалізації їх продуктів і послуг на споживчому ринку [177, с. 138]. Якраз із допомогою інноваційно-інвестиційних джерел, сучасних управлінських та маркетингових стратегій у них є можливість вижити в умовах жорсткої конкуренції, зацікавити та залучити максимальну кількість споживачів та забезпечити своєму бізнесу фінансово-економічну стійкість і сталий розвиток. З іншої сторони, інноваційні зміни в сільському зеленому туризмі, їх основні напрями, визначаються соціальною, екологічною, економічною та інформаційною складовими суспільної життєдіяльності в сучасних умовах її здійснення.

В такому аспекті важливим напрямом та метою інноваційних впроваджень є забезпечення сталого розвитку сільського туристичного підприємництва. Екологічні чинники інноваційних змін у ньому – це зміни навколишнього середовища, клімату, скорочення територій «дикої природи». Негативні прояви в цьому напрямі роблять незачеплене антропогенною діяльністю навколишнє середовище великою цінністю у свідомості людей, в громадській думці, що впливає на туристичний вибір. Тому реалізація інновацій природоохоронного характеру спирається на впровадження екологічного менеджменту та аудиту у практику діяльності агросадиб.

До технологічних чинників, які впливають на інноваційні зміни в господарствах сільського зеленого туризму відносяться, перш за все, розвиток інформаційних та комунікаційних технологій та нові можливості транспортування туристів. Електронний туризм означає ще один з головних напрямів інноваційних змін. Розвиток згаданих технологій змінює весь туристичний бізнес – від функцій і процесів, до форм підприємств і продуктів (on-line-турагенства, е-пропозиції продуктів і послуг, е-бронювання, продажі і навіть реєстрація авіаквитків, просування продукції і послуг через Інтернет і т.д.) Інтернет видозмінює функції державних організацій туризму, туристичних професійних асоціацій та суб'єктів господарювання.

Так, вони все активніше приймають участь в електронному маркетингу

вітчизняного ринку, туристичних ресурсів, DESTИНАЦІЙ, подій, а також в інтегрованих системах управління відносинами із споживачем. Це призводить до змін системи управління туристичним бізнесом та переходу від індустріальної до постіндустріальної його моделі, до змін концепцій власне туризму як виду діяльності – від масового до індивідуалізованого. Особливо яскраво це проявляється саме в сільському зеленому туризмі. В свою чергу, цим визначається сегментація туристичного ринку та поява багатьох «нішевих» спеціалізованих послуг і продуктів, які вимагають постійного оновлення та пошуку нових форм просування.

Відбувається постійне оновлення та адаптація туристичної інфраструктури до нових вимог, приміщень і обладнання; послуг до потреб таких специфічних груп туристів, як діти і підлітки; молодь; жінки або родини з дітьми; літні люди та люди з особливими потребами [160, с. 29]. Організація та надання спеціальних туристичних пропозицій, пакетів, продуктів для таких груп можуть бути віднесені до соціальних інновацій. Загалом чинники, які сприяють впровадженню інновацій у підприємства сільського зеленого туризму, можуть бути систематизовані з метою врахування при прийнятті управлінських рішень у такому вигляді:

- загострення конкуренції, кількісне та якісне зростання пропозицій стандартизованих продуктів гостинності агрооселями;
- необхідність розвитку в'їзного туризму як такого, що сприяє розвитку сільських територій;
- доцільність стримування виїзного туризму власних громадян в країні, які за природно – кліматичними та культурними умовами аналогічні власним сільським територіям, тобто створення внутрішнього конкурентоспроможного сільського туристичного продукту;
- необхідність розробки та створення умов для задоволення індивідуальних забаганок туристів, розвиток таких видів туристичного продукту;
- розвиток телекомунікаційних та інформаційних систем та послуг, з

ними пов'язаних;

- перехід від економіки пропозицій до економіки попиту, від економіки продукту до економіки задоволень та вражень.

Встановлено, що основоположним економічним чинником інноваційних змін у підприємстві сільського зеленого туризму є підвищення рівня та якості життя населення. З ростом добробуту кількість мандрівників та бажаючих відпочити збільшується. Це призводить до збільшення кількості досвідчених, професійних туристів, які здатні не тільки сформувати з допомогою інформації власний тур, але й знайомі з різноманітними нюансами туризму. Економічні чинники, отже, підвищують вимоги споживачів до якості туристичного продукту. При цьому проходить активне залучення туристів до процесу формування змісту туру і він приймає участь в розробці унікального продукту, призначеного для нього згідно його побажань.

Інновації в суб'єктах сільського зеленого туризму направлені на вдосконалення житлово-побутових, інфраструктурних, рекреаційних, культурно-пізнавальних, екскурсійних та інших послуг, а також технологій їх реалізації (інтерактивні, з використанням комунікаційних, інформаційних та інших видів сучасних технологій). Інновації можуть стосуватися як комплексного надання послуг, так і концентруватися на індивідуальних складових туристичного продукту. Конкурентоспроможність господарств і підприємств вітчизняного сільського зеленого туризму багато в чому буде визначатися реалізацією комплексних систем управління якістю, як на власне їх рівні, так і дестинацій. Інновацією на сьогодні є нова світова концепція, яка передбачає об'єднання систем управління якістю і територіальних систем управління туристичними ресурсами.

На сьогодні в сільському зеленому туризмі проявляється тенденція перетворення наукових досягнень в інновації – отримання позитивного результату, який достатній для прикладної реалізації. Для досягнення реальних результатів в діяльності по туристичного бізнесу на різних

сільських територіях необхідно вивчати нові наукові напрацювання та розробляти можливості їх застосування в практичній роботі, у своїй агросадибі чи підприємстві. При цьому робота по реалізації інновацій повинна бути системна і безперервна.

Для забезпечення ефективної діяльності, сталого динамічного розвитку та підвищення конкурентоспроможності кожному сільському туристичному господарству та малому підприємству необхідно розробити та реалізовувати власну інноваційну стратегію; визначити основні напрями впровадження нововведень; виявити джерела забезпечення ресурсами для досягнення поставленої мети, тобто мати бізнес-план, інноваційний або інноваційно-інвестиційний проект. Вони являють собою програмні документи розвитку, в яких визначені цілі та завдання для створення і впровадження інноваційного продукту; обґрунтовані інструменти, методи та форми управління інноваційною діяльністю; визначений процес її реалізації та контролю результатів.

При плануванні впровадження інновацій необхідно: 1. Поставити завдання по цілях, ресурсах і умовах, продуктах і термінах кожному учаснику. 2. Підготувати обґрунтовані управлінські рішення, котрі враховують сприятливі та несприятливі умови. 3. Скоординувати діяльність всіх учасників процесу. 4. Визначити базу та період часу для контролю інноваційних результатів.

Необхідно додати, що інноваційну стратегію суб'єкту туристичного господарювання на селі необхідно розробляти в залежності від завдань, які він має вирішувати: з урахуванням його місця на ринку, спеціалізації діяльності, можливих конкурентних переваг, які зможе надати його інноваційний потенціал. В такому випадку, нововведення обов'язково дадуть ефект, принесуть реальну вигоду не тільки самому суб'єкту туристичного ринку, але і дестинації та туристам, які відвідують сільські території. Вказане становить особливий практичний інтерес. Як свідчать аналітичні й статистичні дані, вже у 2005 р. було проведено категоризацію сільських

садиб, яка мала на меті оцінку якості у наданні послуг. У 18 регіонах країни було зареєстровано близько 1000 туристичних агросадиб.

На сьогодні офіційно таких господарств функціонує лише 274 або майже у 3,7 разів менше. Це свідчить про погіршення умов їх внутрішнього та зовнішнього середовища, про можливості працювати неофіційно й отримувати неправомірну вигоду, або про те й інше. Разом з тим, створена та функціонує відповідна інформаційна база для ознайомлення з послугами та продуктами суб'єктів сільського зеленого туризму. Отже, на них є відповідний попит, який має світові тенденції до зростання. До того ж у регіональному вимірі їх кількість на одних сільських територіях – зменшується, на інших – збільшується. Це підтверджує і наукові висновки, і практичний європейський досвід, що сільський зелений туризм є перспективним видом діяльності.

В сучасних вітчизняних умовах господарювання він охоплює різноманітні форми відпочинку на селі, але не став помітним явищем у сільській економіці, бо не є системним і масовим. Отже, сказане дозволяє зробити висновок про необхідність його всебічного ребрендингу на місцевому та державному рівнях. На сьогодні суб'єкти сільського зеленого туризму не належить до таких, які забезпечують основну частку ВВП або робочих місць. Їх функціонуванню притаманні такі явища, як циклічність та сезонність. Тому впровадження інновацій також вважається тим засобом, який сприятиме піднесенню галузі на новий соціально-економічний рівень господарювання.

У процесі інноваційно-інвестиційної діяльності необхідно враховувати, що увагу туристів привертають не всі туристичні або потенційно туристичні місця. Тому важливо виділити основні види сільських територій залежно від можливостей та перспектив розвитку туризму: а) внутрішні та північно-східні сільські ареали або поселення, що не становлять інтересу для туристів, - це, практично, на 90,0 і більше відсотків розорана, з одноманітними агроландшафтами степова малолюдна сільська місцевість, яка не має

особливих туристичних атракцій. Тому тим ціннішими можуть бути туристичні агросадиби та їх послуги для місцевих відпочивальників; б) сільські території з наявністю туристичних атракцій та досить розвинутими агротуристичними послугами. Цікаві для певних груп туристів; в) сільські території з різноманітними туристичними ресурсами, багатою природою, сприятливими кліматичними умовами, хорошою інфраструктурою, розміщені, як правило, біля великих міських агломерацій та цікаві для масового споживача [116, с. 67].

Здійснене та інші групування дозволяють уніфікувати бізнес-плани та інноваційно-інвестиційні проекти, управлінські рішення щодо впровадження нововведень. Справедливо вважається, що село є однією із опор національної культури. Але процеси, які супроводжували початок економічних реформ, негативно позначилися на становищі сільських територій. В сільській місцевості виявилися занедбані без відповідного фінансування загальноосвітні заклади, заклади культури і мистецтва, лікарні та інші соціальні об'єкти. Відбувається масова міграція молоді у міста. І тому лише при підтримці держави, великого агробізнесу розвитку суб'єктів сільського зеленого туризму можна сприяти відновленню народного фольклору, культури, традицій, ремесел і промислів.

Загалом, у господарствах та підприємствах сільського зеленого туризму, є три основні типи передумов інноваційного розвитку: природні умови та атракції; матеріально-технічне забезпечення (житлово-побутові умови проживання, харчування, транспорту, здійснення туристичних послуг); соціальні передумови (соціальна й виробнича інфраструктура, фінансово-кредитне обслуговування, комунікації тощо). Природні передумови є одними з найважливіших, адже ніхто не хоче відпочивати у непривабливій місцевості без жодних цікавих природних атракцій чи просто мальовничої природи. Серед природних атракцій найпривабливішими відзначаються: гори, море, озера, річки, ліс; екзотичні і незвичні місця; дика природа (сюди ж можна віднести всілякі заповідні території).

Місця з такими об'єктами чи характеристиками мають найбільший шанс привабити туристів. Але оскільки сільський зелений туризм відзначається такою рисою, як пропагування національної культури і традицій, показом традиційної краси певного краю, то для відпочинку на селі туристу можуть бути запропоновані не дуже екзотична природа або певні атракції, а просто привабливі місця, приємні для спокійного відпочинку, хоча такі території приваблюють тільки певні групи туристів. Наступний чинник інноваційно-інвестиційної діяльності – матеріально-технічне забезпечення. Його функції та місця можуть бути охарактеризовані за допомогою табл. 3.4.

Таблиця 3.4

Впровадження інновацій у матеріально-технічне забезпечення суб'єктів сільського зеленого туризму

Забезпечення	Додаткові послуги
Житлово-побутові умови	Можливості для оздоровлення (наявність басейну, сауни, лазні, спа-процедур)
Транспорт	Квадроцикли, катамарани, мала с.-г. техніка
Інформація	Освітні можливості (віртуальні навчальні програми, тренінги)
	Розваги (концерти, фестивалі, ярмарки тощо)

Галузі обслуговування забезпечують загальні споживчі потреби туристів на селі. Це транспорт, зв'язок, охорона здоров'я, служба побуту, громадське харчування. Зв'язок, торгівля і громадське харчування є розвинутими переважно у всіх пересічних українських селах. Найбільша проблема виникає з охороною здоров'я, тобто кваліфіковані медичні послуги можуть бути надані далеко не у всіх населених пунктах. Здебільшого це питання хвилює іноземних туристів, які звикли отримувати якісну медичну допомогу в будь-якому населеному пункті своєї країни. У деяких регіонах України ця проблема починає вирішуватися тим, що у програмах тренінгів для сільських господарів пропонується впроваджувати навчання основам

медичної допомоги для туристів і видавати відповідні сертифікати про здобуті навички та вміння.

Транспорт включає, насамперед, можливості легко дістатися до села з найближчого великого/обласного міста, подорожувати найближчими територіями й акваторіями та ін. Цей елемент можна трактувати подвійно. Більшій частині туристів важливо легко дістатися до села і мати можливість поїхати у будь-який момент, але є певна категорія туристів, які прагнуть приїхати саме у глухе село, подалі від доріг і цивілізації і не бачити жодних транспортних засобів тижнями. Це, певною мірою, стосується всіх елементів виробничої інфраструктури, тобто частині туристів природа як така є важливішою за зручності та обслуговування. Тому навіть невеликі „занедбані" або депресивні села мають шанс привабити туристів і отримувати прибуток.

Важливим інноваційним чинником та складником туристичного бізнесу на селі є інформація. Вона включає, насамперед, інформування потенційних туристів про можливості відпочинку, житло, цікаві події та інші об'єкти і явища, пов'язані із тими або сільським територіями [107, с. 32]. Її джерелами часто розуміється діяльність певних інформаційних осередків сільського зеленого туризму, Інтернет-сайтів, наявність та розповсюдження друкованих засобів, особисті контакти. В Україні така мережа є не надто розвинутою, особливо у віддалених від обласних центрів селах або неофіційною. У західних країнах роль таких пунктів часто виконують певні органи місцевої влади у районах/селах або відділення комерційних туристичних фірм. Також інформація могла би включати елементарні вказівники та знаки про наявність послуг сільського зеленого туризму, реклами агроосель на дорогах, бензозаправках, придорожніх кафе та автосервісі, в найближчих містечках і т. п. Це також не досить розвинуто в Україні, оскільки більшість агроосель в останні роки діють неофіційно або під виглядом агрооселі рекламується звичайний готель у сільській місцевості.

В якості інновацій необхідно розглядати додаткові можливості для

цікавого відпочинку. Під ними розуміється комплекс додаткових відпочинкових послуг, наприклад, прокат лиж або човнів, квадроциклів у селі, послуги інструкторів чи тренерів у певному виді спорту або організація кінних прогулянок, збирання ягід, грибів; створення платформ (по типу коворкінгу) для спілкування творчих або спортивних об'єднань людей і т.п. Для деяких категорій туристів (особливо молоді) ця частина інфраструктури села є дуже важливою, оскільки все інше у сільській місцевості їм не дуже цікаво (наприклад, вони приїхали до села виключно покататися на лижах, для рафтингу, спортивного орієнтування, квестів тощо). Комплекс додаткових послуг найчастіше добре розвинутий у гірських селах, популярних серед лижників, у деяких курортних районах (на узбережжі морів, біля рік). Їх надання часто забезпечує сільським жителям більші прибутки від сільського зеленого туризму, особливо у високі сезони, ніж основна аграрна діяльність.

Освітні можливості - організовані екскурсії й подорожі сільською місцевістю, пов'язані, наприклад, з історичними пам'ятками, цікавими людьми й культурними місцями, природними атракціями і т.п. Також це може включати відвідини заповідників, національних парків та інших природоохоронних територій для набуття певних знань або просто огляду. Ця частина обслуговування найбільше цікавить лише деякі групи туристів, особливо старшого віку з певними освітніми інтересами або любителів заповідної природи. Таке обслуговування (особливо культурні та історичні екскурсії) частіше краще організовані для споживачів масового туризму.

Людина, яка приїхала просто відпочити у невелике село, не завжди має можливість організувати це самостійно, але в деяких районах це можливо, особливо, якщо користуватися путівниками або допомогою місцевих жителів. До освітніх можливостей можна віднести також такі аспекти діяльності, пов'язані із сільським зеленим туризмом, як етнографічне вивчення території, збирання зразків народної творчості, культурно-мистецький, прикладно-ужитковий туризм і т.п. Добрим прикладом

туристичних атракцій, які приваблюють туристів і приносять прибуток сільським жителям та сільським громадам, може бути організація фестивалів, виставок або народних свят, тобто різних дійств. Вони добре вписуються у сільську романтику і, водночас, дають туристам можливість брати безпосередню участь у цікавих подіях.

Соціальні складові інновацій господарств та малих підприємств сільського зеленого туризму утворюють такі найважливіші елементи якості та вміння сільських мешканців, які приймають туристів як знову ж таки освіта і культура; манери та поведінка; вміння приймати гостей; знання мов для прийому іноземних туристів; основи ділового спілкування. Також цінуються особливі вміння: кулінарні здібності, виноробство або заняття певними видами народного мистецтва чи іншої творчості (вишивання, гончарство, малювання), які можуть зацікавити туристів. Українські селяни відзначаються гостинністю та привітністю, але вони не завжди розмежовують прийом власне гостей та туристів. Це призводить до виникнення певних психологічних проблеми під час обслуговування туристів.

Наприклад, господарі не завжди розуміють, що туристів не цікавлять їх проблеми і безкінечні розповіді, прагнення до спілкування. Вони хотіли б лише отримувати певні послуги, не приділяючи великої уваги внутрішньому життю господарів. Загалом, всі аспекти прийому туристів досить легко можна викладати під час тренінгів для господарів агроосель, і це не означає великих труднощів для навчання. Особлива роль в обслуговуванні туристів відводиться жінкам, бо вони найчастіше приймають туристів і найбільше спілкуються з ними [39, 55].

З усього вищевикладеного можна зробити висновок, що господарства та підприємства сільського зеленого туризму Херсонської області та країни загалом мають значні інноваційні можливості для динамічного розвитку та підвищення ефективності й конкурентоспроможності, розширення національного та міжнародного співробітництва в цій сфері. Однак наявний конкурентний потенціал реалізується недостатньо [98, с. 103]. Так, ні в

регіоні, ні в країні, навіть в окремих сільських громадах немає повноцінної, адаптованої до ринкових умов державної політики розвитку підприємництва у сільському зеленому туризмі, підвищення його конкурентоспроможності, ефективності, виробничо-екологічної та соціально-економічної й пізнавальної цінності. Бракує кваліфікованих кадрів для роботи в цій новій сфері. Держава, по суті, втратила контроль та байдужа до її розвитку та регулювання діяльності.

Враховуючи соціально-економічні процеси, які характеризують розвиток сільських територій, наступні десятиріччя мають стати періодом переломного ставлення до розвитку підприємництва у сільському зеленому туризмі та вирішення його проблем, з урахуванням досвіду держав – європейських та світових лідерів у цій сфері. Як підкреслюється у Гаазькій декларації по туризму (квітень 1989р.) потрібно, щоб туризм складав частину комплексного плану розвитку країни, її регіонів та сільських територій [88, с. 69].

Оскільки підприємництво у сільському зеленому туризмі є одним з способів вирішення проблем відродження проблемних сільських територій, то його слід розглядати як один з основних напрямів у соціально-економічній політиці розвитку села. Він забезпечує зайнятість; збільшення доходів сільських жителів; збереження навколишнього середовища; облаштування сільських територій. У багатьох країнах це також спосіб вирішення проблеми відтворення сільських ландшафтів; стимулювання зайнятості на селі; популяризації сільського способу життя.

Отже, для стимулювання розвитку господарств та підприємств сільського зеленого туризму необхідні такі інноваційні заходи, які направлені на створення конкурентоспроможного на міжнародному і внутрішньому ринку національного туристичного продукту; забезпечення сприятливого податкового, валютного, митного та інших видів контролю; розширення сфери надання сільських туристичних послуг; забезпечення комплексного розвитку туристичних територій і центрів.

Сільські території практично усіх регіонів України мають значні природні, матеріальні (житловий фонд, продовольчі ресурси особистих господарств тощо) і трудові резерви (не зайняте, добре освічене населення) для розповсюдження цього виду діяльності та відпочинку, а тому їх слід використати саме в інтересах сільських жителів. Розглядаючи агропромислове виробництво в регіоні як домінуючу самостійну систему господарювання, яка впливає на сільський зелений туризм, при оцінці їх ефективності та конкурентоспроможності необхідно враховувати, що задоволення споживчих потреб за рахунок виробництва продукції сільського господарства визначається тими ресурсами, які є в розпорядженні господарської системи.

Отже, велике значення має сучасний рівень їх технологічного використання й оптимального розподілу з урахуванням здатності конкурувати на внутрішньому та зовнішньому ринках [86, с. 90]. Проте, враховуючи значно, на порядки менший, розвиток сільського зеленого туризму порівняно з сільським господарством, конкуренція за ресурси навіть на рівні окремих господарств, тим більше сільських територій, їм не загрожує. У ринковій економіці при заданому обсязі ресурсів ступінь задоволення потреб у виробництві сільських туристичних послуг обумовлюється рівнем віддачі цих ресурсів з урахуванням їх собівартості, показників якості та конкурентних переваг.

Дослідження взаємозв'язків структури та величини агроресурсного потенціалу з інноваційною стратегією розвитку господарств сільського зеленого туризму показує їх обґрунтованість та не суперечність (рис. 3.4). Підприємництво у сфері сільського зеленого туризму на території Херсонської області, отже, не є конкурентним по відношенню до агробізнесу та має значні потенційні ресурсні можливості розвитку шляхом залучення капіталу сільських жителів – у вигляді власного будинку, землі (присадибної ділянки) та людського капіталу (членів родин в умовах ведення особистих селянських господарств та найманих працівників у разі функціонування фермерських підприємств).



Рис. 3.4. Система взаємозв'язків агроресурсного потенціалу з інноваційною стратегією розвитку господарств сільського зеленого туризму у Херсонській області (розроблено автором)

Інноваційним вирішенням цієї проблеми є створення туристичних кластерів або об'єднань, які характеризуються як сконцентровані на певній території групи взаємопов'язаних господарств/підприємств і структур сільського зеленого туризму та інших пов'язаних з ним галузей (транспорту, зв'язку, охорони здоров'я тощо), які взаємодіють і взаємодоповнюють одна одну при створенні комплексного продукту сільського зеленого туризму зокрема. Іншими словами, це відносно компактна територія з прискореним розвитком туристичної діяльності з певною спеціалізацією. На формування туристичного кластеру потрібно, в середньому, 2-3 роки. У сучасних умовах формування таких об'єднань є виправданим та доцільним з фінансово-економічних позицій.

Перший досвід їх формування є у Криму, Прикарпатті, на Поділлі, свідчить про перспективи інтеграції та кооперування [43, с. 205]. Інноваційність розвитку господарств сільського зеленого туризму на основі кластерного підходу полягає у тому, що він вперше, на відміну від інших концепцій об'єднань, забезпечує значущість мікроекономічної складової, а також територіального й соціального аспектів розвитку сільських територій. Отже, кластеризація є тією формою інтеграції та кооперування, що здатна забезпечити як стійкість, так і синергетичний ефект протидії тиску ринкової конкуренції в галузі та з боку агрокорпорацій.

Істотною перевагою в діяльності туристичних кластерів на селі є створення кращих умов для забезпечення високої конкурентоспроможності їх продукції та послуг. Тому кластерний розвиток туристичних дестинацій як окремих сільських територій може стати однією з характерних ознак сучасної інноваційної моделі формування та розвитку суб'єктів сільського зеленого туризму. Крім того, кластери являють собою таку комбінацію конкуренції та кооперації, коли об'єднання в одних сферах допомагає успішно вести конкурентну боротьбу в інших [147].

Зацікавленість більшості країн у створенні кластерів зумовлена, передусім, двома причинами: по-перше, кластери сприяють прискоренню розвитку бізнесу, а по-друге, дають змогу підвищити інтенсивність появи нових підприємств в їх межах. Як свідчить світовий досвід, у тих країнах, де в процесі реалізації кластерної моделі були створені та профінансовані державні програми, економіка відповідних галузей набула набагато більшого розвитку, ніж там, де кластери формувалися лише за рахунок власного потенціалу його учасників. Наприклад, у створенні лісових кластерів у Фінляндії держава відіграла вирішальну роль, забезпечивши їм значні конкурентні переваги на зовнішніх ринках [180, с. 182].

Кластеризація у сфері сільського зеленого туризму є малодослідженим напрямом організаційно-економічного вдосконалення його розвитку. Концепція формування такого кластера, на відміну від типових туристичних

кластерів, повинна враховувати особливості економічної і організаційно-правової основи їх утворення. Такою основою господарства та підприємства сільських територій, що як економічні агенти функціонують у вигляді особистих селянських господарств, фермерських підприємств і утворених на їх базі агроосель або агросадиб. Модель типової агрооселі, що сформувалась та була досліджена у Новотроїцькому районі Херсонської області, є основою для прогнозу розвитку підприємництва сільського зеленого туризму на перспективу (табл. 3.5).

Таблиця 3.5

**Прогнозні параметри типової моделі агрооселі Новотроїцького району
Херсонської області***

Показник	2015	2020	2025
Кількість агроосель, одиниць	7	14	28
Площа агрооселі, м ² :			
усього	3945,1	8400,0	16800,0
житлова	2163,2	4500,0	9000,0
Кількість розміщених, осіб	4414	8850	16100
Дохід від наданих послуг (без ПДВ і аналогічних платежів), тис. грн.	1398,9	2700,0	5600,0
Витрати, тис. грн	1041,7	2200,0	4300,0
Витрати на один людино-день перебування, грн	235,8	250,0	265,0

* Розроблено автором

Впровадження інноваційних способів організації туристичної діяльності та бізнес-процесів виробництва турпродуктів і надання послуг суб'єктами сільського зеленого туризму забезпечує раціональне використання їх матеріальних і нематеріальних ресурсів, підвищення ефективності і зростання конкурентоспроможності, значення у структурі сільської економіки, підвищенні рівня життя сільських жителів та сталому розвитку сільських територій.

3.3. Посилення державної підтримки господарств та малих підприємств сільського зеленого туризму

Для організації та розвитку сільських територій України стратегічно важливо швидко подолати відставання у сфері сільського зеленого туризму, що може відіграти роль каталізатора структурної перебудови сільської економіки, забезпечити демографічну стабільність та розв'язання нагальних соціально-економічних проблем у сільській місцевості, а також у прискореному темпі реалізувати наявний багатий туристичний потенціал шляхом проведення виваженої політики державного регулювання туристичної діяльності, зокрема, і на регіональному рівні.

Сільський зелений туризм – необхідний вид діяльності як для відпочиваючих, так і для господарів – селян, сільських громад, регіонів і держави в цілому, сприяє розвитку багатьох пов'язаних з ним галузей економіки. Варто зазначити, що сфера туризму, як багатогалузевий комплекс, має потребу в координації своєї господарської діяльності набагато сильніше, ніж будь-яка інша. Однак надмірна державна присутність і регламентація руйнує прояв підприємницької ініціативи, що лежить в основі становлення ринкових відносин у галузі. Тому формування державних інститутів та економічних важелів управління туризмом, регулювання його розвитку є досить складним процесом.

У світовій системі господарства туризм сьогодні посідає провідні позиції. За оцінками Всесвітньої туристичної організації (ВТО), вже наприкінці 2000 р. туризму відводилося перше місце серед галузей світового господарського комплексу за обсягом експорту товарів та послуг. На туризм припадає близько 12% загальносвітового валового продукту та 7% світових інвестицій. Безпосередньо у світовій сфері туристичних послуг зайнято понад 260 млн. осіб, що становить 10% працюючих. Більше як у 40 державах туризм є головним джерелом поповнення бюджету, а ще у 70 – однією з трьох основних

статей. За даними ВТО, загальна кількість туристів (міжнародних і внутрішніх) з урахуванням екскурсантів становить понад третину населення земної кулі.

Сьогодні туристична галузь в Україні є п'ятою за значенням складовою поповнення бюджету, а в перспективі її питома вага в поповненні бюджету країни може значно зрости. Розвиток туризму в Україні діалектично пов'язаний з розвитком таких секторів економіки, як транспорт, торгівля, зв'язок, будівництво, сільське господарство, виробництво товарів широкого вжитку та туристичного призначення тощо, і може відіграти роль каталізатора структурної перебудови економіки.

Вивчаючи принципи державного регулювання та управління туристичною діяльністю, у т.ч. й на сільських територіях, можна виділити сукупність характерних позицій, які присутні на світовому туристичному ринку в даний час: жорстке податкове регулювання всіх аспектів розвитку туризму в країні; об'єднання сфери туризму із суміжними галузями господарства в структурі комбінованого міністерства; м'які підходи до регулювання та координації туристичної діяльності органами національної туристичної адміністрації; байдужність до туризму, як до соціального та економічного явища на рівні сільських територій та аграрної моделі господарювання.

Таким чином, зараз існують різні організаційні системи управління туризмом, у т.ч. сільським зеленим – від самостійних або спільних міністерств до національних адміністрацій, прямо підлеглих урядові. Крім того, деякі країни світу здійснюють керування туристичною діяльністю тільки на рівні регіональних органів державної влади, інші – не мають державних важелів регулювання сферою туризму взагалі [207]. Різноманітність цих форм пояснюється специфікою соціально-економічних і політичних умов розвитку окремих держав, ступенем значимості туризму в національній економіці, рівнем розвинутої ринкових відносин, масштабами туризму в різних країнах.

З метою досягнення вказаних та інших результатів на перспективу нами обґрунтовані інструменти й засоби удосконалення управління розвитку господарств сільського зеленого туризму (рис. 3.5).



Рис. 3.5. Удосконалення управління розвитку господарств сільського зеленого туризму на перспективу (розроблено автором)

Крім цього, вони одночасно можуть стимулювати розвиток супутніх підприємств транспорту, ресторанного господарства, розваг, торгівлі, лікувально-оздоровчих послуг. Реалізація подальшого розвитку суб'єктів сільського зеленого туризму у Херсонській області сприятиме збільшенню туристичного сезону, туристів; збереженню навколишнього середовища; створенню нових робочих місць, а також розпочати системний розвиток сільського туризму у фермерських господарствах.

Проте можна твердити, що в міжнародній практиці сформувалися чотири основні моделі державного регулювання у сфері туризму [2, с. 59]. Сутність моделювання полягає у визначенні ступеню державного втручання в організацію діяльності туристичної галузі. Так, перша модель передбачає створення самостійного міністерства туризму, яке наділяється великими повноваженнями щодо розвитку даної сфери. У кожній наступній моделі вплив центрального органу виконавчої влади на туристичну галузь зменшується, аж до його повної відсутності в деяких країнах.

За результатами власного дослідження системи державного регулювання у сфері туризму більшості країн світу зроблено висновок, що найрозповсюдженішою є друга модель, яка передбачає створення комбінованого міністерства, що поєднує туризм із суміжними галузями – 41% країн світу обирають саме її. Третина держав (31%) дотримуються третьої моделі, за якої центральним органом виконавчої влади у сфері туризму може бути або багатопрофільне міністерство, або державна структура (адміністрація, комітет, департамент), що прямо підпорядкована урядові. Кожна п'ята (21%) країна світу має окреме міністерство туризму, тобто знаходиться на першій моделі, і лише 7% держав не займаються регулюванням туристичної галузі на рівні центральної державної влади [12, с. 67].

Сільський зелений туризм є одним з пріоритетних напрямків розвитку сільських територій країни, що визначає державну увагу і проведення стимулюючої державної туристичної політики, спрямованої на розбудову індустрії туризму відповідно до європейських стандартів. Державне регулювання туристичної діяльності здійснюється з метою:

- забезпечення прав громадян на відпочинок, відновлення та зміцнення здоров'я, на безпечне для життя і здоров'я довкілля, задоволення духовних потреб та інших прав;
- захисту прав і законних інтересів туристів і суб'єктів туристичного бізнесу;
- відновлення та збереження цілісності потенціалу туристичних

ресурсів України, їх раціональне використання й охорона під час планування та забудови територій, на яких розташовано об'єкти туристичних відвідувань;

- створення сприятливих умов для вдосконалення й розвитку індустрії туризму, підтримки пріоритетних напрямів туристичної діяльності у сполученні з сільськогосподарською діяльністю;

- підтримка сільських громад, приватного бізнесу, громадських спілок в організації сільського зеленого туризму, його інвестуванні та впровадженні соціальних інновацій.

До основних напрямів державної туристичної політики в Україні належать: захист прав подорожуючих; захист інтересів виробників вітчизняного туристичного продукту; всіляка підтримка внутрішнього та в'їзного туризму [45, с. 39]. Це може проявлятися у формі прямих інвестицій у формування туристичної інфраструктури; наукового та рекламно-інформаційного забезпечення просування національного туристичного продукту на світовому ринку; податкових та митних пільг, стимулюючих надходження інвестицій, у т.ч. на рівні агроосель.

Для того, щоб туристична індустрія України як в цілому в державі, так і в окремих регіонах зайняла чільне місце в економічному зростанні, необхідно вирішити на державному рівні ряд таких першочергових завдань:

- створити службу моніторингу, обліку й охорони та контролю туристичних ресурсів;

- створити маркетингові структури визначення попиту, пропозиції та реклами туристичної діяльності, реалізації туристичного продукту;

- розробити програми розвитку індустрії туризму кожної області та планів капітального будівництва й інвестування на рівні сільських територій;

- вирішити питання підготовки туристичних кадрів (курси, тренінги, коледжі, інститути, університети) та управління підприємствами готельного господарства, харчування, виробництва;

- скоординувати роботу туристичних організацій з транспортними

агентствами, культурними установами, агрооселями, агроформуваннями;

- підприємства індустрії туризму повинні відраховувати частину прибутку в місцеві бюджети на формування інфраструктури та благоустрою району;

- провести оцінку економічної ефективності туризму та рекреаційну оцінку територій;

- визначити найсприятливіші для розвитку туризму і лікування території;

- розробити класифікацію місць відпочинку за ступенем значущості, природними умовами, функціональними ознаками;

- розробити методи обґрунтування норм одночасного навантаження на різні природні комплекси.

Процес державного регулювання сфери сільського зеленого туризму потребує здійснення комплексу організаційних, економічних, фінансових, управлінських та інших заходів як складових ефективною реалізації державної політики [5]. Враховуючи зазначене, державне регулювання сфери туризму можна розглядати через дію основних механізмів регулювання на всіх рівнях управління, до переліку яких авторами віднесено: регламентуючий, організаційний, контролюючий, коригуючий, соціальний, стимулюючий.

Дослідження механізмів державного регулювання сфери туризму свідчать, що основою державного регулювання є організаційно-економічний механізм. Тому він потребує найбільшого удосконалення. До основних засобів реалізації організаційного механізму відносяться:

- розмежування повноважень національних, регіональних та місцевих органів виконавчої влади та управління у сфері туризму;

- створення структурних підрозділів з питань туризму і курортів на всіх рівнях управління та координаційних консультативно-дорадчих органів;

- удосконалення взаємовідносин сільських громад, органів місцевого самоврядування з суб'єктами господарської діяльності, пов'язаної з наданням туристичних послуг;

- створення туристично-інформаційних центрів; удосконалення системи підвищення кваліфікації посадових осіб місцевого самоврядування, на яких покладено обов'язки з розвитку туризму.

Розроблено комплекс заходів щодо підвищення ефективності державного регулювання сфери туризму на загальнодержавному та регіональному рівнях [89, с. 80], а також запропоновано шляхи удосконалення механізмів державного регулювання та підтримки підприємництва у сфері сільського зеленого туризму (рис. 3.6).



Рис. 3.6. Шляхи удосконалення механізмів державного регулювання та підтримки підприємництва у сфері сільського зеленого туризму (розроблено автором)

Основний принцип розвитку туристичної діяльності в сільській місцевості – це зміна існуючої моделі організації туризму і рекреації. Необхідним є створення управлінської структури, яка б надавала

консультативно-методичну допомогу в організації туризму, поширювала рекламну інформацію щодо туристичних можливостей регіону, надавала допомогу в пошуку фінансування та інвестування об'єктів туризму і т. ін.

При введенні в дію нової моделі організації туризму необхідно узгодити правові, організаційні та економічні заходи в регіоні для досягнення головної мети - соціально-економічного розвитку території на основі використання туристичного потенціалу. Правове регулювання є основою здійснення будь-якої діяльності. Регулювання сільського – туризму здійснюється на основі чинної нормативно-правової бази України: Конституції України, Цивільного кодексу, Житлового кодексу, Законів України "Про туризм", "Про особисте селянське господарство". На регіональному рівні регулювання здійснюється на основі розпорядчих та програмних документів органів місцевого самоврядування (Програма розвитку туризму в Херсонській області на 2003-2010 рр., Стратегія економічного та соціального розвитку Херсонської області до 2015 року).

Організаційний блок являє собою сукупність елементів, які перебувають у відносинах і зв'язках один з одним, а також утворюють певну цілісність, єдність. Згідно проекту Закону України "Про сільський та сільський зелений туризм", суб'єктами в сфері сільського туризму виступають: туроператори, турагенти, фізичні особи, які не є підприємцями та суб'єкти підприємницької діяльності, що надають послуги з тимчасового розміщення (проживання), харчування, екскурсійних, розважальних та інших туристичних послуг (у т.ч. туристичного супроводу) [168]. Однак, на нашу думку, в організаційний блок необхідно включити й державні і регіональні органи влади, громадські організації, що займаються регулюванням та популяризацією туристичної діяльності.

В Херсонській області організаційний механізм розвитку туризму практично відсутній. Головні функції щодо регулювання та розвитку даного виду діяльності покладені на обласне управління фізичної культури, спорту і туризму, функції якого зводяться переважно до збору статистичної

інформації про туризм в регіоні. В районах та містах області (навіть в обласному центрі) профільні державні органи не існують взагалі (що не відповідає Постанові КМУ "Про затвердження типових положень про обласні, районні управління (відділи) з питань туризму і курортів..."

Виходячи з вищезазначеного, нами пропонується структурна модель управління цим конче потрібним видом діяльності на основі (рис. 3.7) добровільних територіально-галузевих об'єднань підприємств, що тісно співпрацюють з науковими установами і органами влади з метою підвищення конкурентоспроможності власної продукції і економічного зростання регіону.

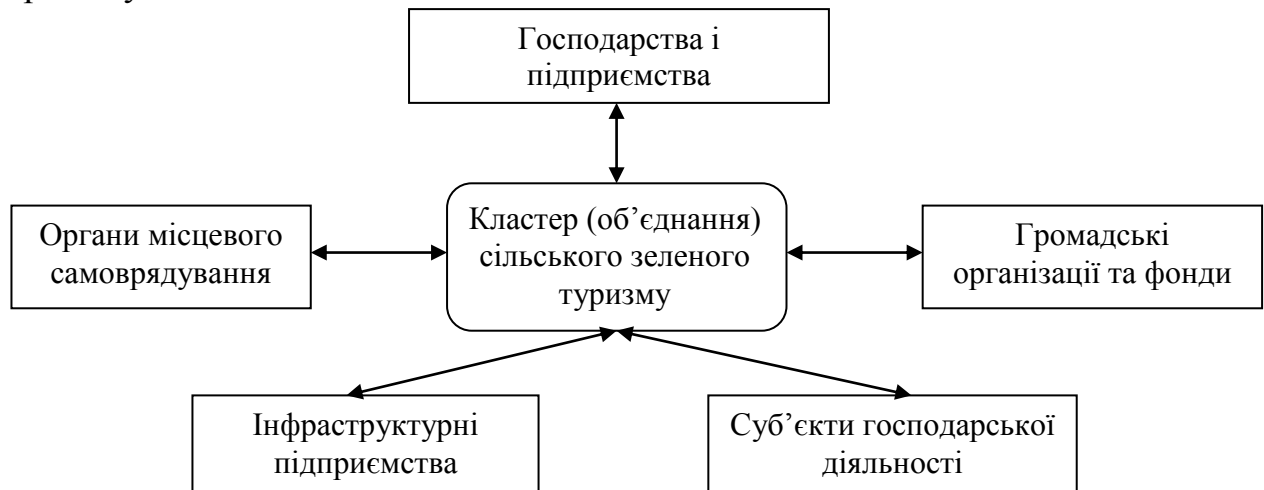


Рис. 3.7. Структурна модель об'єднання (кластеру) господарств та малих підприємств сільського зеленого туризму

Дослідження показало, що реалізація напрямку «Розвиток туризму» який зараз реалізується зусиллями облради Херсонської області приведе до продовження терміну туристичного сезону, збільшення кількості туристів, які відвідують область протягом року, це дозволить відкрити нові робочі місця у районах та містах з потужним туристським потенціалом та розпочати системний розвиток сільського туризму у фермерських господарствах.

До важливих шляхів реалізації напрямку відносяться:

1. Деталізація зростання змістовності інформації про туристичний потенціал Херсонщини (2016-2018р.): створення науково-популярних

фільмів про найбільш цікаві пам'ятки Херсонщини, вихід з ними на телевізійні канали держав, де проживають потенційні туристи; випуск літератури краєзнавчого характеру, адаптованої до різних категорій туристів; введення в навчальних закладах дисципліни „Українське Причорномор'я"; випуск газети, орієнтованої на туристів для розповсюдження на транспорті, в закладах туризму; проведення науково-практичних конференцій, туристичних форумів, ярмарок тощо.

2. Підвищення якості обслуговування туристів на Херсонщині (2017-2021 рр.):

розробка місцевого стандарту якісної оцінки місць відпочинку; сертифікація місць розміщення туристів; проведення щорічних конкурсів на звання «кращі заклади туристичної галузі»

3. Розширення терміну туристичного сезону (щорічно): розробка календаря заходів, цікавих для туристів „Херсонщина запрошує"; проведення значної кількості фестивалів, спортивних змагань, тощо в місяцях „несприятливих" для відпочинку; розробка достатньої кількості екскурсій та включення їх до пропозицій додаткових туристичних послуг; створення туристичного продукту, який складається з декількох видів туризму.

4. Освоєння нових зон для створення туристичного продукту (щорічно): проведення наукових досліджень по оцінці туристичної привабливості нових туристичних районів; розробка екскурсійних маршрутів з включенням перспективних екскурсійних об'єктів; створення мережі мобільних туристичних таборів для освоєння перспективних туристичних районів.

5. Проведення роботи по захисту та відтворенню навколишнього середовища в туристських зонах(2016-2019 рр.): будова захисних споруд на узбережжі с. Лазурне (Скадовський район) з метою відтворення пляжної зони; паспортизація пам'яток історії па природи на території області; активізація роботи органів місцевого самоврядування по приведенню в порядок наявного туристичного ресурсу.

6. Створення системи підготовки та перепідготовки кадрів для туристичної галузі (2017 р.): відкриття у навчальних закладах області нових спеціальностей для забезпечення фахівцями туристичної галузі; створення центру перепідготовки фахівців туристської сфери.

7. Подальший розвиток сільського туризму (2017р.): паспортизація сільських садиб які приймають туристів з визначенням якості туристичних послуг; легалізувати бізнес сільського туризму. З цією метою доцільно налагодити випуск інформаційних бюлетенів „Сільський туризм Херсонщини" як на паперових носіях, так і в електронному вигляді.

Висновки до розділу 3

1. Виявлено, що функціонування господарств та підприємств сільського зеленого туризму на Херсонщині стосовно вирішення екологічних проблем орієнтується на виконання трьох основних функцій: зменшення господарського навантаження на довкілля через диверсифікацію сільської економіки; збереження та відтворення природних ресурсів; виховання бережного ставлення до природи у населення. Враховуючи потреби туристів в екологічному відпочинку та можливості і ресурси їх задоволення у Херсонській області, в якості провідної інновації у контексті підвищення ефективності та конкурентоспроможності суб'єктів сільського зеленого туризму нами обґрунтовується необхідність організації та сертифікації органічних (екологічних) зелених агросадиб. Основними вимогами до них мають бути використання органічних матеріалів в побуті, одязі, взутті, органічної продовольчої продукції у харчуванні, екотуризм як основна форма туристичної діяльності.

2. За умови встановлення партнерських відносин між владою та малим туристичним підприємництвом важливе значення має визначення категорій

місць розміщення відповідно до природної специфіки регіонів, а також паспортизація агроосель на цій основі та на основі концентрації й спеціалізації туристичних продуктів і послуг. Це буде підґрунтям правдивої інформації та реклами для споживачів, а також прийняття управлінських рішень та здійснення маркетингових стратегій щодо перспектив розвитку.

3. Основною інституційною проблемою, яка супроводжує розвиток підприємництва сільського зеленого туризму, виявлено невизначеність статусу його суб'єктів – агроосель, агросадиб, господарств, міні-підприємств, малих підприємств та підприємств. Також це традиційна ментальність українських селян із схильністю до одноосібності, недовірою до добрих намірів влади та реформ на селі, отже, й до оподаткування. Як наслідок, ці суб'єкти функціонують напівлегально, що шкодить їх власній місії та дохідності, а також не приносить очікуваних результатів сільським громадам. Тому ми вважаємо за необхідне звільнити від оподаткування малі туристичні підприємства, принаймні на 5 перших років діяльності взагалі, особливо на депресивних сільських територіях, надавати фінансову підтримку через національні та іноземні гранти, громадські організації та меценатську допомогу великого агробізнесу. Це також буде сприяти гармонізації соціальних відносин на селі.

4. Важливою формою інноваційно-інвестиційної підтримки господарств сільського зеленого туризму може бути державно-приватне партнерство, здійснюване на засадах соціальної відповідальності. Його напрямками обґрунтовується товарне кредитування великим агробізнесом, інформаційно-рекламне забезпечення, оплата навчання та фахової підготовки власників-працівників з однієї сторони, і забезпечення потреб у туризмі та відпочинку працівників агроформувань – з іншої, а також сприятливе вирішення питань землевідведення, ресурсовикористання сільськими громадами.

Також це може бути участь, крім великого агробізнесу, громадських організацій, неурядових фондів, спонсорів, інших стейкхолдерів у

фінансуванні культурно-мистецьких та спортивних заходів як туристичних подій на засадах франдрайзингу. Нарешті, співпраця туристичних суб'єктів, сільських громад, інших підприємств, сільських жителів сприятиме покращенню організації сільських територій, їх облаштуванню та відродженню.

5. З метою досягнення вказаних та інших результатів на перспективу нами обґрунтовані інструменти й засоби удосконалення управління розвитком господарств сільського зеленого туризму. Крім цього, вони одночасно можуть стимулювати розвиток супутніх підприємств транспорту, ресторанного господарства, розваг, торгівлі, лікувально-оздоровчих послуг. Реалізація подальшого розвитку суб'єктів сільського зеленого туризму у Херсонській області сприятиме збільшенню туристичного сезону, туристів; збереженню навколишнього середовища; створенню нових робочих місць, а також розпочати системний розвиток сільського туризму у фермерських господарствах.

6. Для підвищення ефективності та конкурентоспроможності господарств та підприємств сільського зеленого туризму велике значення має інтеграція, кооперування (створення альянсів, асоціацій, об'єднань) та кластеризація тих з них, які розміщені на компактних територіях між собою, з туристичними та/або аграрними підприємствами, особливо у високі туристичні сезони або з метою їх продовження. Насамперед, вони направлені на урізноманітнення структури та підвищення якості туристичних продуктів і послуг, отже, залучення більшої кількості туристів.

7. Місцева та державна владна підтримка сталого розвитку господарств сільського зеленого туризму має бути направлена на стимулювання їх спеціалізації та унікальності відповідно до природних умов і ресурсів їх розміщення як основних туристичних атракцій (спостереження за птахами в районі Азово-Сиваського національного природного парку, Ягорлицького орнітологічного заказника та заказника Донузлав; за бобрами в районі їх Криківського поселення; споглядання ботанічних пам'яток та визначних

місць; відвідування парків, дендропарків, заказників, заповідних урочищ; використання гідрологічних, геологічних, зоологічних пам'яток природи). Спеціалізації на ностальгійному туризмі, культурному обміні сприятиме використання агрооселями етно-національної специфіки шведсько-бойківського населення с. Зміївка у Бериславському, німецького – у Великоолександрівському, сіл з бойками-переселенцями у Нововоронцовському, кримськими татарами – у Генічеському, турками-месхетинцями у Чаплинському районах.

ВИСНОВКИ

У дисертаційній роботі здійснено обґрунтування організації та ефективної й конкурентоспроможної діяльності господарств і малих підприємств сільського зеленого туризму на засадах теорії конкурентних переваг, сталого розвитку та екологізації виробництва. Вперше обґрунтовані особливості здійснення підприємницької діяльності у сфері сільського зеленого туризму, визначено сутність господарств і малих підприємств як його суб'єктів, обґрунтовано форми їх організації, спільні і відмінні риси та пріоритети функціонування, що дають змогу зробити наступні висновки теоретичного, методичного та прикладного змісту:

1. Основні принципи підприємництва сільського зеленого туризму визначаються наявністю й/та можливістю функціонування двох груп суб'єктів – господарств (без юридичного статусу як оподатковуваних) та малих підприємств (як офіційно зареєстрованих платників податків). Вони можуть здійснювати туристичну діяльність на селі без обмежень; використовувати всі наявні власні засоби і майно; працювати сезонно або цілорічно; бути моно- або поліспеціалізованими на наданні послуг; залучати членів своїх родин або 1-2 найманих працівників; брати участь у впорядкуванні сільських територій.

2. Агрооселі та агросадиби розуміються як тотожні суб'єкти, а господарства й малі підприємства мають різну податкову базу. Організаційно-економічний механізм їх розвитку розуміється як взаємопов'язана сукупність форм, методів, інструментів, моделей, ін. засобів здійснення у площинах організаційно-економічної, фінансово-інвестиційної, інноваційної, мотиваційної, інформаційної складових. Оптимальне їх використання визначається проблемами конкурентоспроможності діяльності суб'єктів, а також принципами економічності, доцільності, соціальної відповідальності.

3. Методичні засади оцінки ефективності функціонування господарств і малих підприємств сільського зеленого туризму визначаються використанням індикаторів та показників визначення соціальних, економічних та екологічних ефектів; ресурсного потенціалу, конкурентоспроможності й конкурентних переваг; методів анкетування й опитування, ранжування й бальних оцінок, SWOT-аналізу конкурентних переваг, індикативних, багатокритеріальних, проблемно-цільового підходу. При цьому враховуються суб'єкти оцінки, орієнтація на сегменти ринку, необхідність порівнянності, виключення можливостей подвійного рахунку. Порівнянність забезпечується використанням категорій, стандартів, національних та міжнародних нормативів.

4. Ресурсний потенціал господарств і малих підприємств сільського зеленого туризму Херсонської області формують унікальні розміщення у пониззі р. Дніпро та на узбережжі двох морів – Чорного і Азовського, сонячний і теплий клімат, мальовничі ландшафти, бальнеологічні ресурси; визначні пам'ятки природи, історії та культури. Він оцінюється як високий, проте не співпадає з конкурентним і використовується лише на 1/3. Це пов'язане із депопуляцією сільського населення останні 25 років, зменшенням людності сільських населених пунктів, їх малою щільністю й депресивністю та деградацією довкілля; недосконаліми основною діяльністю, інфраструктурою, інформаційним і рекламним забезпеченням, стратегіями маркетингу та управління на рівні суб'єктів господарювання.

5. Особливістю розвитку суб'єктів галузі у регіоні є також наявність особливого конкурентного середовища їх функціонування. Його формують дві потужні сфери – сільського господарства (провідне місце в країні і Європі по землезабезпеченню на 1 особу; зерновиробництву, виробництву соняшнику, сої і рапсу, садівництву, виноградарству, овочівництву, баштанництву й рибництву) і санаторно-курортної галузі (6 місце в країні по ресурсному потенціалу, 4-5 – по матеріальній базі, 3-4 – за кількістю відпочивальників). Саме з ними, а також з підприємствами соціальної

інфраструктури традиційно пов'язується зайнятість сільського населення та його доходи й рівень життя. Однак господарства й підприємства сільського зеленого туризму мають зайняти свою нішу на ринку праці, у забезпеченні м'якого впливу на довкілля та вирішенні екологічних проблем, підвищенні рівня життя сільських жителів на засадах партнерських відносин з аграрними й санаторно-курортними підприємствами.

6. В Україні, згідно даних офіційної статистики, у 2015 р. функціонувало 233 суб'єктів сільського зеленого туризму, середньою місткістю 13 осіб/добу. Це дозволило прийняти понад 40,0 тис. туристів. Проте не всі суб'єкти зареєстровані та надають звітність. Так, у Херсонській області їх нараховується 56. З них методом опитування було досліджено 14 або 25,0% загальної кількості. Середня місткість складала 10 осіб/добу, загальна площа – понад 7,9, житлова – понад 4,3 тис. м² та надано послуги 8,8 тис. туристам з доходом у межах 50,0 тис. грн. на 1 оселю. Основні проблеми у господарів – недостатні категорії житлово-побутових умов розміщення та відповідність стандартам обслуговування, у споживачів – відсутність інформації та реклами. При цьому 80-90% опитаних планують продовжувати туристичний бізнес за умови наявності власних земельних ресурсів та капіталу.

7. Удосконалення діяльності господарств та підприємств сільського зеленого туризму пов'язане з посиленням екологічної складової діяльності. У перспективі їх екологічна ефективність визначатиметься через синергетичний ефект від сприяння зменшенню господарських навантажень на природу, збереження довкілля, екологічне виховання й освіти. Також необхідно розвивати екотуризм у зв'язку з розвитком органічного землеробства, організовувати й підтримувати органічні агросадиби з належною періодичною сертифікацією відповідності.

8. Розвиток суб'єктів сільського зеленого туризму пов'язаний з удосконаленням інноваційно-інвестиційної діяльності. Його основи й джерела на перспективу визначають державно-приватне партнерство,

товарне кредитування й франдрайзинг, соціальна відповідальність та меценатство. Інновації стосуються фахової підготовки господарів, організації діяльності й агроосель загалом, номенклатури туристичних послуг, туристичних атракцій та дестинацій.

9. Державна підтримка господарств та підприємств сільського зеленого туризму стосується їх інтеграції, кооперації, кластеризації як важливих засобів забезпечення раціонального ресурсокористування, підвищення ефективності діяльності й конкурентоспроможності, потреб споживчого ринку з однієї сторони, та з метою диверсифікації сільської економіки і розвитку сільських територій – з іншої. Її формами можуть бути регіональні програми та плани, місцеві та законодавчі рішення, направлені на продовження туристичних сезонів, відтворення туристичних ресурсів, відродження й розвиток сільських територій як середовища здійснення туристичної діяльності на селі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Азар В.И. Экономика и организация туризма. – М.: "Экономика", 1972.
2. Аналіз державної політики на підтримку туризму в Україні та практичні рекомендації поліпшення її ефективності : аналітичне дослідження / [Державна туристична адміністрація України]. – К. : ДТАУ, 2005. – 170 с.
3. Андреева Н. Сучасна організація аграрного туризму в Україні як перспективний напрямок розвитку сільських територій / Н. Андреева, С. Нездоймінов, І. Дишловий // Економіст. – 2011. – № 7. – С. 25-28.
4. Бабкин А. В. Специальные виды туризма [Электронный ресурс] / А. В. Бабкин. – Режим доступа : http://tourlib.net/books_tourism/babkin08.htm
5. Багрій М. В. Вдосконалення державного регулювання туристичної привабливості сільських територій / М. В. Багрій // Агросвіт. – 2014. – № 14. – С. 69-72.
6. Барановський М. Туризм як форма активізації розвитку сільських депресивних територій / М. Барановський // Вісник Львівського університету. Серія міжнародні відносини. – 2008. – Вип. 24. – С. 13-21.
7. Баталов Д. І. Розвиток системи та інфраструктури сільського туризму / Д. І. Баталов, Т. П. Литвиненко // Екологія плюс. – 2013. – № 5. – С. 19-20.
8. Биржаков М.Б. Система американского высшего и последиplomного образования / М. Б. Биржаков // Туристические фирмы. – 1996. – Вып. 10. – С. 170-171.
9. Биркович В. І. Сільський зелений туризм – пріоритети розвитку туристичної галузі України / В. І. Биркович // Стратегічні пріоритети. Науково-аналітичний щоквартальний збірник. – 2008. – №1 (6). – С. 138-143.
10. Богуш Л. Г. Становлення туристичного сегмента сфери зайнятості сільського населення: проблеми, підходи до розв'язання / Л. Г. Богуш //

Агросвіт. – 2010. – № 15. – С. 13-18.

11. Бондар В. В. Агротуризм як вид диверсифікаційного розвитку сільськогосподарського підприємництва / В. В. Бондар, Я. Л. Ганжа // Вісник Чернігівського державного технологічного університету. – 2012. – № 4. – С. 114-120.

12. Братюк В. П. Аналіз досвіду західних країн щодо формування державної політики сприяння розвитку туризму / В. П. Братюк // Актуальні проблеми економіки. – 2012. – № 9 (135). – С. 63-71.

13. Булах Т. М. Сільський туризм як перспективний напрям для соціально-економічного розвитку села / Т. М. Булах // Формування ринкових відносин в Україні. – 2010. – № 11. – С. 143-147.

14. Бунь Л. Сільський чи європейський : [сільський туризм] / Л. Бунь // Агро перспектива. – 2010. – № 5. – С. 16-17.

15. Бучко В. Туризм пташиний, звичайний : [орнітологічний туризм] / В. Бучко // Природа і суспільство. – 2012. – 10 трав. (№ 9). – С. 6.

16. Васильєв В. 15 років сільському зеленому туризму України / В. Васильєв // Туризм сільський зелений. – 2010. – № 2. – С. 2-3.

17. Васильєв В. Апітуризм – відпочинок у селі : поради організаторові та власникові садиби / В. Васильєв, О. Вінніков // Пасіка. – 2012. – № 8. – С. 5-7.

18. Васильєв В. П. Організаційна структура спілки сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні / В. П. Васильєв, П. А. Горішевський, Ю. В. Зінько // Туризм сільський зелений. – 2014. – № 1. – С. 16-17.

19. Веремчук В. Екологічний туризм на Поліссі / В. Веремчук // Туризм сільський зелений. – 2013. – № 1. – С. 26-27.

20. Вишневська Ю. В. Сертифікація основних послуг у галузі сільського зеленого туризму / Ю. В. Вишневська // Південноукраїнський правничий часопис. – 2010. – № 4. – С. 110-113.

21. Вінніков О. Акти законодавства України про екологічний (зелений) та сільський туризм / О. Вінніков // Туризм сільський зелений. –

2014. – № 1. – С. 13-15.

22. Вінніков О. Правове регулювання сільського туризму в Україні : особливості здійснення туристичної діяльності фізичними особами / О. Вінніков // Юридична газета. – 2012. – 19 черв. (№ 25). – С. 16-17.

23. Вінніков, О. Зелений туризм: можливості та форми розвитку в Україні / О. Вінніков // Туризм сільський зелений. – 2012. – № 1. – С. 6-10.

24. Вовк В. Сільський зелений туризм – явище багатогранне / В. Вовк // Екологічна газета. – 2010. – 24 груд. (№ 23/24). – С. 4-7.

25. Вовк В. Смак зеленого туризму : відвідавши українське село, відчуєте смак сільського зеленого туризму / В. Вовк // Новини агротехніки. – 2013. – № 1/2. – С. 54-58.

26. Воробйова О. А. Розвиток рекреаційно-туристичної сфери як соціо-еколого-економічної системи на принципах сталого розвитку / О.А. Воробйова // Екологічний вісник. – 2010. – № 5. – С. 26-27.

27. Габа М. І. Чинники впливу на діяльність підприємств сільського зеленого туризму Карпатського регіону / М. І. Габа // Актуальні проблеми економіки. – 2013. – № 1. – С. 88-92.

28. Галич О. А. Анімаційні технології в сільському зеленому туризмі / О. А. Галич, І. В. Шевченко // Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. Серія: Економічні науки / Полтавська державна аграрна академія. - Полтава : ПДАА, 2011. – Вип. 3, Т. 1. – С. 299-303.

29. Галич О.А. Зелений туризм: сутність та перспективи розвитку на Полтавщині / О.А. Галич, І.В. Шевченко // Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. Серія: Економічні науки / Полтавська державна аграрна академія. – Полтава : ПДАА, 2010. – Вип. 1, Т. 1. – С. 38-45.

30. Гальцова І. Зелений туризм: недоліки існуючого законодавства [Електронний ресурс] / І. Гальцова. – Режим доступу : <http://www.justinian.com.ua/article.php?id=2999>.

31. Герасименко В. Г. Аграрний туризм як вид підприємництва: [монографія] / В. Г. Герасименко, С. Г. Нездоймінов. – Одеса: Пальміра,

2011. – 178 с.

32. Гетьман В. І. Екологічна стежка у національному природному парку / В. І. Гетьман // Туризм сільський зелений. – 2012. – № 1. – С. 19-22.

33. Гетьман В. І. Питання розвитку сільського екотуризму в Україні / В. І. Гетьман // Туризм сільський зелений. – 2010. – № 2. – С. 19.

34. Гловацька В. В. Напрями підвищення ефективності становлення сільського (зеленого) туризму / В.В. Гловацька // Інноваційна економіка. – 2007. – № 3. – С. 110-113.

35. Гловацька В.В. Особливості розвитку сільського зеленого туризму як підприємницької діяльності / В.В. Гловацька // Інноваційна економіка. – 2010. – № 16. – С. 45-48.

36. Горб О. Агротуризм як можливість розвитку сільських територій: досвід Польщі для Полтавщини / О. Горб, О. Кощенко // Село полтавське. – 2012. – 24 лют. (№ 8). – С. 4.

37. Горішевський П. Сільський зелений туризм: організація надання гостинності / П. Горішевський, В. Васильєв, Ю. Зінько. – Івано-Франківськ : Місто НВ, 2003. – 148 с.

38. Горішевський П. Якість послуг сільського зеленого туризму / П. Горішевський, В. Триліс // Туризм сільський зелений. – 2011. – № 1. – С. 20-21.

39. Гришова І. Ю. Концептуальні засади розвитку сільського зеленого туризму / І. Ю. Гришова // Сучасні особливості формування і управління інноваційним потенціалом регіонального розвитку туризму та рекреації із залученням молодіжного ресурсу : зб. тез доповідей міжнар. наук.-практ. конф. (Тернопіль, 15-17 жовтн. 2015) / М-во освіти і науки України, Терн. націон. техн. ун-т ім. І. Пулюя [та ін]. – Тернопіль : ФОП Паляниця В.А. – 2015. – С. 18-20.

40. Гришова І. Ю. Сталий розвиток аграрної економіки в контексті розвитку сільського зеленого туризму / Дем'яненко М. Я., Гришова І. Ю. // Теоретичні та прикладні аспекти сталого розвитку : функціональний,

галузевий і регіональний вектори : [колективна монографія] / За ред. С.М. Шкарлета. – К. : ТОВ «Кондор», 2015. – 316 с. – С. 48-54.

41. Гусев В.О. Парадигма сталого інноваційного розвитку України / В.О. Гусев, О.О. Мужилко // Економіка та держава. – 2011. – № 9. – С. 115-118.

42. Дишловий І. М. Розвиток туризму як стимулюючий фактор оздоровлення екологічної ситуації на території / І. М. Дишловий // Екологічний вісник. – 2010. – № 2. – С. 26-27.

43. Дідик Я. М. Діагностика рівня відпочинкових послуг у сільських оселях України / Я. М. Дідик // Актуальні проблеми економіки. – 2011. – № 10. – С. 203-210.

44. Дмитрук О.Ю. Екологічний туризм: сучасні концепції менеджменту і маркетингу: [навч. посіб.] / О.Ю. Дмитрук. – К. : Альтерпрес, 2004. – 192 с.

45. Донченко Л.М. Проблеми та перспективи державної підтримки розвитку туризму / Л.М. Донченко, Н.П. Гостєва // Держава та регіони. Сер. “Державне управління”. – 2010. – №1. – С. 37-42.

46. Дудзяк О.А. Агротуристичний продукт: товар чи послуга? / О.А. Дудзяк // Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. – Спец. вип. – Полтава: ПДАА. – 2015. – С. 88-93.

47. Дудзяк О.А. Основні принципи класифікації в сільському зеленому туризмі / О.А. Дудзяк // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства: Економічні науки. – Вип. 98. – Харків: ХНТУСГ, 2010. – 371 с.

48. Дудзяк О.А. Роль дорадництва в розвитку сільського зеленого туризму / О.А. Дудзяк // Збірник наукових праць Подільського державного аграрно-технічного університету. Економічні науки. – Кам’янець-Подільський. – Вип. 23. – 2015. – С. 398-400.

49. Дурович А.П. Кабушкин Организация туризма: [учеб. пособие для студ. вузов] / Н.И. Кабушкин, А.П. Дурович. – Мн.: ООО "Новое знание",

2003. – 630 с.

50. Екотуризм – важливий фактор стійкого розвитку [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://eco youth.freenet.uz>.

51. Екотуризм і сільський туризм – точки перетину // Туризм сільський зелений. – 2010. – № 2. – С. 16-18.

52. Енциклопедичний словник-довідник з туризму ; авт.-уклад.: В.А. Смолій, В.К. Федорченко, В.І. Цибух, передмова В.М. Литвина. – К. : Вид. дім «Слово», 2006. – 372 с

53. Європейський досвід організації сільського зеленого туризму [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://tourlib.net>

54. Ємець Г.С. Регіональний підхід до управління економічними процесами: [монографія] / Г.С. Ємець, М.А. Лендел. – К: вид-во «Наукова думка», 1992 – 222 с.

55. Живолуп Н. Сільський туризм як один із стратегічних напрямів економічного розвитку Полтавського регіону / Н. Живолуп // Інноваційне забезпечення економічного розвитку регіону : матер. Всеукр. НПК, присвяченої 10-річчю від дня заснування кафедри фінансів, банківської справи та державного управління ПолтНТУ, 25-27 трав. 2011 р. – Полтава : ПолтНТУ, 2011. - С. 28-30.

56. Жукова О. Історія проекту "Марійкина садиба" (Херсонська область) / О. Жукова // Туризм сільський зелений. – 2013. – № 2. – С. 17-21.

57. Забуранна Л. В. Зарубіжний досвід розвитку сільського зеленого туризму / Л. В. Забуранна // Економіка АПК. – 2011. – № 6. – С. 178-183.

58. Забуранна Л. В. Маркетингове дослідження портрету власників садиб сільського зеленого туризму / Л. В. Забуранна // Туризм сільський зелений. – 2012. – № 2. – С. 6-10.

59. Забуранна Л.В. Обґрунтування взаємозв'язків підприємств сільського аграрного туризму із макроекономічним оточенням / Л.В. Забуранна // Агросвіт. – 2013. – № 2. – С. 24-28.

60. Забуранний С. В. Розвиток туристичної діяльності у сільській

місцевості України / С. В. Забуранний // Економіка АПК. – 2014. – № 4. – С. 100-106.

61. Завальнюк І. М. Світовий досвід розвитку сільського туризму / І.М. Завальнюк // Вісник Київського інституту бізнесу та технологій. – 2014. – № 2. – С. 77-79.

62. Заїка О. Зелений туризм з точки зору земельного законодавства / О. Заїка, В. Погойда // Вісник Київського інституту бізнесу та технологій. – 2014. – № 2. – С. 79-80.

63. Закон України про туризм : за станом на 6 жовт. 2011 р. : офіційне видання / Верховна Рада України. - К. : Парламентське вид-во, 2011. – 31 с.

64. Законодавство України про туризм і готельну справу : зб. офіційних текстів законів станом на 15 лют. 2013 р. / упоряд. Ю. І. Руснак. – К. : Центр учбової літератури, 2013. – 241 с.

65. Захарова С.Г. Державне регулювання інфраструктури туризму в Україні / С.Г. Захарова // Держава та регіони. – Запоріжжя, 2009. – Вип. 1. – С. 64-69.

66. Зелений туризм – панацея чи черговий міф? [Електронний ресурс] / Н. В. Васильєва. – Режим доступу : <http://www.greentour.com.ua>.

67. Зелений туризм з релігієзнавчими родзинками [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://gazeta.zn.ua>

68. Зінько Ю. В. Організаційно-територіальна структура сільського туризму в Україні / Ю. В. Зінько, М. Й. Рутинський, П. А. Горішевський // Туризм сільський зелений. – 2012. – № 2. – С. 16-17.

69. Зубко Ю. Державна підтримка та механізми сприяння розвитку екологічного (зеленого) туризму в Україні / Ю. Зубко // Туризм сільський зелений. – 2008. – №4. – С. 8-10.

70. Ігнатенко М.М. Проблеми та перспективи розвитку сільського туризму в Україні / М.М. Ігнатенко // Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій ім. С.З. Гжицького. – Серія «Економічні науки». – Т. 12, № 1 (43). – Львів, 2010.

– С. 252-255.

71. Ігнатенко М.М. Соціально-економічні аспекти активізації агротуристичної діяльності / М.М. Ігнатенко // Участь молоді в розвитку економіки та суспільства України: зб. матер. Всеукр. наук.-практ. конф., м. Київ, 10 березня 2010 р. – К.: НАКККиМ, 2010. – С. 243-246.

72. Ілляшенко С.М. «Зелений» туризм як один з напрямів сталого розвитку регіону / С.М. Ілляшенко, Н.С. Ілляшенко, В.О. Щербаченко // Економіка України. – 2013. – № 8. – С. 33-39.

73. Ілляшенко С. М. Аналіз потенціалу ринку туристичних послуг Сумської області / С. М. Ілляшенко, В. О. Щербаченко // Вестник національного технічного університету "ХПИ". – 2012. – № 14. – С. 65-77.

74. Ісаєнко В. М. Забезпечення якості продукції та послуг в агротуризмі / В. М. Ісаєнко, К. О. Бабікова // Проблеми раціонального використання соціально-економічного та природно-ресурсного потенціалу регіону: фінансова політика та інвестиції. – 2013. – Вип. 19, № 1. – С. 247-52.

75. Кальніченко А. Зелений (сільський) туризм: як розвивати його, не зашкодивши довкіллю?: [правове регулювання] / А. Кальніченко // Землевпорядний вісник. – 2011. – № 11. – С. 26-29.

76. Кандауров Е. Экологический туризм в охотничьем хозяйстве / Е. Кандауров // Охота и охотничье хозяйство. – 2014. – № 2. – С. 1-2.

77. Карлсон А. Шведский эксперимент в демографической политике: Гуннар и Альва Мюрдали и межвоенный кризис народонаселения / пер. с англ. – М.: ИРИСЭН, Мысль, 2009. – 312 с.

78. Кафарський О.В. Законодавче забезпечення господарських відносин у сфері сільського туризму / О.В. Кафарський // Держава і право: Збірник наукових праць. Юридичні і політичні науки. Випуск 54. – К.: ін-т держави і права ім. В.М. Корецького НАН України, 2011 – С. 425-431.

79. Квартальнов В.А. Менеджмент туризма / В.А. Квартальнов. – М.: Финансы и статистика, 2009. – 247 с.

80. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні /

В.Ф. Кифяк. – Чернівці : Книга ЧЧІ, 2003. – 300 с.

81. Кінаш І. П. Формування туристично-рекреаційної інфраструктури як напрям розвитку екологічних послуг / І. П. Кінаш // Екологічний вісник. – 2012. – № 6. – С. 25-26.

82. Кіптенко В.К. Менеджмент туризму / В.К. Кіптенко. – К.: Знання, 2010. – 502 с.

83. Клицунова В. Опыт Республики Беларусь : [агротуризм] / В. Клицунова // Туризм сільський зелений. – 2014. – № 1. – С. 25-27.

84. Кляп М.П. Сучасні різновиди туризму : [навч. посіб.] / М.П. Кляп, Ф. Ф. Шандор. – К. : Знання, 2011. – 334 с.

85. Коберніченко Т. Методичний посібник з сільського туризму / Коберніченко Т., Васильєв В., Зінько Ю., Горішевський П. – К., 2005. – 84 с.

86. Козловський Є. Роль туристичної галузі в активізації соціальної роботи в сучасному українському суспільстві / Є. Козловський // Наук. вісн. Чернівець. ун-ту. – 2005. – № 244. – С. 86-91.

87. Колесник О. О. Формування класифікаційних ознак туризму в системі економічних аспектів розвитку суспільства / О. О. Колесник // Вісник Житомирського державного технологічного університету: Економічні науки: економіка, організація і управління підприємством. – 2009. – № 1 (47). – С. 171-175.

88. Колесник О.О. Економіка і статистика туристичного ринку : [монографія] / О.О. Колесник. – Житомир : ЖДТУ, 2011. – 196 с.

89. Коніщева Н.Й. Механізми державного регулювання сфери туризму: сутність і шляхи удосконалення / Н.Й. Коніщева, А.М. Близнюк // Вісник ДІТБ. – 2007. – № 11. – С. 76-84.

90. Концепція Державної цільової програми розвитку туризму та курортів на період до 2022 року [Електрон. ресурс] / Офіційний сайт Верховної Ради України. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/638-2013-p>

91. Коростелев Е. М. Экологический туризм: уроки прошлого для

будущего / Е. М. Коростелев, Д. В. Севастьянов // Экология и жизнь. – 2012. – № 3. – С. 72-77.

92. Корчинська О. О. Організаційно-економічне та інституційне забезпечення розвитку сільського зеленого туризму / О. О. Корчинська // Агросвіт. – 2015. – № 5. – С. 80-83.

93. Костиця М. М. Сільський туризм: теорія, методологія, практика (етноісторичний туристичний кластер "Древлянська земля") : [монографія] / М. М. Костиця ; за наук. керівництвом і заг. ред. проф. Є. І. Ходаківського, проф. Ю. С. Цал-Цалка. – Житомир : ЖДТУ, 2006. – 196 с.

94. Кравцов С. С. Оцінка інвестиційної привабливості сільського зеленого туризму на основі розрахунку ефекту мультиплікатора / С. С. Кравцов // Механізми державного управління економікою України : зб. наук. праць ДонДУУ. – Донецьк : ДонДУУ, 2010. – Т. XI. – С. 398-405. – (Серія «Державне управління»; вип. 173).

95. Кравченко Н.О. Альтернативні різновиди туризму в контексті сталого розвитку України / Кравченко Н.О. // Україна: географічні проблеми сталого розвитку. Зб. наук.праць. В 4-х т. – К.: ВГЛ Обрії, 2004. – Т.3. – С.103-105.

96. Кравчук І. Державне регулювання розвитку туризму: зарубіжний досвід та перспективи впровадження / І. Кравчук // Вісник Львівського національного університету. Серія «Міжнародні відносини». – 2008. – Вип. 24. – С. 134-141.

97. Крюкова І. О. Стратегічні імперативи розвитку зеленого туризму в Південному регіоні України / І. О. Крюкова // Економічний форум. – 2015. – № 1. – С. 69-75.

98. Кудла Н. Є. Механізм категоризації сільських садіб у розвитку зеленого туризму / Н. Є. Кудла // Економіка АПК. – 2010. – № 8. – С. 100-106.

99. Кудла Н.Є. Шляхи підвищення якості сільського туризму / Н.Є. Кудла // Економіка АПК. – 2012. – № 5. – С. 116-122.

100. Кудла Н. Схильність селянської сім'ї до надання туристичних

послуг / Н. Кудла // Туризм сільський зелений. – 2012. – № 1. – С. 14-18.

101. Кузик С. П. Географія туризму : [навч. посіб.] / С. П. Кузик. – К. : Знання, 2011. – 271 с.

102. Кулік А. В. Оцінка ключових факторів успіху підприємств сільського зеленого туризму / А. В. Кулік // Економіка і регіон. – 2012. – № 4. – С. 80-91.

103. Куліковський Б. Задля розвитку села / Б. Куліковський, Ю. Левицька. – Освіта аграрна. – 2008. – № 2. – С. 2.

104. Куліш І. М. Екологічний туризм як чинник розвитку сільських територій України / І. М. Куліш // Економіка АПК. – 2013. – № 2. – С. 80-85.

105. Кучер Н. Зелений туризм на Полтавщині: де і як відпочити дешево / Н. Кучер // Коло. – 2014. – 10-16 лип. (№ 28). – С. 12.

106. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок / [Ж.-Ж. Ламбен, Р. Чумпитас, И. Шулинг] ; пер. с англ. под. ред. В.Б. Копчанова. – СПб. : Питер, 2008. – 720 с.

107. Лесів М. Економіко-правове регулювання агротуристичної діяльності європейських країн / М. Лесів // Агросвіт України. – 2010. – № 3. – С. 32-33.

108. Литвин І. В. Проблеми та перспективи розвитку сільського зеленого туризму в регіоні / І. В. Литвин, М. О. Нек // Регіональна економіка. – 2013. - № 2. – С. 81-88.

109. Лужанська Т.Ю. Сільський туризм: історія, сьогодення та перспективи / Лужанська Т.Ю., Махлинець С.С., Тебляшкіна Л.І. – К.: Кондор, 2008. – 385 с.

110. Маєвський Я. Агротуризм: poradnik для сільського господаря / Я. Маєвський. – Львів, 2005. – 80 с.

111. Мазур Є. Село – туристам : [про сільський зелений туризм] / Є. Мазур // Агробізнес сьогодні. – 2010. – Серп. (№ 15/16). – С. 14-15.

112. Макаренко П.М. Розвиток механізму державної підтримки особистих селянських господарств / П.М. Макаренко // Держава та регіони. –

2009. – №3. – С.45-49.

113. Макаренко П.М., Аграрна політика держави у земельних відносинах на селі / П.М. Макаренко, Ю.О. Литвин, А.П. Макаренко // Академічний огляд. Серія: Економіка та підприємництво. Дніпропетровськ. – 2009. – С. 37-47.

114. Малік М. Й. Сільський аграрний туризм як чинник розвитку сільських територій / М. Й. Малік, Л. В. Забуранна // Економіка АПК. – 2012. – № 5. – С. 110-115.

115. Мальська М.П. Міжнародний туризм і сфера послуг / М.П. Мальська, Н.В.Антонюк, Н.М.Ганич. – К.: Знання, 2008. – 661 с.

116. Мармуль Л.О. Організація та розвиток аграрного туризму в регіоні: [монографія] / Л.О. Мармуль, Т.А. Пінчук. – Херсон: Айлант, 2009. – 168 с.

117. Мармуль Л.О. Соціально-економічні засади організації та розвитку сільського туризму в Україні / Л.О. Мармуль Ю.П. Грицку-Андрієш // Бізнес-навігатор : наук.-вир. жур. – Вип. 2. – Херсон: МУБіП, 2010. – С.5-13.

118. Мармуль Л.О. Соціально-економічний потенціал сільських територій як основа розвитку підприємств сільського зеленого туризму на засадах інноваційності / Л.О. Мармуль, М.М. Ігнатенко, О.А. Сарапіна // Економіка і менеджмент культури. – № 2. – 2016. – С. 32-38.

119. Марченко О.А. Динаміка та регіональна ефективність розвитку туристичної галузі України / О.А. Марченко // Можливості та розвиток сучасного туризму: світовий та національний досвід : [колективна монографія]. – Запоріжжя. Запорізький національний технічний університет, 2014. – С. 29-36.

120. Марченко О.А. Трансформації та удосконалення регіональної структури туристичної галузі: [монографія] / О.А. Марченко. – Херсон: Айлант, 2014. – 362 с.

121. Мастюх К. В. Втілення іноземного досвіду туризму у соціальному проєкті "Зелений туризм для всіх" : [на прикладі Полтавської обл.] /

К.В. Мастюх // Экология плюс. – 2013. – № 5. – С. 21-22.

122. Мастюх К. В. Роль зеленого паркового туризму у підвищенні емоційного інтелекту людини / К. В. Мастюх // Экология плюс. – 2014. – № 1. – С. 34-35.

123. Матвійчук Л. Ю. Формування інвестиційних ресурсів для розвитку агротуризму в Україні / Л. Ю. Матвійчук // Агросвіт. – 2012. – № 5. – С. 35-40.

124. Мельниченко С.В. Соціально-економічне значення та проблеми розвитку сільського зеленого туризму в Україні / С.В. Мельниченко, А.Ю. Єременко. – <http://www.ecologylife.ru/tyrizm-kurort/sotsialnoekonomichne-znachennya-ta-problemi-rozvitkusilskogo-zelenogo-turizmu-v-ukrayini.htm>

125. Молікевич Р.С. Забезпеч нас доступом до мережі інтернет як індикатор розвитку інформаційного простору Херсонської області / Р.С. Молікевич // Науковий вісник ХДУ. – 2016. – № 4. – С. 27-30.

126. Молнар О.С. Оцінка наявного туристично-рекреаційного потенціалу рекреаційних зон Закарпаття [Електронний ресурс] / О.С.Молнар, О.І.Марченко. – Режим доступу: http://www.transcarpathiatour.com.ua/publications/statia2_ind.html

127. Молнар О.С. Передумови та стан розвитку сільського зеленого туризму на Закарпатті / Молнар О.С., Кушнір Ю.Б., Важинський Ф.А. // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія Економіка. – 2009.

128. Нездоймінов С.Г. Державно-приватне партнерство у сфері рекреації та туризму в контексті соціальної відповідальності / С.Г. Нездоймінов, Н.М. Андреева // Соціальна відповідальність влади, бізнесу, громадян: [монографія]: у 2-х т. / за заг. ред. Г. Г. Півняка; М-во освіти і науки України; Нац. гірн. ун-т. – Д.: НГУ, 2014. – Т. 2. – С. 231-237.

129. Нездоймінов С. Г. Терруар як основа розвитку винного туризму на Півдні України / С. Г. Нездоймінов // Агросвіт. – 2013. – № 22. – С. 46-52.

130. Немцов В.Д. Стратегічний менеджмент / В.Д. Немцов, Л.Е. Довгань. – К. : Екс. 06, 2001. – С. 242.

131. Ніколаєв К. Д. Паспортизація туристичних об'єктів у межах сільських населених пунктів / К. Д. Ніколаєв, К. О. Бабікова, В. М. Ісаєнко // Екологічний вісник. – 2012. – № 4. – С. 30.

132. Ніколаєв К. Д. Перспективи та сучасний стан сільського туризму на Волині / К. Д. Ніколаєв // Агроєкологічний журнал. – 2012. – № 3. – С. 80-83.

133. Ніколаєв К. Д. Сучасні підходи й шляхи екологізації туризму в Україні / К. Д. Ніколаєв, В. М. Ісаєнко // Екологічний вісник. – 2010. – № 2. – С. 27-28.

134. Ніколаєнко Л. Маршрут зеленого туризму: на вечорниці до тітки Ганни в Довгалівку : [Миргородський р-н] / Л. Ніколаєнко // Село полтавське. – 2013. – 13 черв. (№ 23). – С. 7.

135. Обревко Т. О. Організація зеленого туризму на Полтавщині / Т.О. Обревко // Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. Серія: Економічні науки. – Полтава : ПДАА, 2013. – Вип. 1 (6), Т. 3. – С. 243-247.

136. Осадча Т. С. Сільський зелений туризм в Україні: окремі аспекти організації, обліку і контролю : [монографія] / Т. С. Осадча ; за ред. професора В. Є. Труша. – Херсон : Одді-плюс, 2009. – 294 с.

137. Осауленко О.Г. Основні напрями стратегії розвитку державної статистики на період до 2017 р. / О.Г. Осауленко, І.І. Пилипенко, Я.Я. Карчев // Прикладна статистика: проблеми теорії та практики. – Вип. 13 ; Ред. кол.: І.І. Пилипенко (голов. ред.) та ін. – К. : ТОВ «Формат». – 2013. – С. 3-9.

138. Основи знань щодо надання послуг з організованого відпочинку в агрооселях (сільський зелений туризм) / В.П. Васильєв, П.А. Горішевський, Т.П. Кальна-Дубінюк. – К.: 2013. – 60 с.

139. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.ukrstat.gov.ua.

140. Офіційний сайт управління з питань туризму і курортів Департаменту інфраструктури та туризму Полтавської обласної державної

адміністрації [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.eco-poltava.gov.ua/pzf.htm>.

141. Панченко Н. М. Досвід розвитку агротуристичних підприємств Польщі / Н. М. Панченко // Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. Серія: Економічні науки / Полтавська державна аграрна академія. – Полтава : ПДАА, 2013. – Вип. 2 (7), Т. 1. – С. 212-218.

142. Пеньковський В.С. Соціально-економічна сутність та значимість підприємств сільського зеленого туризму у моделях організації та розвитку сільських територій / В.С. Пеньковський // Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. – Вип. 2 (9). – Полтава: ПДАА, 2014. – С. 237-241.

143. Пеньковський В.С. Державне регулювання розвитку сільського зеленого туризму з метою диверсифікації підприємницької діяльності / В.С. Пеньковський // Молодий вчений: наук. жур. – № 6 (21). – 2015. – С. 43-46.

144. Пеньковський В.С. Соціально-економічне значення сільського зеленого туризму в організації та розвитку сільських територій / В.С. Пеньковський // Europejska nauka XXI wieka – 2015: mater. XI Międzynarodowej naukowo-praktycznej konferencji (Przemyśl, 07-15 maja 2015 r.). – Volume 5. Ekonomiczne nauki : Przemyśl. Nauka i studia. – С. 3-5.

145. Пеньковський В.С. Інформаційно-аналітичне обґрунтування доцільності розвитку сільського зеленого туризму в Україні / В.С. Пеньковський // Актуальні проблеми економіки та права: теорія та практика: матер. Всеукр. наук.-практ. семінару (м. Київ, 22 травня 2015 р.). – К.: Державний університет телекомунікацій, НМЦ Державної служби фінансового моніторингу України, 2015. – С. 113-114.

146. Пеньковський В.С. Вплив туристичної діяльності на організацію та розвиток сільських територій / В.С. Пеньковський // Найновите постиження на европейската наука – 2015: матер. за 11-а междунар. науч. практ. конф. (София, 17-25 юни 2015 г.). – Т. 4. Икономики. София. “Бял

ГРАД-БГ” ООД. – С. 3-4.

147. Пеньковський В.С. Формування фінансово-інвестиційних ресурсів розвитку підприємств сільського зеленого туризму в Україні / В.С. Пеньковський // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – Бердянськ: Видавець Ткачук О.В., 2016. – № 2 (34). – С. 58-62.

148. Пеньковський В.С. Організація діяльності у галузі сільського зеленого туризму на основі кластерної підприємницької ініціативи / В.С. Пеньковський // Організаційно-економічний механізм функціонування аграрного сектору економіки: матер. Всеукр. наук.-практ. Інтернет-конф. (м. Херсон, 7-8 квітня 2016 р.). – Херсон: ХДАУ, 2016. – С. 122-123.

149. Пеньковський В.С. Інструменти та механізми фінансово-інвестиційного забезпечення підприємств сільського зеленого туризму / В.С. Пеньковський // Економіка і менеджмент культури: наук. жур. – № 2. – 2016. – С. 47-51.

150. Пеньковський В.С. Умови та ресурси організації господарств сільського зеленого туризму у Херсонській області / В.С. Пеньковський // Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. – Вип. 2 (13). – Полтава: ПДАА, 2016. – С. 170-176.

151. Пеньковський В.С. Можливості, обмеження та основні категорії розвитку підприємництва у сільському зеленому туризмі / В.С. Пеньковський // Розвиток соціально-економічних систем у трансформаційних умовах : матер. VI Міжнар. наук.-практ. конф. студентів і молодих учених (м. Бердянськ, 1-2 лютого 2017 р.). – Бердянськ : Видавець Ткачук О.В., 2017. – С. 210-211.

152. Пеньковський В.С. Соціально-економічна ефективність функціонування господарств сільського зеленого туризму в Херсонській області / В.С. Пеньковський // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – Бердянськ: Видавець Ткачук О.В., 2017. – № 1 (37). – С. 55-61.

153. Пеньковський В.С. Завдання та функції підприємств сільського

зеленого туризму у розвитку сільських територій / В.С. Пеньковський // Економічний потенціал аграрного сектору України: наукові підходи та практика реалізації: матер. Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф. (м. Херсон, 6-7 квітня 2017 р.). – Херсон: ХДАУ, 2017. – С. 107-109.

154. Перегуда С. Агротуризм, як форма диверсифікації діяльності аграрних формувань / С. Перегуда // Зерно і хліб. – 2013. – № 4. – С. 70-71.

155. Передерій Н. О. Напрямки розвитку сільського зеленого туризму в Україні / Н. О. Передерій // Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. Серія: Економічні науки / Полтавська державна аграрна академія. – Полтава : ПДАА, 2014. – Вип. 1 (8), Т. 1. – С. 265-270.

156. Перспективи розвитку туризму в Україні як виду екологічних послуг. – К. : Всеукраїнська екологічна ліга, 2013. – 24 с.

157. Петлін І. В. Перспективи розвитку сільського зеленого туризму в Західному регіоні України / І. В. Петлін // Вісник Львівського інституту економіки та туризму. – 2008. – № 3. – С. 210-213.

158. Писаревський І.М. Організація туризму: [підручник] / І.М. Писаревський, С.О. Погасій, М.М. Покогодна та ін. [За ред. І.М. Писаревського]. – Х.: ХНАМГ, 2008. – 541 с.

159. Пінчук Т.А. Агротуризм як форма підприємництва у сільській місцевості / Т.А. Пінчук // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія Економіка. – 2009. – Спец. вип. 28, Ч. 3. – С. 49.

160. Плешивцова М. Способи просування туристичного продукту сільського туризму : досвід французької Національної Асоціації сільського туризму "Gîtes de France" / М. Плешивцова // Туризм сільський зелений. – 2014. – № 1. – С. 28-30.

161. Портер М. Стратегія конкуренції і методика аналізу галузей і діяльності конкурентів / М. Портер. – К. : Основи, 2002. – 451 с.

162. Правденко О. Цікаве дозвілля на Полтавщині влітку : [зелений туризм] / О. Правденко // Коло. – 2013. – 9-15 трав. (№ 19). – С. 9.

163. Природно-заповідний фонд Полтавщини [Електронний ресурс]. –

Режим доступу : <http://www.eco-poltava.gov.ua>.

164. Про внесення змін до Закону України "Про туризм": Закон України №1282-IV від 18.11.03 р. // Відомості Верховної Ради України. – 2004. – № 13. – С. 180.

165. Про еталонний проект будинку для надання послуг із сільського туризму // Туризм сільський зелений. – 2010. – № 2. – С. 27.

166. Про заходи щодо розвитку туризму і курортів в Україні : Указ Президента України від 21.02.2007 р. № 136/2007 // Урядовий кур'єр. – 27.02.2007. – № 37

167. Про особисте селянське господарство: Закон України від 15.05.2003 // ВВР України. – 2003. – № 29. – Ст. 232.

168. Про сільський та сільський зелений туризм: проект Закону України (Реєстраційний № 4299 від 02.09.2005 року) // [Електронний ресурс].
Режим доступу: http://gska2.rada.gov.ua/pls/zweb_n/webproc4-1?id=&pf3511=16117

169. Про туризм: Закон України від 15.09.1995 // ВВР України. – 1995. – № 31.-Ст. 241.

170. Про фермерське господарство: Закон України від 19.06.2003 // ВВР України. – 2003. – № 45. – Ст. 363.

171. Проблеми екотуризму в Україні та шляхи їх розв'язання на відпрацьованих і призупинених кар'єрах / Л.А. Нападовська [та ін.] // Безпека життєдіяльності. – 2014. – № 3. – С. 34-38.

172. Пугач Н. А. Інформаційно-консультаційне забезпечення розвитку сільського туризму / Н. А. Пугач // Економіка АПК. – 2014. – № 9. – С. 86-91.

173. Пуцентейло П.Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва: [навч. посіб.] / П.Р. Пуцентейло. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 344 с.

174. Рибак Л. Х. Сільський туризм як вид підсобної діяльності [Електронний ресурс] / Л. Х. Рибак // Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. – 2011. – Вип. 163,

ч. 1. – Режим доступу : http://tourlib.net/statti_ukr/rybak.htm

175. Роглев Х.Й. Сільський туризм – перспективний напрямок розвитку туристичної індустрії України / Х.Й. Роглев // Туризм : теорія і практика. – 2005. – № 1. – С. 43-48.

176. Розвиток сталого сільського туризму: Тематичний довідник. – Ужгород, 2007. – 146 с.

177. Романюк І.А. Проблеми та джерела фінансово-інвестиційного забезпечення удосконалення структури сільського зеленого туризму / І.А. Романюк // Організаційно-економічний механізм функціонування аграрного сектору економіки: матер. Всеукр. наук.-практ. Інтернет-конф. (м. Херсон, 7-8 квітня 2016 р.). – Херсон: ХДАУ, 2016. – С. 137-139.

178. Романюк І.А. Системно-структурні дефініції категорій у галузі сільського зеленого туризму: узагальнення та використання / І.А. Романюк // Науковий вісник ХДУ. – Серія: Економічні науки. – Вип. 15. Ч. 3. – Херсон: Вид. дім «Гельветика», 2015. – С. 29-31.

179. Рутинський М. Й. Сільський туризм: [навч. посіб.] / М.Й. Рутинський, Ю. В. Зінько. – К. : Знання, 2008. – 271 с.

180. Самолюк Н. М. Сільський туризм як перспективний напрям самозайнятості сільського населення / Н. М. Самолюк // Соціально-трудові відносини: теорія та практика : зб. наук. праць / голова ред. кол. А. М. Колот. – К. : ДВНЗ "Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана", 2012. – № 2(4). – С. 180 – 186.

181. Світовий досвід організації сільського туризму: Методичний посібник // Громадська організація «Одеська обласна сільськогосподарська дорадча служба», «Центр розвитку та правової підтримки села». – Одеса, 2009. – 54 с.

182. Світовий досвід розвитку сільського зеленого туризму [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://archive.nbuv.gov.ua>

183. Селецький С. І. Правове регулювання туризму в Україні : [навч. посіб.] / С. І. Селецький. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 186 с.

184. Сельский зеленый туризм: от А до Я: терминологический словарь / В.В. Ганин, О.Ф. Зайцева, Н.Н. Гордецкая, Е.А. Гончарова. – Симф.: Ариал, 2011. – 206 с.
185. Сердюкова О. М. Суть сільського зеленого туризму / О.М. Сердюкова // Економіка та держава. – 2014. – № 3. – С. 87-90.
186. Сільський зелений туризм – пріоритет розвитку туристичної галузі України [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://tourlib.net>
187. Сільський зелений туризм або відпочинок у селі : поради початківцям / [Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні]. – Випуск № 2. – К. : Дім, сад, город, 2006. – 64 с.
188. Сільський зелений туризм або як зберегти довкілля і залучити туристів : поради початківцям / [Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні]. – Випуск № 2. – К. : Дім, сад, город, 2006. – 56 с.
189. Сільський туризм: ще "зелений", але вже дає плоди // Земельне право України: теорія і практика. – 2011. – № 7. – С. 55-59.
190. Сімків Л.Є. Перспективи розвитку сільського (зеленого) туризму в Івано-Франківській області / Л.Є. Сімків, І.І. Проданова // Економіка: проблеми теорії та практики : зб. наук. праць. – В 9 т. – Т. VII. – Дніпропетровськ : Вид-во ДНУ. – 2009. – Вип. 251. – С. 1215-1220.
191. Сидоренко І.О. Напрями щодо удосконалення системи управління якістю діяльності туристичних підприємств (організацій, фірм) в сучасних умовах господарювання / І.О. Сидоренко // Формування ринкових відносин в Україні: Збірник наукових праць. – Вип. 3 (46) / Наук. ред. І. К. Бондар. – К., 2005. – С. 78-80.
192. Смирнов І.Г. Про привабливість та логістичність рекреаційно-туристичних об'єктів та ресурсів (в контексті логістичної моделі сталого розвитку туризму / І.Г. Смирнов // Географія та туризм. – 2010. – Вип. 4. – С. 106-114.
193. Смолій В. А. Енциклопедичний словник-довідник з туризму /

В.А. Смолій, В. К. Федорченко, В. І. Цибух. – К. : Слово, 2006. – 372 с.

194. Сокол Т.Г. Основи туризмознавства: [навч. посіб.] / Т.Г. Сокол. – К. : ЗАТ «Слов'янський дім», 2006. – 76 с.

195. Соціально-економічне становище області за 2010 рік [Електронний ресурс]: за даними Головного управління статистики у Полтавській області. – Режим доступу.: <http://poltavastat.pi.net.ua/>

196. Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні. – <http://www.greentour.com.ua>

197. Стан і перспективи розвитку екологічного туризму. – К. : Всеукраїнська екологічна ліга, 2011. – 28 с.

198. Статистичний щорічник Херсонської області за 2013 рік / [за заг. ред. В.А. Вознюка]. – Херсон, 2014. – 524 с.

199. Статистичний щорічник Херсонської області за 2014 рік / [за заг. ред. В.А. Вознюка]. – Херсон, 2015. – 500 с.

200. Статистичний щорічник Херсонської області за 2015 рік / [за заг. ред. В.А. Вознюка]. – Херсон, 2016. – 504 с.

201. Статистичний збірник “Україна у цифрах 2013” / [за ред. О.Г. Осауленка]. – К.: ТОВ “Видавництво “Консультант”, 2014. – 251 с.

202. Статистичний збірник “Україна у цифрах 2014” / [за ред. О.Г. Осауленка]. – К. : ТОВ “Видавництво “Консультант”, 2015. – 249 с.

203. Статистичний збірник “Україна у цифрах 2015” / [за ред. О.Г. Осауленка]. – К.: ТОВ “Видавництво “Консультант”, 2016. – 240 с.

204. Статистичний щорічник України за 2013 рік / [за ред. О.Г. Осауленка]. – К.: ТОВ “Август Трейд”, 2014. – 559 с.

205. Статистичний щорічник України за 2014 рік / [за ред. О.Г. Осауленка]. – К.: ТОВ “Видавництво “Консультант”, 2015. – 552 с.

206. Статистичний щорічник України за 2015 рік / [за ред. О.Г. Осауленка]. – К.: ТОВ “Видавництво “Консультант”, 2016. – 534 с.

207. Стратегія розвитку державної статистики на період до 2017 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу :

<http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/145-2013>.

208. Суперечності в законодавстві ставлять зелений туризм на межу законності // Земельне право України: теорія і практика. – 2011. – № 7. – С. 61-63.

209. Сухолуцька О. Відпочинок у селі: не дорого і спокійно / О. Сухолуцька // Соціальна політика: проблеми, коментарі, відповіді. – 2010. – № 5/6. – С. 56-58.

210. Тарановський В. І. Науково-методичні підходи до визначення дефініції "екотуризм" / В. І. Тарановський, Б. Л. Ковальов, А. Г. Портянка // Mechanism of Economic Regulation. – 2014. – № 2. – С. 30-37.

211. Теличкань І. І. Адміністративно-правове регулювання сільського зеленого туризму / І. І. Теличкань // Збірник наукових праць Уманського національного університету садівництва. – 2009. – Вип. 71, ч. 2. – С. 61-70.

212. Терлецький В. К. Світовий досвід інноваційних форм екотуризму на порушених ландшафтах / В. К. Терлецький, А. Б. Філіпенко // Екологічний вісник. - 2012. - № 1. - С. 28-29.

213. Ткаченко Т. І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу : [монографія] / Т. І. Ткаченко. – К. : КНТЕУ, 2006. – 537 с.

214. Товт М. Законодавчі ініціативи щодо подальшого удосконалення регулювання діяльності в сфері сільського зеленого туризму / М. Товт, О. Вінніков // Туризм сільський зелений. – 2014. – № 1. – С. 9-12.

215. Трілленберг Г. Сільський туризм – важливий важіль економічного підйому депресивних територій / Г. Трілленберг // Вісник Тернопільського національного економічного університету. – 2012. – № 2. – С. 159-167.

216. Українець Л.А. Аналіз впливу агротуризму на розвиток інфраструктури сільських територій на прикладі Польщі / Л.А. Українець, С.М. Лесів // Вісник Львівського інституту економіки та туризму. – 2010. – № 5. – С. 293-298.

217. Фарйон О.О. Сільський зелений туризм: поняття, функції й тенденції розвитку в Україні та світі / О.О. Фарйон // Актуальні проблеми

розвитку економіки регіону : наук. зб. / [за ред. І. Г. Ткачук]. – Івано-Франківськ : Прикарпат. нац. ун-т ім. В. Стефаника, 2013. – Вип. 9, т. 2. – С. 151-156.

218. Фарйон О.О. Функціонування сільського зеленого туризму в Україні в умовах ринкової економіки / О.О. Фарйон // Інноваційна економіка. – 2013. – № 8 (46). – С. 183-185.

219. Фатхутдинов Р.А. Стратегический маркетинг / Р.А. Фатхутдинов. – СПб., 2007. – 352 с.

220. Формування національної екологічної мережі та розвиток туризму. – К. : Всеукраїнська екологічна ліга; К. : Центр екологічної освіти та інформації, 2009. – 28 с.

221. Халдай Н. Перспективи розвитку зеленого туризму на Миргородщині / Н. Халдай // Прапор перемоги. – 2013. – 1 лют. (№ 5). – С. 2.

222. Цирульник Т. На Полтавщину – шукати зелений туризм / Т. Цирульник // Коло. – 2011. – 14-20 квіт. (№ 15). – С. 19.

223. Цирульник Т. У пошуках зеленого туризму на Полтавщині / Т. Цирульник // Коло. – 2011. – 21-27 квіт. (№ 16). – С. 19.

224. Чеглей В. М. Сільський зелений туризм як вид рекреаційної діяльності [Електронний ресурс] / В. М. Чеглей // Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. – 2011. – Вип. 163; Ч. 1. – Режим доступу : http://tourlib.net/statti_ukr/cheglej.htm

225. Черевко Г. В. Категоризація агротуристичних господарств / Г.В. Черевко, Г. І. Шимечко // Економіка АПК. – 2011. – № 5. – С. 133-139.

226. Черевко Г. В. Методика визначення ефективності агротуристичної діяльності / Г. В. Черевко, І. В. Черевко, Г. І. Шимечко // Економіка АПК. – 2011. – № 1. – С. 39-46.

227. Черкаська Н. В. Категорії земель, які можуть використовуватись у сфері сільського туризму / Н. В. Черкаська, О. І. Шейкін // Земельне право України: теорія і практика. – 2013. – № 6. – С. 51-56.

228. Черчик Л. М. Сільський туризм як ефективна форма самостійної

зайнятості у трудонадлишкових регіонах / Л. М. Черчик // Регіональна економіка. – 2009. – № 1. – С. 178-182.

229. Шмагельська М. О. Фактори розвитку сучасного сільського зеленого туризму / М. О. Шмагельська // Культура народів Причорномор'я. – 2009. – № 176. – С. 95-97.

230. Шот М. Дедалі більше людей хочуть відпочивати в селах : розвиткові зеленого туризму перешкоджає недосконалість законодавства / М. Шот // Урядовий кур'єр. – 2013. – 3 верес. – С. 12.

231. Шпак Л. О. Трансформаційно-методичні засади оцінки розвитку туристично-рекреаційних комплексів / Л. О. Шпак // Агросвіт. – 2014. – № 3. – С. 48-52.

232. Шпеник Т. К. Рекламна кампанія в сільському зеленому туризмі. Практичний аспект : на матеріалах Закарпатської області / Т. К. Шпеник // Туризм сільський зелений. – 2013. – № 2. – С. 22-24.

233. Шпеник Т. К. Сільський туристичний продукт Закарпаття / Т.К. Шпеник // Туризм сільський зелений. – 2014. – № 1. – С. 22-24.

234. Шулик Н. Зелений туризм – в дії : [про зону відпочинку "Старий хутір" під с. Опішня Зіньківського р-ну] / Н. Шулик // Голос Зіньківщини. – 2011. – С. 2.

235. Юр'єва-Юрій А. В. Стимулювання праці в межах інтеграційних утворень зеленого туризму / А. В. Юр'єва-Юрій // Агросвіт. – 2010. – № 23. – С. 40-43.

236. Явкін В.Г. Проблеми географії та менеджменту туризму // Явкін В.Г., Руденко В.П., Король О.Д. – Чернівці : Рута, 2006. – 260 с.

237. Ярковий А. О. Шляхи та перспективи розвитку сільського туризму в Україні / А. О. Ярковий, В. Г. Вдович // Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. – 2011. – Вип. 163, ч. 1. – С. 81-85.

238. Ясиновський, В. Зелене світло – зеленому туризму : фахівці очікують його з появою земельного ринку / В. Ясиновський //

Землевпорядний вісник. – 2011. – № 8. – С. 12-17.

239. Blanke J. Measuring Ukraine's travel and tourism competitiveness // The Ukraine competitiveness report 2008: towards sustained growth and prosperity. – Geneva : WEF, 2008. – 266 p.

240. Derek Hall. Rural tourism management: sustainable options conference // International journal of tourism research. – 2, 2000. – P.295-299.

241. Dictionary of Travel. Tourism and Hospitality / Ed. S. Medlik. – London: Butterworth-Heinemann Etd., 1993. – P. 43.

242. Goeldner C.R. Tourism: Principles, Practices, Philosophies / C.R. Goeldner, J.R. Brent Ritchie. – Ed. 9th. – John Wiley & Sons, Inc, 2002. – 624 p.

243. Faryon O. Legislative and regulatory aspects of the regulation of rural green tourism in Ukraine / O. Faryon & O. Korchynskyy // Development scenarios and alternatives in the modern economy. – San Francisco : B&M Publishing, 2013. – P.154 – 157.

244. Michael Barke. Rural tourism in Spain // International journal of tourism research. – 6, 2004. – P.137-149.

245. No major changes in the top ten // Tourism Highlights 2009. – Madrid : UNWTO, 2013. – 11 p.

246. Nordin S. Tourism Clustering & Innovation – Paths to Economic Growth & Development / S. Nordin. – ETOUR : European Tourism Research Institute, 2013. – 90 p.

247. Research report. Scottish enterprise, Perspectives on international best practice green tourism. Final report, Edinburgh, april 2004. – Режим доступу: [http:// www.greentourism.org.uk](http://www.greentourism.org.uk)

248. Study on Employment in Rural Areas [Electronic Resource]. – Access mode : http://ec.europa.eu/agriculture/publi/reports/ruralemployment/sera_report.

249. <http://ruraltourism.com.ua/?a=oblast&id=65>

250. <http://artkavun.kherson.ua/>

ДОДАТКИ

Додаток А

Природно-заповідний фонд Херсонської області

Біосферні заповідники

Назва	Рік заснування	Площа (га)	Район
Чорноморський	1927	89128	Голопристанський район
Асканія-Нова ім. Ф.Е. Фальц-Фейна	1898	33307	Чаплинський район

Національні природні парки

Назва	Рік заснування	Площа (га)	Район
Азово-Сиваський	1993	52154	Генічеський район
Джарилгацький	2009	10000	Скадовський район
Олешківські піски	2010	8 020	Каховський, Олешківський, Голопристанський райони

Заповідні урочища

Назва	Рік заснування	Площа (га)	Район
Архангельський ліс	1964	30	Високопільський район
Голопристанський акацієвий ліс	1972	42	Голопристанський район
Летючі піски	1964	110	Великоолександрівський район
Малокаховський бір	1979	177	Каховський район
Недогірський ліс	1983	216	Великоолександрівський район
Новодмитрівський ліс	1983	23	Великоолександрівський район
Старозбур'ївський акацієвий ліс	1972	14	Голопристанський район
Стояни	1983	15	Нововоронцовський район
Урочище Агайманське	1983	25	Іванівський район
Олешківський сосновий ліс	1972	290	Олешківський район

Природно-заповідний фонд загальнодержавного значення

Заказники*Ботанічний*

Назва	Рік заснування	Площа (га)	Район
Джарилгацький	1974	300	Скадовський район

Ландшафтний

Назва	Рік заснування	Площа (га)	Район
Олександрівський	2002	996	Білозерський район
Станіславський	2002	659	Білозерський район
Саги	1977	500	Олешківський район

Лісовий

Назва	Рік заснування	Площа (га)	Район
Бакайський	1974	420	Білозерський район
Березові колки	1974	1312	Голопристанський район

Орнітологічний

Назва	Рік заснування	Площа (га)	Район
Ягорлицький	1974	30300	Голопристанський район

Дендрологічні парки

Назва	Рік заснування	Площа (га)	Район
Дендропарк БЗ "Асканія - Нова"	1983	210	Чаплинський район

Природно-заповідний фонд місцевого значення**Заказники*****Ботанічний***

Назва	Рік заснування	Площа (га)	Район
Софіївський	1998	194	Білозерський район
Хрестова сага	1983	30	Голопристанський район
Шаби	1983	20	Голопристанський район
Широка Балка	1998	116	Білозерський район
Інгулецький лиман	1983	50	Білозерський район

Загальнозоологічний

Назва	Рік заснування	Площа (га)	Район
Бакайський жолоб	1978	1680	Білозерський район
Корсунський	1978	3357	Олешківський район
Асканійський	1983	17746	Чаплинський район

Ландшафтний

Назва	Рік заснування	Площа (га)	Район
Інгулець	1978	937	Великоолександрівський район
Каїрська балка	2001	665	Горностаївський район

Орнітологічний

Назва	Рік заснування	Площа (га)	Район
Домузла	2000	1412	Каланчацький район

Пам'ятки природи*Ботанічна*

Назва	Рік заснування	Площа (га)	Район
Бехтерський дубовий гай	1970	3	Голопристанський район
Вікова тополя до 100 р.	1972		Голопристанський район
Віковий в'яз до 100 р.	1972		Херсонська міська рада
Віковий дуб до 130 р.	1972		Херсонська міська рада
Віковий дуб до 80 р.	1972		Херсонська міська рада
Вікові дуби (6 дубів до 100 р.)	1972		Голопристанський район
Вікові платани (3 дерева віком до 120 років)	1967		Новокаховська міська рада
Вікові сосни до 100-120 р.	1972		Голопристанський район
Деревостій акації білої	1975	3	Олешківський район
Дуб до 100 р.	1972		Херсонська міська рада
Дуб на Інтенсивці віком 150 р.	1970		Херсонська міська рада
Дуб черешчатий	1975		Голопристанський район
Дуб черешчатий	1975		Голопристанський район
Дуб черешчатий	1975		Голопристанський район
Дуб черешчатий	1975		Голопристанський район
Дуб черешчатий	1975		Херсонська міська рада
Дуб черешчатий	1975		Голопристанський район
Дуб черешчатий до 120 р.	1964		Херсонська міська рада
Куртина вікових дубів	1975		Олешківський район
Куртина дубів	1975	1	Голопристанський район
Меморіальні дуби (2 дуба до 100 років)	1970		Новокаховська міська рада
Подвійний дуб черешчатий	1975		Голопристанський район
Тополі с. Стара Збур'ївка	1975		Голопристанський район
Федорівська печера	1983	1	Білозерський район

Гідрологічна

Назва	Рік заснування	Площа (га)	Район
Білозерські джерела	1983		Білозерський район
Джерело Шилової балки	1975		Бериславський район
Козацьке джерело	1983		Бериславський район
Микільське поселення змій	1979	4	Білозерський район
Понятівське поселення змій	1979	5	Білозерський район
Частина озера Гопри	1973	5	Голопристанський район

Зоологічна

Назва	Рік заснування	Площа (га)	Район
Колонія диких кролів	1972	2	Херсонська міська рада
Кринківське поселення бобрів	1975	5	Олешківський район

Парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва

Назва	Рік заснування	Площа (га)	Район
Ботанічний сад Херсонського педагогічного університету	1964	14	Херсонська міська рада
Дендропарк Каховського лісгоспагу	1964	15	Каховська міська рада
Дендропарк Нижньодніпровської НДС	1975	3	Олешківський район
Дендропарк Херсонського державного аграрного університету	1972	2	Херсонська міська рада
Дендропарк Інституту зрошувального землеробства	1975	6	Херсонська міська рада
Парк колгоспу ім. Леніна	1983	4	Голопристанський район
Парк КСП Южний	1964	14	Голопристанський район
Парк радгоспу ім.Паризької комуні	1967	62	Каланчацький район
Парк санаторію Гопри	1964	18	Голопристанський район
Парк Скадовського будинку відпочинку	1964	12	Скадовський район
Парк школи-інтернату №2	1964	8	Херсонська міська рада
Парк ім.60-річчя Жовтня	1983	8	Нововоронцовський район

Додаток Б

Сільське житло, що не підлягає категоризації на предмет надання його в користування туристам і відпочиваючим

№ з/п	Умови, що виключають категоризацію житла	Заходи, при виконанні яких можливе подання на категоризацію
1	Зовнішній вигляд будинку чи садиби непривабливий	Здійснити поточний (косметичний) ремонт житлового будинку і надвірних споруд, впорядкувати, прибрати подвір'я покращити ландшафтний дизайн
2	Відсутність у будинку чи в межах садиби туалету і душової	Добудувати відсутнє приміщення
3	Відсутня вентиляція (провітрювання) приміщення	Здійснити реконструкцію (ремонт) будинку, замінити вікна
4	Квартири в секційних будинках з ненадійним або аварійним інженерним обладнанням	Відремонтувати або замінити обладнання
5	Садибний будинок не має елементарного інженерного обладнання (відсутнє водочистачення), кімнати не обладнані відповідним інвентарем (ліжка, столи, радіо)	Виконати необхідні роботи з інженерного обладнання будинку, придбати інвентар
6	Прохід до кімнати через кухню, що використовується як помешкання	Влаштувати окремий вхід
7	Висота житлових приміщень не перевищує 2,4 м	При відповідному обладнанні (старовинні меблі) може бути запропоноване як екзотичне житло
8	Будинок без теплої капітальної підлоги	Влаштувати капітальну підлогу. Якщо будинок старої конструкції, може бути запропонований як екзотичне житло
9	Будинок фізично зношений	Відремонтувати або запропонувати як екзотичне житло
10	Садиба (будинок) розміщені у несприятливих санітарно-гігієнічних та природно-екологічних умовах (санітарна зона тваринницьких ферм, територія забруднена радіонуклідами)	-
11	Психологічний клімат у приймаючої родини складний (скандальні стосунки, наявність алкоголіків, наркоманів тощо)	-
12	Санітарний стан садиби небезпечний для туристів і відпочиваючих (наявність хворих членів родини на інфекційні чи психічні хвороби)	-

Типи і категорії жилих приміщень, що можуть надаватися туристам і відпочиваючим у сільській місцевості

№ з/п	Категорії	Типи житла				
		Житловий будинок садибного типу	Кімнати в будинку садибного типу	Квартира в секційному будинку	Кімнати в квартирі секційного будинку	Співвідношення плати за житло, %
1	Третя	Будинок в межах садиби; має спальні кімнати, загальну кімнату, кухню, їдальню, окремо ванну і туалет. Рівень облаштування дуже високий	В користування надається блок приміщень з окремим входом: загальна кімната, спальні, їдальня, кухня, туалет, ванна. Рівень облаштування дуже високий	Окрема ізольована 2-3 та більше кімнатна квартира в секційному будинку з усіма зручностями. Рівень облаштування дуже високий	-	100 – 85
2	Друга	Будинок в межах садиби; має спальні кімнати, загальну кімнату, кухню, їдальню, окреме приміщення ванни. Туалет за межами будинку. Рівень облаштування високий	Одна або декілька спальних кімнат, загальна кімната, їдальня, кухня, туалет і ванна. Вхід у блок перерахованих приміщень через приміщення, які використовують господарі. Рівень облаштування високий	Окрема ізольована 1-2-3 чи більше кімнатна квартира секційного будинку з усіма зручностями. Рівень облаштування високий.	Окрема кімната у 2-3 кімнатній квартирі з усіма зручностями спільного з господарями користування. Вхід в кімнату з передпокою. Рівень облаштування високий.	85 – 75
3	Перша	Будинок в межах садиби. Має спальні кімнати, загальну кімнату і кухню-їдальню. Ванна (душ) і туалет розміщені за межами будинку. Рівень облаштування добрий.	Одна або декілька спалень. Загальна кімната і кухня-їдальня спільного користування. З родиною господарів. Туалет і душ розташовані поза межами будинку. Вхід через спільне з господарями приміщення. Рівень облаштування добрий.	Окрема ізольована 1,2,3 і більше кімнатна квартира секційного типу з усіма зручностями. Рівень облаштування добрий.	Окрема кімната у 2-3 і більше кімнатній квартирі з усіма зручностями спільного з господарями користування. Вхід в кімнату з передпокою. Рівень облаштування добрий.	75 – 60

Анкета для суб'єктів підприємництва в сфері сільського зеленого туризму

1. Чи є для Вас сільський зелений туризм основним видом діяльності?

- Так Ні Частково

2. З якою метою Ви надаєте послуги сільського зеленого туризму?

- Для збільшення доходу родини
 Для виживання родини
 З метою самореалізації
 З метою збуту власної продовольчої продукції, ін. товарів
 Інше (вказіть) _____

3. Яку частку у Вашому сімейному доході займають доходи від заняття сільським зеленим туризмом? Відносно прожиткового мінімуму?

- до 25% 51-75%
 25-50% >75%

4. Чи маєте Ви власний будинок?

- Так, маю усе необхідне для надання послуг сільського зеленого туризму
 Так, але окрім нас проживають батьки
 Ні, будинок належить родичам
 Ні, будинок винаймаємо
 Інше (вказіть) _____

5. У якій формі Ви здійснюєте підприємницьку діяльність?

- фізична особа-підприємець
 юридична особа
 особисте селянське господарство

6. На якій системі оподаткування Ви здійснюєте підприємницьку діяльність?

- Спрощена
- Загальна
- Без обліку

7. Які додаткові послуги Ви пропонуєте туристам?

- харчування
- транспортування
- дозвілля
- екскурсійне обслуговування

8. Чим Ви керуєтесь при наданні послуг сільського зеленого туризму?

- Набуті знання
- Власний досвід
- Досвід сторонніх осіб
- Консультації органів державної влади та самоврядування
- Консультації громадських організацій
- Інше (вказіть) _____

9. Як зазвичай Ви поширюєте інформацію про агрооселю?

- За допомогою мережі Інтернет
- Через туристичні фірми
- Через ЗМІ
- Через відгуки туристів, які вже відпочивали
- Інше (вказіть) _____

10. Яким чином Ви співпрацюєте з іншими суб'єктами господарювання в сфері сільського зеленого туризму?

- Створили громадську організацію
- Створили товариство
- Неформально співпрацюєте
- Жодним чином не співпрацюєте
- Інше (вказіть) _____

11. Чи узгоджуєте Ви свої господарські ініціативи і дії з іншими підприємцями? Сільськими громадами?

- Так Ні Інколи

12. Оцініть важливість чинників, які стимулюватимуть Вас до розширення обсягів діяльності

Чинник	Дуже важливо	Важливо	Важливо за певних умов	Не важливо	Зовсім не важливо
Державна підтримка (дотації, субсидії)					
Вдосконалення інфраструктури села					
Узгодженість дій з іншими суб'єктами господарювання					
Діяльність органів місцевого самоврядування					
Діяльність громадських організацій					
Інше (вказіть)					

13. Чи відомо Вам про існування державних програм з підтримки та розвитку сільських територій?

- Так Ні Загальна інформація

14. З яких джерел Ви отримали інформацію про державні програми?

- Від представників влади
 З засобів масової інформації
 Від власників агроосель
 З мережі Інтернет
 Інше (вказіть) _____

15. Чи отримували Ви державну допомогу для розвитку підприємництва в сфері сільського зеленого туризму?

- Так Ні

15а. Якщо так, то яку?

- Стартовий капітал для започаткування бізнесу
 Дотації
 Пільги при оподаткуванні
 Інше (вказіть) _____

16. Скільки осіб працює у Вашій агрооселі?

Вкажіть : _____ осіб – членів сім'ї
 _____ наймані працівники

17. Чи залучаєте Ви до діяльності своїх дітей?

- Так
 Ні

18. Ви пропонуєте туристам (необхідне вкажіть):

_____ кімнат
 _____ ліжко-місць

19. Яку площу займає Ваша присадибна ділянка, га?

- до 10
 10-20
 20-50
 50-100
 > 100

20. За якою ціною у Вашому селі можна придбати 1 га земельної ділянки для будівництва та обслуговування житлового будинку, господарських будівель ?

Необхідне вкажіть: _____ грн.
 _____ у.о.

21. Чи плануєте Ви розширювати вашу діяльність?

- Так
- Ні
- Буду припиняти роботу

22. Чи плануєте Ви використовувати вільні земельні ділянки для розширення господарської діяльності?

- Так, планую
- Ні, не планую
- Планую, але в майбутньому

23. Чи вважаєте Ви за необхідне кооперувати кошти для розвитку інфраструктури туризму в селі (дороги, каналізація, водозабезпечення)?

- з залученням власних коштів
- з залученням коштів сільської ради
- з залученням коштів державних програм

24. Чи задоволені Ви діями органів місцевого самоврядування в сфері сприяння розвитку вашої діяльності?

- так
- ні
- частково

25. Скільки років Ви надаєте послуги сільського зеленого туризму?

Необхідне вкажіть ___ років

26. Скільки туристів відвідує Вашу агрооселю за день, місяць, сезон, рік?

Необхідне вкажіть _____



ВЕРХОВНА РАДА УКРАЇНИ

Комітет з питань аграрної політики та земельних відносин

01008, м. Київ-8, вул. М. Грушевського, 5. тел. 255-28-40

№ 04-11/16-113

"24" 04 2017 р.

У спеціалізовану вчену раду по захисту дисертацій на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук

ДОВІДКА

про впровадження результатів дисертаційного дослідження Пеньковського Валентина Сергійовича "*Формування та розвиток господарств сільського зеленого туризму*", представленого на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)

Комітет Верховної Ради України з питань аграрної політики та земельних відносин повідомляє, що матеріали дисертаційної роботи Пеньковського Валентина Сергійовича "*Формування та розвиток господарств сільського зеленого туризму*" використовуються при розробці пропозицій щодо місцевої, регіональної та державної підтримки суб'єктів соціально-економічної діяльності у галузі сільського зеленого туризму в умовах децентралізації влади. Зокрема, йдеться про вироблення принципів та процедур сертифікації зелених агросадиб, фермерських господарств, сільських міні-готелів, мисливських та рибальських будинків тощо.

Теоретичний та практичний інтерес представляють розробки автора щодо обґрунтування сільських територій із статусом туристичних дестинацій як середовища розміщення господарств у галузі; залучення сільських громад, громадських організацій з метою розвитку підприємництва у сільському зеленому туризмі; організації пілотних проектів диверсифікації сільської економіки на основі розвитку цього виду діяльності в тих або інших поселеннях; створення банків даних з бізнес-планів функціонування господарств (суб'єктів) сільського зеленого туризму; здійснення консалтингових послуг та навчання сільських жителів туристичному бізнесу за рахунок грантів, агенцій регіонального розвитку та ін. джерел.

Визначено, що впровадження висновків та результатів дисертаційного дослідження В.С. Пеньковського сприятиме формуванню підприємницької

діяльності у сільському зеленому туризмі, підвищенню рівня зайнятості та добробуту сільських жителів, раціональному ресурсокористуванню та сталому розвитку сільських територій загалом. Воно направлене також на забезпечення відпочинку й туризму міського населення з використанням унікальних туристичних атракцій історико-етнографічного характеру та надання ексклюзивних туристичних послуг в екологічно чистому екологічному середовищі, з органічними продуктами харчування за помірну ціну.

Нарешті, в інтерпретації дисертанта, здійснення діяльності у сільському зеленому туризмі сприятиме вихованню молоді; формуванню патріотичного світогляду та європейських цінностей соціальної й екологічної відповідальності; розвитку комунікацій; зближенню сільського і міського способів життя; формуванню громадянського суспільства; культурних обмінів між населенням транскордонних регіонів. Саме на вирішення вказаних завдань направлені обґрунтовані у дисертації розробки щодо створення громадської організації "Перший кластер сільського зеленого туризму" у Херсонській області з визначенням її місії, цілей, завдань та функцій і можливостей.

Заступник Голови Комітету



О. БАКУМЕНКО



**ХЕРСОНСЬКА ОБЛАСНА ДЕРЖАВНА АДМІНІСТРАЦІЯ
ДЕПАРТАМЕНТ АГРОПРОМИСЛОВОГО РОЗВИТКУ**

просп. Ушакова, 47, м. Херсон, 73000, тел. (0552) 42-27-38, факс 42-27-51
e-mail: dp-agroprom@khoda.gov.ua, up-agro@ukr.net, код ЄДРПОУ 33824007

05.05.2014 № 15-652/0144/019.4.2

На № _____ від _____

У спеціалізовану вчену раду
по захисту дисертацій

Довідка

про впровадження результатів дисертаційного дослідження аспіранта
Полтавської державної аграрної академії
Пеньковського Валентина Сергійовича

“Формування та розвиток господарств сільського зеленого туризму”

Пропозиції щодо розвитку господарств сільського зеленого туризму передані для використання у Департамент агропромислового розвитку Херсонської обласної державної адміністрації при обґрунтуванні програм соціально-економічного розвитку сільських територій Херсонської області. Зокрема, йдеться про оцінку туристично-ресурсного потенціалу та рівнів його використання; виявлення конкурентних переваг і викликів та ризиків підприємницької діяльності у сільському зеленому туризмі; обґрунтування його можливих результатів для селянських господарств, сільських громад, області та країни загалом.

У роботі виявлені та проаналізовані причини, які не призвели до розвитку господарств і підприємств сільського зеленого туризму регіону у відповідності до його ресурсних можливостей. Висновки будуть використані в обґрунтуванні та прийнятті управлінських рішень щодо підтримки на місцевому та регіональному рівні суб'єктів туристичного підприємництва.

Заступник директора Департаменту
агропромислового розвитку, к.е.н.



М.М.Степанова



УКРАЇНА
Сиваська селищна рада
Новотроїцького району Херсонської області

75341, смт. Сиваське, вул.Миру, 101 sivaska@ukr.net тел. 5-05-10

У спеціалізовану вчену раду
по захисту дисертацій

ДОВІДКА

про впровадження результатів дисертаційного дослідження аспіранта
Полтавської державної аграрної академії

ПЕНЬКОВСЬКОГО ВАЛЕНТИНА СЕРГІЙОВИЧА

“Формування та розвиток господарств сільського зеленого туризму”,
спеціальність 08.00.04 – економіка та управління підприємствами
(за видами діяльності)

Пропозиції щодо підтримки господарств та підприємств сільського зеленого туризму прийняті для практичного впровадження у діяльності Сиваської селищної ради. Зокрема, це висновки про значні туристично-ресурсні можливості району з однієї сторони та попит на послуги сільського зеленого туризму – з іншої. Йдеться про можливості організації та відкриття туристичних дестинацій у Новотроїцькому районі, які з огляду на свої унікальні бальнеологічні ресурси при належній матеріально-технічній могли б отримати статус національних, поряд з відомими курортами Генічеськ та Скадовськ:

Селищні та сільські громади, як слушно вказує автор, могли б долучитися до консалтингу, навчання, тренінгів, грантів, обласних програм розвитку підприємств і організацій щодо розвитку господарств і підприємств сільського зеленого туризму; створення його спеціалізованих ареалів або пілотних проектів на базі окремих поселень або сільських територій. Це сприяло б диверсифікації сільської економіки, зростанню зайнятості

сільського населення, вирішенню екологічних проблем природного середовища, покращенню благоустрою сіл та організації сільських територій.

Тому доцільно проводити конкурси на кращого туристичного господаря, родину, господарство кращу вулицю, краще подвір'я, краще село; організувати круглі столи з обміну досвідом з ведення сільського зеленого туризму; навчання та тренінги; проводити патріотично-виховну роботу, особливо серед молоді; різні свята та урочистості. Це буде сприяти збільшенню культурного рівня населення, розширенню його світогляду, зростанню комунікацій між людьми, формуванню громадянського суспільства загалом. Доцільно ініціювати створення громадських організацій та рухів у сфері сільського зеленого туризму, які б підтримували управлінські рішення районної державної адміністрації у зв'язку з підтримкою цього виду діяльності.

Селищний голова



В.М. Батрановський



ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ
« ЯСНА ПОЛЯНА-2014 »

ЄДРПОУ 39049148, 75300, Україна, Херсонська обл., смт.Новотроїцьке, вул.Заводська, 15,
тел./факс (05548) 5-04-32 р/рахунок 26003458464 в АТ Райффайзен Банк Аваль МФО 380805

У спеціалізовану вчену раду
по захисту дисертацій

Довідка

про впровадження результатів дисертаційного дослідження аспіранта
Полтавської державної аграрної академії

ПЕНЬКОВСЬКОГО ВАЛЕНТИНА СЕРГІЙОВИЧА
“ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТОК ГОСПОДАРСТВ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО
ТУРИЗМУ”

ТОВ "ЯСНА ПОЛЯНА-2014" Новотроїцького району Херсонської області повідомляє, що обґрунтовані положення, висновки, пропозиції дисертаційної роботи щодо концептуальних засад та практичних напрямів подальшого розвитку господарств сільського зеленого туризму прийняті для практичного впровадження. Вони можуть бути використані при виробленні управлінських рішень щодо вирішення питань диверсифікації економіки, раціонального використання наявних ресурсів; визначенні пріоритетних завдань розвитку підприємства та його структурних підрозділів; удосконалення організації сільських територій розміщення, підтримки сільських громад та окремих працівників.

Зокрема, практичний інтерес представляє обґрунтування підвищення дохідності підприємства в результаті здійснення туристичної діяльності на селі; можливостей організації окремих туристичних дестинацій; організації відпочинку та оздоровлення працівників. Підприємством підтримуються пропозиції дисертанта щодо реалізації поставлених завдань на засадах співпраці з сільською громадою, владними структурами шляхом використання інструментів та засобів державно-приватного партнерства.

Директор ТОВ "ЯСНА ПОЛЯНА-2014"



Біжик В.Г.

**Приватно-орендне
сільськогосподарське підприємство, агрофірма
“Тепло-Огарьовське”**

с. Заверне, вул. Центральна 42, Новотроїцький район, Херсонська область, 75301. ЗКПО 05306726.
рахунок 2600957266 ПАТ «Райффайзен Банк Аваль» МФО 380805
Телефон 80509434795, 80987604394, 0952557059

№

У спеціалізовану вчену раду
по захисту дисертацій

“___” _____ 201__ р.

ДОВІДКА

про впровадження результатів дисертаційного дослідження аспіранта
Полтавської державної аграрної академії
Пеньковського Валентина Сергійовича
“Формування та розвиток господарств сільського зеленого туризму”,
спеціальність 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами
діяльності)

ПОСП агрофірма “ТЕПЛО - ОГАРЬОВСЬКЕ”, розміщене в Новотроїцькому районі Херсонської області, повідомляє, що матеріали дисертаційного дослідження з теми “Формування та розвиток господарств сільського зеленого туризму”, є теоретично та практично значимими для прийняття управлінських рішень щодо диверсифікації аграрної діяльності та розвитку додаткових видів зайнятості працівників та/або сільських жителів.

Основні наукові положення та практичні результати, одержані в дисертаційному дослідженні, використовуються при прийнятті управлінських рішень щодо диверсифікації сільськогосподарського виробництва та у бізнес-плануванні його альтернативних видів на перспективу. Зокрема, слушною є пропозиція аспіранта В.С. Пеньковського про підтримку підприємством на засадах соціальної відповідальності розвитку туристичного підприємництва селянських господарств. Це буде сприяти збільшенню зайнятості та рівня життя сільських жителів, зменшенню соціальної напруженості на селі, забезпеченню змістовного дозвілля та відпочинку працівників.

Також розглядається пропозиція про відкриття підрозділу з сільського зеленого туризму безпосередньо на підприємстві. Для цього є всі можливості та ресурси. Наразі, це дозволить використовувати їх для управління ними більш рціонально.

Директор ПОСП АФ “ТЕПЛО - ОГАРЬОВСЬКЕ” **І.А. ЧУМАЧЕНКО**





МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Державний вищий навчальний заклад
“ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ”
вул. Стрітенська, 23, м. Херсон, 73006,
тел. (0552) 41-62-16, факс: (0552) 41-44-24, E-mail: office@ksau.kherson.ua Код ЄДРПОУ 00493020
Р/р 35223241000213 Державна казначейська служба України, м.Київ МФО 820172

У спеціалізовану вчену раду
по захисту дисертацій

Довідка

про впровадження результатів дисертаційного дослідження аспіранта
Полтавської державної аграрної академії
Пеньковського Валентина Сергійовича
“Формування та розвиток господарств сільського зеленого туризму”,
спеціальність 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами
економічної діяльності)

ДВНЗ “Херсонський державний аграрний університет” повідомляє, що матеріали дисертаційного дослідження з теми “Формування та розвиток господарств сільського зеленого туризму”, що виконане в Полтавській державній аграрній академії, представляють науковий інтерес і практичне значення.

Теоретичні, методологічні, методичні та практичні результати, одержані у дисертаційному дослідженні щодо ідентифікації суб’єктів господарювання у сфері сільського зеленого туризму, визначенні та оцінки туристично-ресурсного потенціалу сільських територій використовуються в навчальному процесі ДВНЗ “Херсонський державний аграрний університет” при викладанні дисциплін “Економіка і фінанси підприємства”, “Стратегічний менеджмент”, “Менеджмент і маркетинг”, “Економіка підприємства”, “Конкурентоспроможність підприємств”, “Економіка домогосподарств”.

В.о. ректора університету



д.е.н., проф. Ю.І. Яремко



**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПОЛТАВСЬКА ДЕРЖАВНА АГРАРНА АКАДЕМІЯ**

вул. Г. Сковороди, 1/3, м. Полтава, 36003, тел./факс: (0532) 50-02-73,
E-mail: pdaa@pdaa.edu.ua Код ЄДРПОУ 00493014

23.12.2016 № 01-06/111

На № _____ від _____

У спеціалізовану вчену раду
по захисту дисертацій

Довідка

про впровадження результатів дисертаційного дослідження

ПЕНЬКОВСЬКОГО ВАЛЕНТИНА СЕРГІЙОВИЧА

“Формування та розвиток господарств сільського зеленого туризму”

Полтавська державна аграрна академія повідомляє, що матеріали дисертаційного дослідження з теми “Формування та розвиток господарств сільського зеленого туризму” представляють науковий інтерес і практичне значення.

Теоретичні, методичні та практичні результати, зокрема, щодо сутності підприємництва у сільському зеленому туризмі, форм і напрямів його здійснення, ролі у вирішенні соціальних проблем сільських територій, одержані в дисертаційному дослідженні, використовуються в навчальному процесі Полтавської державної аграрної академії при викладанні дисциплін “Економічне управління підприємством”, “Економіка і організація діяльності фермерських господарств”, “Економіка підприємства”, “Інноваційний розвиток підприємства”.

Ректор, професор



Аранчій В.І.

28120000