

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ВЕТЕРИНАРНОЇ
МЕДИЦИНИ ТА БІОТЕХНОЛОГІЙ ІМЕНІ С.З. ГЖИЦЬКОГО

Факультет економіки
та менеджменту

Кафедра історії України,
економічної теорії та туризму

Методичні рекомендації для вивчення дисципліни
«ОРГАНІЗАЦІЯ АГРОТУРИСТИЧНИХ
ГОСПОДАРСТВ»
(для студентами спеціальності 242 «Туризм» ОС «Бакалавр»)

Львів 2018

Методичні рекомендації для вивчення дисципліни «Організація агротуристичних господарств» (для студентів ОС «Бакалавр» спеціальності 242 «Туризм») / В. В. Липчук, Г.П. Вислободська. Львів, 2018. 22с.

Рецензент: кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки підприємства, інновацій та дорадництва в АПК ім. І.В. Поповича
Березівський Ярослав Петрович

Програма затверджена на засіданні кафедри історії України, економічної теорії та туризму протокол № ____ від «__» _____ 2018 р.

Рекомендовано до друку методичною комісією факультету економіки та менеджменту Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Гжицького

©Липчук В.В., 2018

©Вислободська Г.П., 2018

ЗМІСТ

Мета і завдання вивчення дисципліни	4
Тема 1. Основні засади дослідження дисципліни «Організація агротуристичних господарств»	6
Тема 2. Особливості здійснення агротуристичної діяльності та надання агротуристичних послуг.	7
Тема 3. Агротуристичне господарство	9
Тема 4. Основи складання бізнес-плану агротуристичного господарства.	11
Тема 5. Основи маркетингу агротуристичного господарства.....	12
Тема 6. Оцінка туристичної привабливості села та його околиць. Вплив елементів інфраструктури на розвиток агротуризму.....	17
Тема 7. Інноваційні форми занять в сільському туризмі та агротуризмі	18
Тема 8. Зарубіжний досвід розвитку агротуристичної діяльності.....	21
Рекомендована література.....	21

Мета і завдання вивчення дисципліни

Одним із пріоритетних видів позааграрної діяльності є аграрний туризм, що одночасно здатний задовольнити туристичні потреби у відпочинку й рекреації, а також розширити сферу діяльності сільського населення.

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

Метою вивчення дисципліни «Організація агротуристичних господарств» є формування здатності розуміти генезис, місце та роль агротуризму та сільського (зеленого) туризму у розвитку сільських територій.

Предметом – організація та управління діяльністю агротуристичного господарства.

Мета даної методичної розробки – пояснити студентам основи діяльності агротуристичних господарств як в контексті здійснення основної діяльності на туристичному ринку, так і застосування елементів просування «туристичного продукту» до споживачів.

Вивчення навчальної дисципліни передбачає формування у студентів наступних компетентностей:

- Здатність розуміти і аналізувати взаємовідносини суспільства з навколишнім природним середовищем та використовувати основні закони природи у професійній діяльності.

- Здатність збирати та аналізувати дані, необхідні для розрахунку економічних і соціально-економічних показників, що характеризують діяльність суб'єктів господарювання.

- Здатність використовувати способи прийняття управлінських рішень, адекватних вимогам туристського ринку, формувати організаційні структури та здійснювати поточне і стратегічне планування туристичного сервісу.

- - Здатність розрахувати та оцінити витрати з організації діяльності підприємств туристичної галузі.

- - Здатність керувати колективом на підприємствах туристичної індустрії.

- Здатність до ефективного спілкування із споживачами туристичного продукту.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен бути здатним продемонструвати такі результати навчання:

знати: основи функціонування окремих складових виробничо-господарського механізму агротуристичних господарств, принципи їх роботи, особливості управління та організації роботи агротуристичного комплексу;

вміти: використовувати вивчений матеріал при розв'язуванні конкретних задач, застосовувати теоретичні знання на практиці;

набути навиків: організації та управління агротуристичними господарствами.

ТЕМА 1: ОСНОВНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ «ОРГАНІЗАЦІЯ АГРОТУРИСТИЧНИХ ГОСПОДАРСТВ»

1. Предмет вивчення курсу „Організація агротуристичних господарств”. Загальні поняття сільського туризму та агротуризму.
2. Агротуризм, як форма сільського бізнесу. Завдання курсу.
3. Огляд літератури та Інтернет-джерел інформації про сільський зелений туризм.

„Відпочинок в селі без сумніву переживає ренесанс”. Одна з головних причин розвитку агротуризму – це пошук сільськогосподарськими виробниками додаткових джерел доходу. Таке явище є характерним для багатьох країн Західної Європи. „За даними управління статистики близько половини сільськогосподарських виробників отримує більшість своїх прибутків з ведення не сільськогосподарської діяльності”.

В Україні, деякі регіони пристосовані до ведення агротуристичної діяльності або завдяки сприятливому природному положенню або з огляду на слаборозвинене сільськогосподарське виробництво. За твердженням вченого Е. Гургуля на таких територіях: „розвиток аграрного туризму може зупинити безробіття, підвищити кваліфікацію проживаючого там населення та, перед усім, зменшити дистанцію в рівні освіченості та доступі до освіти між містом та селом.”

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

Сільський туризм - це форма проведення вільного часу у вигляді стаціонарного відпочинку, тоді як базовою метою екотуризму виступає

активне відкриття дикої природи, традицій і культури, їх глибоке пізнання й сприйняття.

Сільське населення здатне отримувати реальні доходи у сфері сільського туризму від таких видів діяльності, як:

- облаштування туристичних маршрутів;
- облаштування й експлуатація стоянок для туристів;
- робота гідом чи екскурсоводом;
- егерська діяльність (полювання, рибальство);
- прокат туристичного спорядження;
- послуги приймання туристів;
- кулінарні послуги;
- підготовка культурних програм;
- народні промисли;
- виробництво та реалізація туристам екологічно чистих продуктів;
- реалізація туристам ягід та грибів.

Питання для самоконтролю

1. Що таке сільський туризм?
2. Дайте характеристику поняттю «агротуризм».
3. Назвіть причини що спонукають сільських жителів та фермерів займатися агрористичною діяльністю.
4. Перелічіть види діяльності у сільському зеленому туризмі, що дають змогу сільському населенню отримувати реальні доходи.

ТЕМА 2. ОСОБЛИВОСТІ ЗДІЙСНЕННЯ АГРОТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА НАДАННЯ АГРОТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ.

1. Сутність та характеристика понять «агротуристична діяльність», «агротуристична послуга», «агротуристичне підприємництво» та «агротуристичний продукт».
2. Суб'єкти агрористичної діяльності.
3. Потреби та цілі споживачів агрористичних послуг.
4. Державне регулювання агрористичної діяльності в Україні.

Аграрний туризм – вид туризму, як відпочинкового, так і пізнавального характеру, пов'язаний з використанням майна особистих селянських господарств, що передбачає здійснення агротуристичної діяльності під час тимчасового перебування туристів у сільській місцевості.

Агротуристична діяльність – діяльність особистого селянського господарства, спрямована на задоволення потреб туристів та надання їм агротуристичних послуг.

Агротуристичні послуги – тимчасове розміщення, харчування, екскурсійне, спортивне, розважальне, культурно-просвітницьке та інше обслуговування туристів.

Суб'єкти підприємницької діяльності, які здійснюють агротуристичну діяльність, укладають договір на агротуристичне обслуговування в письмовій формі.

Агротуристичні послуги можуть надаватися без укладення договору в письмовій формі у таких випадках:

- надання агротуристичних послуг особистими селянськими господарствами тільки за умови досягнення сторонами згоди з усіх питань;
- надання агротуристичних послуг безоплатно;
- у разі видачі документа про отримання плати за надані послуги.

Основними критеріями віднесення **об'єктів сільського туризму** до агротуристичних господарств потрібно вважати:

- ведення сільського господарства суб'єктами, які надають послуги з агротуризму; є особисті селянські та фермерські господарства;
- база ночівлі - власне помешкання господаря або оренда помешкання для проживання;
- частка доходів господарства від заняття туризмом (до 50%).

Агротуризм поєднує інтереси трьох груп людей:

- 1) міських жителів - у потребах здорового, спокійного і дешевого відпочинку;
- 2) сільських жителів - у додаткових джерелах доходів, підтримці господарств та поповненні сімейного бюджету;

3) сільської громади - піднесення добробуту людей, поява нових робочих місць та поповнення місцевих бюджетів.

З метою стимулювання і заохочення особистих селянських господарств до агротуристичної діяльності та розвитку підприємницької ініціативи Мінагрополітики розробило **проект Закону України "Про аграрний туризм та агротуристичну діяльність"**.

Питання для самоконтролю

1. Що таке агротуристична діяльність?
2. Охарактеризуйте основні засади державного регулювання агротуристичної діяльності в Україні.
3. Дайте визначення поняттю «агротуристичне підприємство». Вкажіть чим воно відрізняється від агротуристичної діяльності.
4. Що таке агротуристичний продукт?
5. Дайте визначення поняттю «агротуристична послуга».

ТЕМА 3. АГРОТУРИСТИЧНЕ ГОСПОДАРСТВО

1. Поняття «агротуристичного господарства» та «агротуристичного комплексу».
2. Види та основні характеристики агроосель.
3. Умови та принципи діяльності надавачів агротуристичних послуг.

Основна послуга сільського зеленого туризму – це надання туристам тимчасового проживання. Сільські споруди, облаштовані для прийому відвідувачів, в Україні прийнято називати агрооселями.

Агрооселя – це житлове приміщення, що знаходиться в сільській місцевості, містить не більше п'яти кімнат (залежно від категорії житла), пристосованих для проживання туристів, і належить на правах приватної власності господарю, який займається сільськогосподарською діяльністю або зайнятий у сфері обслуговування чи соціальній сфері села.

Тобто поняття "агрооселя" не охоплює малих курортних котеджів, колиб, перебудованих для прийому туристів господарських приміщень тощо.

Агротель (агропансіонат) – це житлова будівля (група будівель) готельного типу, спеціально призначених для організації надання населенню рекреаційних послуг у сільській місцевості. Побудова й експлуатація сільськими підприємцями у курортно- 16 рекреаційних районах України приватних відпочинкових агропансіонатів є перспективним висококонкурентним різновидом сільського зеленого туризму як виду основної діяльності.

Котедж – це одноквартирний індивідуальний житловий будинок (міський або сільський), при якому є невелика ділянка землі. Котеджі бувають переважно двоповерховими з внутрішніми сходами. Зазвичай, на першому поверсі знаходяться загальна кімната, кухня, господарські приміщення, на другому – спальні. Традиційний тип англійського помешкання, виник в Англії в кінці XVI – поч. XVII ст.

Садіба – це земельна ділянка разом з розташованими на ній житловим будинком, господарсько-побутовими будівлями, наземними і підземними комунікаціями, багаторічними насадженнями.

Бунгало – це:

1) невелика будівля з легких матеріалів, сільський будинок в тропічних країнах, головним чином в Індії, Малайзії, що використовується для розміщення туристів; має поширення в міжнародних молодіжних таборах;

2) легка замиська будівля, що має одну чи декілька житлових кімнат, веранду, кухню, туалет. Як правило, призначена для проживання однієї сім'ї, такі будиночки переважно розташовують в туристичних резерваціях типу кемпінгів. Бунгало розрізняються за класом зручностей: від найпростіших хатин для мисливців до комфортабельних будиночків з досить високою орендною оплатою. Зазвичай ціни за проживання туристів в бунгало значно нижчі, ніж в готелях або пансіонатах, оскільки вони обслуговують самі себе (приготування їжі, прибирання та ін.).

Питання для самоконтролю

1. Що являє собою агротуристичне господарство?
2. Основні характеристики агротуристичного комплексу.
3. Що таке агрооселя?

4. Назвіть типи агроосель?
5. Що таке котедж? Які його основні характеристики?
6. Що являє собою садиба?
7. Дайте характеристику агроготелю як нічлігу для сільських туристів.
8. Що таке бунгало? Які типи бунгало Ви знаєте?

ТЕМА 4. ОСНОВИ СКЛАДАННЯ БІЗНЕС-ПЛАНУ АГРОТУРИСТИЧНОГО ГОСПОДАРСТВА

1. Поняття та сутність бізнес-плану, цілі його розробки.
2. Види бізнес-планів.
3. Загальна методологія розробки бізнес-плану.
4. Структура, логіка розробки та оформлення бізнес-плану.

Бізнес-план - це письмовий документ, в якому викладено сутність підприємницької ідеї, шляхи й засоби її реалізації та охарактеризовано ринкові, виробничі, організаційні та фінансові аспекти майбутнього бізнесу, а також особливості управління ним. Бізнес-план підсумовує ділові можливості та перспективи, пояснює, як ці можливості можуть бути реалізовані існуючою командою менеджерів.

У ринковій системі господарювання бізнес-план виконує дві найважливіші **функції**:

- зовнішню - ознайомити різних представників ділового світу із сутністю та основними аспектами реалізації конкретної підприємницької ідеї;
- внутрішню (життєво важливу для діяльності самого підприємства) - опрацювати механізм самоорганізації, тобто цілісну, комплексну систему управління реалізацією підприємницького проекту.

У цілому, бізнес-плани можна розділити на **дві основні категорії**:

1. Для зовнішнього використання. Такі бізнес-плани застосовуються як обґрунтування для залучення необхідних фінансових коштів, партнерів, а саме:

- Бізнес план для залучення інвесторів
- Бізнес план для одержання кредиту
- Бізнес план для продажу діючого бізнесу

2. Для внутрішнього використання – використовуються постійно в якості інструмента управління. Можна виділити три види бізнес-планів, які важливі у формальному процесі планування, як функції керування бізнесом:

- Управлінські бізнес-плани – застосовуються для управління поточною діяльністю й розвитком підприємства.
- Бізнес-плани проектів – спрямовані на планування й управління проектами, реалізованих у рамках конкретного підприємства.
- Разові (цільові) бізнес-плани – спрямовані на прийняття окремих рішень, пов'язаних з управлінням бізнесом.

Інформаційне поле бізнес-плану — це сукупність документів чи даних правового, політичного, економічного, комерційного, науково-технічного, зовнішньоекономічного та соціального характеру, які забезпечують інформаційні потреби підприємця в процесі опрацювання бізнес-плану.

Питання для самоконтролю

1. Що таке бізнес-план?
2. Перелічіть та охарактеризуйте основні функції бізнес-планів.
3. Якими є цілі розробки бізнес-планів?
4. Які види бізнес-планів ви знаєте?
5. Охарактеризуйте бізнес-плани для зовнішнього використання.
6. Охарактеризуйте бізнес-плани для внутрішнього використання.
7. Що входить до інформаційного поля в процесі бізнес-планування?

ТЕМА 5. ОСНОВИ МАРКЕТИНГУ АГРОТУРИСТИЧНОГО ГОСПОДАРСТВА

1. Сутність та завдання маркетингу агротуристичного господарства.
2. Етапи маркетингової діяльності в туризмі.

Маркетинг часто ототожнюють з вивченням (дослідженням) ринку або рекламою. На практиці це поняття набагато ширше, аніж проведення рекламних кампаній чи маркетингових досліджень туристичного ринку.

Маркетинг полягає у перетворенні купівельної спроможності споживача на ефективний попит та у доступному представленні й наданні продуктів і послуг кінцевому клієнтові чи споживачеві.



Рис. 5.1 Завдання маркетингу сільського туризму

Використання маркетингу у сільському туризмі дає змогу забезпечити:

- широкий спектр агротуристичних послуг у господарстві;
- професіональне обслуговування туристів;
- привабливі й переконливі популяризаційні матеріали господарства;
- належної організації селянського господарства загалом, формування іміджу на майбутнє, турбот про деталі.

Маркетинг є інструментом ефективного управління фірмою, діяльність якої спрямована на задоволення потреб клієнта і на якій вихідним пунктом є прийняття рішення у сфері:

- пізнання ринку (знання потреб і зацікавлень клієнтів, конкурентів, посередників, інших суспільно-економічних і культурних чинників);
- активного впливу на ринок (розвиток популяризації й реклами);
- опрацювання спільної ринкової стратегії, яка охоплює діяльність щодо продукту, цінової політики, комунікації з ринком, дистрибуції.

Маркетингова орієнтація дає змогу забезпечити перевагу агротуристичного господарства у конкурентній боротьбі на ринку. Вона є

набагато ефективнішою від розповсюдженої на практиці вузької реалізаційної чи фінансової орієнтації. Не варто у сучасних умовах припускати, як це інколи роблять власники малих фірм і селянських господарств, розпочинаючи агротуристичну діяльність, що їх продукт обов'язково знайде свого покупця.

У маркетингу сільського туризму не достатньо мати лише добрий продукт чи рекламу. Насамперед потрібно ідентифікувати реальні потреби клієнта, тобто постійно збирати, аналізувати та оцінювати інформацію про клієнта й ринок, про потенційних клієнтів та найближчих конкурентів.

Проблематика маркетингу сільського туризму є практично неопрацьованою ані з теоретичного, ані з практичного боку. Кожне рішення має ґрунтуватися на свідомому виборі дій, які впливають з конкретного ринкового аналізу, обумовлення мети, напряду та способів їх виконання й контролю.

Згідно з логікою маркетингового управління основну увагу потрібно зосередити на таких сферах діяльності:

- аналізі існуючої ринкової ситуації, передусім попиту і пропозиції агротуристичних послуг та конкуренції у цій сфері;
- оцінці й прогнозі попиту на цей вид послуг та задоволенні потреб клієнтів завдяки збільшенню нічліжних місць та поліпшення їх якості;
- активізації попиту на послуги внаслідок застосування різних інструментів, таких як: популяризація, диференціація цін, поліпшення технології збуту тощо;
- задоволенні попиту клієнтів на туристичні послуги шляхом пропозиції різноманітного їх асортименту у відповідному місці й часі за прийнятних цін;
- контролі реалізованих туристичних послуг.

Виконання цих завдань можливе за умови різнобічної діяльності з використанням різноманітної інформації у вигляді статистичних даних та матеріалів систематичного спостереження фактичного стану цільових сегментів ринку туристичних послуг. Отже, можна говорити про послідовну маркетингову роботу, яку поділяють на етапи, що відображені на рис.5.2.

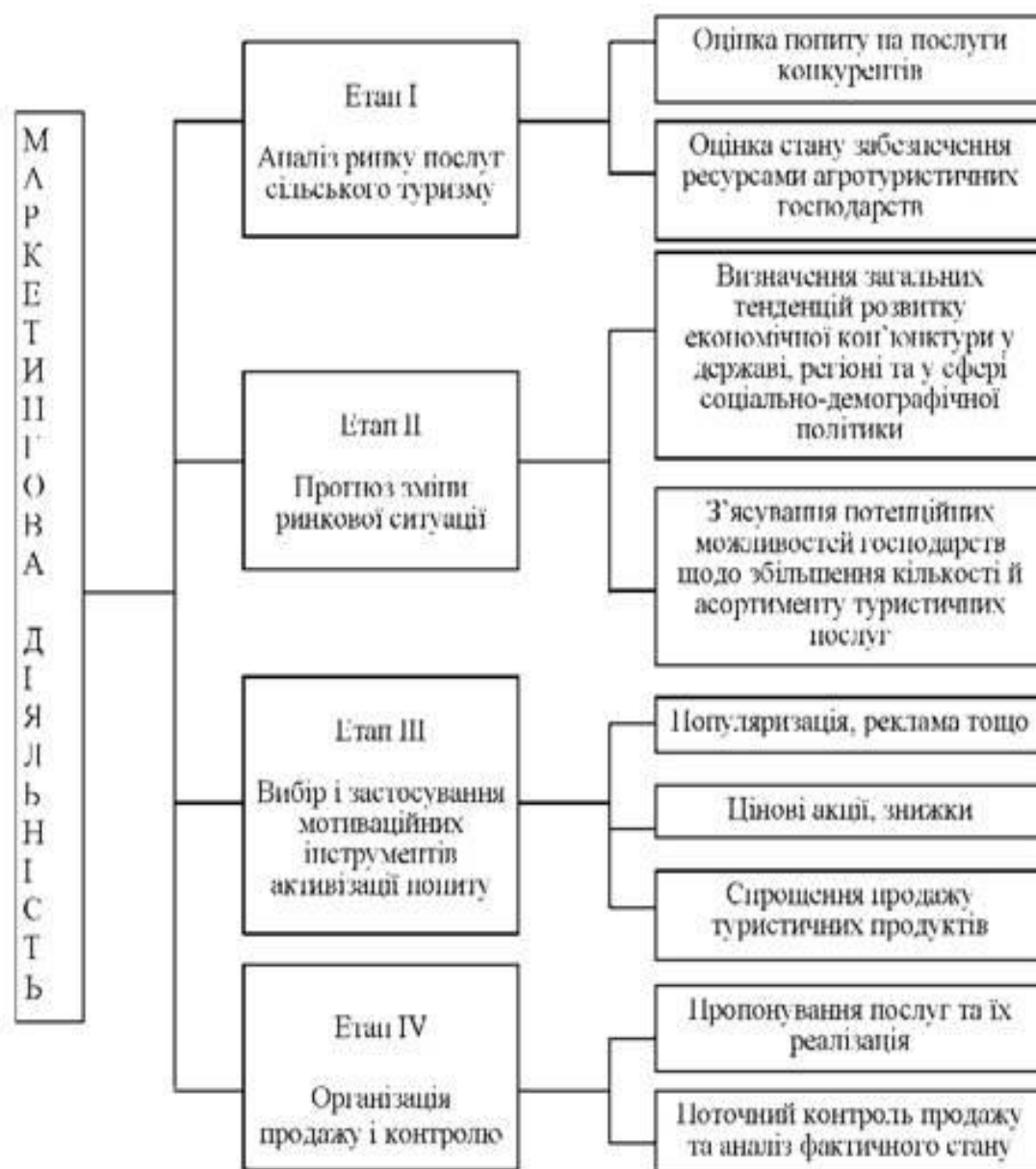


Рис. Етапи маркетингової діяльності у сільському туризмі

Відповідна ринкова інформація є підґрунтям ефективності маркетингових заходів. Вона стосується таких елементів і пов'язаних з ними ключових питань:

- *характеристика ринку й поведінка клієнта, гостя* (Де виступають ринки збуту? Чи існують прогалини на ринку? Яким є потенціал ринку? Які сподівання ринку? Який сегмент ринку найбільше користується агротуристичними послугами? Які тенденції розвитку ринку? Хто із споживачів купує? Для чого? Що? Де? Коли купує? Хто є конкурентом? Як поводить конкурент? Якими є ознаки конкуренції? Якою буде конкуренція у майбутньому?);

- **продукт та його пропозиція для обраного сегмента ринку** (Що є продуктом сільського туризму? Хто його творить? Як і де він створюється? Які корисні ознаки характеризують продукт? Чим вирізняється продукт? Якими є вимоги щодо стандарту продукту? Як продукт сприймається конкурентами? Який сегмент ринку буде ним зацікавлений?);

- **ціна агротуристичного продукту** (Скільки клієнти можуть за нього заплатити? Наскільки обтяжлива ціна для гостя? Якою має бути ціна? Які потрібно встановити варіанти цін для продукту (знижки, скидки)? Що є прибутком для селянина, який надає агротуристичні послуги?);

- **дистрибуція**, способи доведення продукту до клієнта (Хто буде займатися дистрибуцією продукту? Які мають бути відносини між виробником продукту та посередниками і власне дистриб'юторами? Які умови оплати за послуги продажу, якою має бути ціна продукту?);

- **популяризація**, форми комунікації з ринком (реклама, особистий продаж, стимулювання покупців, туристичні агенти, форми контактів власника агротуристичного господарства з ближчим і дальшим оточенням. Якою є величина бюджету популяризації? Наскільки важливо проводити популяризаційну кампанію? Який вид популяризації найбільш відповідний? Як визначається ефективність популяризації? Хто, що, де, як і коли популяризує?);

- **персонал**, який займається маркетинговою діяльністю у сфері сільського туризму (Які його вміння надавати агротуристичні послуги? Як надаються послуги? Які результати від цієї діяльності? Чи вдосконалює персонал свої знання і вміння? Яка мотивація персоналу до цієї діяльності?).

Перш ніж прийняти рішення про надання агротуристичних послуг в селянському господарстві, потрібно провести аналіз найважливіших чинників, які зумовлюють позитивний економічний результат. З огляду та сферу впливу, ці чинники можна поділити на внутрішні й зовнішні (стосовно господарства), залежні й незалежні (від господаря) та чинники попиту і пропозиції.

Питання для самоконтролю

1. Що таке стратегія маркетингу?
2. Охарактеризуйте основні аспекти маркетингового плану.

3. Які є етапи маркетингового планування в туризмі?
4. З чого складається комплекс маркетингових комунікацій?
5. Назвіть етапи маркетингової діяльності в сільському туризмі.
6. В чому полягає завдання маркетингу агротуризму?

ТЕМА 6. ОЦІНКА ТУРИСТИЧНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ СЕЛА ТА ЙОГО ОКОЛИЦЬ. ВПЛИВ ЕЛЕМЕНТІВ ІНФРАСТРУКТУРИ НА РОЗВИТОК АГРОТУРИЗМУ

1. Поняття туристичної привабливості територій та інфраструктури.
2. Чинники формування туристичної привабливості сіл та їх околиць
3. Інфраструктура сільських територій.

Туристично-привабливою можна вважати територію, яка користується популярністю у туристів і ця місцевість перетворюється у туристичний центр. Розрізняють туристичний центр та центр туризму.

Центр туризму - це місто, місцевість чи об'єкт, де на базі туристичних ресурсів створений комплекс туристичного обслуговування.

Туристичний центр - це місцевість, яка приваблює туристів завдяки наявності в межах специфічних туристичних ресурсів, зручностей транспортно-географічного положення і доступної для туриста інформації про неї.

Соціальна інфраструктура сільських територій – це комплекс галузей та підрозділів, діяльність яких має забезпечити розв'язання наступних завдань: – здійснення громадянських прав сільських жителів на охорону здоров'я, освіти, відпочинок, упорядковане житло, торгове, побутове та соціальне обслуговування, зв'язок з адміністративними центрами, доступність до культурних цінностей тощо; – створення такого середовища проживання, яке б сприяло покращенню демографічної ситуації на селі, формуванню здатності сільських товаровиробників до високопродуктивної праці і освоєння ефективних технологій; – забезпечення соціального захисту інвалідів, осіб похилого віку, дітей, інших непрацездатних і соціально

вразливих груп сільського населення; – забезпечення можливості вибору типів і форм обслуговування з врахуванням інтересів різних за рівнем доходів груп сільського населення; – наближення умов життєдіяльності на селі до міських умов.

Стан соціальної інфраструктури впливає не тільки на добробут та соціальну захищеність сільського населення, але й на підвищення ефективності сільськогосподарського виробництва та відродження села в цілому. Мережа соціальної інфраструктури сільських територій визначається, насамперед, чисельністю населення даної території, співвідношенням жителів працездатного та непрацездатного віку.

Питання для самоконтролю

1. Що таке туристична привабливість території?
2. Дайте визначення поняттю «туристична інфраструктура».
3. Перелічіть і охарактеризуйте чинники формування туристичної привабливості сіл та їх околиць.

ТЕМА 7. ІННОВАЦІЙНІ ФОРМИ ЗАНЯТЬ В СІЛЬСЬКОМУ ТУРИЗМІ ТА АГРОТУРИЗМІ

1. Поняття інновацій в туризмі.
2. Впровадження ефективних інноваційних форм туристично-рекреаційної діяльності на селі.

На впровадження інновацій в туризмі значний вплив мають економічна ситуація в країні, соціальний стан населення, національне законодавство, а також міжурядові та міжнародні угоди. Тому мотиви і причини появи інновацій в туристській діяльності в кожній країні різні.

Проте можна виділити кілька характерних рис:

- Зростання потреби населення в знайомстві з способом життя в інших регіонах і придбанні нових знань;
- Перенасичення населення багатьма традиційними напрямками поїздок;

- Загострення конкуренції, зростання пропозицій стандартизованих глобальних продуктів;
- Необхідність стримувати виїзд своїх громадян у зони, аналогічні за умовами регіонах своєї країни (природа, культура, клімат);
- Гармонійне об'єднання привабливих умов відпочинку і подорожей (природних і культурних особливостей, можливостей проведення дозвілля, придбання специфічних товарів і спеціальних туристських послуг) для повного задоволення потреб найвибагливіших туристів;
- Технологічна революція і експансія послуг в економіці;
- Перехід від економіки пропозиції до економіки попиту.

Так, базуючись на положеннях Генеральної угоди про торгівлю послугами (ГАТС), в туристичній сфері розвивається інноваційна діяльність за трьома напрямками:

1. *Впровадження нововведень* (організаційні інновації), пов'язаних з розвитком підприємства і туристського бізнесу у системі та структурі управління, включаючи реорганізацію, поглинання конкуруючих суб'єктів на основі новітньої техніки і передових технологій; кадрової політики (оновлення і заміна кадрового складу, система підвищення кваліфікації, перепідготовка та стимулювання працівників); раціональної економічної та фінансової діяльності (впровадження сучасних форм обліку та звітності, що забезпечують стійкість положення і розвитку підприємства).

2. *Маркетингові інновації*, що дозволяють охоплювати потреби цільових споживачів або залучати не охоплених на даний період часу клієнтів.

3. *Періодичні нововведення* (продуктові інновації), спрямовані на зміну споживчих властивостей туристичного продукту, його позиціонування і надання конкурентної переваги.

Не можна також не відзначити і роль науково-технічної революції, яка справила величезний вплив на інноваційну діяльність у соціально-культурній сфері і туризмі через високі технології, до числа яких відносяться нові матеріали, мікропроцесорна техніка, засоби інформації та зв'язку, біотехнології.

Поява полімерних, композитних та інших нових матеріалів призвело до появи нових видів одягу та взуття, нового спортивного та іншого

спорядження, нової тари і упаковки і т.д. Нові матеріали стали матеріальною основою екстремального туризму, сприяли розвитку водного, гірського та ряду інших видів туризму.

Поява сучасних засобів інформації та зв'язку справило глибокий вплив на суспільне виробництво і побут людей. Сучасну туристську діяльність і роботу туристичних фірм не можна уявити без Internet. Сучасна аудіо-відео-техніка суттєво змінила технологію менеджменту. Управління переводиться в режим реального часу і т.д. Відбувається інтеграція інформаційних суспільних інструментів і послуг у всіх видах туристичної діяльності, зокрема, здійснювані малими підприємствами. Їх використання державними і приватними туроператорами, особливо малими та середніми підприємствами посилюються і проявляються у підвищенні обізнаності та партнерських ініціативах, а також належному використанні різних національних і європейських програм.

Таким чином, можна виділити наступні основні напрями інноваційної діяльності в сфері туризму і гостинності:

- Випуск нових видів туристичного продукту, ресторанного продукту, готельних послуг і т.д.;
- Використання нової техніки і технології у виробництві традиційних продуктів;
- Використання нових туристичних ресурсів, що раніше не використовувалися. Унікальний приклад;
 - Подорожі туристів на космічних кораблях;
- Зміни в організації виробництва і споживання традиційного туристичного, ресторанного продукту, готельних послуг і т.д.;
 - Новий маркетинг, новий менеджмент;
 - Виявлення і використання нових ринків збуту продукції (готельні та ресторанні ланцюги).

Отже, інноваційна діяльність в сфері туризму спрямована на створення нового або зміну існуючого продукту, на вдосконалення транспортних, готельних та інших послуг, освоєння нових ринків, впровадження передових інформаційних і телекомунікаційних технологій і сучасних форм організаційно-управлінської діяльності. Інновації та нові інформаційні

технології стають визначальними факторами для конкурентоспроможності індустрії туризму та активізації обмінів з іншими секторами економіки, пов'язаних з ними.

Питання для самоконтролю

1. В чому полягає суть інновацій в туризмі?
2. Які форми інновацій Ви знаєте?
3. Охарактеризуйте стан впровадження інновацій в туристичну галузь на селі.

ТЕМА 8. ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД РОЗВИТКУ АГРОТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

1. Вивчення розвитку агротуристичних господарств у країнах Європейського Союзу.
2. Вивчення розвитку агротуристичних господарств у країнах Американського регіону.
3. Вивчення розвитку агротуристичних господарств в Азії та на Африканському континенті.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Дядечко Л. П. Економіка туристичного бізнесу: навчальний посібник / Л. П. Дядечко. – Київ : Центр учбової літератури, 2007. – 224 с.
2. Кудла Н.Є. Сільський туризм: основи підприємництва та гостинності. Навч. посіб. – К. : Центр учбової літератури, 2015. – 152 с.
3. Кифяк В. Ф. Організація туризму: навчальний посібник / В. Ф. Кифяк. – Чернівці : Книги – ХХІ, 2008. – 344 с.
4. Кудла Н. Є. Маркетинг туристичних послуг : навчальний посібник / Н. Є. Кудла ; Львів. ін-т економіки і туризму. - Київ : Знання, 2011. - 351 с. - (Вища освіта ХХІ ст.).
5. Липчук В.В. Агротуризм : організаційно-економічні засади розвитку / Н. В. Липчук, В. В. Липчук. – Львів : Сполом, 2008. – 160 с.

6. Мальська М. П. Туристичний бізнес: теорія та практика : навчальний посібник / М. П. Мальська, В. В. Худо. – Київ : Центр учбової літератури, 2007. - 424 с.
7. Організація туризму: підручник / І.М. Писаревський, С.О. Погасій, М.М. Покогодна та ін.; за ред. І.М. Писаревського. – Х.: ХНАМГ, 2008. – 541 с.
8. Пуцентейло П. Р. Економіка і організація туристично- готельного підприємництва : навчальний посібник / П. Р. Пуцентейло. - Київ : Центр учбової літератури, 2007. - 344 с.
9. Сокол Т. Г. Основи туристичної діяльності : підручник / Т. Г. Сокол ; за заг. ред. В. Ф. Орлова. - Київ : Грамота, 2006. - 264 с.