

7.2. Терлецька О.В.

Сільський туризм як важлива складова туристичної індустрії

7.2.1. Ресурсний потенціал України для розвитку сільського туризму

Сільський туризм з початку XXI ст. згідно з даними експертів Всесвітньої туристичної організації (ВТО) є одним із секторів індустрії туризму, який сьогодні активно розвивається. Ідеї охорони навколишнього середовища, які стали надзвичайно популярними серед західних країн, охопили й індустрію туризму. У результаті цього серед туристів виник попит на такі види туризму, як: зелений туризм, екотуризм, сільський туризм. Згідно з офіційними статистичними даними ВТО, зелений туризм нині займає від 7 до 20 % у загальному обсязі турпоїздок.

Європейський ринок сільського зеленого туризму, згідно з оцінками Європейської Федерації Фермерського та Сільського Туризму (*EUROGITES*), на сьогодні складає близько 2 млн ліжко-місць. Український же ринок потенційно здатний прийняти й розмістити на території сіл близько 150 тисяч “зелених” туристів.

У 1990-х рр. сільські місцевості України зазнали значних структурних змін: проблем із зменшенням кількості населення, зростанням безробіття, зменшенням прибутків, погіршенням соціального захисту, масовою заробітчанською міграцією, втратою сільської ідентичності й культури.

Упродовж років своєї незалежності Україна має негативну тенденцію до скорочення кількості сільських населених пунктів, а саме вимирання сіл. З 1990 р. до 2006 р. Україна втратила 312 сіл. Вони зникли не лише з дорожніх вказівників і регіональних документів, а навіть із адміністративних карт.

Згідно з даними офіційної статистики, на сьогодні в Україні налічується близько 28600 сіл, однак у 8,5 тисяч з них упродовж останніх трьох років не народилася жодна дитина. Це, в свою чергу свідчить про те, що такі села також приречені на “тихе” вимирання.

Українські демографи все частіше оперують такими науковими поняттями, як “поселення, що зникають” та “поселення, що занепадають”. Беручи до уваги навіть Львівську область, бачимо, що близько 85 сільських поселень відносять до категорії таких, що зникають. Це села з кількістю населення до 50 осіб, а також з кризовою демографічною ситуацією –

переважання населення пенсійного віку (60–80%). У більшості таких малих сіл на сьогодні проживають лише особи пенсійного чи передпенсійного працездатного віку. Звичайно, в результаті природного скорочення населення такі поселення надалі зникатимуть.

Відродження і подальший соціальний та економічний розвиток сільських громад України сьогодні пов'язують з індустрією туризму, зокрема, сільського, екотуризму та зеленого туризму. Наукові дослідження свідчать про те, що сільський туризм здатний покращити економічну та демографічну ситуацію у сільських місцевостях та вирішити їхні соціально-економічні проблеми.

Сільський (часто трактують як зелений) туризм як вид підприємницької та рекреаційної діяльності має особливе значення для розвитку аграрної економіки, відпочинку, просвітництва та держави. Він сприяє прискореному розвитку сільських територій, зростанню рівня добробуту сільського населення, диверсифікує сільськогосподарське виробництво, сприяє розвитку рекреаційних та оздоровчих тенденцій, а також отримання нової інформації й забезпечує вирішення низки інших завдань. Незважаючи на російську агресію проти України, сільський туризм (переважно в західних регіонах країни) не втрачає позицій і продовжує удосконалюватись.

Насамперед доцільно розглянути основні поняття та концепції сільського екологічного туризму, сутність зеленого туризму та його місце в системі загального туризму. За останні десятиліття кількість туристів у світі неухильно зростала і досягла третини населення земної кулі. За прогнозами фахівців, XXI століття буде століттям туризму, і до цього потрібно відповідно готуватися. Сьогодні найбільш динамічно зростаючим сектором світового туристичного господарства є сфера сільського зеленого туризму. Розвиток сільського зеленого туризму у Європі розпочався в середині XIX ст. Європейський Союз вбачає в сільському туризмі основний важіль економічного підйому своїх сільських територій. Для України сільський зелений туризм – відносно нове поняття, хоча відпочинок на селі використовувався відомими українськими письменниками, художниками, артистами й політиками з давніх часів. Розвитку сільського зеленого туризму в Україні сприяють такі чинники:

- ❖ зростаючий попит мешканців українських міст та іноземців на відпочинок у сільській місцевості;
- ❖ унікальна історико-етнографічна спадщина українських сіл;
- ❖ багаті рекреаційні ресурси;
- ❖ екологічна чистота сільської місцевості;
- ❖ відносно вільний сільський житловий фонд для прийому туристів, – наявність вільних трудових ресурсів для обслуговування туристів;
- ❖ традиційна гостинність господарів та доступна ціна за відпочинок;

- ❖ можливість надання комплексу додаткових послуг з екскурсій, риболовлі, збирання ягід і грибів, катання на конях тощо.
- ❖ Розвиток сільського зеленого туризму зможе забезпечити збільшення реальних доходів селян за рахунок:
- ❖ надання послуг з прийому на проживання туристів;
- ❖ облаштування туристичних маршрутів та надання екскурсійних послуг;
- ❖ транспортного обслуговування туристів;
- ❖ егерської діяльності (полювання, аматорське та спортивне рибальство);
- ❖ надання послуг з прокату туристичного спорядження;
- ❖ виробництва та реалізації туристам екологічно чистих продуктів харчування, надання кулінарних послуг;
- ❖ реалізації товарів народних промислів;
- ❖ проведення культурно-розважальних заходів з урахуванням історико-етнографічної спадщини (анімації).

Розглянемо основні поняття, які дотичні до сільського (зеленого) туризму.

Агротуризм (farm tourism) – це 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 дворового господарства або розміщення на нічліг з самообслуговуванням на землях, що належать до дворового господарства, наприклад, в кемпінгах та наметах. Агротуризм, таким чином, виступає однією з форм сільського туризму. В агротуризмі дворове господарство (фермерське господарство) становить одночасно нічліжну базу та головний предмет інтересу для туриста. Агрорекреаційний туризм розвивається на базі підсобних господарств сільського населення або землях сільськогосподарських підприємств, передбачає активний відпочинок на природі й добровільну участь відпочивальників у сільськогосподарських роботах (цей вид туризму необхідно розглядати як джерело додаткових надходжень).

Зелений туризм – це туристична діяльність на території природних ландшафтів (лісопарків, лугопарків, гідропарків, ботанічних садів) з елементами благоустрою, де існують певні умови для короткотривалого відпочинку, збирання грибів, ягід. Зелений туризм (*green tourism*) передбачає застосування в туристичній індустрії екологічних методів і технологій. Він охоплює ті форми туризму, які мають на меті зменшення негативного і збільшення позитивного суспільного, культурного й екологічного впливу. Його основними рисами є самостійне (або в невеликих

групах) здійснення повільного, контрольованого, регульованого розвитку, інтеграції з культурою відвідуваних місцевостей, із збереженням традиційних цінностей громади.

Фермерський туризм (farm tourism) – це складова частина агротуризму, пов’язана із прийомом туристів безпосередньо у помешканнях фермерського господарства, часто з мінімальними вимогами щодо зручностей (особливо щодо умов проживання). У цьому контексті фермерське господарство становить одночасно базу для ночівлі та головний предмет інтересу для туриста (їжа на фермі, дозвілля на фермі тощо).

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.

Сільський турпродукт (комплекс послуг сільського зеленого туризму, агротурпакет послуг) – це сукупність послуг нічліжного, гастрономічного, екскурсійного й відпочинково-розважального обслуговування, які пропонує власник агрооселі (агропансіонату).

У Законі України «Про туризм» дається таке визначення: «туристичні послуги – це послуги суб’єктів туристичної діяльності щодо розміщення, харчування, транспортного, інформаційно-рекламного обслуговування, а також послуги закладів культури, спорту, побуту, розваг тощо, спрямовані на задоволення потреб туристів».

Найважливішими складниками сільського туристичного продукту є:

- ❖ туристичні атракції місцевості (наприклад, природне середовище, пам’ятки, цікаві архітектурні об’єкти, національні парки, ботанічні сади, торговельні центри, культурні та релігійні атракції, музеї, а також мешканці – їх культура і звичаї);
- ❖ інфраструктура місцевості (нічліжна і гастрономічна база – ресторани, бари, кав’ярні, транспорт – таксі, автобуси, оренда автомобілів, торговельна мережа, заклади обслуговування тощо);
- ❖ доступність місцевості (кількість транспорту, а також інфраструктура – дороги, аеропорти і порти, залізнична мережа);
- ❖ імідж місцевості, що існує у свідомості потенційних клієнтів і суттєво впливає на підсвідоме бажання відвідати саме її;
- ❖ ціна, яка залежить від багатьох чинників, як, наприклад, стандарт послуг, пора року, кількість транспорту тощо.

Агрооселя – це житлове приміщення 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 «агроосе-

ля» 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-рекреаційних районах України приватних відпочинкових агропансіонатів є перспективним висококонкурентним різновидом сільського зеленого туризму як виду основної діяльності.

У структуру *агрорекреаційної території* входять:

1) агрорекреаційні пункти – це окремі населені пункти та окремо розташовані агрорекреаційні заклади, які пропонують власний агротуристичний продукт;

2) агрорекреаційні центри – це сільські населені пункти, розміщені у місцевості з цінними курортно-рекреаційними ресурсами, в яких сформувалася мережа агроосель й агропансіонів, які пропонують агротуристичні послуги, сегментовані за ціною та якістю;

3) агрорекреаційні вузли – це сукупність агрорекреаційних пунктів, згрупованих довкола курортно-туристичного центру в межах певної компактної території;

4) агрорекреаційний район – це однорідна в природно-етнокультурному плані територія з історично сформованою мережею сільських поселень, більшість з яких спеціалізується на наданні послуг сільського зеленого туризму;

5) агрорекреаційний регіон – це велика природно-етнокультурно-адміністративна територіальна одиниця, до якої можуть входити від однієї до кількох адміністративних областей, що характеризуються подібністю рис природно-ландшафтної будови, історико-культурного і соціально-економічного розвитку, традицій агрокультури, визначеними інфраструктурними зв'язками та іншими чинниками.

Цілі подорожі є основою первісної відмінності туристських мотивів. Серед цілей подорожі можна виділити наступні: відпочинок, дозвілля, розвага; пізнання; спорт та його супровід; лікування; паломництво; ділові цілі.

Туризм як специфічний вид економіко-соціальної та рекреаційно-туристичної індустрії набуває усе більш значних світових рейтингів. Так, у світі щорічно подорожують близько 700 мільйонів туристів, при цьому за різними даними від 12 до 30 відсотків з них обирають за краще сільський туризм. Відповідно, ці цифри характеризують лише міжнародний туризм, а кількість внутрішніх сільських туристів в різних країнах значно вища. Чому спостерігається стабільна тенденція до підвищення зацікавленості з боку відпочивальників до сільського туризму? Відповідь полягає у таких загальних положеннях:

- ❖ зростаюча урбанізація, яка перетворює міських жителів на урбаноселення, що значно відриває їх від природного середовища;
- ❖ тривале перебування міського населення в екологічно небезпечних умовах (хімічно-техногенному та автотранспортному забрудненні, шумовому навантаженні, тривалому перебуванню в оточенні великої кількості людей тощо);
- ❖ тривале харчування екологічно небезпечними промисловими продуктами;
- ❖ накопичення втоми унаслідок виконання робочих і службових процесів;
- ❖ наявність обмежених відстаней для пішохідного переміщення.

Усі ці положення нівелюються у сільській місцевості, де завдяки сільському туризму вони або знімаються, або переходять до активної фази, наприклад, завдяки реалізації пішохідних маршрутів. Більше того, їх зворотний ефект забезпечується найкраще саме в сільських умовах, де поряд із значно кращими екологічними чинниками є можливість активних дозованих силових навантажень на фоні атрактивних природних пейзажів.

Загалом вважають, що «сільський зелений туризм – це специфічна форма відпочинку в приватних господарствах сільської місцевості з використанням майна та трудових ресурсів особистого селянського, підсобного або фермерського господарства, природно-рекреаційних особливостей місцевості та культурної, історичної й етнографічної спадщини регіону» [1]. Отже, відповідно до цього трактування, сільський туризм характеризується такими ознаками:

- ❖ наявністю приватного сільського господарства, яке характеризується традиційністю, притаманною відповідному регіону;
- ❖ наявністю атрактивних природно-рекреаційних особливостей поблизу відповідного приватного сільського господарства;
- ❖ наявністю у господарстві або в навколишніх садибах культурно-традиційних звичаїв та ремесел;
- ❖ наявністю у відповідному регіоні, де розміщена селянська садиба, історичних та етнографічних об'єктів, які стосуються спадщини відповідного регіону.

Сукупність таких ознак складає фон, який надає оздоровчої та пізнавальної цінності сільським туристичним об'єктам.

Сутність зеленого (сільського) туризму, яка розкривається в праці В. Дарчука, полягає в тому, що це «вид туризму, який передбачає розміщення туристів у сільській садибі для відпочинку та отримання ними відповідних послуг (традиційних основних: проживання (екологічне, культурне, історичне розміщення), харчування (екологічно чисті продукти, дегустація місцевих (домашніх) страв), розваг (участь у фестивалях, яр-

марках, організації традиційних свят); традиційних додаткових: робота на фермі, городі, в саду, на господарському дворі, сіновалі, рибалка, полювання та специфічних: догляд за домашніми тваринами, катання на конях, човнах, навчання народним ремеслам тощо)» [2]. Тобто до відомих складових сільського туризму тут додано:

- ❖ участь у фестивалях, ярмарках, традиційних святах, що належать вже не індивідуальним сільським садибам, а всій сільській громаді й навіть закладам за їх межами, що значно розширює ареал послуг сільського туризму;
- ❖ залучення туристів у деяких роботах на фермі, городі, в саду, на господарському дворі, сіновалі, які повинні мати ознайомчорозважальний аспект і знайомити відпочивальників із сільським побутом;
- ❖ пропозиції про можливість риболовлі та полювання залежать від наявності відповідних ресурсів й державних дозволів на здійснення такої діяльності.

Сільський зелений туризм у даний час дуже популярний в Європі з огляду на наступні чинники [3]:

- ❖ зростання мобільності громадян за рахунок збільшення кількості особистого транспорту;
- ❖ більш ефективна організація вільного часу (вихідні, більш часті і короткі канікули);
- ❖ зростання динамічності і рівня стресів у сучасного міського життя;
- ❖ різноманітність і збільшення якості послуг, пропонованих власниками туристичних структур у сільській місцевості, їх спеціалізації;
- ❖ орієнтація туристів на невеликі і комфортабельні структури розміщення, в яких панує сімейна атмосфера;
- ❖ активного проведення часу поза міськими зонами (екскурсії, прогулянки, специфічні види спорту);
- ❖ підвищеного інтересу до культурних цінностей, традицій, місцевих свят.

Лише у травні 2017 року Верховна Рада України підтримала за основу законопроект №2232а «Про внесення змін до Закону України (Про особисте селянське господарство) щодо розвитку сільського зеленого туризму». Згідно з проектом закону було надано юридичне визначення поняття сільського зеленого туризму, розмежовано підприємницьку та не підприємницьку діяльність у галузі туристичної діяльності, що проводиться в сільській місцевості. Отже, було визначено, що сільський зелений туризм – це добровільне надання за плату або безоплатно послуги у сфері сільського зеленого туризму, а саме: послуги з розміщення (проживання) не більше ніж на 10 місць, харчування, а також організації дозвілля й заходів,

пов'язаних із використанням майна особистого селянського господарства, місцевими звичаями і традиціями гостинності. Законопроектом пропонується регламентувати організацію в сільській місцевості фахової підготовки та перепідготовки членів особистого селянського господарства, доповнивши: у тому числі з надання послуг сільського зеленого туризму [4].

Важливою перевагою розвитку галузі сільського туризму є ефект його мультиплікативності, тобто вплив на розвиток суміжних галузей економіки: транспорт, торгівлю, сільське господарство, зв'язок, виробництво товарів народного споживання, соціальну сферу. Як наслідок, ми можемо розглядати туризм як соціально-економічне явище і приділяти особливу увагу його розвитку, тим більше, що в Україні є всі умови для розвитку цієї галузі. Так, сільське населення України здатне отримувати реальні доходи у сфері сільського туризму від таких видів діяльності, як [5]:

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

Пріоритетність розвитку сільського зеленого туризму в усіх регіонах України зумовлена такими обставинами:

1. Розвиток сільського зеленого туризму стимулює мале підприємництво, важливе для оздоровлення економіки аграрних районів країни.

2. Регіони України володіють малоосвоєним рекреаційним потенціалом, що потребує пошуку альтернативних та ефективних стимулів для його раціонального використання у відпочинково-туристичних цілях.

3. Створення та розвиток агорекреаційного сервісу вирішує низку напружених соціальних проблем багатьох регіонів, зокрема, масового безробіття, закордонного заробітчанства, складного соціального клімату тощо.

4. Збережена етнокультурна самобутність історичних країв нашої держави виступає ексклюзивною, міжнародно-туристичною, конкурентною перевагою, що дозволить Україні бути серед основних осередків розвитку сільського туризму в Європі.

Водночас Ткаченко Т.І. визначає також відмінні риси між сільським та зеленим туризмом – це характер занять на природі під час відпочинку, місце розташування туристів, ступінь доступності до екологічно чистої продукції та рівень забруднення навколишнього середовища. Продовжуючи тему з визначення точок диференціації зеленого та сільського туризму, проаналізуємо *таблицю 7.4*.

Таблиця 7.4

Порівняльна характеристика зеленого та сільського туризму [6].

Критерії для порівняння	Характеристики, притаманні туризму		Спільні характеристики
	зеленому	сільському	
Місце відпочинку	Природне середовище, екологічно чисте місце, віддалене від населених пунктів не менше ніж на 5–7 км	Населений пункт (сільська місцевість)	Обидва об'єкти можуть розмішуватися на території, що належить сільським радам
Мета відпочинку	Інтактний контакт із природою, відпочинок від спілкування з людьми	Ознайомлення із сільською місцевістю, з традиціями, побутом	Відпочинок від буденної метушні, зміна середовища перебування
Постачальник	Як місцевий, так і не місцевий; Як міський, так і сільський житель	Місцева сільська громада. Як окреме особисте сільське господарство (до 9-ти місць), так і побудова агротуристичних комплексів	Можуть функціонувати у формі комплексних об'єктів (наприклад, із залученням персоналу з-поміж сільського населення, диверсифікація діяльності)
Основний продукт (основна послуга)	Проживання у приватному житловому фонді (котедж, готель, міні-готель, готельний комплекс) в оточенні природного середовища	Проживання в сільській оселі та безпосередня участь у діяльності сільських жителів	Організація житлового фонду може бути як з урахуванням базових умов, так і підвищеного рівня комфорту
Додатковий продукт (додаткові послуги)	Здебільшого пропонуються на території закладу, незалежно від інших діячів ринку	Надаються об'єктом у невеликій кількості та можуть проводитись із залученням інших закладів	Комплексне та індивідуальне харчування, організація активного відпочинку та дозвілля

За даними Всесвітньої туристської організації, сільський зелений туризм є одним із п'яти ключових стратегічних напрямів розвитку туристичної індустрії у світі до 2020 року [7]. У наш час зелений туризм найбільш поширений в Угорщині, Чехії та Великобританії, а також в Іспанії, Італії та Німеччині. Ці, а також деякі інші європейські країни під егідою Ради Європи об'єдналися в Центральну-Східноєвропейську Федерацію з розвитку сільського зеленого туризму.

Аналізуючи досвід зарубіжних країн, можемо виділити такі переваги розвитку зеленого туризму:

- ❖ екологічно орієнтований спосіб життя серед населення (відпочинок у чистих природних зонах, споживання екологічно чистих продуктів тощо);
- ❖ соціально-економічний розвиток сільських територій;
- ❖ збільшення джерел прибутку та кількості робочих місць у сільській місцевості;
- ❖ удосконалення житлового фонду, комунального облаштування територій та сільської інфраструктури;
- ❖ формування стійкої громадської позиції щодо збереження НПС і раціонального природокористування;
- ❖ відновлення етнічних та культурних особливостей (традицій, обрядів, народних промислів);
- ❖ формування культурно-освітнього рівня громадян;
- ❖ удосконалення сфери діяльності обслуговування туристичних послуг у сільській місцевості: транспортування, торгівля, комунально-побутове обслуговування, розваги й організація дозвілля.

Глибокий інтерес викликає досвід європейських сусідів України, в першу чергу – Польщі [8-10].

Особливо активного розвитку сільський туризм набув тут у 1990 ті роки і був спрямований на створення сучасних комфортних умов проживання та відпочинку з метою стимулювання припливу іноземних туристів. Для Польщі, як і для України, найбільш прикметними рисами розвитку сільського туризму та його регіональної нерівномірності є: глибока диференціація природно-географічних умов та економічна нерівномірність розвитку областей, міст і сільських районів; історичне минуле конкретних територій; традиції відпочинку, що склалися протягом останніх десятиріч, та ін. Як специфічна форма діяльності у Польщі сільський туризм отримав назву «господарська гостинність». У Польщі селяни, які бажають розпочати діяльність у сфері сільського туризму, й ті, що вже надають такі послуги відпочивальникам на базі своїх господарств, мають підтримку в тому, що на них не поширюється закон, що регулює господарську (підприємницьку) діяльність та визначення понять підприємця та

підприємства. Тобто вони мають право вести повноцінне господарювання, але при цьому не бути обтяженими зобов'язаннями, які покладаються законодавством на решту підприємців. Таке господарювання має чітке визначення: до послуг сільського туризму слід відносити надання господарями відпочивальникам в оренду кімнат, окремих будинків, місць під розбивку наметів; продаж домашніх страв; можуть надаватись інші послуги, які пов'язані з перебуванням у відповідному господарстві, тобто пов'язані з господарською діяльністю; селянина, який має право надавати послуги по сільського туризму, слід вважати господарем, який займається сільськогосподарською діяльністю самостійно, за власний рахунок і є власником сільського господарства; надання послуг у сільському господарстві означає використання з цією метою земель, будівель та інших засобів цього господарства без зміни їх характеру та порушення їх основної функції – здійснення сільськогосподарського виробництва. Таким чином, конкретне визначення у законодавстві Польщі понять «агротуристичні послуги», «селянин (господар)», «сільське (селянське) господарство» чітко відмежовує діяльність у сфері сільського туризму від інших видів туристичних послуг, які надаються у сільській місцевості і які законодавством віднесені до сфери підприємницької діяльності.

Що ж стосується України, то тут ініціатором сільського туризму виступає Всеукраїнська спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму. Осередки сільського туризму в областях, за підтримки місцевих органів влади та міжнародних інституцій, активно вивчають вітчизняний досвід і адаптують досвід європейських країн щодо організації та законодавчого забезпечення цього напряму туристичної діяльності. Як перші спроби формування правової бази у сфері сільського туризму потрібно визнати затвердження постановою Кабінету Міністрів України від 15.03.2006 р. № 297 «Порядку надання послуг з тимчасового розміщення (проживання)» [8].

В Україні сільське населення України здатне отримувати реальні доходи у сфері сільського туризму від таких видів діяльності, як [11]:

- ❖ облаштування туристичних маршрутів;
- ❖ облаштування й експлуатація стоянок для туристів [12];
- ❖ робота гідом чи екскурсиводом;
- ❖ транспортне обслуговування туристів;
- ❖ егерська діяльність (полювання, аматорське та спортивне рибальство);
- ❖ прокат туристичного спорядження;
- ❖ послуги приймання туристів;
- ❖ кулінарні послуги;
- ❖ підготовка культурних програм;
- ❖ народні промисли;

❖ реалізація туристам ягід та грибів.

Провівши *SWOT*-аналіз, можна зробити висновки, що для подальшого розвитку зеленого туризму в Україні необхідно:

- ❖ удосконалити нормативно-правову базу цього виду діяльності з урахуванням позитивного досвіду сусідніх європейських держав;
- ❖ покращити організаційно-господарський механізм його функціонування та державної підтримки;
- ❖ удосконалити організацію забезпечення малого підприємництва;
- ❖ підвищити дієвість роботи громадських об'єднань малого підприємництва;
- ❖ розвивати систему фінансової підтримки малого підприємництва та кредитування малого підприємництва спеціалізованими банківськими установами, мікрокредитування;
- ❖ надавати інформаційне, консультативне й кадрове забезпечення;
- ❖ організувати пропагандистську роботу, спрямовану на формування сприятливої громадської думки;
- ❖ формування державної політики щодо підтримки малого підприємництва має бути невід'ємною частиною загальнодержавної програми соціально-економічних перетворень в Україні.

Сьогодні розвиток сільського зеленого туризму в Україні обмежують і гальмують такі фактори:

- ❖ стан військової агресії з боку росії;
- ❖ політико-економічна нестабільність у державі;
- ❖ відсутність належного правового забезпечення розвитку сільського зеленого туризму;
- ❖ відсутність механізму раціонального та екологічно збалансованого використання природного та історико-культурного потенціалу для потреб туризму;
- ❖ низький рівень інфраструктури та комунікацій;
- ❖ недостатній рівень кадрового та рекламно-інформаційного забезпечення.

Отже, сільський зелений туризм – це проведення вільного часу в сільському середовищі, якому притаманна відповідна забудова, сільський побут, мальовничий ландшафт тощо. Зелений він тому, що туристичні заняття у вигляді пішохідних і кінних прогулянок, спортивних та оздоровчих подорожей (навіть полювання й рибальство) відбуваються у сільській місцевості серед живої зеленої природи. Сільський туризм – це комплексна багатогранна діяльність, яка охоплює проведення часу на природі, фермі або приватному домогосподарстві, передбачає пішохідні екскурсії, катання на конях, спорт і оздоровлення, полювання й рибальство, оглядові поїздки і тому подібне. Сільський туризм – це форма від-

починку у сільській місцевості в приватній садибі сільського господаря з широкими можливостями використання природного, матеріального і культурного потенціалу регіону. Організатором виступає сільська родина, яка надає власне житло та забезпечує продуктами харчування, виробленими в особистому селянському господарстві.

Загалом сільський туризм [13] є відпочинковим видом туризму, що проводиться в сільській місцевості. Необхідною базою для його розвитку є наявний житловий фонд та місцеві ресурси загального користування (природні, рекреаційні, історико-культурні, соціально-побутові тощо), а також місцеві (тобто притаманні лише окремим сільським територіям чи населеним пунктам) «родзинки», які приваблюють міських жителів. Серед таких «родзинок» (визначних місць, речей тощо) треба назвати унікальні природні ресурси (гірські, приморські та інші курортні території, екологічно чисті річки й озера, природні та біосферні, міжнародні й національні заповідники з наявною флорою і фауною, заповідні й мисливські господарства), археологічні пам'ятки історії, культури та культові споруди, торговельно-розважальні заходи масового характеру, які проводяться протягом кількох днів (щорічні ярмарки у Великих Сорочинцях на Полтавщині, пісенні фестивалі в Боромлі Сумської області), центри виробництва кераміки та традиційних глиняних виробів, вишивання національного одягу, виготовлення жіночих прикрас та сувенірів (с. Опішня Полтавської області, передгірські та гірські сільські населені пункти Прикарпаття і Карпат) тощо.

В останні роки виникла певна спеціалізація сільського туризму. Зокрема, якщо в процесі відпочинку туристи беруть незначну ініціативну участь або знайомляться з особливостями функціонування особистого селянського чи фермерського господарства та використовують вирощену тут аграрну продукцію для потреб харчування, то такий вид сільського туризму отримав назву «агротуризм». Нині послуги традиційного агротуризму в західних регіонах надають лише 15–20% господарств [14]. Іншим різновидом є зелений, або екотуризм, який проводиться безпосередньо в природних і біосферних заповідниках, національних природних парках з метою ознайомлення з унікальною місцевою флорою і фауною та за умови унеможливлення випадків завдання шкоди навколишньому природному середовищу. Сюди ж належить і відпочинок у сільських домогосподарствах та сільськогосподарських підприємствах, які займаються органічним землеробством і вирощують екологічно чисту аграрну продукцію.

Що ж стосується напрямів сільського туризму, то залежно від базової мети, що ставиться туристом, об'єктів його інтересів, способів їх задоволення, а також місцевості, в якій проводиться відпочинок, типу жилих приміщень та їх комфортності тощо, Д. Ф. Крисанов та Л. О. Удова

виокремлюють такі підвиди та притаманні їм різносторонні характеристики, зокрема:

- ❖ активний, пасивний, екстремальний, одиночний, сімейний та колективний туризм;
- ❖ етнографічний, культурологічний, фауністичний, флористичний, ландшафтний;
- ❖ збирання цілющих трав, ягід, грибів, полювання на диких птахів і звірів, рибна ловля, створення гербаріїв;
- ❖ проживання під одним дахом з членами сім'ї господаря, розміщення в окремих будинках (мініготелях);
- ❖ рівень комфортності житла: з комунальними зручностями чи без них; розміри, облаштування і кількість кімнат; наявність побутової, теле- і радіотехніки; забезпеченість меблями, посудом, білизною;
- ❖ оселя електрифікована, газифікована чи опалюється місцевими видами палива, телефонізована, має інтернет-зв'язок і доступ до мобільного зв'язку;
- ❖ розвиненість і спеціалізація особистого селянського чи фермерського господарства (наявність худоби, птиці, бджолосімей, яка вирощується рослинна продукція та ін.);
- ❖ розміщення сільського населеного пункту поблизу транспортних магістралей, природних заповідників, лісів і водойм, в гірській місцевості чи на депресивній території;
- ❖ у населеному пункті функціонують об'єкти сфери соціального обслуговування: медпункт, клуб, магазин, кафе-бар, пошта, – а також рівень його інженерного облаштування;
- ❖ у населеному пункті поряд з сільським господарством функціонують інші види економічної діяльності та ін.

7.2.2. Перспективи кластеризації та диверсифікації сільської туристичної індустрії

Загалом поняття «кластер» (від англ. *cluster* – група) означає групу або сукупність елементів, що характеризується спільними ознаками [15]. Кластер – це географічна концентрація подібних, суміжних або додаткових підприємств з активними каналами для бізнес-транзакцій, комунікацій та діалогу, що поділяють спеціалізовану інфраструктуру, робочі ринки та послуги і мають спільні можливості або загрози. Це також мережа постачальників, виробників, споживачів, елементів промислової інфраструктури, дослідницьких інститутів, взаємозалежних у процесі створення додаткової вартості [16].

У туризмі кластер трактується як система взаємодії туристичних підприємств, що сконцентровані географічно і використовують спільні туристичні ресурси. Кордони туристичного кластеру постійно змінюються, тому що завжди з'являються нові підприємства, розвиваються нові напрямки діяльності, змінюється ринок та умови його функціонування. Кластеризація – це процес концентрації за ознакою територіальної близькості підприємств і споріднених сфер економіки [17].

Зацікавленість більшості країн у створенні кластерів зумовлена насамперед двома причинами: *по-перше*, кластери сприяють прискоренню розвитку бізнесу, а *по-друге*, дають змогу підвищити інтенсивність появи нових підприємств у їх межах. Як свідчить світовий досвід, у тих країнах, де з метою 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.

Світова практика формування і розвитку кластерів дає підстави виділити такі напрями участі уряду в цьому процесі: структурна політика, орієнтована на створення сприятливих і стабільних умов, які б давали змогу підприємствам збільшувати їх конкурентоспроможність та інноваційний потенціал (зокрема зниження податків, реконструкція інфраструктури та ін.); посередницька політика, спрямована на ідентифікацію і стимулювання інноваційної кластеризації шляхом надання стратегічної інформації та задоволення попиту і пропозиції; політика вибагливого споживача (зокрема при оформленні держзамовлень, організації тендерів та ін.) [18].

Інноваційним вирішенням цієї проблеми є створення туристичних кластерів, які характеризуються сконцентрованою на певній території групою взаємопов'язаних підприємств і структур туристичної індустрії та інших пов'язаних з нею галузей (транспорту, зв'язку, охорони здоров'я тощо) та взаємодіють і взаємодоповнюють одна одну, при створенні комплексного туристичного продукту території загалом та продукту сільського зеленого туризму, зокрема. Туристичний кластер – це відносно компактна територія зростання туристської індустрії, що характеризується певною туристською спеціалізацією [19]. Для регіону це, зокрема, культурна та етнографічна привабливість. При цьому особливо важливою є атрактивна (приваблива) складова майбутнього кластера, що відображена у культурній самобутності та менталітеті жителів цього регіону.

Основними перевагами кластерної моделі організації туристичного бізнесу в регіоні є [17]:

- ❖ використання ефекту масштабу, за якого економічна ефективність спільної діяльності об'єднаних у туристичний кластер підприємств

є вищою порівняно з відокремленою діяльністю. Водночас з'являється можливість сформувати «критичну масу», необхідну для вирішення різноманітних організаційно-управлінських питань;

- ❖ розширення доступу до інновацій, що досягається за рахунок зустрічних міжфірмових потоків ідей та інформації;
- ❖ формування локального галузевого ринку праці, що уможливорює обмін працівниками, їх стажування, підвищення кваліфікації;
- ❖ зменшення собівартості послуг за рахунок спільного використання туристичних ресурсів і туристичної інфраструктури, розширення кола постачальників і споживачів туристичних послуг, що конкурують між собою, розвитку кооперування, договірної спеціалізації.

Сучасний стан сільського туризму активно впроваджує комунікативно-інформаційні технології, які значно розширюють можливий спектр потенційних туристів. Такі технології полягають у наступному:

- ❖ принципі адаптивності: полягає у пристосуванні використовуваних комп'ютерних програм до індивідуальних особливостей сільського поселення, яке надає туристичні послуги;
- ❖ можливості корегування туристичних послуг з метою розширення привабливості;
- ❖ інтерактивність і діалогові потреби: забезпечують потенційних туристів необхідною інформацією, а також надають можливість реалізувати своєчасні «відгуки» й налагоджувати діалоги;
- ❖ надають можливість заздалегідь здійснювати оптимальне поєднання індивідуальних і групових потреб туристів;
- ❖ забезпечують під час спілкування з туристами, які характеризуються звичкою комп'ютерного спілкування, психологічного комп'ютерного комфорту;
- ❖ значно збільшує поширення відповідної туристичної інформації.

Загалом інформаційно-комунікаційні технології (ІКТ) – це сукупність методів, виробничих процесів і програмно-технічних засобів, інтегрованих з метою збирання, обробки, зберігання, розповсюдження, демонстрації та використання даних в інтересах їх користувачів у цьому випадку туристів. Отже, такі технології сприяють значному розширенню інформації про певні туристичні об'єкти загалом і сільського туризму зокрема. Орієнтоване на інформатизоване суспільство і є часткою глобального соціального процесу, особливість якого полягає в тому, що домінуючим видом діяльності у сфері суспільного виробництва є збирання, нагромадження, продукування, оброблення, зберігання, передавання та використання інформації. Ці процеси здійснюються на основі сучасних засобів комп'ютерної техніки, а також на базі різноманітних засобів інформаційного обміну. Інформатизація суспільства, як наголошується в сучасній літературі, забезпечує:

- ❖ активне використання інтелектуального потенціалу, що постійно розширюється, сконцентрованого в друкованому фонді, науковому, виробничому та іншому видах діяльності його членів;
- ❖ інтеграцію інформаційних технологій з науковим, виробничим, ініціюючим розвитком усіх сфер сільської туристичної індустрії, інтелектуалізацію загальної туристичної діяльності;
- ❖ високий рівень інформаційного обслуговування, доступність будь-якого потенційного туризму до джерел достовірної інформації, візуалізацію представленої інформації, правдивість використаних даних. Інформатизація потенційних туристів пов'язана, насамперед, з розвитком комп'ютерної техніки, різноманітного програмного забезпечення, глобальних мереж (інтернет), мультимедійних технологій.

Нові інформаційні технології у сфері розвитку й функціонування сільського туризму ґрунтуються на наявності всесвітньої мережі Інтернет, таких її сервісів як електронна пошта й телекомунікації, що значно розширюють можливості. Жива комунікація невід'ємна від інформаційних технологій, тому на сучасному етапі розвитку технічних і програмних засобів інформаційні технології називають інформаційно-комунікаційними. У цих комунікаціях комп'ютер посідає чільне місце. Він забезпечує комфортну, індивідуальну, різноманітну, високоінтелектуальну взаємодію об'єктів комунікації. Так, лише одна мережа *Facebook* налічує більше 1 мільярда активних користувачів, електронна пошта *Gmail* – 2,2 млрд населення, аудиторія *Twitter* нараховує близько 300 млн користувачів. Загалом кількість користувачів Інтернету налічує 3,4 мільярди, що складає майже 45% населення усього світу. В Україні аудиторія Інтернету становить близько 20 мільйонів осіб. Динаміка цього руху передбачає 100% охоплення людських ресурсів комунікативними сервісами.

Поєднуючи інформаційні та комунікаційні технології, проєктуючи їх на практику сільського туризму, необхідно зазначити, що основним завданням, яке стоїть перед їх впровадженням, є адаптація людей до життя в інформаційному суспільстві. По-перше, впровадження ІКТ у сучасну сільську туристичну індустрію суттєво прискорює передавання інформації і накопиченого технологічного та соціального досвіду сучасного туризму не лише від тих, що вже мали відповідну практику, а й від однієї людини до іншої для отримання відповідної інформації. По-друге, сучасні ІКТ, підвищуючи якість туристичної інформації й дотичних культурних, історичних тощо аспектів, що дають змогу потенційним туристам успішніше й швидше адаптуватися до майбутнього середовища сільського туризму, до відповідних життєвих змін. Це дає кожному потенційному туристу можливість одержувати необхідні знання як сьогодні, так і в постіндустріальному суспільстві загалом. По-третє, активне й ефективне впровадження цих

технологій у сільський туризм є важливим чинником створення нової туристичної системи, що відповідає вимогам ІС і процесу модернізації традиційної системи туризму в світлі вимог постіндустріального суспільства.

Отже, сільський зелений туризм містить комунікативно-інформаційний аспект, який, сприяючи розширенню кола спілкування, формування та розвитку соціально-культурних зв'язків, обміну досвідом, відродженню промислів і традицій українського народу, формуванню бережливого ставлення до використання природно-рекреаційних ресурсів тощо, характеризується новітніми тенденціями розвитку, які відповідають запитам сучасного інформаційного суспільства [20].

Сільський туризм як і загалом туристична індустрія характеризується явищем диверсифікації, яка полягає у розширенні сфер діяльності, номенклатури продукції виробництва, створенні на основі виробничого об'єднання багатогалузевих комплексів, ландшафтно-екологічного різноманіття, природних і соціальних функції сучасних ландшафтів (зокрема сільських). Так, різноманіття складників соціальних і природних систем розуміється як результат просторової диверсифікації процесів у названих системах з екологічним, соціальним та культурним вимірами [21].

Вважають, що диверсифікація туристичної діяльності є необхідною умовою розвитку туризму на перспективу. Сільський зелений туризм – це не лише споглядання мальовничих пейзажів. Мешканці великих міст їдуть на село, щоб відпочити від цивілізації та навчитися різноманітних ремесел, адже господарі часто пропонують майстер-класи з гончарства, бджолярства, полювання, лозоплетіння тощо. Цей вид туризму представляє національний колорит, який міг би стати приманкою для закордонних відпочивальників, але іноземна клієнтура становить поки що не більше ніж 20%, адже якість послуг в Україні значно нижча від європейської [22].

Загалом формування сільського зеленого туризму характеризується широким залученням особистих селянських господарств до надання ними послуг з проживання та харчування. Водночас цей процес набуває сталого й організованого характеру і все більше здійснюється на базі агроосель, що утворилися з числа найбільш результативних в економічному аспекті особистих селянських господарств.

Поняття «агрооселя» сприймають як форму житла, призначену для рекреаційної діяльності при агротуризмі. Загалом, це житлове приміщення, що розташоване 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.

Так, часто у європейських країнах сільський туризм ототожнюють з діяльністю агроосель як форми житла, призначеної для рекреаційної діяльності при агротуризмі. Сам термін «агрооселя», як і вищенаведене визначення, був запропонований діячами неприбуткової громадської організації «Спілка сприяння сільському туризму в Україні» [23]. Необхідність введення цього визначення зумовлюється потребами закріплення в законодавстві України пільг для власників невеликих осель, що надають туристичні послуги, з можливістю застосування пільг, на відміну від приватних мініготелів [24].

Прикладом агрооселі може бути агрооселя пана Івана Пономаренка, яка розташована у затишному закутку Брюхович Львівської області. Двоповерховий будиночок цього бравого чоловіка із пишними запорізькими вусами (недарма він належить до одного із січових куренів українського козацтва) випромінює дух архаїчності та столітньої традиції літниськового руху на українських теренах. Сама ж агрооселя дуже нагадує інтер'єр етнографічного музею. Дерев'яні сходи та м'які перини. Старовинні годинники та вишивки довоєнного зразка. Затишні спальні франкової доби. Портрети козацьких отаманів та чайки «Пресвята Покрова». Справді, для шанувальників архаїчності та затишку кращого місця для відпочинку, ніж брюховицька агрооселя Івана Пономаренка годі й знайти...

Технологічні основи надання послуг сільського зеленого туризму – це певний уніфікований стандартний пакет послуг, яким має надію скористатися турист під час перебування на відпочинку в агрооселі. Загалом, перелік цих послуг і їх якість можуть бути доволі різноманітними. Однак, стандартний набір головних послуг (нічліжна, гастрономічна, гігієнічна тощо) завжди повинні надаватися у певній послідовності. Ця послідовність затрат часу й зусиль на обслуговування одного гостя отримала назву «гостьовий цикл».

Гостьовий цикл сільського зеленого туризму – це процес рекреаційного обслуговування гостя від часу його прибуття в агрооселю до остаточного виїзду з неї. На сьогодні вважають, що гостьовий цикл сервісного обслуговування гостя агрооселі складається з тісно пов'язаних між собою окремих блоків взаємодії між господарем оселі та його гостем. Для чіткішого усвідомлення господарем послідовності його дій під час відвідин оселі туристом відображають гостьовий цикл їхньої взаємодії у формі технологічної схеми. Вона складається з дев'яти основних послідовних технологічних фаз обслуговування [18].

Технологічний алгоритм гостьового циклу сільського зеленого туризму (I-IX)

I. Реєстрація попереднього замовлення і здійснення запису бронювання у календарному журналі обліку гостей.

1.1. Перша фаза гостьового циклу розпочинається ще задовго до прибуття гостей в агрооселю. У сучасній індустрії гостинності гостьовий цикл відраховується з моменту першого спілкування власника агрооселі з потенційним клієнтом щодо можливості попереднього замовлення його послуг. Зазвичай, ініціатором такого спілкування є:

а) сам гість;

б) агент з продажу туристичної фірми-посередника між потенційним клієнтом та власником агрооселі;

в) оператори комп'ютерних комунікацій глобальної мережі Інтернет – глобальні й національні портали *online* бронювання послуг агротуризму, промоційнозбутові вебсайти національних спілок сільського зеленого туризму, їхніх регіональних осередків чи сайти місцевих об'єднань власників агроосель.

Проте у випадку, якщо у власника сформувався певне визначене коло постійних клієнтів, коректною з його боку є спроба першим ненав'язливо нагадувати про свій сервіс, ділитися з постійними клієнтами останніми новинами й запрошувати на відпочинок, скажімо, на початок грибного чи мисливського сезону, збору лікарських трав, отримання першого літнього квіткового (липового, гречаного) меду, заготівлі лісових чи садових ягід та плодів, урочистих релігійних святкувань тощо.

Попереднє спілкування, здебільшого, завершується необхідною стартовою передумовою офіційного початку гостьового циклу – внесенням господарем заявки клієнта у свій особистий журнал календарного бронювання відпочинкових номерів агрооселі.

Отже, власник агрооселі повинен вести календарний журнал бронювання та обліку клієнтів. Цей журнал потрібен для раціонального розподілу в часі затрат зусиль і ресурсів на створення турпродукту, прогнозування і планування обсягів гостьової завантаженості агрооселі, руху готівкових коштів тощо.

У випадку, якщо попит перевищує пропозицію, власникові агрооселі доцільно передбачити передоплату при здійсненні бронювання місць. Така передоплата є гарантією заповнюваності нічліжного фонду агросадиби у відповідний період. В умовах невисокого попиту вимагати передоплату необов'язково, оскільки це певною мірою психологічно ускладнює процес спілкування та замовлення послуг. З метою розкріпачення права споживача на вільний вибір доречно практикувати таку схему – «приїдете, побачите, якщо Вам у нас сподобається, – оплачуєте й поселяєтесь. Якщо ж ні, ми порекомендуємо Вам кращі агрооселі наших сусідів».

1.2. Перша фаза гостьового циклу завершується узгодженням між сторонами всіх основних аспектів майбутнього перебування в агрооселі, рівня та вартості сервісу.

Ініційоване господарем телефонне підтвердження факту бронювання місць напередодні прибуття гостей і пропозиція-прийом попередніх замовлень щодо організації їх трансферу та зустрічного частування.

II. Друга фаза гостьового циклу сільського зеленого туризму пов'язана з остаточною підготовкою агрооселі до приймання гостей. Напередодні їх приїзду господареві доцільно ще раз по телефону підтвердити факт їхнього заїзду, оскільки різні обставини приватного характеру можуть затримати виїзд гостей на один чи кілька днів.

2.1. Відтак, варто особливо ретельно приготуватися до зустрічі гостей. Адже в їхній пам'яті, як стверджують психологи, найяскравіше відображається перше враження від агрооселі та епізод проведів гостей (якщо така традиція практикується). Зрозуміло, що в переддень заселення відбувається санітарне прибирання гостьових кімнат й обійстя.

Важливою складовою гостьового сервісу сільського зеленого туризму є прагнення господаря вже з першої хвилини чимось приємно здивувати й потішити гостей. Вони це обов'язково запам'ятають і згодом з вдячністю згадуватимуть й переповідатимуть своїм друзям і знайомим. Саме завдяки таким приємним сюрпризам господар агрооселі здобуває собі постійних клієнтів і розширює їхнє коло за рахунок знайомих колег цих клієнтів.

Скажімо, на воротах агросадиби сім'ю можуть зустрічати загальними мелодіями троїсті музики й розігрувати театралізований обряд зустрічного чаркування господаря з головою гостьової родини. Втім, сюрпризи можуть бути й набагато скромнішими – стомленим дорогою гостям можна просто накрити вітальний стіл та підготувати лазню. Це одразу налаштує їх на атмосферу безпосередньої домашньої (майже родинної) приязні.

2.2. Зустріч гостей на вокзалі й трансфер в агрооселю (за відсутності у них власного автотранспорту) або зустріч на в'їзді в населений пункт й супровід гостей до агросадиби (з метою уникнення негативних емоцій прибулих унаслідок клопітких пошуків місця відпочинку в незнайомому для них населеному пункті).

III. Третя фаза гостьового циклу полягає в організації трансферу – тобто зустрічі й довозення гостей з вокзалу в агрооселю. Це дуже важливий елемент сервісу, оскільки від того, з яким настроєм гість потрапляє в агрооселю, залежить його подальше сприйняття відпочинку та розваг.

Господарю агрооселі варто пам'ятати важливу аксіому гостьового бізнесу: надто втомлений чи роздратований гість – це втрачені кошти за невикористані ним додаткові послуги.

Тож навіть якщо гості прибувають власним транспортом, господареві треба подбати, щоб був забезпечений доїзд без жодних ускладнень (враховувати незнання ними місцевості).

І ще одне правило сільського зеленого сервісу – якщо є така можливість (і попереднє бажання гостей), трансфер повинен виконувати додаткову важливу анімаційну функцію. Враження від відпочинку в селі будуть повнішими, якщо вже на вокзалі гостей зустрінуть запряжені парою баских коней сани, встелені пахучою соломою (взимку), чи традиційний чумацький віз, декорований кількома опецькуватими гарбузами й квітами соняшника (влітку).

IV. Поселення гостей і забезпечення їхніх гігієнічних потреб (душ, лазня, сауна).

4.1. Четверта фаза гостьового циклу полягає в організації поселення гостей. Цю технологічну фазу господарю треба продумати так, щоб вона відбувалася на рівні загальноприйнятних готельних стандартів якості, однак відрізнялася від них якомога більшим сільським колоритом. З цією метою можна давати гостям у користування вишиті рушники, колоритне домашнє взуття, легкі домашні довгополі сорочки після душу чи лазні, а у подушки – ароматичні сушені трави тощо.

У цій фазі здійснюється попередня оплата за проживання й наперед зумовлені супутні послуги.

4.2. Вітальне частування гостей (ознакою високого рівня гостинності є привнесення елемента приємної несподіванки; скажімо, коли вартість бенкету й набір страв у 1,5 – 2,0 рази переважають попередньо замовлені сподівання гостей, проте калькуюються за попередньо узгодженим тарифом. Це підкреслює особливо гречне й люб'язне ставлення господаря саме до цих гостей).

V. П'ята фаза гостьового циклу – одна з найвідповідальніших для господаря агрооселі. Вона полягає в організації гречної зустріч-частування гостей. Від того наскільки вдало відбудеться налагодження психологічного контакту між гостями й газдами залежить наскільки охоче гості надалі спілкуватимуться з сільською родиною, наскільки комфортно та «по-домашньому» почуватимуться та, зрештою, чи захочуть ще раз приїхати до таких газдів.

5.1. Отже, ця фаза відіграє триєдино важливі гастрономічну, адаптаційну та комунікаційну функції. Що швидше гостям стане комфортно та затишно в агрооселі, то більші шанси на те, що ці зворушені вдячні відвідувачі стануть постійними клієнтами такої агрооселі, тобто надійним джерелом прибутків для її господаря.

5.2. Ініційовані господарем пропозиції щодо організації туристичної й анімаційно-дозвільної програми занять під час відпочинку

VI. Шоста фаза гостьового циклу відіграє рекламно-інформаційну функцію. Вона зводиться до інформування гостей про потенційні можливості господарства щодо організації їхнього дозвілля. На цьому етапі

господареві важливо виявити смаки й уподобання його гостей, їхні мрії, сподівання та побажання.

6.1. Вмілий організатор і співрозмовник здатен залучити своїх гостей навіть до посильної фізичної праці у своєму присадибному господарстві. Важливо розкрити гостям принади відвідин тих чи інших урочищ, романтику тієї чи іншої роботи тощо. Кінні прогулянки, нічний випас коней на оболоні за річкою, досвітнє рибальство, зустріч сонця, заготівля власноруч у саду яблук, груш, слив, а в лісі – грибів, суниць, малини, лікарських трав – цими принадами агротуриста здатен привабити кожен пересічний господар агрооселі.

6.2. Забезпечення тих чи інших запитів гостей щодо їх повноцінного та різнобічного дозвілля.

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

7.1. Анімаційна складова відпочинку на селі – це одна з чільних конкурентних переваг сільського зеленого туризму перед іншими видами туризму. Відпочинок у сільській оселі, в ідеалі, має бути насичений не менш розмаїтою анімаційною програмою, ніж відпочинок у курортному будинку відпочинку чи санаторії. Але якісно вирізняти анімаційну програму сільського зеленого туризму має вражаюча етнографічна автентичність.

Український народ володіє багатючими й колоритними традиціями народних святкувань релігійно-обрядового календарного циклу. І хранителями цих священних традицій є, насамперед, українські селяни. Тож залучати до цих святкових обрядодійств туристів з міст – чи не головна місія організаторів сільського зеленого туризму.

7.2. Організація прощального частування (як ще одного приємного сюрпризу для гостей, що не включатиметься в калькуляцію вартості їхнього відпочинку в агрооселі), під час якого коректно здійснити остаточний розрахунок з гостем за надані йому основні та додаткові послуги.

VIII. Восьма фаза гостьового циклу зводиться до організації «родинного» прощання з гостями. Перефразовуючи народну приказку, треба наголосити на такій аксіомі гостьового бізнесу: щиро й гречно розпрощаєшся з відвідувачами – невдовзі знову очікуй їх у гості. З іншого боку, байдужість власників оселі до клопотів своїх клієнтів, пов'язаних з виїздом чи навіть показне прагнення якнайскоріше їх спекатися (бо ж очікується заїзд нових клієнтів), здебільшого обертається для таких власників агрооселі образою з боку гостей і втратою цих клієнтів назавжди.

8.1. У готелі подібні клопоти входять у коло посадових обов'язків консьержа, а в агрооселі ними повинні опікуватися особисто господарі. Передоручення піклування про гостей – прояв неповаги до гостей.

Атмосфера домашнього затишку й сентиментальний жаль від прощання з сільською оселею та її задушевними господарями надовго залишаться у пам'яті туристів за умови організації традиційних для української культури провідів-частування гостей перед далекою зворотною дорогою додому. Додаткові затрати господарів на організацію такого частування – це своєрідні інвестиції в майбутнє свого бізнесу, адже згодом вони окупляться фінансово під час чергового візиту цих же клієнтів чи, можливо, відвідин їхніх знайомих, приваблених захопленими розповідями друзів про високий рівень сервісу.

8.2. «Родинні» проводи від'їжджаючих гостей із несподіваними для них невеликими традиційними сільськими подарунками (щойно випечений домашній хліб, кружальце сиру або в'язка сушених грибів, груш чи лікарських трав, кілька баночок з продуктами домашньої консервації абощо). Або, за відсутності у гостей власного авто, організація їх трансферу на вокзал.

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

Перед зворотним трансфером на вокзал господар агрооселі має особисто подбати про те, щоб на руках у від'їжджаючих були заздалегідь придбані квитки на потяг чи автобус міжміського сполучення.

Відповідно до прогнозів експертів, сільський туризм має значні перспективи подальшого розвитку в європейських країнах як важливий інструмент економічного відродження сільських регіонів. Ще більшими потенційними можливостями щодо розвитку сільського туризму володіє Україна. До головних чинників, які спонукають активізацію його розвитку, виправдано відносять:

- ❖ значні складнощі із забезпеченням постійною роботою сільського населення, яке вважається зайнятим в особистому селянському господарстві;
- ❖ відсутність у багатьох випадках можливостей реалізації вирощеної в особистому селянському господарстві сільськогосподарської продукції;
- ❖ низький рівень доходів сільських жителів і пошуки ними можливостей для їх збільшення;

- ❖ підвищення доходів міських жителів і розширення їх можливостей щодо задоволення потреб в оздоровленні, комфортному відпочинку, туризмі, включно з сільським;
- ❖ посилення відповідальності держави перед суспільством за створення необхідних умов для забезпечення сталого і всебічного розвитку сільських територій, формування сучасних умов життя в сільських населених пунктах.

За окремими оцінками співробітників Державної служби туризму і курортів, в Україні нараховується близько 2 тис. агроосель, що зайняті прийомом сільських туристів. Однак, за оцінками Співки сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні, – 1 тис., до того ж 320 з них – лише в Івано-Франківській області [13]. За статистикою, в сільській місцевості України функціонує близького одного мільйона садиб [24], які потенційно можуть бути використані для потреб сільського туризму. Беручи до уваги, що одночасно не всі потенційні будинки можуть бути включені до сфери сільського туризму (більшість з них вимагає косметичного і середнього ремонту), разом з тим необхідно визнати наступне. Потенційні можливості для розширення сільського туризму в Україні використовуються значно менше ніж на один відсоток, а отже, цей сектор туристичної діяльності, за незначними винятками, перебуває у зародковому стані і його розвиток обтяжується низкою об'єктивних перешкод і чинників суб'єктивного характеру, відсутністю активного впливу держави на цей специфічний сектор вітчизняного туризму, підприємництва і зайнятості сільського населення як однієї із підойм забезпечення сталого розвитку сільських територій. До найбільш прикметних чинників і перешкод, що гальмують розвиток сільського туризму, потрібно віднести [14]:

- ❖ незавершеність формування законодавчої нормативної бази розвитку сільського туризму, відсутність чіткої позиції держави щодо зайнятості у ньому сільського населення (підприємницька діяльність, підсобна діяльність, самозайнятність), а також механізмів його організаційно-економічної підтримки;

- ❖ відсутність нормативних і регуляторних документів, пов'язаних із захистом сільських туристів (страхування, безпека і медичне обслуговування, стандарти на туристичні послуги, захист прав споживачів), а також із унормуванням відносин між надавачами і споживачами туристичного продукту, його якості тощо;

- ❖ надзвичайно млява промоція (популяризація, просування) вітчизняного сільського туристичного продукту на українському ринку туристичних послуг, обмеженість об'єктивної й достовірної інформації щодо специфіки і переваг відпочинку в сільській місцевості, позитивного ту-

ристичного іміджу сільських регіонів і населених пунктів із привабливими умовами для розміщення сільських туристів;

❖ відсутність, за незначними винятками [25], регіональних (обласних, районних) програм розвитку сільського туризму на оглядову перспективу, формування відповідної туристичної інфраструктури, вивчення та оцінювання з позицій перспективного розвитку сільського туризму, сільських територій і населених пунктів, які до цього часу не використовують наявні рекреаційно-туристичні ресурси;

❖ нерозробленість системи заходів для залучення до семінарів, тренінгів та інших форм навчання власників агротуристичних осель з метою їх ознайомлення з сучасними технологіями промоції і прийому сільських туристів, інженерного облаштування та дизайну засобів їх розміщення, культурно-побутового і рекреаційно-екскурсійного обслуговування тощо.



Література

1. Биркович В. І. Сільський зелений туризм – пріоритет розвитку туристичної галузі України. Стратегічні пріоритети. Науково-аналітичний щоквартальний збірник. 2008. № 1 (6). С. 138–143.
2. Дарчук В.Г. Формування стратегічних основ розвитку сільського (зеленого) туризму в Україні: автореф. дис. ... канд. екон. наук: спец. 08.00.03. Донецьк, 2014. 21 с.
3. Малік М. Й. Сільський аграрний туризм як чинник розвитку сільських територій України. Економіка АПК : Міжнародний науково-виробничий журнал. 2012. № 5. С. 110- 115.
4. Рада планує визначити поняття сільського зеленого туризму [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://surl.li/jxlos>
5. Перспективи розвитку сільського зеленого туризму в Україні. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://vechervkarpatah.at.ua/publ/>.
6. Шульгіна Л.М., Бондар. А.І. Аналіз еко-орієнтованих видів туризму: їх відмінні та спільні риси. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2010. №1. С.161-168. [Електронний ресурс]. Режим доступу: URL: <http://surl.li/jxlqj>
7. Всесвітня туристична організація: офіційний сайт. [Електронний ресурс]. Режим доступу: URL <http://www.unwto.org>.
8. Європейський досвід організації сільського зеленого туризму. [Електронний ресурс]. Режим доступу: URL: <http://surl.li/jxlkd>.
9. Rola Polskiej Federacji Turystyki Wiejskiej "Gospodarstwa Goscinne " w rozwoju turystyki wiejskiej. [Електронний ресурс]. Режим доступу: www.agroturystyka.pl.
10. Urzykowska Lessnau Anna. Działania i osiągnięcia Polskiej federacji turystyki wiejskiej "Gospodarstwa goscinne" na terenie Wojewodztwa Pomorskiego. [Електронний ресурс]. Режим доступу: www.agroturystyka.pl.
11. Vechervkarpatah. “Prospects of development of rural green tourism in Ukraine”. 2018. [Електронний ресурс]. Режим доступу: URL: <http://vechervkarpatah.at.ua/publ/>.
12. Цимбалюк С.Я., Морозова І.В. Сільський туризм. Екологічні науки № 1(24). Т. 1. 2011. Науково-практичний журнал. С. 38-49.
13. Про сільський зелений туризм та досвід Прикарпаття, [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://surl.li/jxlog>
14. Гості приносять добробут і спонукають навести лад у господарях. Урядовий кур'єр. 2009. 4 серпня. С. 7.

15. Стеченко Д.М., Чмир О.С. *Методологія наукових досліджень*. Київ: Знання. 2005 р. 309 с.
16. Семенова Г.А., Богма О.С. Національний кластер - новий шлях для прискорення економічного та інноваційного зростання України. *Вісник економічної науки України*. №1(9). 2006. С. 127-133.
17. Тимчишин-Чемерис Ю.В. Туристичний кластер – форма розвитку та успіху туристичної діяльності регіону. *Вісник аграрної науки Причорномор'я*. 2015. Вип.4. С.44-57.
18. Мальська М.П., Рутинський М.Й., Білоус С.В., Мандюк Н.Л. *Економіка туризму: теорія та практика: підручник*. К.: Центр учбової літератури, 2014. 544 с.
19. Костирко І.Г. Кластерний підхід в розвитку сільського зеленого туризму. *Інноваційна економіка*. 2015. № 4 (59). С. 159 - 163.
20. Ісаєнко В.М. Забезпечення якості продукції та послуг в агротуризмі. Проблеми раціонального використання соціально-економічного та природно-ресурсного потенціалу регіону: фінансова політика та інвестиції. 2017. Вип. 19, № 1. С. 247 - 252.
21. Шищенко П. Глобалізація і диверсифікація геопростору: теоретико-методичні і конструктивно-географічні аспекти. Сучасні проблеми і тенденції розвитку географічної науки: Матер. міжнар. конф. до 120-річчя географії у Львівському ун-ті (24-26 вересня 2003 р.). Львів: Видав. центр ЛНУ імені Івана Франка, 2003. С. 37-38.
22. Петлін І.В. Перспективи розвитку сільського зеленого туризму в Західному регіоні України. *Вісник Львівського інституту економіки та туризму*. 2008. № 3. С. 210–213.
23. Пінчук Т.А. Агротуризм як форма підприємництва у сільській місцевості. *Науковий вісник Ужгородського університету. Збірник наукових праць*. 2009 р. Вип.28, ч.3. С.49-53. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://surl.li/gqbwm>.
24. Мельниченко С.В. Розвиток сільського туризму як джерела отримання додаткових доходів особистих селянських господарств в Україні. Матер. І всеукр. міждисц. конф. "Бар'єри та можливості розвитку малого та середнього бізнесу в Україні" (Київ, 14—15 лют. 2005 р.). [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.management.org.ua/conference/>.
25. Обласна програма розвитку сільського, зеленого туризму на 2007-2010 роки. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.if.gov.ua/modules.php?name>.



DOI: <https://doi.org/10.32782/978-966-2384-21-5-16>

7.3. Данчевська І.Р.

Територіальна локалізація релігійних святинь сільських територій України

Сакральна культура України має віковічну спадщину. Україна відзначається багатонаціональним характером культури і віри свого населення. Українське церковне мистецтво завжди прагнуло власної національної самоідентифікації: від архітектурного образу до внутрішнього оздоблення церков. Різні етноси, які приходили й відходили, залишали по собі сліди – архітектуру, храми, цвинтарі.

На жаль, протягом усієї історії України релігійна культура та церковна архітектура неодноразово руйнувалися і знищувалися. Багато релігійних пам'яток було знищено і пошкоджено під час правління різних