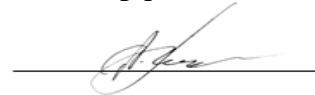


Харківський національний університет ім. В.Н. Каразіна
Факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу
Кафедра туристичного бізнесу та країнознавства

ДО ЗАХИСТУ
завідувач кафедри
туристичного бізнесу та
країнознавства
доц. Парфіненко А.Ю.



Кваліфікаційна магістерська робота

на тему: «Імплементация принципів Європейського «зеленого
курсу» в туристичну галузь України»

Виконав: студентка 6 курсу, групи УТз-61
Спеціальності 242 «Туризм»

Вілічко Аліна Олегівна



(прізвище та ініціали)

Керівник: к.е.н., доц. Гапоненко Г.І.



(прізвище та ініціали)

Рецензент: к.е.н., доц. Шуба М.В.



(прізвище та ініціали)

Підсумкова оцінка:

за національною шкалою: _____

кількість балів: _____

Голова Екзаменаційної комісії


(підпис)

Покоłodна М.М.

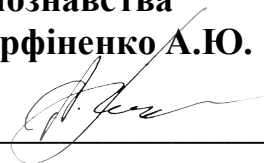
(прізвище та ініціали)

Харків – 2023 року

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

Факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу
Кафедра туристичного бізнесу та країнознавства
Рівень вищої освіти (освітньо-кваліфікаційний рівень) другий
(магістерський)
Напрямок підготовки
Спеціальність 242 «Туризм»

ЗАТВЕРДЖУЮ
завідувач кафедри
туристичного бізнесу
та країнознавства
Доц. Парфіненко А.Ю.



“ 06 ” грудня 2023 року

З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ МАГІСТЕРСЬКУ РОБОТУ (ПРОЕКТ)

Вілічко Аліни Олегівни

(прізвище, ім'я, по батькові студента)

1. Тема роботи «Імплементация принципів Європейського «зеленого курсу» в туристичну галузь України»

керівник роботи Гапоненко Ганна Ігорівна, к.е.н., доц.

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом по університету від 07.08.2023 р. № 4002 – 5/1676

2. Строк подання студентом роботи 20.11.2023 р.

3. Перелік питань, які потрібно розробити:

Вивчити теоретичні основи та принципи «Зеленого курсу» ЄС, охарактеризувати роль туристичної галузі в реалізації сталого розвитку економіки країни в межах «Зеленого курсу» ЄС, дослідити підґрунтя сталості розвитку туризму України та місце в ній сільського зеленого туризму, виявити тенденції розвитку вітчизняного ринку послуг сільського зеленого

туризму, провести маркетингове дослідження портрету споживачів послуг сільського зеленого туризму в Україні, обґрунтувати перспективи комплексного просування послуг сільського зеленого туризму; - створити проєкт плану відновлення сільського зеленого туризму України на засадах Європейського «Зеленого курсу».

4. План роботи

№ з/п	Назви етапів роботи
1	Розділ 1. Теоретичні обґрунтування можливості впровадження «Зеленого курсу» ЄС в туристичну галузь України
2	Розділ 2. Дослідження ринку послуг сільського зеленого туризму в контексті відповідності принципам «Зеленого курсу» ЄС
3	Розділ 3. Імплементация принципів Європейського «Зеленого курсу» в туристичну галузь України

5. Дата видачі завдання 3.09.2023 р.

Студент



підпис

А. О. Вілічко

ініціали, прізвище

Керівник роботи



підпис

Г. І. Гапоненко

ініціали, прізвище

АНОТАЦІЯ

Вілічко А. О. Імплементация принципів Європейського «зеленого курсу» в туристичну галузь України

Робота присвячена дослідженню роль туристичної галузі в реалізації сталого розвитку економіки країни в межах «Зеленого курсу» ЄС. Показано підґрунтя сталості розвитку туризму України та місце в ній сільського зеленого туризму. В наш час вивчення туристичного ринку послуг саме сільського зеленого туризму є необхідною умовою для ефективного функціонування туристських організацій, які у свою чергу реалізують даний тип відпочинку. В роботі проаналізовано сучасний стан та тенденції розвитку сільського зеленого туризму в Україні, показано ресурсний потенціал і стратегії ефективного використання інструментів просування для розвитку туризму на сільських територіях України, що є досить актуальним в контексті імплементації європейського законодавства щодо «Зеленого курсу», запропоновано власний проект розвитку сільського зеленого туризму на принципах принципів Європейського «зеленого курсу» в туристичну галузь України.

ANNOTATION

Vilichko A. O. Implementation of the principles of the European "green course" in the tourism industry of Ukraine

The work is devoted to rural green tourism, which is gaining rapid popularity, thus occupying a strong position in the market of tourist services. As the experience of European countries shows, this type of tourism is one of the most promising types of tourism, due to the positive impact on the development of territories and high income. To date, the study of the tourism market for rural green tourism services is a necessary condition for the effective functioning of tourism organizations, which in turn implement this type of recreation. The paper analyzes the current state and trends of rural green tourism in Ukraine, examines the analysis of sources of resource potential and strategies for effective use of promotion tools for tourism development in rural areas of Ukraine, which is very relevant in the context of European legislation on the Green Course, an own project for the development of rural green tourism based on the principles of the European "green course" was proposed for the tourism industry of Ukraine.

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ МОЖЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ «ЗЕЛЕНОГО КУРСУ» ЄС В ТУРИСТИЧНУ ГАЛУЗЬ УКРАЇНИ	5
1.1. Теоретичні основи та принципи «Зеленого курсу» ЄС	5
1.2. Роль туристичної галузі в реалізації сталого розвитку економіки країни в межах «Зеленого курсу» ЄС	7
1.3. Сталість розвитку туризму України та місце в ній сільського зеленого туризму	12
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ ПОСЛУГ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В КОНТЕКСТІ ВІДПОВІДНОСТІ ПРИНЦИПАМ «ЗЕЛЕНОГО КУРСУ» ЄС	17
2.1. Тенденції розвитку вітчизняного ринку послуг сільського зеленого туризму	17
2.2. Дослідження портрету споживачів послуг сільського зеленого туризму в Україні	29
2.3. Виклики Європейського зеленого курсу для туристичної галузі України	38
РОЗДІЛ 3. ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ ПРИНЦИПІВ ЄВРОПЕЙСЬКОГО «ЗЕЛЕНОГО КУРСУ» В ТУРИСТИЧНУ ГАЛУЗЬ УКРАЇНИ	50
3.1. Перспективи розвитку сільського зеленого туризму в контексті впровадження Європейського «Зеленого курсу»	50
3.2. Проєкт плану відновлення сільського зеленого туризму України на заасадах Європейського «Зеленого курсу»	58
ВИСНОВКИ	66
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	70

ВСТУП

Актуальність теми. В сучасних умовах, сільський зелений туризм набирає стрімку популярність, тим самим займаючи міцні позиції на ринку туристичних послуг. Як показує досвід країн Європи, даний вид туризму один з найбільш перспективних видів туризму, завдяки позитивному впливу на розвиток територій і високий дохід. На сьогоднішній день дослідження туристичного ринку послуг саме сільського зеленого туризму є необхідною умовою для ефективного функціонування туристських організацій, які у свою чергу реалізують даний тип відпочинку. Для цього туристським підприємствам необхідно створювати спеціальні структури, які включають в себе фахівців, обладнання та технології для збору корисної інформації, її сортування, систематизації, аналізу та оцінки, тобто для проведення маркетингових досліджень. Таким чином, проведення досліджень з аналізом джерел ресурсного потенціалу і стратегій ефективного використання інструментів просування для розвитку туризму на сільських територіях України є досить актуальним в контексті імплементації європейського законодавства щодо «Зеленого курсу».

Ступінь вивченості проблеми: Дослідженню ринку послуг сільського зеленого туризму присвячені роботи Гапоненко Г.І., Зінько Ю.В., Кудінової І.П., Кудлої Н.Є., Парфіненка А.Ю. Рутинського Н.Й., Шамари І.М. та інших.

Об'єктом дослідження є вивчення ринку туристичних послуг України.

Предметом дослідження є ринок послуг сільського зеленого туризму в контексті відповідності принципам «зеленого курсу» ЄС.

Метою дослідження є обґрунтування можливості впровадження «Зеленого курсу» ЄС в туристичну галузь України на прикладі сільського зеленого туризму.

Завдання, які були поставлені для досягнення мети:

- вивчити теоретичні основи та принципи «Зеленого курсу» ЄС;

- охарактеризувати роль туристичної галузі в реалізації сталого розвитку економіки країни в межах «Зеленого курсу» ЄС;
- дослідити підґрунтя сталості розвитку туризму України та місце в ній сільського зеленого туризму;
- виявити тенденції розвитку вітчизняного ринку послуг сільського зеленого туризму;
- провести маркетингове дослідження портрету споживачів послуг сільського зеленого туризму в Україні;
- виявити виклики Європейського зеленого курсу для туристичної галузі України;
- обґрунтувати перспективи комплексного просування послуг сільського зеленого туризму;
- створити проєкт плану відновлення сільського зеленого туризму України на засадах Європейського «Зеленого курсу»

Методологія дослідження. В роботі було використано наступні методи дослідження:

- аналітичний метод – для виявлення особливостей ринку послуг сільського зеленого туризму України;
- статистичний метод – для обробки і використання блоку статистичних даних;
- метод анкетування – для дослідження споживчих переваг сільського зеленого туризму.

Робота складається зі вступу, трьох розділів, 18 рисунків, 7 таблиць, висновків та списку використаної літератури.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ МОЖЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ «ЗЕЛЕНОГО КУРСУ» ЄС В ТУРИСТИЧНУ ГАЛУЗЬ УКРАЇНИ

1.1. Теоретичні основи та принципи «Зеленого курсу» ЄС

У 2019 р. Європейська комісія представила Європейський «Зелений курс» (EGD) – шляхова карту із постачання стійкості економіки ЄС шляхом трансформація кліматичних та екологічних проблем у можливості у всіх сферах політики та захист справедливості та інклюзивності переходу.

Ідеї Нового зеленого курсу – активізування економіки через інвестиції в інфраструктуру та сприяння місць з робочим мотивом з акцентом на зелені секції– зростають у світі розпочинаючи з 2007 року. Після попередньої великої глобальної загострення 2008-2009 років, у країнах «Групи двадцяти» зелені секції економіки здобули приблизно 16% усіх антикризових видатки, і це можливо визнавати апробацією концепції нового «Зеленого курсу» [21].

Після початку пандемії десятки організацій загального суспільства, корпорацій та навіть міністрів провідних країн світу представили своє ілюзія виходу із перелам COVID-19.

Головним чином більшість цих заяв містить виклик спонукати економіку з огляду на зростання зелених секторів. Європейський Союз зберіг прихильність до впровадженого «Зеленого курсу» і розширив його стратегію у, а також прийняв рішення про підтримку зелених секторів у рамках своєї антикризової політики. Китай, Японія та Південна Корея пообіцяли в близький період оприлюднити офіційні цілі переходу до вуглецевої нейтральності до середини століття. Новообраний у листопаді 2020 року президент США Джо Байден планує наздогнати переходу на 100% чистої потужності та нульових чистих викидів у США до 2050 року.

Європейський зелений курс:

- надає дорожню карту з діями щодо підвищення ефективності застосування ресурсів за результатом переходу до чистої економіки замкнутого циклу та перестан зміни клімату, заклик до втрачання біорізноманіття та конденсація домішок ;

- представляє необхідні інвестиції та доступні інструменти фінансування, а також пояснює, як покрити законний та всеохопний перехід;

- охоплює всі секції економіки, особливо транспорт, енергетику, сільське господарство, будівництво та такі галузі, як виробництво сталі та цементу, інформаційно-комунікаційні технології (ІКТ), текстильна та хімічна промисловість.

«Кліматично нейтральна» Європа є основною метою Європейського «Зеленого курсу». ЄС палко бажає до процвітання нульових чистих викидів парникових газів до 2050 року. Це означає відновлення кліматичних амбіцій ЄС на 2030 рік із стиснення викидів парникових газів на 50-55% замість нинішньої мети у 40%. Частку у 55% буде піддано аналізу рентабельності [38].

Європейський «Зелений курс» демонструє, як перетворити спосіб існування та праці, виробництва та використання так, щоб люди жили здоровішим життям та щоб бізнес був інноваційним. Green Deal – це лише ланка, спільна концепція зростання на найближчі десятиліття. ЄС вже має суттєвий поліпшення у галузі захисту середовища. З цього міркування буття в Європі зараз сильно відрізняється від того, яким воно було 30 і більше років тому.

Пакет включає послаблення масштабів забруднення навколишнього оточення, розквіт «чистого» транспорту та «чистої» енергетики, підвищення якості управління відходами та перехід до циклічної економіки та гарантій їх біорізноманіття. Нова стратегія також буде цілепрямована на відтворення режиму «зеленого та здорового сільського господарства». Це включає процедури помітного скорочення споживання хімічних пестицидів, добрив та антибіотиків [21].

Тобто можна дійти ухвали, що ця стратегія повністю відповідає принципам стійкого росту. Продовжуючи тому спробуємо обґрунтувати необхідність зображення дійсності її у курортну сферу нашої країни. У вересні 2015 р. держави ООН ухвалили амбітну програму з охорони навколишнього середовища «Мета сталого розвитку на 2030 рік» (Sustainable Development Goals – SDGs). У ній позначено 17 глобальних цілей, покликаних протягом 15 років покласти край бідності та голоду, захистити планету від кліматичних змін та їх наслідків, забезпечити населенню доступ до чистої води та електроенергії, зберегти робочі місця та добробут, можливість подорожувати за принципами сталого туризму. Виконання цих цілей має надавати збалансований вплив на економічну, соціальну та природно-екологічну складові, забезпечуючи сталий розвиток всіх наявних ресурсів для нинішнього та майбутніх поколінь.

1.2. Роль туристичної галузі в реалізації сталого розвитку економіки країни в межах «Зеленого курсу» ЄС

Ця програма, включаючи підписання Паризької угоди щодо клімату (грудень 2015 р.) та Європейський «Зелений курс» (грудень 2019 р.), є принципово новою віхою в історії людства. Вона свідчить про глибоку трансформацію суспільної свідомості та нової гуманітарної освіти як системного бачення життя. Зокрема, шанобливого та відповідального ставлення до природи та, як наслідок, активного пошуку шляхів розумної взаємодії суспільства з навколишнім середовищем [18].

Туризм є однією з найбільш швидко зростаючих галузей світової економіки та важливим джерелом валютних надходжень та робочих місць і тісно пов'язаний із соціальним, економічним та екологічним благополуччям багатьох країн, насамперед тих, що розвиваються. Наприклад, морський або пов'язаний з океанами туризм, а також прибережний туризм є життєво важливими секторами економіки в малих острівних країнах, що

розвиваються і прибережних найменш розвинених країнах («Потенціал «блакитної економіки»» та Спільнота дій щодо океану зі сталої «блакитної економіки»). Відповідно до Всесвітньої туристичної організації, під сталим туризмом розуміється «туризм, що повною мірою забезпечує облік його нинішніх та майбутніх економічних, соціальних та екологічних наслідків при задоволенні потреб туристів, індустрії туризму, навколишнього середовища та общин». Сталий туризм має на увазі створення туристичного продукту, який спирається на чотири стовпи (рис. 1.1.).

Можна сказати, що це сукупність вимог до продукції, що зумовлюють її здатність задовольняти певні потреби клієнта. Судячи з численних опитувань, під якістю та високим сервісом мандрівники вибудовують пріоритети таким чином:



Рис. 1.1. Чотири стовпи, на які спирається сталий туризм.

Складено автором

- перше місце: турбота, гостинність, емоції, враження, комфорт;
- друге місце: безпека, залученість.

17–18 грудня 2020 р. лідери країн Євросоюзу остаточно узгодили загальний довгостроковий бюджет на 2021–2027 роки в обсязі 1,824 трлн. євро. У його рамках країни-члени ЄС мають намір відновити свою економіку після COVID-19 та закласти основи майбутньої цифрової, екосоціальної та сталої Європи, більш суверенної та пристосованої до поточних та майбутніх викликів [26]. З цієї суми 750 млрд. євро буде направлено на фінансування програми «Наступне покоління ЄС» – тимчасового пакету надзвичайних заходів щодо відновлення збитків, завданих пандемією. Засоби, що залишилися, намічено використовувати для реалізації цільових установок «Зеленого Курсу»: боротьби з кліматичними змінами та захисту навколишнього середовища, стимулювання зеленої економіки та просування сталого розвитку в інших соціально-економічних галузях. Разом із раніше виділеними 540 млрд євро загальний обсяг асигнувань на відновлення та модернізацію європейської економіки, її подальше просування шляхом сталого розвитку на найближче десятиліття становить 2,364 трлн євро. Така значна сума з бюджету та європейських структурних фондів надана вперше.

Як бачимо, особливу увагу у реалізації «Зеленого курсу» Євросоюз приділяє і сектору туризму та подорожей. Акцент щодо відновлення цього стратегічного напрямку європейського сталого розвитку зроблено на суверенізацію, соціальний та внутрішній туризм. В умовах пандемії саме останній продемонстрував найбільшу стійкість і став каталізатором розвитку багатьох його різновидів (сільського, екологічного, спортивного, соціального). Наприклад, в Іспанії влітку чисельність населення у найвіддаленіших її муніципалітетах Галісії, Астурії, Кантабрії, Країни Басків шестиразово перевищувала чисельність жителів у зимовий період. Загалом європейським регіоном внутрішні туристичні поїздки, броньовані у системі on-line за 2020 р., зросли з 45 до 70% [41]. Найінноваційніша частина планів щодо відновлення та розвитку внутрішнього туризму в країнах ЄС – часткове пряме субсидування (до 70% вартості туристичного пакету) готельного обслуговування найменш забезпечених верств населення. Очікується, що це

допоможе посилити соціально-екологічну складову сталого розвитку європейського регіону.

Важливим кроком Євросоюзу щодо подальшого відновлення внутрішнього туризму є угода про уніфікацію критеріїв, що регулюють пересування європейських громадян в умовах карантинних обмежень. Зокрема, прийнято рішення про класифікацію та чотириколірне кодування регіонів залежно від епідеміологічної обстановки. Зелені зони – це області, де рівень зареєстрованих хворих за останні 14 днів на 100 тис. жителів не перевищує 25%, а кількість протестованих із позитивним діагнозом нижча за 4%. Помаранчевим та червоним кольором відзначені зони з вищими показниками захворюваності. Сірий колір використовують для позначення областей, за якими немає достатньої інформації щодо встановлених критеріїв або з низьким рівнем тестування. Вільне пересування громадян дозволено лише між «зеленими» зонами [21].

Необхідно сказати, що Україна є єдиною країною Східного партнерства, яка демонструє активний суспільний дискурс з усіх аспектів Європейського «Зеленого курсу», включаючи конкретні галузеві пріоритети. Ключові зміни, передбачені ЄС у його документах щодо впровадження та дотримання «Зеленого курсу», у більшості секторів повністю або частково відображені у стратегічних документах України (урядова програма, плани дій, стратегії тощо). Створено два міжвідомчі координаційні органи (загальний та за СВМ). Активні консультації з ЄС продовжуються, а український уряд запропонував ЄС розробку дорожньої карти.

Технології гостинності, які будуть затребувані протягом найближчого десятиліття відповідно до «Зеленого курсу» наступні [14]:

1. Нативність – звична, природна поведінка людини. Мова про ті послуги, які не змушують туриста робити зайві рухи тіла. Наприклад, ключ від готельного номера у телефоні та інші зручності. Так, у Китаї тестують систему допуску до житла через розпізнавання особи. А в 2018 році в готелях Marriott було встановлено «розумні» дзеркала, через які в процесі вмивання

або нанесення макіяжу можна послухати прогноз погоди та новини. Поступово загострюється конкуренція між «людським» та автоматизованим сервісами.

2. Гнучкість бізнесу. Період самоізоляції під час пандемії показав, наскільки туріндустрія може бути адаптивною та креативною. Одні вигадували нові проекти для запуску після зняття обмежувальних заходів, інші проводили внутрішній аудит та виправляли помилки, треті запроваджували нововведення, не чекаючи масового перезапуску туристичної сфери. Наприклад, ресторани організували доставку їжі містом; готелі сформували на своїй базі коворкінги та пропонували приміщення для зйомок кліпів та фотосесій. У цей же час стали розвиватися глемпінги, оскільки запит споживача на комфортний, відокремлений ековідпочинок зараз є абсолютним трендом.

3. Інтерактивність та усвідомленість. Турист нового покоління звертає увагу на систему сталості, побудовану у передбачуваному місці проведення відпочинку. Але, наприклад, керівництво багатьох готелів досі вважає, що це дорого, хоча світовий досвід говорить про інше. Коли гість йшов, опалення вимикалося, коли приходив – вмикалося. Споживання енергії знизилося на 24%, що дозволило готелю заощаджувати понад 100 тис. доларів щорічно. Також багато керівників готельного бізнесу під час пошиття форми для персоналу використовують перероблений пластик, що збільшує термін придатності одягу і дозволяє рідше користуватися хімчисткою.

4. Акцент на емоціях. Вимоги туристів до місця відпочинку стають дедалі ширшими. Тепер основне завдання туріндустрії – не просто допомогти гостю виспатися та смачно поїсти, а отримати унікальне враження та досвід від поїздки, бо саме емоції асоціюватимуться у людини з конкретним місцем та спонукатимуть туди повернутися.

1.3. Сталість розвитку туризму України та місце в ній сільського зеленого туризму

Все вищевикладене свідчить про те, що діяльність в сфері сільського зеленого туризму ідеально вписується в концепцію сталого розвитку пов'язаного з тим, що вона передбачає взаємодію екологічного аспекту (подорожі в будь-якому сенсі здійснюються в межах навколишнього середовища впливають на неї), економічних факторів (створення пропозиції в туризмі та спонукання попиту на туристичну послугу, зростання темпів туризму як галузі національної та світової економіки), крім цього безпосереднє звертання уваги соціальної га(туристів, місцевих мас і т. д.) (див. рис. 1.2).

Сталий туризм у сільській місцевості одночасно взаємозалежний з його здатністю репрезентувати екологічне різноманіття, архітектурну узгодженість, соціальне та культурне надбання та місцевий спадок. Таким чином, сталий туризм споріднений з географічно-натуральними екосистемами та з визначений аспектами, що визначають місцеві громади – відбиваючись у художній спадщині, майстерності, гастрономічних традиціях та, взагалі, «місцевій культурі». Сталий туризм у сільській місцевості з аналіз на тривалу перспективу має такі цілі [16]:

- Екологічна сталість: екологічні якості сільської місцевості є головною значною пам'яткою туризму, і будь-який заперечеливий вплив на ці фактори з часом знизить кількість туристів. Тому важливо обминати будь-яких негативних впливів, які могли б подіяти на атрибути сільського ландшафту;
- Соціокультурна сталість: традиції та соціокультурна ідентичність сільського району повинні бути доопрацьовані, а діяльність, яка збіднює місцеву ідентичність, повинна мати певні обмеження;
- Економічна сталість: соціальні та екологічні видатки , пов'язані з туристичною діяльністю, не повинні преважати економічних зручностей [30].

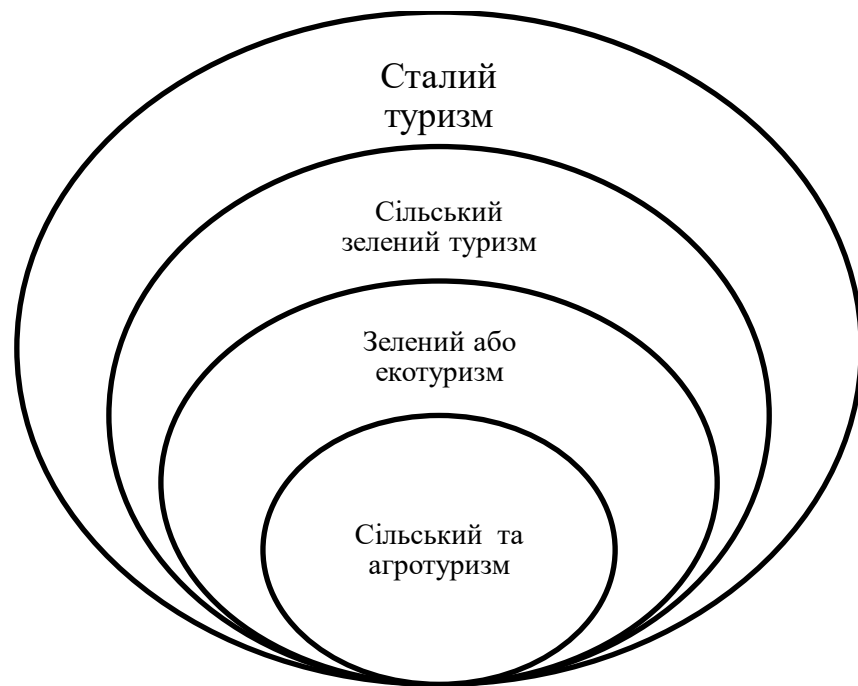


Рис. 1.2. Види туризму пов'язані з відпочинком на природних та сільських територіях [16]

Складено автором

Сутність «сільського зеленого туризму» часто порівнюють з поняттям «агротуризм», «екотуризм», але перше є суттєво ширшим. Між сільським зеленим туризмом та екотуризмом часто проводять паралелі. Дійсно, обидва формати організації дозвілля відповідають критеріям сталого туризму і націлені на економію природного середовища, зростання традиційної етнокультури, спомогання традиційним формам агрогосподарювання й ремеслам місцевих громад.

Все більш популярною та зростаючою можливістю для сільськогосподарських виробників стає агротуризм. Це переважно визначається як діяльність, яка включає відвідування працюючої ферми або будь-якої сільськогосподарської, садівничої чи агробізнесової діяльності, щоб отримувати задоволення від сільської місцевості, здобути освіту або долучитися до спеціальної діяльності (рис. 1.3).

Агротуризм пропонує фермерам можливість диверсифікувати та заробляти додатковий прибуток завдяки внутрішньогосподарської туристичної діяльності, щоб підтримувати доповнення низького

сільськогосподарського доходу. Це допомагає підтримувати життєздатність діючих фермерських господарств та сільських громад. Більш універсальне розуміння агротуризму стверджує, що агротуристична діяльність підтримує та сприяє сільськогосподарським ресурсам, традиціям і культурі. Тримаючись цього спрямування думок, агротуризм стає успішним прикладом стійкого туризму, який з роками набуває особливу важність. Агротуристичні асоціації, можливості та мережі та інші пов'язані організації можуть придати пріоритети фермерам і власникам ранчо, які хочуть диверсифікувати свою діяльність. Такі асоціації часто поширюють інформацію та ресурси і можуть бути корисними різними способами. Крім того, існують державні, неурядові та університетські організації, які мають певний вплив щодо розквіту та маркетингу агротуризму [12].



Рис.1.3. Взаємодія агродіяльності.

Складено автором

Агротуризм – ферми, ранчо та виноградники, відкриті для відвідувачів – забезпечує безпечні рекреаційні можливості для місцевих жителів та туристів. Ці підприємства на зв'язку ферма-громада-туризм допускають виробникам диверсифікувати свою діяльність, зберігаючи робочий ландшафт, утворюючи робочі місця, підтримуючи традиції сільського господарства, підтримуючи культурну ідентичність, приймаючи участь у

продовольчому захисті, інформуючи громадськість про сільське господарство та постачаючи відкритими просторами для громад. .

Таким чином, сільський зелений туризм виступає основною організаційною базою збільшення попиту масового екологічного туризму. Для означення такого багатоцільового туризму з'явилося нове поняття «екоагротуризм». Цей вид туризму передбачає застосування, гостинних будиночків без господарів (як, приклад, у Фінляндії) або агроосель, розміщених у межах або пообіч біосферних заповідників і національних парків, які, попліч із діяльністю екологічним сільським господарством, висувують широкий спектр екологічних (від робінзонади до відстеження за тваринами в їх природному середовищі) і спортивно-туристичних занять (мисливство, рибальство, і таке інше).

Найважливішими елементами 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, так само мешканці – їх культура і звичаї);
- інфраструктура місцевості (заклади розміщення, 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 жага відвідати особливо її;
- вартість, яка пов'язана від великої кількості чинників, для прикладу, стандарт послуг, пора року, кількість транспорту тощо [7].

Отже в наступному розділі розглянемо можливості імплементації «Зеленого курсу» ЄС в туристичну галузь України в контексті сільського зеленого туризму за пропонованими компонентами вітчизняного агротуристичного продукту.

РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ ПОСЛУГ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В КОНТЕКСТІ ВІДПОВІДНОСТІ ПРИНЦИПАМ «ЗЕЛЕНОГО КУРСУ» ЄС

2.1. Тенденції розвитку вітчизняного ринку послуг сільського зеленого туризму

В контексті теми нашої роботи потрібно теж зазначити й про негативний наслідок «Зеленого курсу», він цілком стійкий – це зменшення доходів фермерської діяльності через екологічні обмеження, у яких мета послаблення надлишків поживних речовин є головним фактором, який викликає зниження поголів'я худоби та птиці та в поєднанні виробництва. Єврокомісія обіцяє компенсації та підтримку сільгоспвиробників на час зеленого переходу. Але грошей із Next Generation EU може вистачити далеко не на всіх фермерів, імовірно, значним господарствам необхідно полишити сектор та вивільнити провідний фактор виробництва – землю.

Європейські практики креативного сільського зеленого туризму показують, як можна використовувати незадіяні ресурси з дбайливим ставленням до природи. При цьому важливо зберігати баланс у туристичній діяльності. В англomовній літературі є таке поняття, як «надлишковий туризм», яким потерпають велика кількість міст. Тому Європа наголошує на допоміжних видах туризму, аби децентралізувати потоки відпочиваючих. Через пандемію зачинилося достатньо туристичних компаній, але у той же час ми спостерігаємо пік внутрішнього, особливо сільського зеленого туризму. Тим більше він стає ще актуальнішим з огляду на реформу децентралізації, формування та активною діяльністю об'єднаних територіальних громад. У даний час ОТГ самі зацікавлені у тому, щоб формувати свій туристичний потенціал [21].

Створення потреби на сільський зелений туризм здійснюється під тиском таких ключових факторів:

1) психологічного (можливість приєднатися до здорового способу життя і цікаво провести час далеко від міської метушні);

2) економічного (зменшення платоспроможності для мешканців міста: організація агротурів більш вигідніша, ніж тури в типовими готельних пропозиціям).

Україна традиційно сприймається як аграрна країна, одна з європейських житниць із володінням сільським укладом життя, багатою культурною спадщиною, із недоторканою природою та гостинними господарями (табл. 2.1). З іншого боку, не приваблює іноземних туристів відносно низький стандарт помешкання і його бідна технічна забезпеченість, а також необлаштованість сіл та достатньо лімітований вибір дозвілля й умови активного відпочинку. Проте тенденції останніх років свідчать, що західні країни спостерігають перспективу українського сільського відпочинку і туризму на міжнародному туристичному ринку. Свідченням цього може бути організаційна й технічна сприяння міжнародних фондів, скажімо, Фонду піднесення Карпатського єврорегіону, програми TACIS, за допомогою якій реалізовані проекти підтримки сільського відпочинку і туризму в Карпатському регіоні [29].

В Україні можна виділити певні регіони, які є лідерами в розвитку сільського зеленого туризму (див. табл.2.1). Традиційно саме Західний регіон займає перше місце по відвідуваності. Найпопулярнішими центрами цього виду туризму в регіоні є – Вижниця, Ворохта, Верховина, Косів, Рахів, Славське, Яблуниця, Яремче. Потрібно особливо підкреслити, що якість обслуговування помітно зростає, а транспортне сполучення дає відпочиваючим можливість легко дістатися до місця призначення.

Відпочинок на селі є одним з очікуваних напрямів відродження та розвитку українського села, оскільки розквіт туристичного бізнесу приносить дохід не лише володарям садиб, а й іншим жителям місцевості: формуються нові робочі місця у сфері обслуговування туристів, зростає попит на харчові продукти, сувенірну продукцію та виготовлення товарів місцевих майстрів,

активізуються будівництво та транспортне обслуговування. Прикладом цього є випадок масового виробництва сувенірів [19]. Екотуризм залишається дуже популярним серед українців, особливо на Заході. На Закарпатті природа найкраще підходить людям. Похід Боржавою, шум водоспаду Шипіт, види на гори і луки. На Тернопільщині знаходиться національний природний парк – Кременецькі гори, де можна здійснити похід екологічними стежками та організувати екскурсію

Таблиця 2.1

Регіони розвитку сільського зеленого туризму в Україні*

Назва регіону	Області, що входять до складу регіону	Чисельність сільського населення, тис. осіб	Рівень сільського населення, %
Центральний	Вінницька, Житомирська, Київська, Хмельницька, Черкаська, Чернігівська	3507	42,7
Донеччина	Донецька, Луганська	704,7	10,7
Західний	Волинська, Закарпатська, Івано-Франківська, Львівська, Рівненська, Тернопільська, Чернівецька	4806,4	51,5
Причорномор'я	Миколаївська, Одеська, Херсонська	2334,7	35,5
Харківщина	Харківська, Полтавська, Сумська	1465,1	27,6
Придніпров'я	Дніпропетровська, Запорізька, Кіровоградська	1322,7	21,9

*Складено автором

Є також велосипедні доріжки та можна взяти напрокат велосипеди. Можна відвідати ботанічні та зоологічні місця: заповідники, зоопарки, території, що охороняються, особливо національний парк «Галичина», Рівненський зоопарк, Карпатський біосферний заповідник та помилуватися цвітінням рододендронів можна в горах Горгани, Свидівка (у Близницькому

масиві), Чорногора та Мармароси. Один із безпечних варіантів екотуризму – відвідування печер. Наприклад, серед пам'яток природи Тернополя знаковими є печери Оптимістична та Млинки.

Але з іншого боку, вчені стверджують, що туристи піклуються про «унікальність та оригінальність, якість виготовлення, естетику, які вважаються традиційними за функціями та зовнішнім виглядом, культурно-історична цілісність, місцева майстерність та справжність шопінгу» при купівлі сувенірів. Якщо донедавна основна увага в сільському туризмі була спрямована на розвиток сталого розвитку, то останнім часом з'явилися дві нові тенденції, а саме креативність та автентичність. Концепція автентичності – нова тенденція в сільському туризмі. Необхідність вивчення автентичності з точки зору туризму підтримують Колар і Забкар, які стверджують, що «сучасні тенденції в туризмі в поєднанні з постмодерністським поглядом свідчать про те, що для цього необхідна більш ствердна та оперативна структура. експертиза та застосування автентичності в туристичному маркетингу».

За словами Маклеода, автентичність будується як частина продукту, представленого туристам. Причому, це не об'єкт, а споруда, призначена для туристів тими, хто має на це повноваження. Визнається, що фольклор сільської місцевості зазвичай найкраще збережений, цілісний і збалансований; вона створює та забезпечує ідентичність кожного географічного району країни. У цьому відношенні є два виміри автентичності: - автентичність на передній сцені – це перша зустріч туриста з новою культурою. Це штучна автентичність, сформована місцевими жителями, щоб привабити допитливих туристів, які зумовили стереотипні образи цього місця. Здебільшого він представлений фізичними об'єктами, такими як прикраси магазинів або відтворення історичних подій. Що стосується використання автентичності в сільському туризмі, то вона має на меті ідеалізацію та створення первозданного образу села; таким чином туристи мають буколічний досвід. Автентичність також розглядається як

«західне культурне поняття, пов'язане з минулим «примітивним Іншим», сформульованим в опозиції до сучасності» [12].

На рис. 2.1 бачимо, що основну частину садиб в Україні складають садиби базового рівня. Кількість садиб третього, найвищого, рівня в меншості і складає 9 з 69 садиб. Загалом в нашій країні станом на 2023 р. існувало понад 1500 сільських садиб, але точну кількість їх встановити неможливо через те, що близько 85-90% садиб – не зареєстровані [29].



Рис.2.1. Кількість садиб, які пройшли категоризацію в Україні (за 2023 р.).

Складено автором

Що стосується створення цінової політики господарям осель сільського зеленого туризму, то споживачі його послуг воліють утворити політику демократичного ціноутворення і більшість з них готові заплатити до 500 грн. на добу за людину (рис. 2.2).

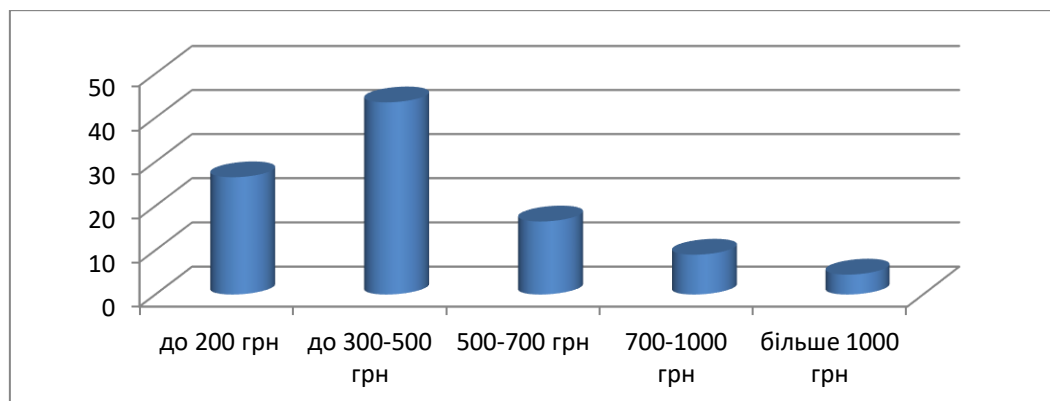


Рис. 2.2. Опитування споживачів щодо цінової політики на агротуристичні послуги

Складено автором

Ці дані свідчать про те, що споживачі сприймають послуги сільського зеленого туризму як демократичний за витратами вид відпочинку, що містить в собі в більшій мірі культурне збагачення і духовний комфорт. Успішні українські підприємства показали, що контрурбанізація та добре керовані об'єкти сільського туризму можуть мати позитивний вплив на економічну стабільність та зростання регіону. Існує переконання, що для того, щоб туризм був справді сільським, він повинен відповідати відчуттям сільської місцевості, якого відпочиваючі тримаються, думаючи про заміські відпочинки. Сільський туризм залучає до країни людей з певними ідеалами, а це означає, що проблему депопуляції сільської місцевості можна вирішувати більш ефективно та заохочувати вигідну міграцію.

Ця контрурбанізація сприяла зростанню, залучаючи кваліфікованих, розуміючих підприємців до цих сільських районів і дозволяючи їм використовувати свої ідеї та капітал і розвивати цей район як життєздатний туристичний об'єкт з перевагами для місцевих жителів та гостей. Важливим елементом цього є соціокультурний розвиток, те, що спостерігається в тих регіональних районах, які охоплюють цю сільську спадщину та пропагують місцеву гордість, зробив уявлену сільську місцевість більш реальним. Після того, як сільський туризм буде створений у громаді, позитивні результати можуть бути досить далекосяжними. Відмінною відправною точкою є збереження сільських послуг. Об'єкти в цих місцях можна покращити за допомогою нових розробок, які обслуговують туристів, а транспортне сполучення часто покращується, щоб задовольнити більший попит, а це означає, що ці віддалені громади більше не такі віддалені. Іноді ці підприємства та культурні об'єкти відремонтують занедбані сільські об'єкти, але ці ресурси також ідеально підходять для проживання туристів і навіть використовуються для покращення житла для місцевої громади [23].

У період пандемії та подальших карантинних обмежень туристичний потік залежав від санітарно-епідеміологічної обстановки, але потреба громадян країни у відпочинку зберігалася. Крім цього повномасштабне

вторгнення Російської Федерації на територію України значно вплинуло на туризм, особливо на туристичні ресурси і заклади розміщення. У зв'язку з цим, особливу актуальність набули напрями туристичної галузі, які забезпечують безпеку для здоров'я, перебування на природі та відсутність великої кількості туристів, що знаходяться одночасно у готелі або на екскурсії. Очевидно, що даним умовам відповідає сільський туризм. Організація сільського туризму в Україні ґрунтується на формуванні турів у сільський будинок, на наданні у найм гостьових будинків, а також на функціонуванні туристичних сіл, що підвищує рівень доходів та зайнятість сільського населення, розвиває соціальну та інженерну інфраструктуру, здійснює збут продукції підсобних господарств, стримує та долати процес деградації сільських регіонів, зберігає та відтворювати культурну спадщину, національну самобутність регіонів.

З 2018 р. в Україні відбувається створення туристичних сіл на основі існуючих сільських поселень із традиційною народною дерев'яною архітектурою, розташованих у мальовничій місцевості. Серйозною проблемою їхнього розвитку є низька поінформованість можливих гостей про пропозиції. Крім того, утримання подібних туристичних комплексів передбачає великі фінансові вкладення, які не зможуть забезпечити сільські домогосподарства без підтримки муніципальних та регіональних органів влади.

Серед інших проблем, які негативно впливають на розвиток відпочинку на селі повномасштабне вторгнення з боку країни-агресора, слід назвати слабку підприємницьку активність місцевих жителів, неготовність їх до ведення власного бізнесу, відсутність лідерів та зацікавлених сторін, у тому числі в муніципальних органах влади. В даному випадку необхідно здійснювати адресну підтримку, видачу пільгових кредитів місцевим підприємцям, власникам, які готові брати участь у програмах розвитку сільського туризму [15].

Сільський туризм України, безсумнівно, є важливим сектором з точки зору доходів і зайнятості, особливо для цієї місцевої громади, і він може допомогти забезпечити економічну стабільність; однак зробити це таким чином, щоб приносити користь місцевості та ландшафту, не так просто. Існують потенційні проблеми з посиленням урбанізації та пошкодженням території, якщо схемами керують неправильно, але, якщо ними добре керують, вони можуть використовувати бажану частину туризму, допомагаючи цьому сільському регіону». Для кращого розуміння тенденцій розвитку вітчизняного ринку послуг сільського зеленого туризму, проведемо SWOT-аналіз (табл. 2.2 та 2.3).

Таблиця 2.2

SWOT-аналіз розвитку сільського зеленого туризму в Україні

Сильні сторони (S)	Слабкі сторони (W)
- Територія має всі можливості щодо розвитку сільського зеленого туризму; - Повноцінне оздоровлення; - Можливість збирати гриби та рибалити; - Безкоштовний паркінг; - Територія адаптована для дітей; - Наявність системи онлайн резервування місць.	- Відсутність WI-FI; - Відсутність мережі на території; - Незручна транспортна розв'язка; - Відсутність посуду у номері; - Підвищена вартість проживання; - Погана шумоізоляція; - Руйнування закладів розміщення та знищення культурно-історичних ресурсів.
Можливості (O)	Загрози (T)
- Перспективи виходу на нові сегменти ринку; - Нові робочі місця в транспортній мережі; - Розвиток малого підприємства на селі; - Розширення номенклатури туристичного продукту; - Зменшення кількості конкурентів; - Зростання доходів місцевого населення і регіона в цілому.	- Відсутність уваги до розвитку сільського зеленого туризму не тільки на території, але й в регіоні; - Втрати туристичного ринку через низький туристичний сервіс; - Підтримання нормативно-правової бази щодо розвитку туризму в регіоні; - Низька платоспроможність господарств без можливості інвестування; - Відсутність активістів сільського туризму, прихильників надання туристичних послуг; - Сезонні коливання попиту на туристичні послуги в сфері сільського туризму. - Мінування території.

Складено автором

Таблиця 2.3

Результати SWOT-аналізу сільського зеленого туризму в Україні

Чинники середовища		Сильні сторони							Слабкі сторони						Сума
		S 1	S 2	S 3	S 4	S 5	S 6		W 1	W 2	W 3	W 4	W 5	W 6	
Можливості	O1	1	0	0	0	0	1	+	0	0	2	0	0	0	4
	O2	0	0	0	1	0	0		0	0	1	0	0	0	2
	O3	1	0	0	0	0	0		0	0	0	0	0	0	1
	O4	1	1	0	0	0	2		0	0	1	0	0	0	5
	O5	0	0	0	0	0	0		0	0	0	0	3	0	3
	O6	0	0	1	0	0	2		0	0	0	0	0	0	3
					-					-					18
Загрози	T1	0	0	0	0	0	0		0	0	0	0	0	0	0
	T2	с	0	0	0	0	0		1	1	2	2	0	1	7
	T3	с	0	0	0	0	0		0	0	0	0	0	0	0
	T4	с	0	0	0	0	1		0	0	1	0	0	1	3
	T5	с	0	0	0	0	1		0	0	0	0	0	0	1
	T6	с	2	2	0	0	0		0	0	0	0	1	0	5
Сума		3	3	3	1	0	7		1	1	7	2	4	2	16

Складено автором

Отже, на основі отриманого SWOT-аналізу можна відмітити, що для подальшого розвитку цього виду туризму необхідно перш за все зосередитись на слабких сторонах та загрозах. А саме, на:

- відсутності уваги до розвитку сільського зеленого туризму не тільки на території, але й в регіоні;
- відсутності нормативно-правової бази щодо розвитку туризму в регіоні;
- малої кількості активістів сільського зеленого туризму, прихильників надання туристичних послуг;
- незнанні специфіки агротуристичного ринку;
- низькому рівні знань в сфері маркетингу в осіб, які займаються розвитком цієї форми відпочинку;

- недосконалості системи оподаткування як для малого, так і для великого бізнесу;
- сезонному коливанню попиту на туристичні послуги в сфері сільського зеленого туризму.
- руйнування територій в наслідок нападу Російської Федерації на територію України;
- мінування територій, які мали потенційні ресурси задля розвитку сільського зеленого туризму.

Як зазначено у табл. 2.3, негативний вплив на розвиток та ефективністю підприємств сільського зеленого туризму є слабка мотивація та нерозуміння суті підприємницької туристичної діяльності сільськими жителями; відсутність власних джерел інвестицій для вкладень у бізнес; непристосованість житла та неупорядковані двори для прийому відпочиваючих, відсутність досвіду їх категорювання; недостатній набір коштів, пам'яток та послуг сільського зеленого туризму. У вигляді переваги значної кількості безробітних чи різних форм прихованого безробіття у селянських сім'ях; можливість залучення дітей старшого шкільного віку та молоді, літніх людей з їх великим та цікавим світоглядним та культурно-етнографічним досвідом; відносно невелика сума грошей для започаткування власної справи; його безризиковість як додаткового виду діяльності та джерела поповнення сімейного бюджету.

Нарешті, позитивні переваги, такі як виховання почуття патріотизму, гордості як у господарів, і у туристів упродовж свого країну; дбайливе ставлення до природи, культурних та історичних пам'яток, іншого національного надбання. Малий бізнес у сільському зеленому туризмі також сприяє впорядкуванню та сучасній організації сільських поселень та сільській місцевості загалом.

Отже, крім прямих економічних наслідків для сільського населення, він має значний синергетичний ефект на сільську економіку.

Якщо говорити про можливості авторитетної регіональної та державної підтримки розвитку підприємств сільського зеленого туризму в майбутньому, то доцільно виявити не лише сильні та слабкі сторони їхньої діяльності сьогодні, а й мати уявлення про потенційні можливості та конкурентні переваги в майбутньому. Тією чи іншою мірою будь-яка сільська місцевість із наявними туристськими ресурсами буде привабливою для потенційних туристів. Але така територія не завжди досягатиме високого рівня туристичної та, отже, інвестиційної привабливості.

Адже для формування туристських садиб, центрів чи кластерів сільського зеленого туризму необхідно досліджувати та розвивати всі складові цього процесу. Йдеться про матеріально-технічну базу місць проживання та відпочинку, наявність загальної та туристичної інфраструктури, використання сучасних інструментів та стратегій маркетингу та управління на туристичних ринках [10].

Сільський туризм в Україні ідеально відповідає тенденції європейських мандрівників, які шукають справжні, унікальні враження та місцевий спосіб життя. Як і українці, так і європейські сільські мандрівники хочуть відчувати природні, незаймані ландшафти та зупинитися в справжніх помешканнях. Сільські громади в країнах, що розвиваються, часто мають великі ресурси, щоб запропонувати такий досвід. Культурний досвід та взаємодія з місцевими жителями стають все більш популярними, а також агротуризм та проживання на фермах. Тобто в Україні розвивається тенденція відпочинку на сільських територіях, сільські мандрівники України беруть участь у діяльності, способі життя та традиціях сільських громад. Таким чином вони отримують індивідуальний досвід сільської місцевості.

Крім того, у зв'язку з розширенням кордонів ЄС, підписанням Угоди про асоціацію та відкриттям безвізового режиму для громадян України у співвітчизників з'явилися нові можливості для різноманітних видів туризму та подорожей. Країни Центральної та Східної Європи, насамперед, Польща, Угорщина, Чехія, Прибалтійські республіки, ставши членами європейської

спільноти, будуть змушені підняти ціни на послуги свого сільського зеленого туризму до рівня центральноєвропейських.

Це дозволить створити у сільській місцевості потужну туристичну мережу, здатну конкурувати з європейськими вимогами щодо якості послуг за набагато нижчих цін за рахунок дешевого харчування, проживання, заробітної плати місцевого населення.

Таким чином, наші оцінки та розрахунки дозволяють визначити туристичну привабливість сільської місцевості України як високу. Нерівномірність їх розташування та поєднань дозволила зробити районування сільських територій за рівнем придатності в організацію малих підприємств сільського зеленого туризму.

Виявлено негативні фактори та ризики ділової активності у ньому, а також додаткові позитивні уподобання: по-перше, городян все більше приваблює відпочинок у гостинній сільській сім'ї, мальовничій місцевості, знайомство з багатою українською культурою, історією та природою.

По-друге, складна економічна та політична ситуація змушує мешканців села шукати додаткові джерела доходу, не пов'язані із сільськогосподарським виробництвом, а міські – дешевий відпочинок та покращення духовного і психологічного стану під час війни в Україні з країною-терористом.

Нарешті, сільська інфраструктура гостро потребує відтворення, і її відправною точкою може стати сільський зелений туризм, який може стати змістом соціальної відповідальності та державно-приватне партнерство на місцях.

Навіть нерівномірність соціально-економічного розвитку та рекреаційно-туристичні ресурси сільської місцевості не є важливим недоліком для їх використання. Навпаки, дозволяє їм спеціалізуватися на розвитку різних джерел та видів та напрямів сільського зеленого туризму; охоплювати все більшу частину свого ринку.

2.2. Дослідження портрету споживачів послуг сільського зеленого туризму в Україні

Однією з перешкод на шляху дієвого просування продукту сільського зеленого туризму є відсутність професійно сформованої комунікаційної політики. Так само, на думку ряду фахівців, велика кількість туристичних маршрутів і продуктів розроблені здебільшого при відсутності інформації про справжніх потребах клієнтів, так як в Україні не впроваджувалися фундаментальні дослідження і сегментація споживачів туристичного продукту сільського зеленого туризму, а існуючі не забезпечують вимоги стосовно створення реального профілю споживача туристичного продукту цього виду туризму.

Зростає в'їзний, виїзний та внутрішній туризм. Досить позитивний чинник, що свідчить існуючий платоспроможний попит на туристичні послуги. Для розвитку сільського зеленого туризму у регіоні він також є позитивним, оскільки всі групи туристів можуть перетворитися з потенційних споживачів послуг сільського туризму на реальні, а цього їх зацікавити [13].

Найпоширенішою сферою проведення маркетингових досліджень є аналіз споживачів. На її частку припадає понад 60% всіх досліджень, в країнах з ринковою економікою. Це на пряму взаємозалежне з тим фактором, що важливим планом маркетингу є як формування, так і реалізація продуктів і послуг, які в свою чергу відшукають платоспроможний попит у споживачів. А відповідно для вирішення цієї мети потрібна інформація про самих споживачів. І здобути її можна тільки від самих споживачів чи від «експертів», орієнтуватися в різних аспектах споживчого поведінки. Саме за допомогою дослідження захоплень споживачів шляхом вивчення маркетингових досліджень виходить на ринок товар або послуга може задовольнити потреби існуючих і потенційних покупців. Виходячи з цього

було проведено маркетингове дослідження споживчих переваг сільського зеленого туризму (рис. 2.3).

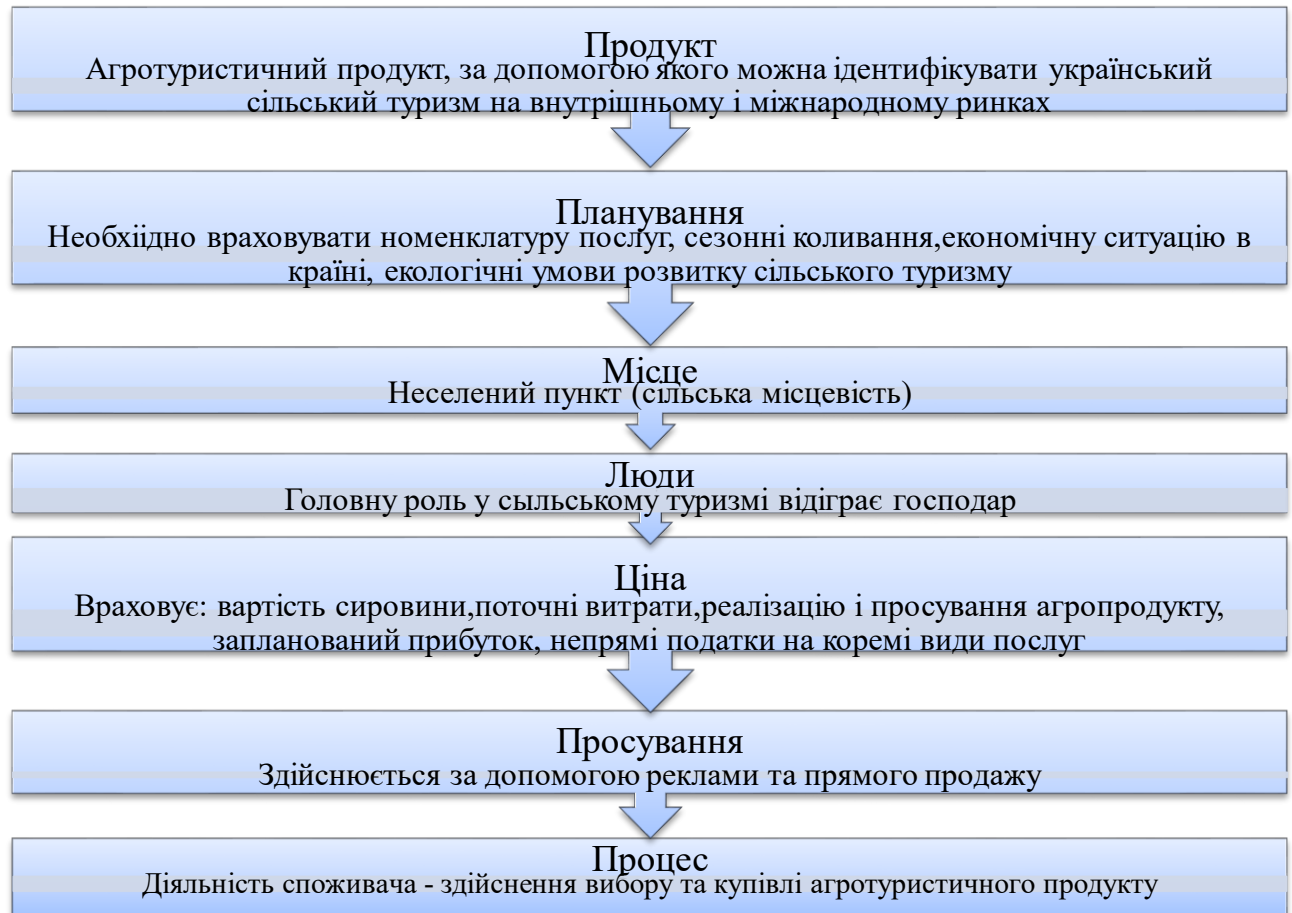


Рис. 2.3. Комплекс маркетингу по просуванню агротуристичного продукту [16]

Тому на сьогоднішній день практично єдиним методом отримання статистичної інформації у цій сфері є проведення вибірових соціально-економічних обстежень. Особливо це стосується визначення об'ємних та якісних характеристик поточного та потенційного попиту на послуги сільського зеленого туризму.

Насамперед, при купівлі туристичного продукту, споживачі звертають увагу на наступні вимоги: комфортність житла (благоустрій, вимоги до житлового фонду, садиба), додаткові послуги (національна кухня, екскурсії тощо). Крім того, для України характерним є значне поширення приватних форм сільського зеленого туризму з частковим обслуговуванням. В основному це відноситься до оренди кімнат або іншого житла туристами, які

приїхали на відпочинок на узбережжі і не знайшли вільних місць на базах відпочинку і, отже, послугами приватних хостелів. Цей вид діяльності можна віднести до сільського зеленого туризму, тому що туристи досі проживають у звичайних будинках (агropоселення) у сільській місцевості. Така діяльність має напівлегальний і неорганізований характер, але прибуток власників іноді дуже значний. Так, проведене нами опитування споживачів агротуристичного продукту показало, що на теперішній час найбільш вагомими є додаткові послуги, ніж комфортність життя (рис. 2.4).

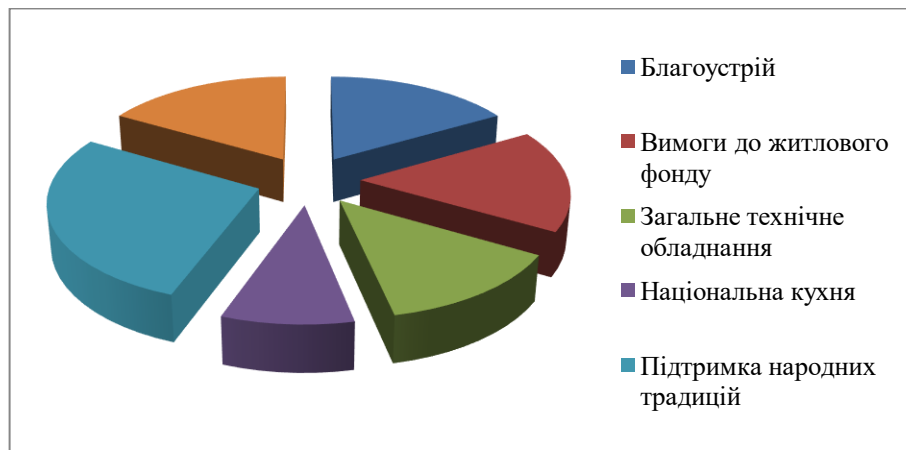


Рис. 2.4. Результати опитування споживачів щодо вимог до агротуристичного продукту (%).

Складено автором

Результати пояснюється тим, що споживачами є жителі великих міст України, які намагаються здобути нові знання щодо історії регіону, спілкування та повноцінний відпочинок від політичної ситуації в країні. Саме вони є цільовим клієнтом для суб'єктів туристичного підприємництва в сільській місцевості. У формуванні попиту на відпочинок в сільській місцевості найбільший ефект створює індустріалізація країни, зароджування у людей необхідності не використовувати більше товарів, а одержати більше «справжніх емоцій і досвіду» (подорожі, які допомагають особистісному збільшенню досвіду про культуру і природу), а так само підвищення піклування про здоров'я і підтримці фізичного стану енергійний – активний відпочинок на відкритому повітрі. Лише четверте місце для споживачів

послуг сільського зеленого туризму посідають економічні чинники. У процесі дослідження засвідчено, що найбільш поширеними туристичними послугами в сфері сільського зеленого туризму є ті, котрі можна порівняти з здійсненням різних туристичних пропозицій (етнографічні фестивалі, вечорниці, народні обряди) і ознайомлення з місцевою культурою і побутом [26]. Фактором розвитку фермерських господарств та малих підприємств сільського зеленого туризму є благоустрій сільських територій, що включає їх просторову організацію, структуру, розташування та громадську інфраструктуру.

Так само велику роль дістає тиша і чисте довколишнє середовище як найголовніші користь від відпочинку в сільській місцевості, важливість яких відзначили 78% опитаних. Колосальної популярності отримали оздоровчі сауни з фіточаями, зимові активні програми з катанням на санях. У ряді областей України поширені збір ягід і грибів, кваліфікований туризм (піші, верхова їзда). В той час, традиційний комфорт туризму (розміщення, харчування) складають вторинне значення.

Найбільша кількість опитаних проживає в Столичному регіоні, який відповідає раціональним потребам та вподобань жителів великого мегаполісу приймати участь у відпочинку в екологічно не забруднених місцевостях з національним колоритом (рис.2.5).

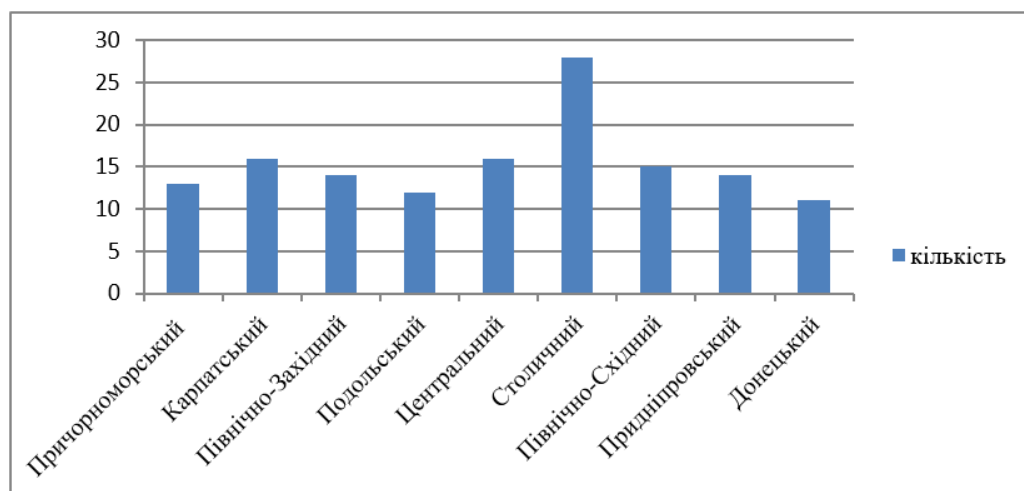


Рис. 2.5. Розподіл опитаних респондентів за економічними районами України, осіб. Складено автором

Аналізу мотиваційних характеристик передував детальний розгляд складу опитаних. Сільські мандрівники, як правило: високоосвічений, добре подорожував, з вищих соціально-економічних груп. Умовно їх можна розділити на п'ять основних сегменти (рис. 2.6).

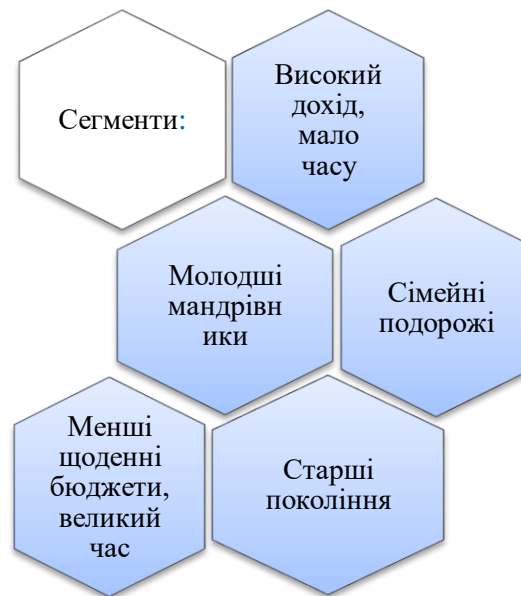


Рис. 2.6. Основні сегменти споживачів послуг сільського зеленого туризму.

Складено автором

Старші покоління: сільський туризм особливо популярний серед відносно великої старшої вікової групи Європи 50–70 років. Вони мають більше вільного часу та грошей, ніж інші групи. Часто їхні діти виїжджають, або вони йдуть на пенсію. Зазвичай це досвідчені мандрівники, які люблять сільську, тиху обстановку та шукають нових вражень. Вони хочуть високого співвідношення ціни і якості та готові платити більше за справжні враження. Старші мандрівники, як правило, прагнуть більшого рівня комфорту, ніж молодші групи.

Молодші мандрівники: молодші сільські мандрівники є другим за величиною сегментом. Вони часто подорожували в дитинстві та/або навчалися за кордоном. Ця група зацікавлена в дослідженні нових напрямків далі.

Високий дохід, мало часу: це молоді спеціалісти з високими доходами, але обмеженим часом для подорожей. В основному вони віком від 31 до 44

років і часто подорожують парами, хоча в цій віковій групі також є ринок для самотніх. Ці мандрівники шукають незвичайних вражень «один раз у житті» і хочуть якомога більше вписатися у свій відпочинок. Для них важливий комфорт.

Менші щоденні бюджети, великий час: у цю групу в основному від 18 до 30 років і включає, наприклад, туристів з рюкзаками та мандрівників, які подорожують через рік. Їхні щоденні бюджети невеликі, але вони подорожують протягом тривалого періоду часу. Ці мандрівники вибирають дешевше житло. Вони хочуть співпрацювати з місцевими громадами та відчувати місцеве життя. Деякі зацікавлені у волонтерській роботі над громадськими або природоохоронними проектами.

Сімейні подорожі – це великий сегмент, який розвивається. Сюди входять батьки, бабусі й дідусі з дітьми чи онуками, а іноді й кілька поколінь, які подорожують разом. Сільський туризм популярний серед сімей. У Німеччині, наприклад, сім'я є одним із найбільших сегментів ринку сільського туризму. Сім'ї стають все більш уважними до якості та ціни. Вони хочуть гарних умов і хочуть поєднувати безпеку та веселощі. Сім'ї люблять відпочинок у сільській місцевості, щоб поєднувати веселощі та хвилювання з культурним збагаченням і висококласними враженнями [26].

Аналізу мотиваційних характеристик передував детальний розгляд складу опитаних. Як видно серед опитаних переважають туристи з віком від 31 до 40 років, що свідчить на користь більшої схильності до прийняття рішення щодо вибору способу і місця відпочинку (рис. 2.7).

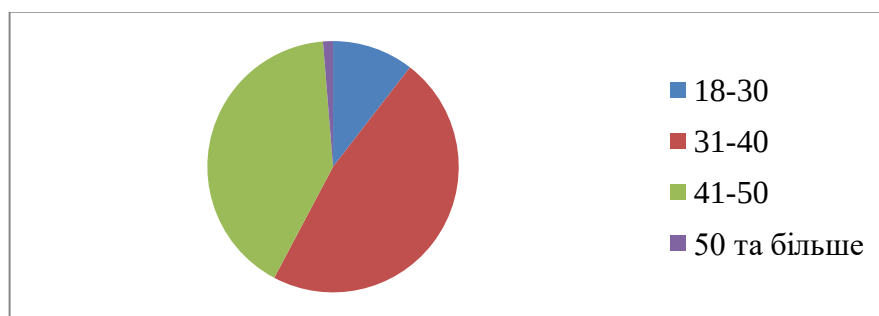


Рис. 2.7. Відомості про опитаних споживачів послуг сільського зеленого туризму. Складено автором

Слід засвідчити, те що 44,41% опитаних – це найбільший сегмент у віці 31-40 років і визначається, з одного боку, наявністю певним досвіду у виборі способу і місця відпочинку, наявністю родини та дітей, а з іншого – мінімальним опором змінам, здатністю цікавитися нетрадиційними видами туризму, які щойно стали відомими, приймати участь в різноманітних заходів та способам дозвілля, настрій відпочивати в екологічних місцевостях після виснажливих офісних занять в мегаполісах.

Як видно із рис. 2.6. Сільський зелений туризм як вид діяльності та індивідуального відпочинку здатний задовольнити запити різних груп середнього класу, припускаючи самостійність пересування, індивідуальну організацію дозвілля та програм екскурсійного обслуговування. Визначено на рис. 2.6. Групи туристів можна вважати мішенями для його ринку. Таким чином, власники садиб можуть орієнтувати свої маркетингові стратегії на цільові групи.

Крім цього, особливою є об'єднання у віці 41-50 років, яка характеризується наявністю вже повнолітніх дітей, яких батьки бажають долучати до витоків української культури і побуту, а саме прагненням до особистого духовного саморозвитку на базі дослідження національних властивостей, історії та традицій. Вищенаведені відомості підтверджуються також відповідями на запит, а саме переваги у виборі місця відпочинку і мотивації для застосування послуг агроосель сільського зеленого туризму.

Сільські мандрівники шукають різноманітні типи житла в широкому діапазоні цін, від кемпінгу до сільських готелів. Їм подобається автентичне невелике житло, яким керують місцеві жителі, яке переважно відображає справжню сільську спадщину цього району. Свобода та гнучкість також важливі, особливо для родин. Велика більшість опитаних надає привілеї відпочинку в сільських територіях України (47,05%) і з наметом (25,5%), що свідчить про вагоме прагнення об'єднання відпочинку з етичним збагаченням і важливості екологічної складової (рис. 2.8).

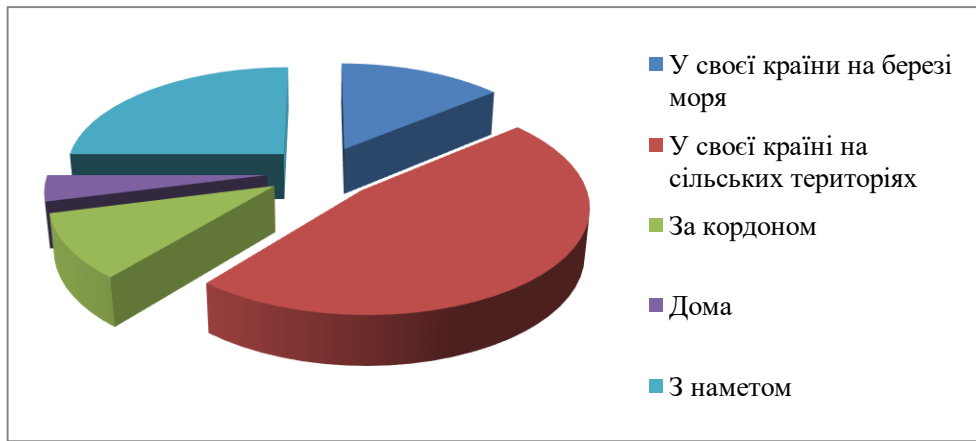


Рис. 2.8. Розподіл опитаних щодо переваг у виборі місця відпочинку, %.

Складено автором

Туристів привертає в село на відпочинок особлива дивовижність сільській діяльності, мешканці прагнуть звернути увагу своїх дітей, звідки з'являється хліб, молоко та інша їжа. Тож, туристів приваблює в селі можливість відправитись на конях до села або в ліс, піти половити рибу, пополювати, покататися на бичках або санях, катання на човнах, катерах і яхтах, участь в традиційних національних гуляннях, сільських весіллях. Гості сільській місцевості із насолодою придбають сувеніри, витвори місцевих майстрів. Вони жадають купити гостинець для своїх друзів або придбати якусь річ на пам'ять про відвідується місцевості. Крім того, небагато агроосель розвивають позасезонні послуги, які могли б залучати туристів цілий рік. В основний сезон агросадиба може бути використана на 99,0%, у весняний та осінньо-зимовий сезони – в основному на 5,0-10,0%. Залежно від сезону, рівень цін також може коливатися. В цілому сказане вище про конкурентне середовище для розвитку фермерських господарств та підприємств сільського зеленого туризму дозволяє визначити основні умови їхнього довгострокового розвитку [28].

Для місцевих жителів продаж сувенірів та виробів сільських промислів слугує як джерелом доходу, крім цього, спосіб реклами свого туристичного потенціалу (рис. 2.9).

Проте сільський туризм, поряд із побутом, неминуче долучається до природи, адже життя сільських мешканців, на відміну від міських, активно здійснюється у її середовищі.

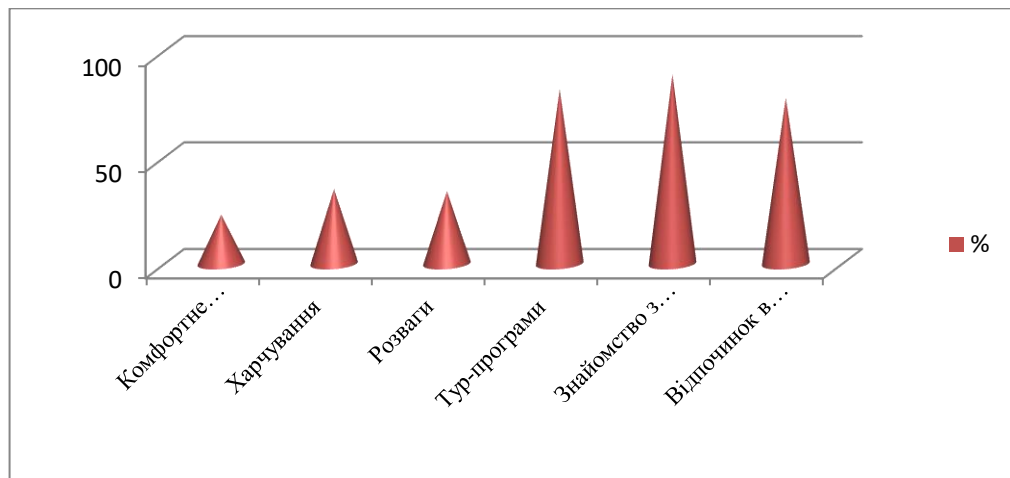


Рис. 2.9. Розподіл опитаних з відповіді на питання «Які послуги в садибах сільського туризму для Вас найбільш важливі?», %.

Складено автором

Тому, в процесі дослідження виявлено подальший соціально-психологічний портрет споживача сервісу сільського зеленого туризму – це житель великого міста середнього віку, якого приваблює безпосередній контакт з пишнотою національної історії, фольклору, традиційними розвагами і народними звичаями, які повертає сільські відпустки в справжній процес асиміляції нового незліченного багажу знань і здобуток досвід, дарують туристам особисті сатисфакції і відчуття єдності, а ще можливість лікування свіжим повітрям і фруктами, вживання свіжих екологічно чистих продуктів.

Серед туристичних послуг, які бажає одержати споживач від такого виду туризму є прямо взаємозалежні з народної гостинністю, кулінарними традиціями, сільськими національними ремеслами і ритуалами, які спонукають туристів зберігати тривалі згадки з дивовижних відпусток. У той же час, споживачі розуміють сільський туризм як економічно практичний вид відпочинку і готові відплачувати за дані туристичне обслуговування демократичну ціну. Встановлені нами соціально психологічні особливості

споживачів послуг сільського зеленого туризму дозволять господарям осель дослідити найбільш дійову політику формування туристичного продукту та його поширення на ринку.

2.3. Виклики Європейського зеленого курсу для туристичної галузі України

Європейська зелена угода – це найбільш комплексна та амбітна програма ЄС із захисту клімату та навколишнього середовища. Це стратегія перетворення ЄС на ресурсоефективну економіку, в якій до 2050 року не буде викидів парникових газів, а економічне зростання буде відокремлено від використання природних ресурсів. Потреба в таких змінах виникла через стрімкі кліматичні зміни, які супроводжували збільшення викидів парникових газів у 20 столітті через діяльність людини.

Україна планує приєднатися до цього курсу і декларує намір досягти кліматичної нейтральності до 2060 року в Національній економічній стратегії. Однак такий перехід може стати серйозним викликом для нашої країни через застарілі технології в промисловості, низьку якість державного управління та надто амбітні цілі, які ставить перед Україною Європейський Союз. Європейський Союз має комплексну стратегію впровадження Зеленого курсу. Ця стратегія зосереджена не лише на енергетичному секторі, а й на сільському господарстві, транспорті, сталому промисловому розвитку тощо. Стратегія базується на принципі «нікого не залишити осторонь». Для його реалізації ЄС створив спеціалізований Фонд справедливого переходу для підтримки найменш розвинених регіонів, найвіддаленіших районів і островів, які стикаються зі значними соціально-економічними проблемами на шляху до кліматичної нейтральності.

На додаток до механізму справедливого переходу існує багато інших законодавчих ініціатив, таких як План дій циркулярної економіки, Стратегія «від ферми до виделки», Європейський альянс акумуляторів, Механізм

коригування вуглецевих кордонів. Найважливішим із них є Європейський закон про клімат. Це являє собою перехід від політичної сфери (чого ми лише бажаємо) до правової сфери, де ЄС зобов'язується стати кліматично нейтральним. Закон містить нову проміжну ціль на 2030 рік – цільовий показник скорочення викидів вуглекислого газу збільшено з 40% до 55%. Це серйозний виклик для європейської промисловості.

У той же час ЄС не хоче опускати руки і тому вирішив працювати над переходом до кліматичної нейтральності та подоланням економічних наслідків коронакризи.

Європейське агентство з охорони навколишнього середовища проаналізувало викиди парникових газів в ЄС у різних секторах за період 1990-2018 років. Результати показали, що ЄС далекий від досягнення повної кліматичної нейтральності. ЄС досяг значного прогресу у скороченні викидів CO₂ у секторі енергопостачання, який є найбільшим джерелом викидів, тоді як незначний прогрес досягнутий у промисловості, торгівлі та сільському господарстві. Однак деякі інші сектори (авіація та інші транспортні галузі) фактично збільшили свої викиди.

Хоча важливість цілей Зеленої угоди неможливо переоцінити, малоймовірно, що всі європейські країни стануть кліматично нейтральними до 2050 року. Це не означає, що Україні потрібно розслаблятися, але ми маємо хорошу нагоду повчитися досвіду наших сусідів, оскільки оголошений термін досягнення Україною кліматичної нейтральності дещо віддалений – 2060 рік.

Згідно з водневою стратегією ЄС, водень є «ключовим пріоритетом для досягнення Європейської зеленої угоди та переходу до чистої енергії в Європі», оскільки він не створює викидів CO₂, а забруднення повітря від його використання практично дорівнює нулю. ЄС не зможе самостійно виробляти всю необхідну кількість водню. Згідно з Водневою стратегією, до 2030 року ЄС має встановити щонайменше 40 ГВт електролізерів відновлюваного водню та виробляти до 10 мільйонів тонн відновлюваного

водню. Єврокомісія також планує імпортувати до країн ЄС 32,5 ГВт водню. Це буде досягнуто за допомогою інструментів Східного партнерства. Європарламент висуває певні умови для такого імпорту. Стратегічним інтересом ЄС є енергетична безпека як самого ЄС, так і його партнерів. ЄС хоче уникнути перенесення екологічного впливу на інші країни. Для України це означає, що декарбонізацію української економіки не потрібно відкладати. Виробництво водню дуже енергоємне. Отже, для того, щоб виробляти достатню кількість водню для експорту в ЄС, Україні потрібно наростити багато «зелених» потужностей.

Шлях до кліматичної нейтральності в Україні, незважаючи на те, що обговорення Зеленого курсу в Україні тільки почалося, а уряд ще далекий від конкретних планів, Україна підтвердила своє бажання розвивати «зелену» економіку. Національна економічна стратегія визначає зобов'язання України щодо досягнення кліматичної нейтральності до 2060 року. Країна має амбіції стати «раннім встанням», коли справа доходить до узгодження власного курсу з Європейським зеленим курсом. Для цього в Україні створено міжміністерську групу з питань подолання наслідків зміни клімату, яка координує роботу міністерств, а також двосторонню групу Україна-ЄС, яка розвиває партнерські відносини між Україною та ЄС у рамках Green курс.

Туристична діяльність в Україні є важливою галуззю в економічній сфері, яка має значний вплив на економіку постраждалого регіону під час війни. Хоча війна негативно впливає на туризм, індустрія може відіграти вирішальну роль у відновленні економіки регіону. Ось кілька соціально-економічних чинників, які є важливими для розвитку туризму та економіки в постраждалих регіонах України від війни (рис. 2.10.)

Загалом туризм може надати можливість зруйнованому війною регіону відновити та відродити свою економіку, створити робочі місця та покращити якість життя місцевих жителів. Важко переоцінити значення туризму для економіки охопленого війною регіону.



Рис. 2.10. Вплив соціально-економічних чинників на розвиток туризму та економіки в постраждалих регіонах України від війни

Складено автором

Ця галузь може створити робочі місця, збільшити доходи, диверсифікувати економіку, розвинути інфраструктуру, сприяти миру та стабільності та зберегти культурну спадщину. Інвестуючи в індустрію туризму, постраждалий регіон може почати процес відновлення та побудувати більш стабільне та процвітаюче майбутнє.

Таблиця 2.3.

Особливості відпочинку та роботи туристичних об'єктів у різних областях України під час повномасштабного вторгнення

Область	Особливості
Київ, Київська, Черкаська, Полтавська, Волинська області	Заборонено відвідування зелених зон та лісів, які розташовані поза межами житлових масивів, дозволено відпочинок біля водойм, перелік який визначений військовою адміністрацією
Львівська область	Дозволено відвідувати ліси, але заборонено пересуватися по них на транспорті. Виключенням є випадки, коли через ліс пролягає транзитний шлях або людина пересувається на велосипеді. Дозволено відпочивати біля водойм, перелік яких встановлений військовою адміністрацією
Закарпатська область	Дозволено відвідувати ліси, за виключенням частини Карпатського біосферного заповідника та Ужанського національного парку, заборонені польоти на одномоторних літаках

Продовження таблиці 2.3

Івано-Франківська область	Дозволено відвідувати ліси та гори, заборонено пересуватися по них на джипах, квадроциклах, багті та мотоциклах. Дана заборона поширюється на курорт Буковель
Тернопільська область	Дозволено відвідувати ліси, однак заборонено розпалювати багаття. Всі туристичні об'єкти працюють в звичному режимі
Вінницька область	Заборонено відвідування лісів, дозволена туристична діяльність біля водойм, крім тих місць, які знаходяться неподалік об'єктів інфраструктури
Рівненська область	Дозволено відвідувати ліси, збирати гриби та ягоди, крім територій, які знаходяться в північній частині
Житомирська область	Дозволено відвідувати ліси, збирати гриби та ягоди, крім територій, що розташовані за 20 км від кордону з Білоруссю. Дозволено працювати тим закладам культури, які мають обладнані укриття
Хмельницька область	Дозволено відвідувати ліси з певними обмеженнями. Туристичні об'єкти працюють в звичному режимі
Чернівецька область	Дозволено відвідувати ліси. Туристичні об'єкти працюють в звичному режимі
Миколаївська область	Дозволено відвідувати визначені військовою адміністрацією лісові урочища з деякими обмеженнями

Складено автором за джерелом [35]

Основні фактори впливу військової агресії на туристичну діяльність в постраждалих регіонах, які сприяють занепаду туризму як в постраждалих регіонах України, та і в цілій державі. (рис.2.11).

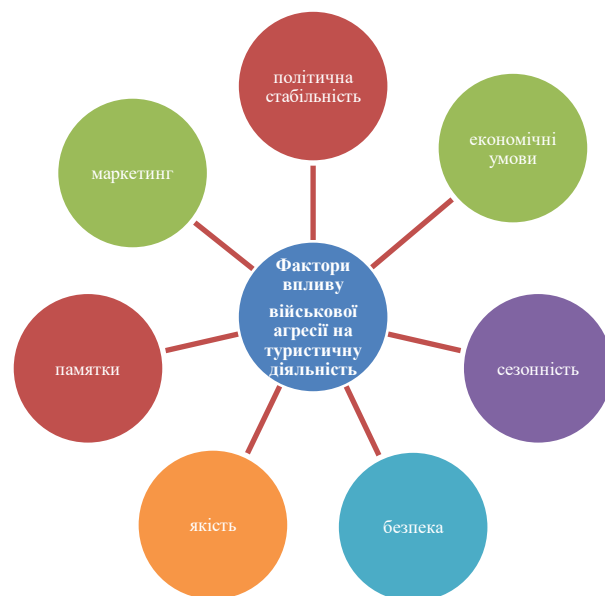


Рис. 2.11. Основні фактори впливу військової агресії на туристичну діяльність в постраждалих регіонах України

Складено автором

Усунення цих факторів матиме вирішальне значення для відновлення та зростання індустрії туризму як в постраждалих регіонах так і в країні загалом.

- Пам'ятки: загарбники пошкодили чи зруйнували багато туристичних об'єктів, включаючи історичні місця, об'єкти культурної спадщини та природні заповідники, що зробило регіони України менш привабливими для туристів. Відновлення інфраструктури та пам'яток має важливе значення для відновлення та зростання туризму в усіх регіонах України;

- Політична стабільність: політична нестабільність у регіонах також перешкоджає відвідуванню туристами через побоювання за їхню безпеку та стабільність у регіонах;

- економічні умови: економічні умови в регіоні, включаючи високий рівень безробіття та низькі доходи населення, ускладнюють місцевим підприємствам інвестування в індустрію туризму та надання якісних послуг туристам у сфері обслуговування;

- Маркетинг та просування: відсутність регіонального та загальноросійського маркетингу та просування регіону як туристичного напрямку сприяє зниженню числа туристів, особливо іноземних;

- Сезонність: сезонність туристичної галузі також сприяє зниженню кількості туристів. Конфлікт ускладнює відвідування регіону в періоди пікового сезонного попиту, багато туристів вважають за краще відвідувати його в літні місяці;

- Якість: зниження якості туристичних послуг також є одним із факторів зниження туризму. Зниження попиту змусило багато готелів та інших туристичних підприємств закритися чи скоротити штат. Це призвело до зниження якості послуг, які пропонують туристи, що ще більше відбило в них бажання відвідувати регіон. Підвищення якості туристичних послуг необхідно залучення більшої кількості туристів у регіони країни;

- Проблеми безпеки: туристи стурбовані своєю безпекою в регіоні через конфлікти, що продовжуються, що змусило багато країн випустити

рекомендації з туризму, що застерігають своїх громадян від поїздок у зони конфліктів. Вирішення цих проблем безпеки має вирішальне значення для відновлення туристичної галузі регіону.

Таким чином, видно, що податкові надходження від класифікованого туризму 2022 року знизилися практично з усіх видів туризму. Виняток становив лише діяльність, що підпадає під інші кошти тимчасового розміщення, кількість яких збільшилася лише на 45,9%. Основна частина надходжень до державного бюджету, сплачених від готелів та аналогічних коштів тимчасового розміщення, у 2022 році склала 898 млн. грн. Однак ця сума все одно на 30% менша, ніж у 2021 році. Тоді до державного бюджету надійшло 1028 млн. грн. На 46% зросли податкові відрахування від діяльності гуртожитків та пансіонатів, які використовуються як тимчасове житло для людей, змушених залишити свої будинки через військові дії. Частка податкових надходжень до державного бюджету від діяльності дитячих таборів відпочинку, кемпінгів та турбаз знизилася на 57%. У 2022 році у вигляді податків буде сплачено 141 млн. грн. порівняно із 328 млн. грн. 2021 року (табл.. 2.4).

Таблиця 2.4.

Надходження податків від туристичної галузі в Україні, 2022 р.

Об'єкти оподаткування	Надходження податків за 2022 р., тис. грн	Надходження податків в 2022 р. порівняно з 2021р., %
Діяльність готелів і подібних засобів тимчасового розміщення	898 381,44	-30,3
Діяльність туристичних агентств	204 795,22	-26,7
Діяльність туристичних операторів	167 858,10	-35,2
Діяльність засобів розміщування на період відпустки та іншого тимчасового проживання	141 163,66	-57

Податки від туристичних операторів до державного бюджету зменшились на 35%, і у 2022 році до державного бюджету буде сплачено 167,085 млн. грн. порівняно із 259,025 млн. грн. 2021 року.

Надходження від туристичних агенцій також знизилися на 27%, при цьому 2022 року до державного бюджету надійшло 204 млн. 795 тис. грн. податків, а 2021 року до державної скарбниці поповнилося 279 млн. 65 тис. грн. податків (рис. 2.12)

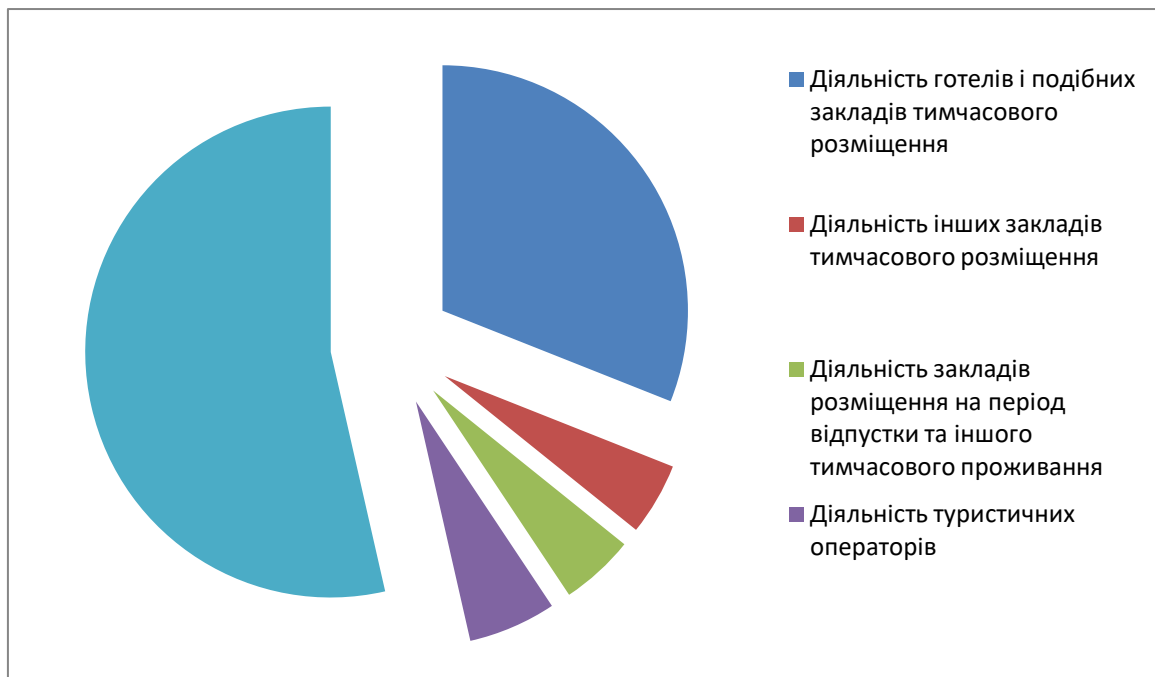


Рис. 2. 12 Відсоткова частка надходжень до державного бюджету України кожного КВЕД у галузі туризму

Складено за джерелом [31]

Податкові платежі у 2022 році збільшилися порівняно з 2021 роком у Львівській (273 млн. проти 215 млн.), Київській (164 млн. проти майже 125 млн.) та Івано-Франківській (159 млн. проти майже 131 млн.) областях. Податкові надходження знизилися у Київській та Одеській областях, причому на Одещині на 58%, а в Київській - на 46%.

У 2022 році податки на туризм під час воєнного стану становили 178 098 млн. євро проти 235 064 600 євро у 2021 році, тобто знизилися на 24% (табл. 2.5). Зниження надходжень від податку на туризм було зафіксовано у 14 регіонах України. Ці регіони здебільшого є зонами конфлікту і досі

тимчасово окуповані. Так, наприклад, у Херсонській області туристичні збори знизилися на 95%, у Миколаївській – на 90%, у Донецькій – на 83%, у Луганській – на 80%. Значне зниження спостерігалось також в Одеській (80%), Запорізькій (78%), Харківській (61%), Сумській (58%), Київській (54%), Чернігівській (54%) областях.

(54%), Чернігівській (53%), Київській (43%) та Житомирській (24%) областях. У Дніпропетровській та Рівненській областях надходження від податку на туризм знизилися на 15%.

Таблиця 2.5.

Туристичний збір в 14 областях України за 2022 рік, які перебували або перебувають в зоні бойових дій та тимчасово окуповані

Область, місто	Туристичний збір за 2022 р., грн	Зменшення надходження від туристичного збору в 2022 р. порівняно з 2021 р., %
Херсонська	314 тис	-95
Луганська	418 тис	-80
Сумська	586 тис	-58
Донецька	686 тис	-83
Миколаївська	789 тис	-90
Чернігівська	1 млн 061 тис	-53
Житомирська	1 млн 709 тис	-24
Запорізька	1 млн 971 тис	-78
Харківська	3 млн 372 тис	-61
Одеська	5 млн 372 тис	-80
Київська	8 млн 727 тис	-43
Дніпропетровська	9 млн 95 тис	-15
Рівненська	1 млн 256 тис	-14
м. Київ	31 млн 474 тис	-54

Складено автором за джерелом [31]

Лідером з надходжень податку на туризм у 2022 році стала Львівська область – 41,403 млн. грн., що на 79% більше, ніж у 2021 році. Бюджет столиці збільшився на 31 047 700 грн., хоча порівняно з 2021 роком він

скоротився вдвічі. Лідерами зі сплати туристичного збору також є Закарпатська (19,071 млн. грн.), Івано-Франківська (17,096 млн. грн.) та Черкаська (12,055 млн. грн.) області.

Військові дії істотно негативно впливають на туристичну галузь регіонів і країни в цілому. Причинами воєнних дій та їх впливу на туризм є міркування безпеки, зниження попиту, пошкодження інфраструктури, втрата робочих місць та негативний імідж, які істотно впливають на розвиток туристичної діяльності України.

Загалом наслідки бойових дій для туристичної галузі дуже серйозні, вони призводять до серйозних втрат у туризмі та інших галузях, і їх наслідки зберігаються протягом багатьох років після закінчення воєнних дій.

Між політиками та суспільством немає єдиного розуміння того, що означає «Зелена угода». Часто це сприймається лише як екологічна проблема. Наприклад, депутати Верховної Ради зазвичай вважають, що це компетенція Комітету з питань екологічної політики, а Комітет з питань енергетики не наголошує на зеленому курсі. Насправді Зелена угода має набагато більше спільного з економікою, ніж з навколишнім середовищем.

Крім того, в Україні є проблеми з управлінням великими і довгостроковими проектами. Відсутня також культура довгострокового планування. Українські політики часто мислять лише в межах виборчого циклу. Інфраструктура прийняття рішень щодо впровадження Зеленого курсу в Україні знаходиться на дуже ранній стадії розвитку. У нас є віце-прем'єр-міністр з євроінтеграції, який відповідає за міжнародне співробітництво, але немає відповідального за впровадження Зеленого курсу в країні.

Головним викликом для України є її застаріла промисловість. У 2018 році енергоємність ВВП України за паритетом купівельної спроможності становила близько 180 кілограмів нафтового еквівалента на тисячу доларів, тоді як у ЄС – лише 83. Те саме стосується інтенсивності вуглецю. Незважаючи на вимушену деіндустріалізацію в 1990-х роках, Україна має понад 600 кілограмів CO₂-еквіваленту на тисячу доларів ВВП за паритетом

купівельної спроможності, тоді як ЄС має лише 200 кілограмів, тобто втричі менше. Викиди вуглекислого газу на одиницю доданої вартості, безумовно, значно вищі в Україні, ніж в ЄС.

Ще одна актуальна проблема – фінансування. У планах – створити фонд, який збиратиме внески від міжнародних партнерів, а потім розподілятиме гроші на кліматичні проекти та політику. Єврокомісія планує представити фінансові інструменти, доступні як Україні, так і іншим 30 країнам у рамках Європейської зеленої угоди. Великі фінансово-промислові групи (олігархи) в Україні докладають значних зусиль для того, щоб державні кошти залишалися єдиним джерелом фінансування Green Deal, блокуючи будь-яке обговорення збільшення податку на вуглець (у 2020 році він становив менше 1 євро за тонну) . викидів в Україні та Польщі та понад 100 євро у Швеції). Проте зменшення викидів CO₂ потребує серйозних інвестицій, які має фінансувати не лише уряд України чи міжнародні партнери, а й бізнес. Запрошувати міжнародні компанії інвестувати в Україну дуже проблематично, оскільки ризик інвестування в Україну залишається надзвичайно високим.

Щоб виконати своє зобов'язання «нікого не залишити осторонь», Україна має захистити вразливі групи від наслідків енергетичного переходу, зокрема від негативних наслідків закриття деяких компаній і шахт. Важливо те, що кліматична нейтральність і чисте довкілля означають краще та здоровіше життя для кожного в довгостроковій перспективі. Однак поки що деякі компанії та приватні особи повинні нести витрати.

Іншим важливим питанням є Механізм регулювання кордонів викидів вуглецю (СВАМ), який не дозволяє купувати в ЄС товари, виробництво яких виділяє велику кількість вуглекислого газу. Продаж такої продукції на ринку ЄС може бути заборонений. Сьогодні Україна має великі частки атомної енергетики та зеленої енергетики в енергетичному балансі, тому Україна має шанс відповідати вимогам ЄС.

Україна має великий потенціал для розвитку органічного виробництва. Наразі лише 1,1% сільськогосподарських угідь в Україні використовується для цих цілей, тоді як в ЄС частка земель, відведених під органічне землеробство, становить близько 8,5%. Державні закупівлі в Україні складають майже 13% ВВП і можуть використовуватися більш стратегічно. У 2020 році в Україні ухвалили закон, який дає нові можливості для розвитку зелених закупівель. Зелені державні закупівлі стають все більш поширеними. Важливо орієнтуватися не лише на поточну ціну, а й на весь життєвий цикл продукту, включно з побічними ефектами, які покриває державний бюджет. Якщо підрахувати загальну вартість використання продукту, то зелені державні закупівлі можуть бути набагато ефективнішими, ніж якщо ми просто дивимось на ціник.

Європейська зелена угода є частиною міжнародних зусиль із боротьби зі зміною клімату. Ідея реалізації полягає в мотивації прикладом. Це означає, що якщо Європейський Союз може досягти сталого зростання, роблячи планету чистішою та безпечнішою для наших дітей, інші країни також зможуть.

Україна може виграти чи програти у глобальному русі до кліматичної нейтральності. Все залежить від того, чи ми самі беремо відповідальність за зміни, чи покладаємось лише на зовнішнє фінансування та преференції. Зараз Україна має хороші стартові умови та можливість отримати вигоду від вкладених зусиль.

РОЗДІЛ 3. ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ ПРИНЦИПІВ ЄВРОПЕЙСЬКОГО «ЗЕЛЕНОГО КУРСУ» В ТУРИСТИЧНУ ГАЛУЗЬ УКРАЇНИ

3.1. Перспективи розвитку сільського зеленого туризму в контексті впровадження Європейського «Зеленого курсу»

Сільський зелений туризм найкращим чином відповідає актуальним пріоритетам стабільного еколого-економічного розвитку України, а саме: збереження природної та культурної середовища, економічна підтримка благоустрою місцевого населення, постачання туристів місцевими органічними продуктами харчування [14].

Як показує досвід європейських країн, цей вид туризму є одним із найбільш перспективних видів туризму, завдяки позитивному ефекту на розвиток території та високого доходу. Наприклад, кожен третій турист, вибраний відпочинок Франції, користується послугами сільського туризму Великобританії (10%) і Німеччини (4%) підприємці висувають туристичне обслуговування в сільській місцевості. На ринку послуг сільського зеленого туризму в Україні продовжують отримувати популярність, незважаючи на високі перспективи, тому виникає необхідність у просуванні та популяризації саме такого виду туризму. Інституційна сфера функціонування сільського зеленого туризму в Україні перебуває у процесі створення попиту, тому потребує аналізу та уточнення пропозицій саме реалізації дієвих важелів на ефективність всього процесу.

Зацікавленість більшості країн у створенні кластерів зумовлена передусім двома причинами: по-перше, кластери мають вплив на систематичність розвитку бізнесу, по-друге, збільшують інтенсивність виникнення новітніх підприємств [22].

Відповідно до світового досвіду, у тих країнах, де державні програми формувалися та фінансувалися у процесі реалізації кластерної моделі, економіка відповідних сфер розвивалася набагато більше, ніж там, де

кластери формувалися лише за рахунок її учасників. Наприклад, держава відіграла вирішальну роль у створенні лісових кластерів у Фінляндії, додавши їм вагомих конкурентних привілеїв на зарубіжних ринках.

Переваги кластерів над іншими формами економічної організації полягають у мінімізації витрат їх учасників на створення товарів або послуг за рахунок застосування ефекту масштабу, доступу малих та середніх власних фірм до інновацій, досліджень та фінансових ресурсів великих компаній. . компанії. можливість раціонально застосовувати місцеві ресурси, поєднувати заходи учасників із різних галузей економіки для формування якісного продукту, поєднувати переваги співпраці з конкуренцією тощо [9].

Для того, щоб виявити на скільки на сьогоднішній день відпочинок на природі затребуваний і популярний, респондентам було поставлено питання «Як часто ви відпочиваєте на природі?». 42,5% опитаних відповіли – кілька разів на рік, 33,9% – один-два рази на місяць, 13,4% респондентів відпочивають на природі кожні вихідні та 10,2% опитаних взагалі не відпочивають на природі (рис.3.1.).

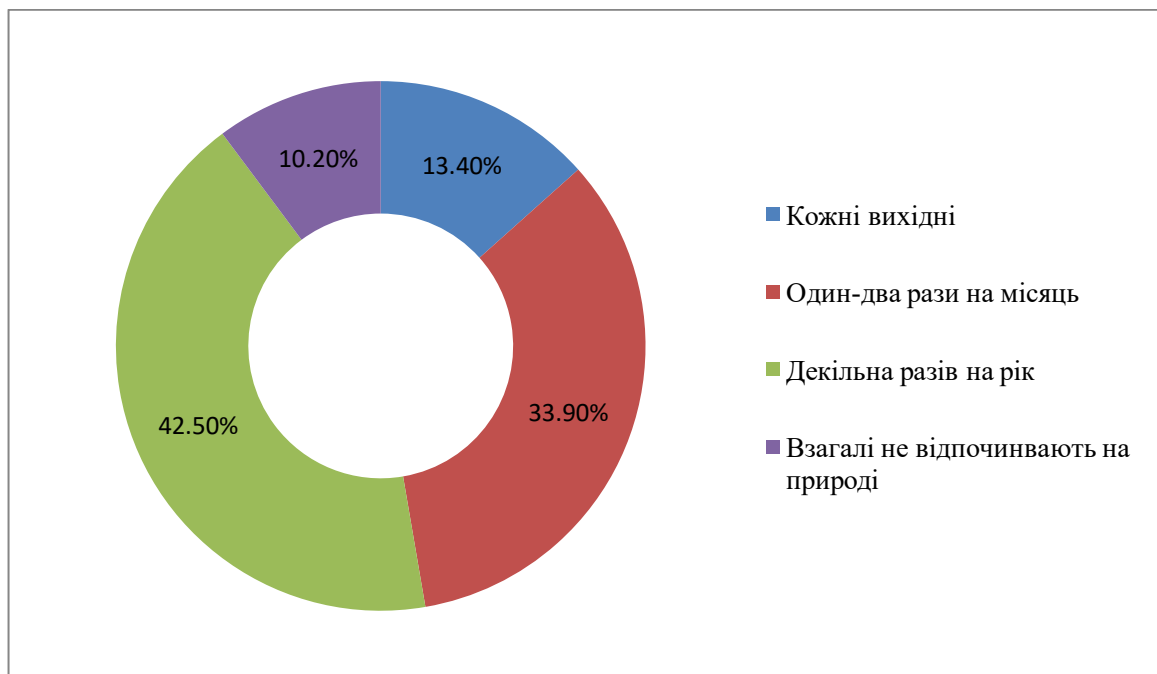


Рис. 3.1. Як часто респонденти відпочивають на природі.

Складено автором

Україна має значущі природно-кліматичні та рекреаційні ресурси для розвитку сільського зеленого туризму, оцінка яких у нашій країні тільки починається. Майже 15% території мають зони відпочинку, гірські та прибережні ландшафти, придніпровські зелені масиви, де чисті річки, повітря, гори, де залишилися національні традиції, фольклор, музеї, церкви та інші прекрасні пам'ятники архітектури. Більшість із 500 населених пунктів зберігають унікальне історичне та культурне спадщина. Держава охороняє близько 30 національних і регіональних парків і садів відомих діячів української культури. Лікувальні ресурси, що відтворюють - більше 400 джерел мінеральних вод і більше 100 місцевих джерел корисних вод, унікальних не тільки для України, але і для Європи. Дослідження показали, що для кожного регіону України характерно своє управління сільського зеленого туризму [8].

Також для виявлення ставлення респондентів до аграрного туризму, було поставлено питання «Якщо вам відомий напрям – аграрний туризм, то як ви до нього ставитеся?». 44,9% респондентів ставляться досить стримано, а ставляться позитивно, вважають популярним напрямом – 38,1%, не популярним цей напрямок вважають 16,9% опитаних (рис. 3.2).

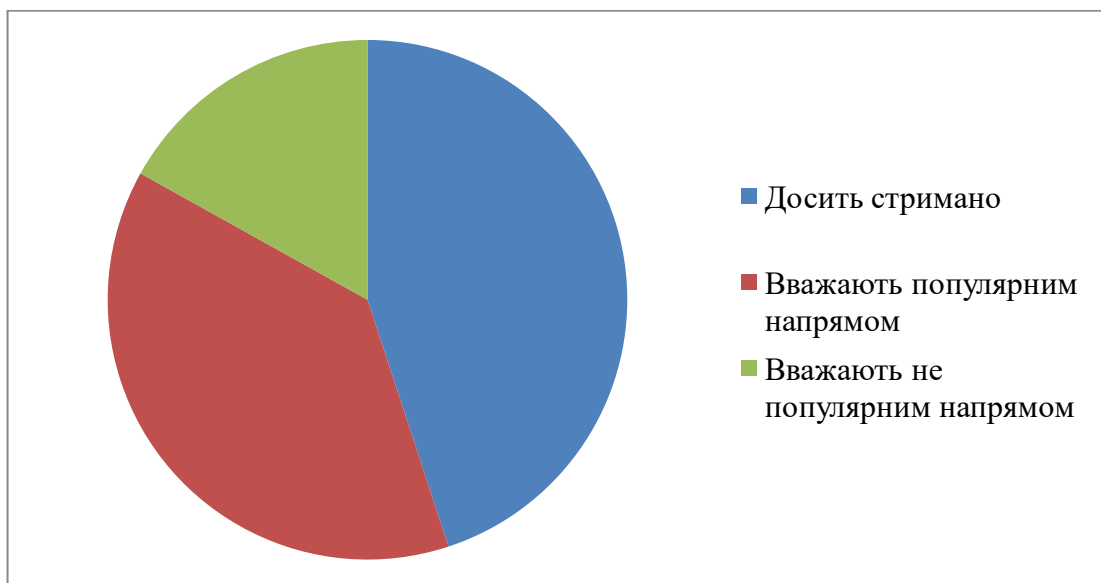


Рис. 3.2. Ставлення респондентів до сільського зеленого туризму.

Складено автором

У той же час в Україні «приймаюча» сторона сільського туризму зосереджена в традиційних для цього виду туризму регіонів: Карпатах, Поділля та Приазов'я, де зосереджено майже 90% сільських туристичних садиб. Основною перспективною послугою сільського зеленого туризму є не просто забезпечення туристів нетривалим розміщенням, а формування комбінованих послуг для відпочиваючих – розміщення, харчування та відпочинок. Центральною фігурою у створенні рекреації є сільська сім'я, що у селі, здійснює ключову діяльність, що з безпосереднім підсобним господарством, і другорядна - використовує власність цієї ферми з метою відповідних послуг у сфері сільського зеленого туризму. Члени сільських сімей, готуючись до зустрічі гостей, примножують свої знання стосовно господарювання, санітарії, кулінарії і т. д. Це означає, по суті, трансформація сільських жителів на більш кваліфіковану робочу силу та збільшення якості задовільного капіталу у сільській місцевості.

Також варто відзначити, що при відвідуванні підприємств аграрного (сільського) туризму респонденти користувалися такими послугами: 41,9% - пізнавальні екскурсії, 41% – російська лазня, 39% – рибний лов, 37,1% - кінні прогулянки, 29,5% - збір овочів та фруктів, 25,7 % – збір меду, 18,1 % – догляд за тваринами (рис.3.3).

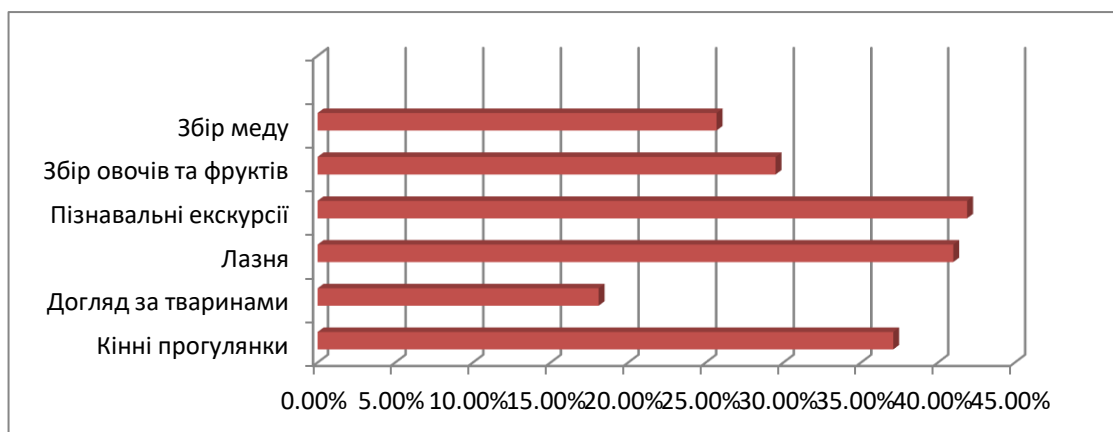


Рис. 3.3. Перспективні послуги сільського зеленого туризму.

Складено автором

У сфері сільського зеленого туризму як виду економічної діяльності є ще одна характерна якість, яка визначена характером та сутністю послуги.

Цим вони відрізняються від товарів та інших матеріальних благ. Діяльність агроселища як суб'єкта господарювання в системі сільського зеленого туризму залежить від механізму взаємодії складових туристичного ринку, а також є специфічною особливістю цього механізму.

Агрооселя є як суб'єктом господарювання у сфері сільського зеленого туризму, так і власним майном селянина, яке він використовує для особистого проживання та членів сім'ї, а також для надання в користування (пробуття) туристам у відносинах галузі сільського зеленого туризму [19].

Специфічною елементом туристичного продукту у сфері сільського зеленого туризму є агросадиба. Комплекс послуг, що отримують відпочиваючі, складається з проживання, обслуговування, харчування, транспорту та інформаційного забезпечення. Сільський зелений туризм є дієвим фактором розвитку сільських територій, сприяє диверсифікації сільськогосподарського виробництва та відродженню села. Підприємницька діяльність у сфері сільського зеленого туризму здійснюється на ринковій основі під впливом низки зовнішніх та внутрішніх факторів, а саме: екологічних, соціально-економічних, політичних, психологічних – та сприяє росту сільських територій. Підприємці розуміють важливість інфраструктури для розвитку свого бізнесу, адже туристи їдуть передусім туди, де є зручне транспортне сполучення (особливо автомобільне), екскурсії та організований відпочинок, є гарантії особистої безпеки.

Необхідність розвитку сільського зеленого туризму в Україні визначається такими передумовами, що в подальшому формують і його перспективи:

- зростаючим попитом мешканців українських міст та іноземців на відпочинок у сільській місцевості;
- унікальною історико-етнографічною спадщиною українських сіл;
- багатими рекреаційними ресурсами; – екологічною чистотою сільської місцевості;

- відносно вільним сільським житловим фондом для прийому туристів;
- наявністю вільних трудових ресурсів для обслуговування туристів;
- традиційною гостинністю господарів та доступною ціною за відпочинок;
- можливістю надання комплексу додаткових послуг з екскурсій, риболовлі, збирання ягід і грибів, катання на конях тощо.

На фоні потрібних робочих місць у сільському господарстві та промисловості, зовнішня структурна зміна, сільський туризм може на місцевому та індивідуальному рівні створювати робочі місця та інші можливості для роботи. Але не в такому широкому масштабі і такого макроекономічного значення, щоб замінити виробничий сектор або компенсувати його спад.

Європейський регіон отримує дохід від туризму, тому дослідження показує, наприклад, що організація туристичних підприємств може створити відповідний додатковий прибуток і підходить також стратегія життя власників туристичних підприємств. Але дослідження також уточнює, що капітал, необхідний для розвитку нерухомості для туристів, виключає бідних сільських жителів від участі [37]..

Дослідження показало, що через сільський зелений туризм існують можливості для забезпечення регіонального розвитку або підвищення привабливості для своїх громадян, а також потенційних гостей (наприклад, шляхом створення місцевої інфраструктури відпочинку). Слідом за цим, це приводить до висновку, що якщо країна успішно ініціює процеси управління, активізує роздуми про альтернативні адаптовані можливості регіонального розвитку або сувору координацію розвитку сільських районів, проекти через туризм, туризм є одним із можливих варіантів запуску імпульсів розвитку.

У 2022 році галузь орієнтувалась на спеціалізацію, для того щоб виділитися серед конкурентів і запропонувати один з найкращих сервісів. Сільські мандрівники все частіше цікавляться про індивідуальні варіанти, які

наполягають від власників сконцентруватися на ніші ринку, для того аби одержати конкурентоспроможність і віддалити галузь від сезонності. У зв'язку з цим великий попит мандрівників в останні роки стане початком суттєвих змін у сільському туризмі. Такі прохання, як подорожі з домашніми тваринами або зацікавленість сільських мандрівників до участі в заходах, пов'язаних із вином та місцевою їжею, зокрема, винний та кулінарний туризм, мають можливість яка сприяє створенню ідеї спеціалізації в цій галузі [14].

На розвиток сільського туризму в Україні у 2022 році суттєво вплинула військова агресія та вторгнення Росії до України. Традиційні маршрути сільського туризму повністю змінені чи зруйновані. Військові дії ведуться на сході та півдні України, всі Азовське та Чорноморське узбережжя знаходяться у зонах бойових дій або тимчасово окуповані. Запорізька, Херсонська, Миколаївська та Одеська області є зонами бойових дій, і розвиток туризму в цих регіонах нині неможливий. Проте у світі та в Україні формуються такі тенденції, як сільський зелений туризм. У сучасних умовах значно зростає привабливість сільського зеленого туризму у центральних та західних регіонах України. У цьому зростає роль місцевих у розвитку даного напрямку.

Місцеві громади мають великий потенціал для розвитку і деякі з них швидко створюють необхідну інфраструктуру для прийому та обслуговування великої кількості внутрішньо переміщених осіб. У громадах створюються центри допомоги вимушеним переселенцям, їм надаються зручності та низка соціальних послуг. Це і виробництво сільськогосподарської продукції, і надання гастрономічних та готельних послуг, і розвиток сільських районів, і маркетинг нових знань та почуттів про природу, екологію та ландшафт. Попит туристів на сучасні інфраструктурні об'єкти, комплекс послуг та сільський сервіс зростає з кожним роком. Тому власникам плантацій необхідно постійно розвивати та вдосконалювати свою діяльність відповідно до сучасних вимог, підвищувати професійний та

кадровий рівень, піклуватися про безпеку туристів. Багато людей мандрували за кордон. Звичайно, про подорожі всередині країни з метою туризму в таких умовах не може бути й мови.

Інтеграція в інше середовище тією чи іншою мірою означає занурення у повсякденне життя, вивчення мови та традицій. Українці змушені тікати в іншу країну, гуляти містами з нетиповою архітектурою, є різні страви, знайомитися з іноземцями, спілкуватися з їхньою культурою та побутом.

Вони відвідують сільські пам'ятки, площі та церкви, зупиняються в готелях та базах відпочинку, а повернувшись додому, надихаються на нові подорожі рідною країною. Розвиток індустрії туризму означає, що поступово з'являються нові тенденції у туризмі. Крім того, можна прогнозувати, що завдяки інтересу молоді швидше виявиться глобальна тенденція цифровізації та екоінтеграції.

Вплив сільського зеленого туризму на вирішення проблем імплементації «Зеленого курсу» в туристичну галузь передусім полягає у тому, що він розширює сферу зайнятості сільського мешканця (не тільки у виробничій сфері, а й у сфері обслуговування) та надає можливість диверсифікувати його діяльність шляхом пошуку торгової ніші, яка спричинить максимізацію прибутку, підвищення стійкості в конкурентній боротьбі, спад можливих виробничо-господарських і фінансових ризиків. Формується розуміння сільського зеленого туризму як специфічної форми відпочинку на селі з широкою можливістю використання природного, матеріального і культурного потенціалу держави. Значною умовою забезпечення сталого розвитку сфери відпочинку в українському селі з урахуванням сьогоденного стану економіки є створення врегульованих партнерських стосунків керівництва, бізнесу та професійних суспільних організацій, а також урахування потреб сільського зеленого туризму під час розроблення та схвалення всенародних і місцевих платформ соціально-економічного розвитку України.

3.2. Проєкт плану відновлення сільського зеленого туризму України на засадах Європейського «Зеленого курсу»

Відповідно до стратегічних цілей відновлення та розвитку сільського зеленого туризму України на в рамках Європейського «Зеленого курсу» було важливим вирішити питання щодо покращення транспортної інфраструктури, поліпшити стан екології в регіоні, сільський відпочинок в Україні за рахунок збереження етнографічної самобутності повинен набути національного значення.

По-перше, він дає поштовх для відродження й розвитку традиційної культури: народної архітектури, мистецтва, промислів – усього, що складає місцевий колорит і що, поряд із природно-рекреаційними чинниками, є не менш привабливим для відпочиваючих. По-друге, через сільський відпочинок мешканці урбанізованих територій з масовою культурою мають можливість пізнати справжні українські традиції. По-третє, етнокультура села репрезентує Україну світові й приваблює також іноземних туристів, в особливості військового стану в країні. Тому як передумову успішного розвитку відпочинку в сільських етнографічних районах розглядається формування ідеології відродження й розвитку всього спектра традиційної культури, починаючи від форм господарських занять до надбань духовної сфери, що діятимуть як сприятливі чинники для індивідуального відпочинку в етнографічних районах України.

Сільський зелений туризм регіону стає центром екотуризму в районах України, які розвиваються, прослідковується просування даного типу туризму Харківщини на міжнародний рівень.

Активізацію та поширення зеленого та сільського туризму в Україні неможливо забезпечити без вирішення ключових проблем, що на 20 сучасному етапі гальмують розвиток даної сфери. Основними стримуючими чинниками області сьогодні є: повномасштабне вторгнення Російської Федерації на територію України, незадовільний стан розвитку соціальної

інфраструктури та технічних комунікацій (тепло-, водопостачання, наявність соціально-побутових об'єктів, не облаштованість сіл, транспортних мереж тощо), багато з яких було зруйновано, низький рівень життя сільського населення, що знижує потенційну привабливість для вітчизняних і зарубіжних туристів; недосконале чинне законодавство у галузі стандартизації, сертифікації, маркування «зелених» послуг, категоризації суб'єктів ринку туристичних послуг; низька якість послуг; низький рівень інформаційно-маркетингового супроводження зеленого та сільського туризму; відсутність чіткої стратегії розвитку зеленого туризму на регіональному та державному рівнях. Разом з тим, неврегульованість організаційних, правових, юридичних, соціальних норм і стандартів подальшого розвитку зеленого туризму не мають стати гальмуючим чинником для реалізації проектів зеленої індустрії, які доцільно здійснювати в рамках регіональних програм і стратегій соціально-економічного розвитку.

В сучасних умовах активізація зеленого та сільського туризму на засадах зеленого курсу ЄС дає змогу вирішити найскладніші проблеми українського села: сприяє додатковій зайнятості населення, постає перспективним джерелом формування доходів, сприяє зменшенню соціальної напруги у суспільстві, становленню системи соціальних цінностей у населення, підвищенню його культурно-освітнього рівня.

Для подальшого розвитку сільського зеленого туризму слід виділити такі стратегічні цілі:

- Розробити єдині стандарти якості для об'єктів сільського туризму України;
- Розробити і затвердити маркетингову стратегію в сфері сільського туризму України;
- Ввести до складу Координаційної ради з розвитку сільських територій України представників громадських організацій та суб'єктів сільського туризму України;

- Спроекувати пакети туристичних послуг для різних цільових аудиторій з метою організації індивідуального та сімейного туризму;
- Розробити маркетингової стратегії просування регіональних туристичних ресурсів України на внутрішньому і міжнародному ринках.

Розроблення інструментарію розвитку в туристичну діяльність сільського зеленого туризму України в рамках зеленого курсу ЄС доцільно здійснити з метою реалізування функції розвитку сільського та зеленого туризму як чинника сталого розвитку сільських територій. Систему інструментів розвитку сільського і зеленого туризму доцільно представити на основі компонентних цілей задля відновлення на засадах Європейського «Зеленого курсу»:

- розробити і подати на затвердження Верховної Ради України (на основі Концепції розвитку сільського туризму в Україні) проект Програми розвитку сільського туризму в Україні;
- розробити інформаційний Інтернет-сайт сільського туризму України;
- розробити рекламний Інтернетсайт сільського туризму України;
- організувати і провести фестивалі в сільській місцевості;
- видати каталоги, путівники, карти із сільського туризму.
- формування позитивного іміджу та впізнаваності української місцевості на туристичному ринку;
- застосування сучасних інформаційних технологій, що дозволяє створити масштабний ринок сільського туризму в віртуальній формі;
- збільшення податкових відрахувань до бюджету;
- збільшення туристичного потоку в сільські райони країни в результаті пропозиції конкурентоспроможного туристичного продукту;
- відновлення об'єктів історичної та культурної спадщини;
- збереження народних ремесел, традицій і промислів;

- відновлення зруйнованих територій та відтворення культурно-історичних пам'яток;
- розмінування територій України після повномасштабного вторгнення країни-агресора.

Головною проблемою розвитку сільського туризму в Україні, є і залишається правовий статус цього виду туризму. У законодавстві України поняття сільського туризму як діяльності досі не визначено. Відповідно, всі питання, пов'язані з сільським туризмом (наприклад, оподаткування, ліцензії і т.п.) фактично не регулюються законодавством і є суперечливими та нечіткими. Це все спричиняє величезну частину чорного ринку послуг сільського туризму.

Фінансовий аспект розвитку сільського туризму також не досить розглядається державою. Важко отримати першопочаткові кошти (навіть невеликі) для започаткування бізнесу, побудови чи модернізації агрооселі. Кредити від комерційних банків є дуже дорогими, отримання пільгового кредиту від держави є майже нереальним для простого селянина [9].

Проблема іміджу. Говорячи про прості традиційні села (без розвинутої інфраструктури розваг, спорту чи красивої природи) постає проблема як привабити у них туристів. Українське населення часто не сприймає село як місце для відпочинку чи відпустки, оскільки багато людей з міста мають родичів у селі або просто хату, куди вони періодично приїжджають і часто займаються там сільськогосподарською діяльністю.

Слід також зазначити, що велика частина населення України взагалі не має коштів для відпочинку будь-де, і може зацікавитися лише дешевими послугами. Іноземні туристи, які можуть принести найбільший прибуток території, також зацікавлені у відпочинку лише у привабливих природних територіях (часто гірськолижні курорти) і оминають такі села, тим більше під час нестабільної ситуацією. Тобто проблема покращання іміджу також ще відкрита. Для того аби забезпечити високоякісне обслуговування туристів,

власники сільських агросадиб та особистих селянських господарств повинні, в першу чергу, дбати про:

- якість матеріально-технічного забезпечення садиби (наприклад, розмір та умеблювання кімнат, оснащення побутовою технікою, оснащення гігієнічного вузла, використання енергозберігаючих технологій тощо);
- емоційно-абстрактійну якість (рівень сервісного обслуговування). Це пов'язано в першу чергу з тим, що бажаючи відпочити (туристи, екскурсанти), які відвідують певну сільську місцевість, прагнуть насолодитись красою природи, а тому краєвиди села повинні мати привабливий, естетично оформлений вигляд;
- відповідність сільськогосподарської продукції, що йде на харчування туристів існуючим національним і міжнародним стандартам якості.

Важливе значення для організації сільського туризму має екологічний стан певної території.

Виходячи з цього, сільська громада та самі селяни повинні:

- дотримуватись санітарно-гігієнічних норм й умов проживання;
- дбати про відсутність сміттєзвалищ, оснащувати сільську територію урнами для сміття з попереднім їх сортуванням;
- використовувати (по можливості) енергозберігаючі технології;
- піклуватись про естетичний вигляд будинків, вулиць, садів, присадибних земельних ділянок;
- забезпечувати належне озеленення території тощо.

У сучасних умовах значно зростає привабливість сільського зеленого туризму у центральних та західних регіонах України. Територіальні спільноти мають великий потенціал для розвитку, а деякі громади швидко будують необхідну інфраструктуру для розміщення та догляду за великою кількістю вимушених переселенців. В громадах створюються центри допомоги вимушеним переселенцям, облаштовуються кімнати та надаються різноманітні соціальні послуги.

Прикладів такого залучення громад чимало, деякі з них із різних регіонів України, наприклад, із Сокирійської територіальної громади, Чернівецької області, Боратинської територіальної громади, Волинської області, Ладизинської сільської територіальної громади та Черкаської області. Кількість переселенців становила понад 10% постійного населення. Така діяльність може сформувати необхідну основу для прийому туристів та відповідної інфраструктури у об'єднаних спільнотах у майбутньому. Інші напрями розвитку туристичної діяльності в унітарних муніципальних утвореннях включають продовження розвитку інфраструктури муніципальної освіти для прийому туристів, розвиток рекреаційних зон та курортів, подальше позиціонування на ринку туристичних послуг, маркетингову кампанію з інформування муніципальної освіти про інформування про можливості у сфері туризму. Цікавим та доцільним кроком стане створення національного та місцевого (регіонального) бренду, відродження українських традицій та збереження культурної спадщини регіону. Глобальний інтерес до заходів в Україні приверне туристів не лише з інших регіонів України, а й з-за кордону за умови реалізації системного стратегічного підходу до розвитку сільського зеленого туризму тож створивши проект відбудови, сільський зелений туризм значно покращить свій стан та розвиток (табл.3.1)

Таблиця 3.1

Проект плану відновлення сільського зеленого туризму України на засадах Європейського «Зеленого курсу»

Проект/захід сприяє досягненню наступних компонентних індикаторів:	Збільшення кількості туристів Просування сільського зеленого туризму на міжнародний рівень Приєднання сільського населення до співпраці Відновлення сільського зеленого туризму після повномасштабного вторгнення країни-агресора. Долучення іноземних інвесторів та підприємств для відновлення сільського зеленого туризму Харківщини через Російське вторгнення 24 лютого 2022 року
---	--

Короткий опис проекту:	Цільова аудиторія: туристи всіх категорій, які в пошуках чогось нового для відвідування, міжнародні туристи, які хочуть долучитися до українських традицій та звичаїв. іноземні волонтери, які готові долучитися до відновлення за мотивами зеленого курсу ЄС Реклама заходу на ярмарках, виставках соціальних тем; наслідків вторгнення РФ; Створення якісної інформації щодо агросадіб та історичної спадщини сільського населення України.			
Цільова територія:	Сільські території України			
Цілі	<i>Загальна ціль</i> (збільшення кількості туристів залучення інвесторів) <i>Конкретна ціль</i> (створення інформаційного зеленого маршруту Україною та створення 3D- візуалізації садіб відновлення сільського зеленого туризму України на засадах Європейського «Зеленого курсу»			
Очікувані результати	Відновлення розвитку сільського зеленого туризму України на засадах Європейського «Зеленого курсу»; Створено маршрут агросадіб, які є актуальними і привабливими для туристів, те що допоможе розвинути регіон в цілому. Завершено інформаційного простору щодо якісної інформаційної довідки агросадіб та рекреаційних ресурсів регіону. Підготовлено елементи щодо просування сільського зеленого туризму через маркетинг.			
Діяльність:	Відновлення сільського зеленого туризму України на засадах Європейського «Зеленого курсу»; Створення зеленого простору України; Організація тематичних ярмарок та вистав для місцевих та сільських жителів; Створення нових робочих сил сільського населення в цій сфері. Створення розробки щодо просування даного виду туризму через газети, буклети, інтернет на території країни.			
Індикатори рівня проекту/заходу:	Збільшення кількості міжнародних туристів 30% Збільшення українських туристів в регіоні 70% Залучення інвесторів щодо покращення і відновлення становища сільського туризму на засадах Європейського зеленого курсу.			
Терміни реалізації	З травня 2024:		По червень 2026:	
Загальна оціночна вартість (тис. грн.)	Рік 1	Рік 2	Рік 3	Разом
	2 000000	1 000000	1 000000	4 000000
Джерела фінансування, з розрахунковими частками (%):	(обласний бюджет - 30%, місцевий бюджет - 20%, державний бюджет - 35%, публічно-приватне партнерство - 10%, бізнес - 5%			

Організації-виконавці:	Міністерство інфраструктури (ДАРТ); ГО «Спілка сільського зеленого туризму України»; Туристичні оператори; Музеї України всієї території; Місцеві громадські організації України.
-------------------------------	---

Складено автором

Таким чином, можна відзначити, що важкі часи, воєнні дії, спад економічної активності великих промислових міст, тимчасова блокада узбережжя Чорного та Азовського морів, а також часткові обмеження на виїзд за кордон можуть дати поштовх розвитку туристичних послуг в Україні, особливо сільський зелений туризм у невеликих населених пунктах. Загалом Україна має безліч культурних та національних особливостей у різних регіонах, у багатьох містах є пам'ятки культури чи цікаві туристичні пам'ятки, тож розвиток зеленого туризму можна успішно поєднувати із вивченням національної культури та традицій України.

Отже, враховуючи ці та інші проблеми, нагальним завданням, яке постало як перед місцевою і державною владою, так і перед самими селянами є пошук нових механізмів активізації господарської та несільськогосподарської діяльності на селі задля відновлення сільського зеленого туризму на засадах Європейського «Зеленого курсу». Одним із дієвих напрямків є розвиток агротуристичної діяльності, який розширюючи спектр діяльності сільських господарів, дозволить не лише збільшити рівень їх доходів, але й вирішить ряд соціальних та екологічних проблем для розвитку зеленого та сільського туризму. В Україні потрібно вирішення поставлених завдань з напрямку менеджмента зеленого та сільського туризму і партнерства з органами державної влади, розроблення стандартів якості для сільських садиб України загалом та зокрема маленьких регіонів, підвищення кваліфікації суб'єктів туристичної діяльності з розвитку зеленого та сільського туризму та створення плану маркетингу зеленого та сільського туризму в Україні.

ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній магістерській роботі було розглянуто імплементацію принципів європейського «зеленого курсу» в туристичну галузь України.

Перш за все, у ході дослідження було визначено що означає Європейський «Зелений курс» (EGD) – шляхова карта із постачання стійкості економіки ЄС шляхом трансформація кліматичних та екологічних проблем у можливості у всіх сферах політики та захист справедливості та інклюзивності переходу. Ідеї Нового зеленого курсу – активізування економіки через інвестиції в інфраструктуру та сприяння місць с робочим мотивом з акцентом на зелені секції – зростають у світі розпочинаючи з 2007 року.

Україна має значні природні, кліматичні та рекреаційні ресурси для розвитку сільського туризму, оцінку яких у нашій державі лише почали здійснювати. Вплив перспектив розвитку сільського зеленого туризму на відповідність туристичної галузі України «Зеленому курсу» передусім полягає у тому, що він розширює сферу зайнятості сільського населення та надає можливість диверсифікувати його діяльність шляхом пошуку торгової ніші, яка забезпечить максимізацію прибутку, підвищення стійкості в конкурентній боротьбі, зменшення можливих виробничо-господарських і фінансових ризиків.

При розробці концепції агротуристичного продукту, необхідна ефективна стратегія просування, яка допомогла б створити конкурентоспроможний туристичний об'єкт, що привертає і задовольняє потреби як вітчизняних, так і іноземних туристів. За допомогою маркетингових інтернет-технологій, компанія може залучити необхідний сегмент споживачів, тим самим збільшуючи обсяги продажів і рівень популярності агропослуги.

В процесі дослідження встановлено наступний соціально-психологічний портрет споживача послуг сільського зеленого туризму – це

житель великого міста середнього віку, якого приваблює безпосередній контакт з багатством національної історії, фольклору, традиційними заняттями і народними звичаями. Серед туристичних послуг, які бажає отримати споживач від цього виду туризму є безпосередньо пов'язані з народної гостинністю, кулінарними звичаями, сільськими народними ремеслами і ритуалами, які змушують туристів зберігати тривалі спогади з незвичайних відпусток.

Важливою умовою забезпечення сталого розвитку сфери відпочинку в українському селі з урахуванням сучасного стану економіки є створення врегульованих партнерських стосунків влади, бізнесу та професійних громадських організацій, а також урахування потреб сільського зеленого туризму під час розроблення та затвердження загальнодержавних і місцевих програм соціально-економічного розвитку України.

Необхідно сказати, що Україна є єдиною країною Східного партнерства, яка демонструє активний суспільний дискурс з усіх аспектів Європейського «Зеленого курсу», включаючи конкретні галузеві пріоритети. Ключові зміни, передбачені ЄС у його документах щодо впровадження та дотримання «Зеленого курсу», у більшості секторів повністю або частково відображені у стратегічних документах України (урядова програма, плани дій, стратегії тощо). Створено два міжвідомчі координаційні органи (загальний та за СВМ). Активні консультації з ЄС продовжуються, а український уряд запропонував ЄС розробку дорожньої карти.

Таким чином, наші оцінки та розрахунки дозволяють визначити туристичну привабливість сільської місцевості України як високу. Нерівномірність їх розташування та поєднань дозволила зробити районування сільських територій за рівнем придатності в організацію малих підприємств сільського зеленого туризму. Виявлено негативні фактори та ризики ділової активності у ньому, а також додаткові позитивні уподобання: по-перше, городян все більше приваблює відпочинок у гостинній сільській

сім'ї, мальовничій місцевості, знайомство з багатою українською культурою, історією та природою.

В процесі дослідження виявлено подальший соціально-психологічної портрет споживача сервісу сільського зеленого туризму – це житель великого міста середнього віку, якого приваблює безпосередній контакт з пишнотою національної історії, фольклору, традиційними розвагами і народними звичаями, які повертає сільські відпустки в справжній процес асиміляції нового незліченного багажу знань і здобуток досвід, дарують туристам особисті сатисфакції і відчуття єдності, а ще можливість лікування свіжим повітрям і фруктами, вживання свіжих екологічно чистих продуктів.

Вплив сільського зеленого туризму на вирішення проблем імплементації «Зеленого курсу» в туристичну галузь передусім полягає у тому, що він розширює сферу зайнятості сільського мешкання (не тільки у виробничій сфері, а й у сфері обслуговування) та надає можливість диверсифікувати його діяльність шляхом пошуку торгової ніші, яка спричинить максимізацію прибутку, підвищення стійкості в конкурентній боротьбі, спад можливих виробничо-господарських і фінансових ризиків. Формується розуміння сільського зеленого туризму як специфічної форми відпочинку на селі з широкою можливістю використання природного, матеріального і культурного потенціалу держави.

Дослідження показало, що через сільський зелений туризм існують можливості для забезпечення регіонального розвитку або підвищення привабливості для своїх громадян, а також потенційних гостей (наприклад, шляхом створення місцевої інфраструктури відпочинку). Слідом за цим, це приводить до висновку, що якщо країна успішно ініціює процеси управління, активізує роздуми про альтернативні адаптовані можливості регіонального розвитку або сувору координацію розвитку сільських районів, проекти через туризм, туризм є одним із можливих варіантів запуску імпульсів розвитку.

Під час війни в Україні туризм фактично завмер. Але згодом, коли в деяких регіонах ситуація стала відносно стабільною, люди поступово

повернулися до мандрівок. Ситуація з воєнними діями також призвела до зміни туристичної аудиторії. Якщо раніше внутрішніми туристами були переважно пари та сім'ї з чоловіками, то сьогодні у сільській місцевості це переважно жінки та діти - все це призвело до суттєвої зміни динаміки складу туристичних груп, а також появи попиту на різні види туристичних послуг.

Хоч як це парадоксально, але розвиток туризму за умов воєнного стану має велике значення для здоров'я нації та економічного благополуччя країни.

Спокій під час військового стану дозволяє громадянам країни, що воює, відволіктися від негативних новин, зміцнити здоров'я та психологічний ресурс, підтримати та розвинути національну економіку. Туризм в умовах воєнного стану в Україні зазнав глобальних та дуже серйозних змін. Зміна уподобань туристів, зміна причин поїздок у відпустку, зміна аудиторії - все це фундаментально змінило всю галузь. Але сам факт того, що сільський туризм все ще живий, вселяє надію у всю українську туристичну спільноту. І орендодавці, і готельєри, і підприємці, які пропонують супутні послуги у сфері туризму, готові змінювати принципи та підходи та адаптуватися до нових реалій та бажань туристів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Законодавство України про туризм і готельну справу : зб. офіційних текстів законів станом на 15 лют. 2013 р. / упоряд. Ю. І. Руснак. К. : Центр учбової літератури, 2013. 241 с
2. Про заходи щодо підтримки індивідуального житлового будівництва на селі : Указ Президента України від 27 бер. 1998 р. № 222/98.
3. Про особисте селянське господарство» щодо розвитку сільського зеленого туризму : Постанова Верховної Ради України від 23 трав. 2017 р. № 2062-VIII.
4. Про сільський та сільський зелений туризм : Проект Закону від 05 бер. 2021 р. № 5206-IX.
5. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року Розпорядження Кабінету Міністрів України від 16.03.17 р. № 168. *Офіційний вісник України*. 2017. № 26. С. 86.
6. Про туризм: Закон України від 15 вер. 1995 р. № 324/95-ВР / Верховна Рада України.
7. Антоненко В. С. Особливості створення туристичного продукту сільського зеленого туризму на сучасному етапі. *Географія та туризм*. 2012. Вип. 20. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/gt_2012_20_13 (дата звернення 13.05.2022).
8. Барський Ю. М., Матвійчук Л. Ю. Перспективи впровадження «Зелених маршрутів» на Волині. Індустрія туризму й сфера гостинності в Україні та світі: сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку : матеріали II Міжнар. наук.-прак. конф. з нагоди 80-річчя Волинського національного університету ім. Лесі Українки, 28 жовт. 2020 р. Луцьк: ПП Іванюк, 2020. С. 28-32. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/handle/lib/31247> (дата звернення 13.05.2022).

9. Басюк Д. І. Науково-теоретичні підходи до класифікації туристичних кластерів. Міжнародна економіка : інтеграція науки та практики : Збірник наук. праць. Київ : НТУУ «КПІ», 2011. URL: <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/handle/123456789/4336> (дата звернення 13.05.2022).
10. Булах Т. М. Сільський туризм як перспективний напрям для соціально-економічного розвитку села Формування ринкових відносин в Україні., 2010. 143 с.
11. Бутенко Т. А. Впровадження сільського туризму в Україні: проблеми, бізнес-моделі, бізнес-планування. *Вісник ХНАУ. Серія : Економічні науки*. 2018. № 1. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vkhnau_ekon_2018_1_4 (дата звернення 13.05.2022).
12. Васильєв В. П., Горішевський П. В., Зінько Ю. В. Сільський зелений туризм: організація гостинності на селі : підручник. Івано-Франківськ, Місто-Н, 2003.158 с.
13. Гапоненко Г. І., Василенко А. В., Шамара І.М. Перспективи організації Зелених шляхів в Україні як пріоритетний напрямок розвитку ринку внутрішнього туризму. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія: Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм*. 2021. № 13. С. 231-240.
14. Гапоненко Г. І., Євтушенко О. В., Шамара І. М. Пріоритетні напрями забезпечення сталого розвитку туризму України в умовах пандемії. *Бізнес Інформ*. 2021. № 5. С. 227-235.
15. Гапоненко Г. І., Євтушенко О. В., Шамара І. М. Проблеми та перспективи екологізації туризму в Україні. *Проблеми економіки*. 2021. №1. С. 4–10.
16. Гапоненко Г.І., Парфіненко А.Ю., Шамара І.М. Організація сільського зеленого туризму: підручник для студентів спеціальності «Туризм». Вид. «Університетська книга». Суми, 2021. 300 с.

17. Громадська організація «Одеська обласна сільськогосподарська дорадча служба», «Центр розвитку та правової підтримки села». Світовий досвід організації сільського туризму: метод. посіб. Одеса, 2009. – 54 с.
18. Державна туристична адміністрація України. Аналіз державної політики на підтримку туризму в Україні та практичні рекомендації поліпшення її ефективності : аналітичне дослідження / Державна туристична адміністрація України., 2020. 170 с.
19. Довгаль О. В. Сільський туризм як перспективний напрям підприємництва у соціально-економічному механізмі розвитку села. Бізнес Інформ. 2013. № 4. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2013_4_61 (дата звернення 13.05.2022).
20. Дюк А. А., Бурлака Н. І. Розвиток зеленого туризму в Україні. Ефективна економіка. 2018. № 12. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/12_2018/120.pdf (дата звернення 13.05.2022).
21. Європейський «Зелений курс». Представництво України при Європейському Союзі. URL: <https://ukraine-eu.mfa.gov.ua/posolstvo/galuzeve-spivrobitnictvo/klimat-yeuropejska-zelena-ugoda> (дата звернення 13.05.2022).
22. Зінько Ю. А. Кластери сільського туризму України і Польщі. *Цілі сталого розвитку третього тисячоліття: виклики для університетів наук про життя* : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. Київ : НУБіП України, 2018. Т. 1. С. 73–75.
23. Зінько Ю.В., Рутінській, М.Й., Сільський туризм: навч.посіб. Київ: Знання, 2006. 271 с.
24. Концепція Державної цільової програми розвитку туризму та курортів на період до 2022 року. Офіційний сайт Верховної Ради України. URL: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/638-2013-p> (дата звернення 13.05.2022).

25. Крюкова І. О. Стратегічні імперативи розвитку зеленого туризму в Південному регіоні України. Економічний форум. , 2015. № 1. С. 69-75.
26. Кудла Н.Є. Мотиви вибору відпочинку у селянському агротуристичному господарстві. *Вісник ДІТБ*. 2013. С. 283–289.
27. Мальська М. П., Зінько Ю. А. Типи і моделі кластерів сільського туризму в Україні. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Туризм*. 2018. Вип. 2. URL: <http://tourism.knukim.edu.ua/article/download/154397/159916> (дата звернення 13.05.2022).
28. Мошковська Г.К. Стан та розвиток агротуристичних підприємств Рівненщини. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Серія «менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку». 2011. С. 225–229.
29. Національна туристична організація України. Методичні рекомендації (протокол) з надання послуг сільського зеленого туризму (сільської гостинності) у посткоронавірусний період. 2020. 25 с. URL: http://www.ntoukraine.org/assets/files/11_URGTU_SP_Ukrainian_Protocols_for_the_New_Normal_GreenTourismUA.pdf (дата звернення 13.05.2022).
30. Осадча Т.С. Сільський зелений туризм в Україні: окремі аспекти організації, обліку і контролю : монографія. Херсон : Одді-плюс, 2009. 294 с.
31. Офіційний сайт Державного агентства розвитку туризму України. URL: <https://www.tourism.gov.ua/>
32. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: www.ukrstat.gov.ua. (дата звернення 13.05.2022).
33. Очікування сільськогосподарських підприємств щодо перспектив розвитку їх ділової активності. *Держкомстат України* : веб-сайт. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2020/fin/rp/selo/selo_IV_2020.pdf (дата звернення 13.05.2022).

- 34.Паньків Н. Є. Характеристика потенціалу екотуризму України в умовах війни. Креативний простір в Україні та світі: кол. моногр. Харків : СГ НТМ «Новий курс», 2022. С. 154–162.
35. Петлін І.В., Цегелик Г.Г. Оптимізація розподілу інвестиційних коштів як фактор розвитку малого підприємництва в сфері сільського зеленого туризму. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2012. С. 93–98.
- 36.Про Основні засади (стратегію) державної екологічної політики України на період до 2030 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2697-19>
- 37.Савенко Г. Є. Інноваційний розвиток агротуризму в Україні. *Причорноморські економічні студії*. 2017. Вип. 22. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bses_2017_22_25 (дата звернення 13.05.2022).
- 38.Сак Т., Більо І., Ткачук Ю. Еколого-економічні наслідки російсько-української війни. *Економіка та суспільство*. 2022. Вип. 38. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-38-6>
39. Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні : офіційний веб-сайт. URL: <https://www.greentour.com.ua> (дата звернення 13.05.2022).
40. Створення міжнародних кластерів у галузі зеленого туризму (частина перша). *Українські кластери* : веб-сайт. URL: <http://ucluster.org/sokolenko/2009/09/stvorenniya-mizhnarodnyx-klasteriv-ugaluzi-zelenogo-turizmuchastina-persha/> (дата звернення 13.05.2022).
- 41.Цимбалюк С. Я., Морозова І. В. Сільський туризм як перспективний напрям розвитку внутрішнього туризму. *Екологічні науки*. 2019. № 5 (24), Т. 1.URL: http://www.ecoj.dea.kiev.ua/archives/2019/1/part_1/8.pdf (дата звернення 13.05.2022).
42. A modern EU budget for a Union that protects empowers and defends. – Access mode: A Modern Budget for a Union that Protects, Empowers and Defends. The Multiannual Financial Framework for 2021 – 2027:

- Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions. – Brussels, 2.5.2018 COM (2018) 321 final. URL: https://ec.europa.eu/commission/sites/beta-political/files/communication-modern-budgetmay_2018_en.pdf. (Last accessed: 13.05.2022).
43. European Federation of Farm and Village Tourism : official website. URL: <http://www.eurogites.org> (Last accessed: 13.05.2022).
44. Haponenko H. I., Kravchuk I. I., Kravchuk I. A., Shamara I. M., Marchuk N. A. The information means to promotion green tourism. Financial and Credit Activity: Problems of Theory and Practice. 2019. Vol 4, No 31. P. 497-505.
45. Hosteltur. URL: <https://www.hosteltur.com/>
46. Sidali K.L., Kastenholz E., Bianchi R. Food tourism, niche markets and products in rural tourism: Combining the intimacy model and the experience economy as a rural development strategy. J. Sustain. Tour. 2015. № 23. P. 1179–1197.
47. Switzerland Ranked as the Safest European Destination. February 28, 2023. URL: <https://www.schengenvisainfo.com/news/switzerland-ranked-as-the-safest-european-destination/>
48. Tourism as an Approach to Sustainable Rural Development in Post-Socialist Countries: A Comparative Study of Serbia and Slovenia / Petrović M.D. and etc. Sustainability. 2017. № 10. P. 54.
49. Travelife Sustainability System Criterie. URL: <http://www.travelifecollection.com>
50. United Nations World Tourism Organization (UNWTO) : official website. URL: <http://www2.unwto.org/> (Last accessed: 13.05.2022).
51. WWOOF (World Wide Opportunities on Organic Farms) : official website. URL: <https://www.woof.net/> (Last accessed: 13.05.2022).

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
Факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу
Кафедра туристичного бізнесу та країнознавства

ВІДГУК НАУКОВОГО КЕРІВНИКА

на дипломну роботу магістра Вілічко Аліни Олегівни «Імплементация принципів Європейського «зеленого курсу» в туристичну галузь України» за спеціальністю 242 «Туризм»

Студентка розпочала роботу над дипломною роботою на початку 2021/2022 навчального року під моїм керівництвом. Зміст роботи є актуальним, оскільки більшість українських регіонів, спираючись на унікальну природу, багату культурно-матеріальну спадщину та традиції сільського населення успішно реалізують проекти в галузі сільського зеленого туризму. Позитивним у роботі є те, що автор дуже докладно дослідила сучасні тенденції «озеленення» агротуристичного бізнесу в світі і в нашій країні та показала, що через сільський зелений туризм існують можливості для забезпечення регіонального розвитку та підвищення привабливості для своїх громадян, а також потенційних гостей (наприклад, шляхом створення місцевої інфраструктури відпочинку).

Робота носить структурно завершений характер. У процесі її написання студентка проявила працьовитість, високу організованість і вміння професійно і чітко викладати думки. Тема та основні питання розкриті відповідно до поставлених завдань. Потрібно особливо підкреслити наявність у студентки чотирьох статей в наукових фахових виданнях, в яких опубліковано результати дипломного дослідження.

Загальна оцінка дипломної роботи Вілічко Аліни Олегівни позитивна, відповідає вимогам, що висуваються вищою школою до випускних робіт на освітньо-кваліфікаційному рівні магістра за спеціальністю 242 «Туризм» і може бути допущена до захисту на засіданні Державної екзаменаційної комісії.

Науковий керівник
к.е.н., доцент, доцент
кафедри туристичного
бізнесу та країнознавства
Харківського національного
університету
імені В.Н. Каразіна

Ганна ГАПОНЕНКО

Державній екзаменаційній комісії із
захисту бакалаврських робіт
студентів спеціальності
242 «Туризм»

РЕЦЕНЗІЯ

на дипломну роботу магістра 2 року навчання групи УТз-61 факультету міжнародних економічних відносин і туристичного бізнесу Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна спеціальності 242 «Туризм» Вілічко Аліни Олегівни «Імплементация принципів Європейського «зеленого курсу» в туристичну галузь України»

У дипломній роботі Вілічко Аліни Олегівни показано, що в сучасних умовах, сільський зелений туризм набирає стрімку популярність, тим самим займаючи міцні позиції на ринку туристичних послуг.. Для ефективного функціонування туристських організацій, які у свою чергу реалізують даний тип відпочинку туристським підприємствам необхідно створювати спеціальні структури, які включають в себе фахівців, обладнання та технології для збору корисної інформації, її сортування, систематизації, аналізу та оцінки, тобто для проведення маркетингових досліджень. Таким чином, проведення досліджень з аналізом джерел ресурсного потенціалу і стратегій ефективного використання інструментів просування для розвитку туризму на сільських територіях України є досить актуальним в контексті імплементації європейського законодавства щодо «Зеленого курсу».

В цілому автору вдалося вирішити поставлену мету своєї дипломної роботи. Так, в роботі вплив сільського зеленого туризму на вирішення проблем імплементації «Зеленого курсу» в туристичну галузь передусім полягає у тому, що він розширює сферу зайнятості сільського мешканця (не тільки у виробничій сфері, а й у сфері обслуговування) та надає можливість диверсифікувати його діяльність шляхом пошуку ефективних методів. Дослідження показало, що через сільський зелений туризм існують можливості для забезпечення регіонального розвитку та підвищення

привабливості для своїх громадян, а також потенційних гостей (наприклад, шляхом створення місцевої інфраструктури відпочинку).

Вважаю, що дипломна робота магістра Вілічко Аліни Олегівни може бути допущено до захисту в Державній екзаменаційній комісії, оскільки вона відповідає всім вимогам, що пред'являються до таких робіт та заслуговує високої оцінки.

Рецензент

канд. екон. наук, доцент,

доцент кафедри

міжнародних економічних відносин
імені Артура Голікова Харківського
національного університету



Марина ШУБА