

Міністерство освіти і науки України  
ПВНЗ «Міжнародний економіко-гуманітарний університет»  
імені академіка Степана Дем'янчука  
Кафедра географії і туризму

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА  
НА ЗДОБУТТЯ СТУПЕНЯ ВИЩОЇ ОСВІТИ БАКАЛАР**

**СІЛЬСЬКИЙ ТУРИЗМ ХМЕЛЬНИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ: СУЧАСНИЙ  
СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ**

**Виконала:**

студентка факультету географії, історії та  
туризму

**спеціальності 242 Туризм**

Ліщук Ольга Володимирівна

**Науковий керівник:**

к.е.н., доцент кафедри

Глушкова Тетяна Сергіївна

---

**Рецензент:**

д.геогр.н., професор

Калько Андрій Дмитрович

ВСП «Рівненський технічний

фаховий коледж НУВГП»

---

**Рівне-2022**



**УДК 338.48**

**ЛІЩУК О. В.**

**СІЛЬСЬКИЙ ТУРИЗМ ХМЕЛЬНИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ: СУЧАСНИЙ  
СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ**

Висвітлено визначення видів туризму у сільській місцевості, розкрито функції сільського туризму та чинники його розвитку, окреслено мікроекономічне середовище розвитку сільського туризму. Визначено ресурсний потенціал як передумови розвитку сільського туризму в Хмельницькій області. Проведено оцінку рівня інфраструктури сільського туризму та виявлено проблеми розвитку. Окреслено шляхи розвитку сільського туризму у Хмельницькій області.

**Ключові слова:** сільський туризм, агросадиба, інфраструктура, брендинг території.

**LISHCHUK O. V.**

**RURAL TOURISM OF KHMELNY REGION: CURRENT STATE AND  
PROSPECTS OF DEVELOPMENT**

The definition of types of tourism in rural areas is highlighted, the functions of rural tourism and factors of its development are revealed, the microeconomic environment of rural tourism development is outlined. Resource potential has been identified as a prerequisite for the development of rural tourism in Khmelnytsky region. The level of rural tourism infrastructure was assessed and development problems were identified. The ways of rural tourism development in Khmelnytsky region are outlined.

**Key words:** rural tourism, farmstead, infrastructure, territory branding.

## ЗМІСТ

|   |    |
|---|----|
| ВСТУП.....  | 4  |
| РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ВИВЧЕННЯ<br>СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ.....           | 8  |
| 1.1. Визначення видів туризму у сільській місцевості.....                           | 8  |
| 1.2. Функції сільського туризму та чинники його розвитку.....                       | 13 |
| 1.3. Мікроекономічне середовище розвитку сільського туризму.....                    | 18 |
| ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1.....  | 24 |
| РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ В<br>ХМЕЛЬНИЦЬКІЙ ОБЛАСТІ.....  | 25 |
| 2.1. Аналіз ресурсного потенціалу як передумови розвитку сільського<br>туризму..... | 25 |
| 2.2. Оцінка рівня інфраструктури сільського туризму.....                            | 29 |
| 2.3. Дослідження проблем розвитку сільського туризму.....                           | 30 |
| ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2.....  | 35 |
| РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ У<br>ХМЕЛЬНИЦЬКІЙ ОБЛАСТІ.....          | 36 |
| 3.1. Розвитку сільського туризму завдяки брендингу території.....                   | 36 |
| 3.2. Диверсифікація послуг сільського зеленого туризму.....                         | 39 |
| ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3.....  | 42 |
| ВИСНОВКИ.....   | 43 |
| ДОДАТКИ.....  | 51 |

## ВСТУП

**Актуальність теми дослідження.** Розвиток сільського туризму сприяє зменшенню бідності, підвищенню зайнятості населення, формуванню доходу та покращує туристичну привабливість, доступність, зручність та створення додаткових послуг. З іншого боку, зростаюча кількість туристів, як правило, знищує екзотичну культуру. Тому сьогодні, актуальним питанням залишається формування проблем, вирішення яких стимулюватиме позитивний вплив сільського туризму на дестинацію.

На нашу думку, сьогодні найважливішими проблемами розвитку дестинацій з наявними ресурсами для розвитку сільського туризму є проблеми у обліку статистики та нормативно-правовому полі, недоліки вітчизняного економічного механізму підтримки суб'єктів сільського туризму та фактори, що стримують сільськогосподарську діяльність.

**Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами.** Робота пов'язана з науковою тематикою кафедри географії та туризму МЕНУ імені академіка Степана Дем'янчука «Мінеральні та рекреаційні ресурси Рівненщини: економіко-географічні та туристичні аспекти» (№018U001569).

Проблемі розвитку сільського туризму як виду відпочинку та можливого напрямку підприємницької діяльності присвячено роботи багатьох науковців та практиків. В більшості своїх праць вони свідчать про відсутність потрібної статистичної звітності, що дала б змогу чітко проаналізувати стан розвитку туристичної діяльності в сільській місцевості, і радять надалі розглядати сільський туризм як сукупність агрорекреаційного, зеленого, екологічного та фермерського туризму [20., с. 263].

У статтях 4 та 6 Закону України «Про туризм», сільський туризм визнано окремим видом туризму, розвиток якого є пріоритетним напрямом державної політики [29.], № 324 від 15.09.1995 р. Право особистих селянських господарств займатися сільським зеленим туризмом визначено в

статті 1 Закону України «Про особисте селянське господарство» [4.], № 742 від 15.05.2003 р. Проте потрібно відзначити, що статус сільського зеленого туризму в Україні ще остаточно не визначений, тому це становить значну проблему для розвитку цієї діяльності. Перш за все, це пов'язано з тим, що державні та господарські діячі часто розуміють визначення сільського туризму по-різному. По-друге, відсутність чіткого правового поля стримує створення економічної стратегії розвитку цього виду туризму, програм підтримки та допомоги.

Науковець Тищук І. зазначає, що головними недоліками економічного механізму підтримки підприємців у сфері сільського туризму закладаються у відсутності позитивної динаміки розвитку, недостатній активності сільського підприємця у проведенні заходів, які б сприяли розвитку туристичних destinations та водночас збереженню їх природно-ресурсного потенціалу. Окрім того, позитивні зрушення у розвитку сільського туризму не співставляють з іншими економічними показниками, а підприємець ц сфері сільського туризму недостатньо гнучко реагує на зміни у економічній, соціальній та екологічній сферах України. Зрозуміло, що такий механізм не здатний спонукати прогресивні зміни підтримки суб'єктів сільського туризму [34., с.135].

Чималий внесок у вирішення цих проблем могли б внести дорадчі служби. Згідно Закону України «Про сільськогосподарську дорадчу службу» основними завдання сільськогосподарської дорадчої діяльності спрямовані на підвищення рівня знань у вдосконаленні навичок прибуткового ведення, селянських та фермерських господарств, сільськогосподарських підприємств усіх форм власності, а також сільського населення, які здійснюють діяльність у сільській місцевості [20., с. 262].

Проте, як довели дослідження Белової Ольги, цей напрямок теж недосконалий і потребує активізації розвитку дорадчої діяльності органами державного управління сільським господарством, установами НААН та

зкладами аграрної освіти [1., с.201 ]. Це зумовлює актуальність обраної теми для виконання бакалаврської роботи.

**Мета і завдання дослідження.** Мета даного дослідження полягає в аналізі сучасного стану сільського туризму Хмельницької області та визначення перспектив його розвитку.

Для досягнення мети в роботі вирішувались наступні **завдання**:

- висвітлити визначення видів туризму у сільській місцевості;
- розкрити функції сільського туризму та чинники його розвитку;
- окреслити мікроекономічне середовище розвитку сільського туризму;
- визначити ресурсний потенціал як передумови розвитку сільського туризму в Хмельницькій області;
- оцінити рівень інфраструктури сільського туризму Хмельницької області та виявити проблеми розвитку;
- окреслити шляхи розвитку сільського туризму у Хмельницькій області.

**Об'єктом** дослідження є стан сільського туризму Хмельницької області.

**Предметом** дослідження є діяльність агросадиб Хмельницької області.

**Методи дослідження.** Теоретичною і методологічною основою досліджень є загальнонаукові та філософські методи пізнання, діалектичний і системний підходи до вивчення проблем розвитку сільського зеленого туризму. Поєднання діалектичного та системного підходів до пізнання функцій сільського туризму та чинників його розвитку; визначити основні параметри мікроекономічного середовища розвитку сільського туризму. Застосування принципу діалектичного історизму дало змогу теоретично обґрунтувати визначення видів туризму у сільській місцевості.

**Наукова новизна.** Дане дослідження ґрунтується на використанні актуальних матеріалів та містить первинні дані про портрет агровласника.

**Практичне значення.** Результати дослідження можуть бути використані органами місцевого самоврядування у процесі планування та проектування розвитку сільського туризму Хмельницької області; як джерела

довідкової інформації для краєзнавчих досліджень, працівниками туристичних фірм, при розробці турів.

**Особистий внесок дослідника.** Визначено актуальні проблеми розвитку дестинації сільського туризму.

**Апробація результатів дослідження.** За результатами роботи взято участь у конференції та опубліковано тези: Глушкова Т.С. Калько А.Д., Ліщук О.В. Актуальні проблеми розвитку дестинації сільського туризму // XIII Міжнародна науково-практична конференція туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання. 24-25 березня 2022 р. (Черкаси).



## РОЗДІЛ 1

### ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ВИВЧЕННЯ СІЛЬСЬКОГОТУРИЗМУ

#### 1.1. Визначення видів туризму у сільській місцевості

Зелений туризм виник як альтернатива класичному курортному відпочинку. Адже в світі спостерігається перехід від так званої SSS-моделі відпочинку (Sea – Sun – Sand: Море – Сонце – Пісок) до моделі LLL (Lore – Landscape – Leisure: Знання – Ландшафт – Дозвілля) [23.]. І сьогодні сільський зелений туризм набуває популярності в Україні та її регіонах. Сільський зелений туризм – це той вид туризму, що передбачає тимчасове перебування туристів у сільській місцевості (селі) для відпочинку та отримання ними послуг екологічного відпочинку. Під загальним визначенням «сільський туризм» прийнято розуміти туризм, який базується на території сільської місцевості у тематичних сільських хатах, садибах або фермах, але не виключає відпочинок на особливих рекреаційних територіях, таких як національні парки, лісові зони, приморське узбіччя, природні джерела і таке інше. Взагалі, це майже всі форми відпочинку, які можуть бути у сільській місцевості. Але слід звернути увагу на те, що термінологічний аналіз цього визначення не набув єдності та абсолютної згоди серед науковців та дослідників і наразі є суперечливим значенням в питанні ведення туристичної діяльності в селі [27.]. Дуже часто такі поняття, як «сільський туризм», «зелений туризм», «агротуризм», «екотуризм» вживають як синоніми.

Сільський зелений туризм визнано окремим видом туризму, розвиток якого є пріоритетним напрямом державної політики, у статтях 4 та 6 Закону України «Про туризм», № 324 від 15.09.1995 р. Право особистих селянських господарств займатися сільським зеленим туризмом визначено в статті 1

Закону України «Про особисте селянське господарство», № 742 від 15.05.2003 р. Усе ж таки потрібно відзначити, що статус сільського зеленого туризму в Україні ще остаточно не визначений, тому це становить значну проблему для розвитку такої діяльності. Перш за все, це пов'язано з тим, що державні та господарські діячі часто розуміють визначення сільського туризму по-різному. По-друге, відсутність чіткого правового поля стримує створення економічної стратегії розвитку цього виду туризму, програм підтримки та допомоги [30., 12.].

Щодо визначення поняття, то ми солідарні з авторами М. Рутинським і Ю. Зінько в тому, що сільський туризм – це відпочинковий вид туризму, зосереджений на сільських територіях, який передбачає розвиток туристичних шляхів, місць відпочинку, сільськогосподарських і народних музеїв, а також центрів з обслуговування туристів з провідниками та екскурсоводами [32.].

У британському словнику з подорожей, туризму та гостинності С. Медліка [45.] визначено таке:

Сільський туризм (rural tourism) – відпочинковий вид туризму, сконцентрований на сільських територіях. Він передбачає розвиток туристичних шляхів, місць для відпочинку, сільськогосподарських і народних музеїв, а також центрів з обслуговування туристів з провідниками та екскурсоводами. Поняття «сільський туризм» часто ототожнюють з «агротуризмом», але поняття «сільський туризм» значно ширше.

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

дворогосподарство (фермерське господарство) становить одночасно нічліжну базу та головний предмет інтересу для туриста. Агротуризм (agritourism) - вид сільського туризму, що тісно пов'язаний з сільським господарством, аграрним середовищем, агропродуктами.

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

Згідно з визначенням сільського туризму OECD's (OECD 2020), він повинен складатися з дрібних підприємств, що характеризуються відкритим простором, наявністю природної та культурної спадщини, традиційними практиками, зв'язками з місцевими сім'ями, повільним та органічним зростанням, місцевим контролем та стійкістю. Хоча більшість авторів зосереджувались на згаданих вище аспектах, деякі з них пов'язували сільський туризм виключно із сільським та агротуризмом [43.]. У деяких країнах, таких як Іспанія, законодавство відокремлює агротуризм від сільського туризму на основі наявності фермерської діяльності [52.].

Окрім фермерського господарства, агротуризм характеризується просторовим розкиданням житлових приміщень (ферм), тоді як сільський туризм може здійснюватися в селах та невеликих містах.

Ми погоджуємося з авторами Власенко І. та Іващенко Г. [5.], які пропонують розглядати сільський зелений туризм та екотуризм як два окремі види туризму, у яких є і спільні, і відмінні риси, а агротуризм – як форму сільського зеленого туризму. Спробуємо виокремити їх, визначивши характерні риси кожного виду (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

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

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

Джерело: [5.]

Підбиваючи підсумки дослідження щодо використання понять «сільський туризм», «зелений туризм», «сільський зелений туризм», «агротуризм» та «екотуризм», варто звернути увагу на те, що вони мають багато схожих рис, оскільки характеризують вид відпочинку в сільській місцевості. Сільський зелений туризм є дещо ширшим поняттям, ніж агротуризм, оскільки передбачає не лише проживання з родиною на території сільськогосподарського виробника з метою ведення домашнього господарства, а й відвідування місцевих пам'яток культури та історії, природних багатств. Це спонукає до висновку, що функціонування сільського зеленого туризму пов'язане з використанням власних осель жителів, а агротуризм – із використанням майна фермерів, основна діяльність і зайнятість яких спрямована на сферу сільського господарства.

Водночас існує низка відмінностей, які розмежовують ці дефініції. Сільський зелений туризм та екотуризм є близькими за змістом поняттями, проте між ними існує різниця насамперед в об'єкті. Об'єктом екотуризму є «дика» природа (первинні, незаймані діяльністю людини ландшафти), а об'єктом сільського зеленого туризму – надбання культурно-історичної та господарської діяльності людини.

Другою відмінністю є те, що екотуризм передбачає заняття різними формами активної рекреації (піші прогулянки, велосипедний, водний спорт, збиральництво, рибальство) у природних ландшафтах без заподіяння шкоди навколишньому середовищу, а сільський зелений туризм – це тимчасове переміщення туристів у сільську місцевість із метою відпочинку та ознайомлення з місцевим способом життя, традиціями, звичаями [5.].

Таким чином, домогосподарства, розташовані в сільській місцевості, функціонуючи як приватні селянські господарства, можуть реалізувати свою виробничу функцію й у сфері сільського зеленого туризму. Можна вважати, що це є свідченням відображення інституційних змін у статусі домогосподарств із метою їх кращої адаптації до ринкових умов. Це дає підстави для поширення сільського зеленого туризму, який виступає не

тільки особливим способом організації відпочинку, а й видом підприємницької діяльності, що має прив'язку до сільських територій і домогосподарств.

Можна стверджувати, що сільський зелений туризм як макроекономічне явище і науково-термінологічне поняття, яке є об'єктом дослідження в працях багатьох науковців, трактується відповідно до змін у суспільно-економічних відносинах. На цій підставі в подальших дослідженнях із позицій мікроекономіки ми розглядаємо сільський зелений туризм як вид підприємницької діяльності, спрямованої на надання послуг із відпочинку в сільській місцевості та отримання доходів, що функціонує за законами ринку і є специфічною, особливою складовою механізму функціонування аграрного сектору економіки загалом.

## **1.2. Функції сільського туризму та чинники його розвитку**

Сільський зелений туризм як багатомірне суспільно-економічне і культурне явище є важливим чинником змін не тільки в організаційно-економічному середовищі, а й у соціальному контексті. Ці зміни можуть розглядатися в кількісних та якісних категоріях. Одним із дослідницьких підходів, який використано для аналізу змін якісного характеру під впливом сільського зеленого туризму, є вивчення функцій, які він виконує.

Оскільки сільський зелений туризм є однією з форм туризму, то відповідно виконує ті самі функції, наповнюючи їх новим змістом. Беззаперечною є думка про те, що сільський зелений туризм виконує рекреаційну функцію. Вона підтверджується тим, що агрооселі розташовані передусім у місцях із чудовими природними ландшафтами з чистим повітрям, у лісистій місцевості, що в сукупності сприяє оздоровленню туристів.

Економічна функція сільського зеленого туризму реалізується в розвитку сільських територій, зниженні рівня безробіття в селі, підвищенні

рівня доходу та добробуту сільського населення внаслідок додаткового залучення в економічний оборот сільськогосподарської продукції для харчування туристів, яка стала товаром.

Для функціонування агрооселі використовуються екологічно придатні території (із чистим повітрям, незабрудненими водоймами) за умов, що забезпечують одночасне збереження екологічного стану. Тут інтереси власників агроосель і відпочивальників збігаються.

Сільський зелений туризм передбачає не лише отримання місця ночівлі в агрооселі, а й, за необхідності, транспортне, медичне та розважальне обслуговування. Це створює відповідне комплексне наповнення його соціальної функції і є важливою змістовною компонентою в ході його розвитку [5.].

Окрім оздоровчого ефекту, сільський зелений туризм має і комунікативно-інформаційний аспект, сприяючи розширенню кола спілкування, формуванню та розвитку соціально-культурних зв'язків, обміну досвідом, відродженню промислів і традицій українського народу, формуванню бережливого ставлення до використання природно-рекреаційних ресурсів тощо. В умовах ринкової економіки сфера послуг, розвиваючись найбільш динамічно, набуває надзвичайно важливого значення в Україні. Наша держава має сприятливі передумови для розвитку сільського зеленого туризму: в усіх її регіонах є пам'ятки історії та культури світового рівня, унікальні природні заповідники.

Розвиток сільського туризму — це також можливість господарської активізації багатьох сільських регіонів і сіл, які характеризуються низькими доходами від сільськогосподарської діяльності, проблемами збуту своєї продукції, високим рівнем безробіття і повсюдною еміграцією молоді. Для багатьох селян надання туристичних послуг може бути додатковим джерелом одержання доходів.

Сільський туризм може розвиватися за тісної співпраці зацікавлених селян, які надають туристичні послуги, з органами місцевого

самоврядування. Саме місцева влада має забезпечити високу якість туристичних послуг і відповідну комунальну інфраструктуру (дороги, стоянки, централізоване водопостачання та водовідведення, телефонізацію, безпеку тощо). Сільські ради, розвиваючи сільський туризм, мають запропонувати широкий вибір приватних садиб, магазинів, спортивних і рекреаційних об'єктів та супутніх послуг.

Мальовничі сільські краєвиди, місцевий фольклор і ремесло, а також продукти сільського господарства — це приклади засобів, які сільська спільнота може використовувати, пропонуючи різноманітний і цікавий туристичний продукт. Ріки, озера, ліси, гори є важливим елементом туристичних засобів села, які створюють умови для розведення риб і тварин, що може зацікавити шанувальників риболовлі чи "тихого полювання". Ці території можуть становити базу для набуття кваліфікації й досвіду у водних чи зимових видах спорту, таких як плавання, рафтинг, лижні перегони, спортивне орієнтування. Свою відпустку можна урізноманітнити збиранням лісових плодів та лікарських рослин з місцевим провідником; це залишає приємні й незабутні спогади. Основні чинники розвитку сільського туризму відображено в таблиці 1.2.

Таблиця 1.2.

### Складові розвитку сільського туризму

| Складові                       | Наповнення  |
|--------------------------------|---|
| Природні атракції              | Гори, озера, ріки, моря, болота, краєвиди, свіже повітря тощо.  |
| Розваги                        | Туристичні, велосипедні, кінні, пішохідні, водні шляхи, клуби, спортивні об'єкти, просвітницькі осередки, ремісничі майстерні.                |
| Проживання                     | Приватне житло, орендовані житлові кімнати у селянському будинку, кемпінгові автопричепи, намети, господарські будівлі, притулки, хатини.     |
| Основні послуги                | Догляд за дітьми, прання, засоби зв'язку, ресторани, магазини, банки, транспорт і комунікації, прокатні пункти, місця перебування для тварин. |
| Форми проведення вільного часу | Праця в господарстві, наїздництво, водний туризм, участь у культурних святкуваннях, вивчення іноземних мов, набуття вмінь.                    |

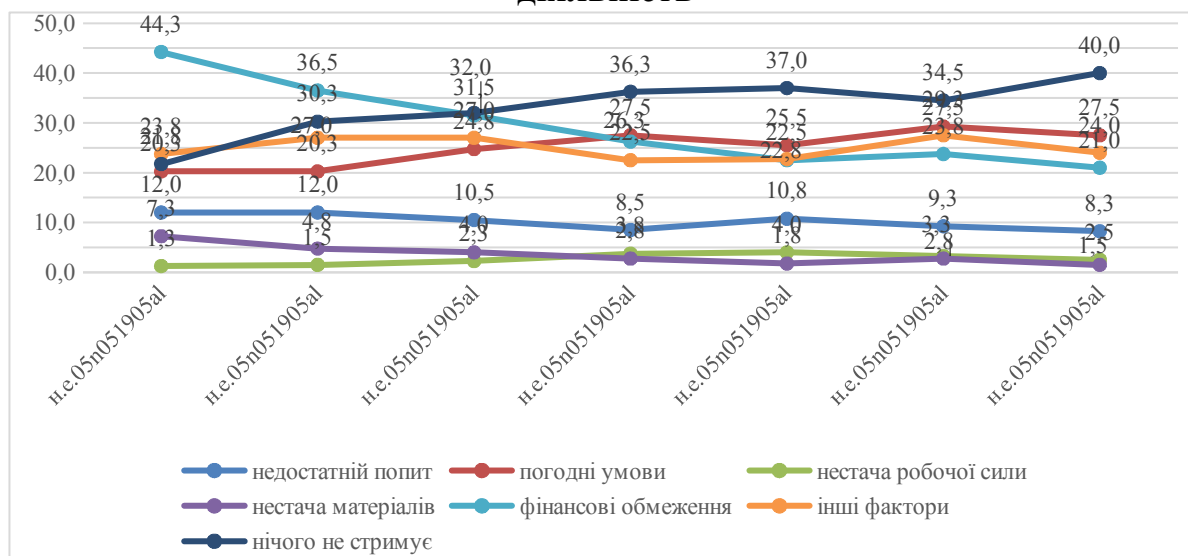


(удосконалено автором)

Одним із основних викликів, що постав перед сільським туризмом у нашій країні, є відсутність скоординованого розвитку й популяризації цієї форми відпочинку. Об'єкти й атракції сільських територій зазвичай доволі розосереджені, маловідомі, погано рекламовані й важкодоступні. Тому потрібно створювати й розвивати локальні та регіональні об'єднання власників агротуристичних господарств, осередки спілки сприяння розвитку сільського туризму, які відповідатимуть за стандартизацію, категоризацію, знакування, маркетинг, у тому числі й популяризацію, місцевих туристичних продуктів.

Розглядаючи проблеми розвитку сільського туризму, доречно навести і стримуючі фактори сільськогосподарської діяльності. За даними Державного комітету статистики України [24.], з 2015 р. по 2021 р. вплив різних факторів, що стримують сільськогосподарську діяльність, змінили свою вагу (рис. 1.1).

**Рис.1.1. Вагомість факторів, що стримують сільськогосподарську діяльність**

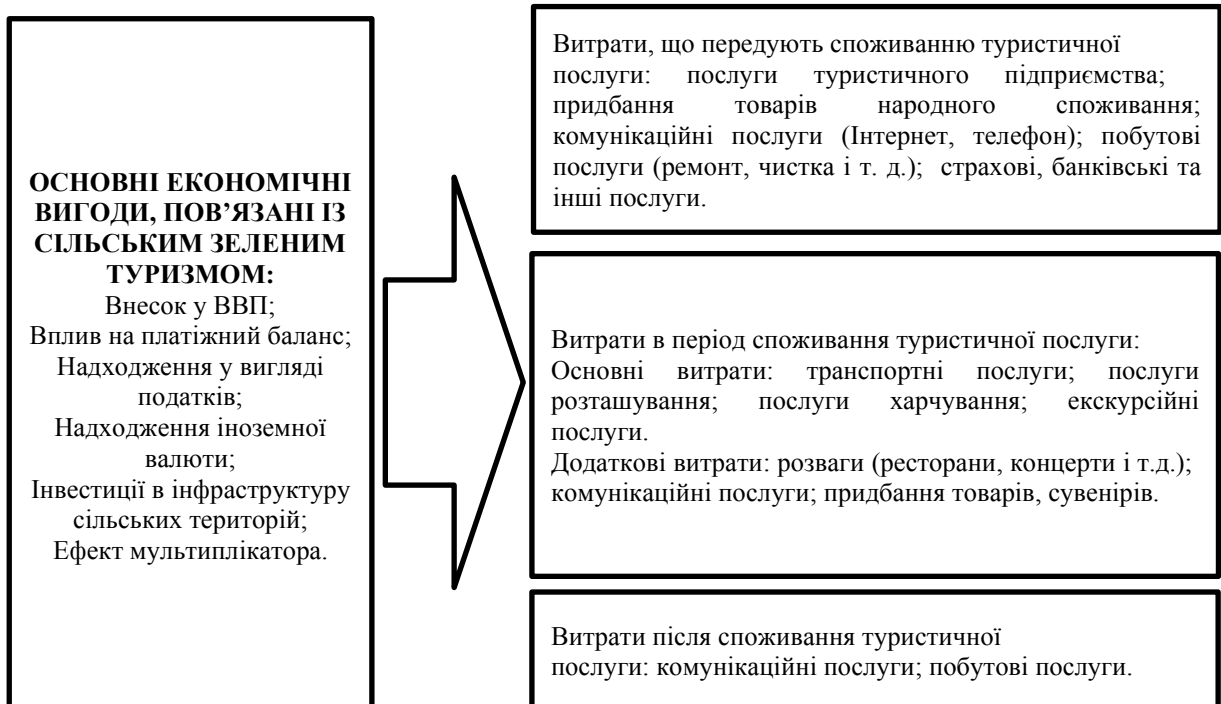


Джерело: створено автором на основі державної статистики з сайту [24.]

З графіка маємо змогу спостерігати поступове зниження впливу таких найбільш стримуючих чинників, як фінансові обмеження (зниження показника з 44,3 у 2015 році до 21,0 у 2021 році) та нестача матеріалів (з 7,3 до 1,5 відповідно).

На думку власників агропідприємств, нестачі робочої сили немає (показник в межах 1,3-1,5), оскільки зайнятість у сільському господарстві завжди є способом життя українського селянина та джерелом прибутку від праці на землі. Але, разом з тим, маємо наявне перевищення пропозиції робочої сили на селі відносно до її попиту (зниження показника з 12 у 2015 році до 8,3 у 2021 році).

На сучасному етапі не існує єдиної методики оцінки ефективності внеску сільського зеленого туризму в національне господарство України. Але основні економічні вигоди, які пов'язані із сільським зеленим туризмом в регіоні та представимо у вигляді схеми, яка представлена на рис 1.2. Активізація сільського зеленого туризму формує сприятливі передумови для підвищення рівня якості життя сільського населення та стабілізації макроекономічних показників розвитку суб'єктів аграрного сектору та аграрно-адміністративних одиниць.



## **Рис. 1.2. Основні економічні вигоди, пов'язані із сільським зеленим туризмом [26.]**

Комплексний підхід до вирішення поставлених завдань потребує часу. Розвиток сільського туризму вимагає ширшого мислення і гнучкої діяльності з використанням передового досвіду та аналізу можливих помилок. Тому важливою ділянкою роботи сільських представників є вироблення і обговорення місцевих програм розвитку територій, які становитимуть частину програми соціально-економічної стратегії села [18.]

### **1.3. Мікроекономічне середовище розвитку сільського туризму**

Наразі надання послуг сільського зеленого туризму регламентується законами України «Про туризм» і «Про особисте селянське господарство» [28.]. Згідно з першим (ст. 4 та 6) його визнано окремим видом туризму, розвиток якого є пріоритетним напрямом державної політики. Разом із тим, цей закон фактично не регулює ведення сільського зеленого туризму і не враховує його специфічні особливості (визначення організаційних форм і видів, врегулювання питань, пов'язаних із безпекою, фінансовим забезпеченням, правами, обов'язками і відповідальністю осіб за надання цих послуг тощо).

Право особистих селянських господарств (ОСГ) займатися сільським зеленим туризмом визначено статтею 1 Закону України «Про особисте селянське господарство» [12.]. На підставі ухвалених українським парламентом змін до цього документа у травні 2017 р. запропоновано ввести норму, за якою члени ОСГ отримали право добровільно пропонувати за плату чи на безоплатній основі туристичні послуги, використовуючи власне майно. Проте цей вид діяльності жодним чином не пов'язаний із підприємництвом (різновид робіт і послуг в особистому підсобному господарюванні, що підлягає обліку місцевими органами влади), а тому

потребує визначення умов, які б дозволяли чи забороняли надання необхідних послуг.

Існує потреба у створенні сприятливого законодавчого середовища для стимулювання (заохочення до самозайнятості сільських жителів і розвитку приватної ініціативи) та економічної підтримки (залучення інвестицій, надання пільгових кредитів власникам садиб для осучаснення осель, рекламування діяльності) розвитку сільського зеленого туризму.

Законом України «Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких інших законодавчих актів України щодо покращення адміністрування та перегляду ставок окремих податків і зборів» № 2628 від 23.11.2018 р. передбачено туристичний збір, який громади мають право самостійно встановлювати на своїй території [3.]. В дійсності такі грошові надходження до місцевого бюджету незначні, тому ведення обліку туристів, які прибувають на відпочинок до приватних садиб чи малих готелів, має вестись в обов'язковому порядку для можливості оцінювання туристичних потоків у громаді чи регіоні. Цим законом повністю змінено механізм справляння туристичного збору: його розмір розраховується залежно від рівня мінімальної зарплати та може становити до 208 гривень.

Туристичний збір є місцевим збором, кошти від якого надходять до загального фонду місцевих бюджетів та розподіляються для розвитку туристичного сегменту, підвищення його іміджу. Зазначеним законом передбачено, що такий збір установлюється місцевими радами самостійно, оскільки він не є обов'язковим до запровадження. Змінено майже всі податкові елементи туристичного збору, до яких належать платники, податкові агенти, ставки, база оподаткування, порядок розрахунку та сплати податкового зобов'язання із цього збору.

У разі прибуття громадян України, іноземців чи осіб без громадянства на територію адміністративно-територіальної одиниці, на якій діє рішення місцевої ради про встановлення туристичного збору, або тимчасової зупинки в місцях проживання (ночівлі) вони є платниками збору. До переліку місць

проживання (ночівлі) відносяться: «1) готелі, кемпінги, мотелі, гуртожитки для приїжджих, хостели, будинки відпочинку, туристичні бази, гірські притулки, табори для відпочинку, пансіонати та інші заклади готельного типу, санаторно-курортні заклади; 2) житловий будинок, прибудова до житлового будинку, квартира, котедж, кімната, садовий будинок, дачний будинок, будь-які інші об'єкти, що використовуються для тимчасового проживання (ночівлі)» [10.: с. 40–41]. Перелік місць проживання повинен визначатися відповідним рішенням місцевої ради.

Змінився й підхід до сплати туристичного збору: базою для його справляння є загальна кількість днів тимчасового розміщення у місцях проживання (раніше визначалася вартість проживання).

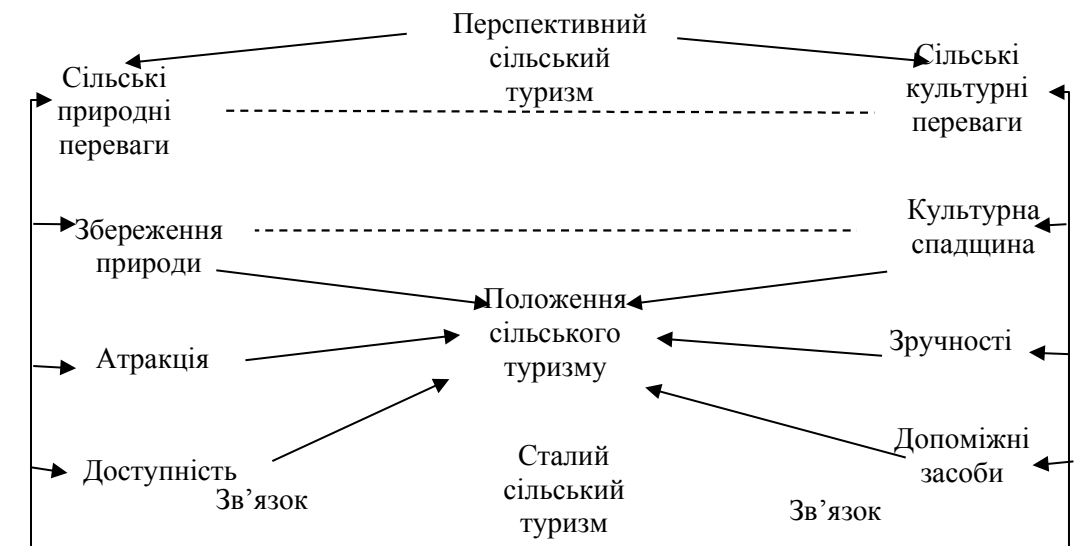
Ставки туристичного збору розраховуються за підставі прийнятого рішення місцевою радою в межах, передбачених п. 268.3.3 Податкового кодексу України, за кожен добу тимчасового розміщення особи у місцях проживання у відсотках від розміру мінімальної заробітної плати (на 01.01.2019 р. – 4 173 грн), установлені законом на 1 січня звітного (податкового) року. Характерно, що вони визначені окремо для внутрішнього туризму – у розмірі до 0,5 % (20,87 грн) та в'їзного – до 5 % (208,65 грн).

У цьому контексті доречно з'ясувати, чи може туризм стати визначальним інструментом зростання місцевої та національної економіки.

Наприклад, автор Politeknik Negeri Bandung опираючись на дослідження Penglipuran and Kertayasa [48.], вважає, що процес стійкого розвитку сільського туризму має передбачати декілька фаз. Існує набір систематичних фаз, які потрібно зробити для розвитку стійкого сільського туризму, як це показано на малюнку 1.3.

Перший етап розвитку сільського туризму - це загальне вимірювання загального потенціалу туристичних складових у селі. Згідно з дослідженням, не всі сільські райони чи села можуть розвиватися в галузі сільського туризму. По-друге, вимірювання унікальності природної та культурної привабливості є основною або визначною визначною пам'яткою. По-третє,

організація НКК повинна базуватися на зусиллях громади та регулюванні, а також нормах та звичаєвому праві в селі. Як Річард та Холл заявляли, що для збереження природного середовища воно повинно підтримуватися громадами та суспільством, які його експлуатують і залежать від нього.



**Рис. 1.3. Сталий розвиток сільського туризму**

По-четверте, розвиток сільських туристичних активів повинен включати 4 положення: атракція, доступність, зручності та допоміжні засоби. По-п'яте, контроль за новим сільським туризмом повинен охоплювати всі наслідки програм розвитку сільського туризму [19].

А в Австрії – одній із туристично найуспішніших держав світу туристичний потік 2016 р. становив 41,5 млн. туристів (внутрішніх і зовнішніх), суттєво перевищуючи кількість місцевого населення (8,7 млн.) [42.]. Вражає те, що частка тільки прямих зборів від туризму у ВВП Австрії дорівнювала 11,2 % (43., а частка туристичної галузі у ВВП України – лише 1,5 %) [47.].

Це пояснюється тим, що в нашій державі така форма малого підприємництва, як сільський зелений туризм, перебуває на стадії зародження та існує низка факторів впливу на нього (заохочувальних, стримувальних і потенційних).

До заохочувальних чинників впливу відносяться:

- світові тенденції популяризації відпочинку в сільській місцевості;
- вражаюча краса сільських ландшафтів, багата історично-культурна спадщина села;
- доступність для жителів сільської громади з невисоким рівнем доходу;
- зростання рівня доходів населення сільської місцевості;
- можливість самостійного вибору виду діяльності;
- можливість використання власного майна (будинку) для отримання доходу;
- можливість активізувати діяльність у різних сферах (надання транспортних послуг, послуг із торгівлі, народне ремесло тощо).

До стримувальних чинників впливу відносяться:

- недостатній розвиток інституцій у сфері сільського туризму;
- відсутність реклами, інформаційно-довідкового матеріалу (каталогу приватних агроосель);
- відсутність організаційних, психологічних навичок у приймаючої сторони туристів;
- нерозуміння різниці між високопродуктивним бізнесом у сфері надання туристичних послуг та сільського зеленого туризму;
- відсутність спеціальних програм для підтримки малого підприємництва;
- недостатні побутові умови;
- низький рівень інтеграції учасників сфери сільського зеленого туризму громадськими організаціями та органами влади;
- витрати на проходження сертифікації з метою надання послуг;
- незнання сільськими жителями іноземних мов.

До потенційних чинників впливу відносяться:

- збільшення доходів жителів сільських громад і регіонів загалом;

- створення додаткових робочих місць, самозайнятість сільського населення;
- розвиток малого підприємництва на селі;
- пошук шляхів розвитку об'єктів соціальної інфраструктури;
- підвищення інформованості про місцеву сільськогосподарську продукцію;
- збільшення потоку вітчизняних та іноземних туристів;
- зростаюча конкуренція серед внутрішніх і зовнішніх туристичних ринків.

Успішність сільського зеленого туризму пов'язана зі стратегією його планування, формування навичок щодо маркетингу, гостинності сільських жителів, якості харчування, інтерпретації історичних і культурних надбань тощо.

Отже, розвиток сільського зеленого туризму в сільських громадах визначається стратегією його планування та має відбуватись з урахуванням заохочувальних, стримувальних і потенційних факторів, серед яких визначальними є такі: наявність туристичних ресурсів та відповідної інфраструктури; транспортної доступності до них; фахівців з управління, промоції, маркетингу у цій сфері; інтерпретації історичних і культурних надбань. Доведено, що розвиток підприємницької діяльності, а саме сільського зеленого туризму, є найзручнішим способом створення власного бізнесу без значних капіталовкладень.



## ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1

Таким чином, у першому розділі проведено аналіз підходів до визначення видів туризму у сільській місцевості. Виявлено, що основними поняттями, які використовуються у означеній темі є «сільський туризм», «зелений туризм», «агротуризм», «екотуризм». Визначення сільський туризм також характеризується різними підходами: з позиції туриста та власника домогосподарства. Для нашого дослідження за основу було обрано трактування сільського туризму під яким розуміється відпочинковий вид туризму, зосереджений на сільських територіях, який передбачає розвиток туристичних шляхів, місць відпочинку, сільськогосподарських і народних музеїв, а також центрів з обслуговування туристів з провідниками та екскурсоводами.

Згруповано функції сільського туризму та чинники його розвитку. Виявлено, що головними функціями сільського туризму виступають рекреаційна, економічна. А для того, щоб сільський туризм розвивався необхідно мати природні атракції; розваги, розраховані на різні цільові сегменти; та якісні умови проживання.

Оскільки ключову роль для розвитку сільського туризму відіграє мікроекономічне середовище, було досліджено головні законодавчі акти, які регламентують цю діяльність. Окреслено, що на сьогодні існують проблеми в українському законодавстві, які становлять перешкоду для розвитку підприємництва в сільській місцевості.

## РОЗДІЛ 2

### СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ В ХМЕЛЬНИЦЬКІЙ ОБЛАСТІ

#### 2.1. Аналіз ресурсного потенціалу як передумови розвитку сільського туризму

Хмельниччина володіє усіма умовами, щоб зберегти і розбудувати на її території сільський туризм. Хмельницька область характеризується кліматом, який є типовими помірно-континентальними [15.]. У зв'язку з цим наявні два не сприятливі для проведення більшості видів туризму періоди – весняний і осінній, коли спостерігаються значні опади. Особливу небезпеку становлять штормові вітри і значні коливання температур, що призводять до дискомфорту. У зимовий період є ризик раптового обледеніння і значних снігопадів, що може спричинити різке погіршення умов перебування на свіжому повітрі та ускладнить переміщення територією. Тому, в Хмельницькій області у весняний і осінній періоди, за несприятливих природних умов доцільно обмежити туристичну діяльність. З кліматом пов'язана також чистота атмосферного повітря. Це важливий кліматичний показник, урахування якого дозволяє створювати оглядові майданчики та місця для засмаги і купання. Сприятливі кліматичні умови в Хмельницькій області дозволяють організовувати тут кліматичні курорти [15.]. У літній період на всій території регіону можливе прийняття водних процедур у відкритих водоймах та огляд пам'яток природи, історії, культури через переважання сухої антициклонічної погоди більшу частину теплого періоду.

Кліматичні умови і рельєф зумовили формування сучасної гідрографічної мережі Хмельницької області, поділеної між басейнами річок: Дніпро, Дністер, Південний Буг. Для них характерною є наявність двох періодів підвищеної водності [40.], типових для рівних річок України. Тому можливо розвивати всі водні види туризму. У регіоні відсутні великі озера,

але набули поширення ставки, де вирощують рибу. Тому можливо розвивати спортивне рибальство та облаштовувати пляжі для відпочинку й купання. За винятком приток Дністра на півдні, решта річок не мають порожистих ділянок, мають спокійну течію, що створює природні умови для їхнього використання у сезон теплих температур для купання.

Доцільним є створення місць для купання поблизу лісу, розбудовуючи інфраструктуру у затінку дерев. В Хмельницькій області великі лісові масиви збереглись лише на півночі. Це соснові ліси, водночас на півдні регіону поширені невеликі (за площею) діброви та змішані широколистяні ліси. Оскільки ці лісові масиви невеликі та упорядковані, вони слугують хорошою основою для організації різних форм активного відпочинку. Окрім того, Хмельницька область має сприятливі умови для розвитку сільського туризму, базу якого складає потенціал сільської місцевості.

Також, в області можливим є створення у великих лісових масивах північної частини області на території різнотипних об'єктів природно-заповідного фонду певних туристичних маршрутів, які можна і слід використовувати для туризму, особливо доцільно це робити в рамках розвитку сільського туризму. Проживаючи в агрооселях та садибах, гості можуть обрати прогулянки по туристичних маршрутах. На пріоритетності їхнього використання при формуванні стратегії розбудови екологічного туризму в рамках регіонального туристичного комплексу зосереджує увагу автор В.П. Шульга [41.].

Розвиток різних видів природничого туризму можливий на території регіонального ландшафтного парку «Мальованка», адже він розташований порівняно недалеко від м. Шепетівка – великого залізничного вузла, тому можливим є прибуття туристів із Західної, Центральної та Східної України. Для цього варто облаштувати екологічні стежки, упорядкувати місця організованого відпочинку на лісових галявинах, водоймах, а також модернізувати заклади тимчасового перебування в населених пунктах, де розташовано парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва. Доцільно,

відповідну діяльність розвивати в рамках розбудови екологічного туризму в національному природному парку «Мале Полісся» на території Шепетівського району.

Особливу роль повинні відігравати комплексні туристичні маршрути та туристичні дестинації, де туристи могли б одночасно відвідати як природні атракції так і культурно-історичні пам'ятки. Особливо сприятливі для цього умови склались у південних районах, де порівняно недалеко одне від одного розміщені різноманітні історичні, природні, культурні пам'ятки, які мають державне значення. Тут розташовано єдиний у Хмельницькій області лісовий масив, який включено до складу об'єктів Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО «Букові праліси Карпат та інших регіонів Європи», що входить до складу найбільшого (за площею) національного природного парку України – «Подільські Товтри».

Перспективним напрямком розвитку сільського туризму є використання нових цікавих осередків в сільській місцевості. Для прикладу, на території національного природного парку «Подільські Товтри» розбудова таких осередків зазначається в програмних документах із розвитку. Автентичним може стати поєднання численних природних осередків, пам'яток історії й архітектури в долині річки Смотрич, яка є нетиповою для більшості рівнинних річок України, адже становить каньйон. Частина каньйону належить до геологічної пам'ятки природи загальнодержавного значення «Смотрицький каньйон» (від південної околиці с. Голосків до с. Цибулівка Кам'янець-Подільського району). Це дозволяє розвивати туристичну діяльність у екологічних напрямках із залученням наявних місцевих туристичних ресурсів національного рівня.

Окрім того, варто вказати про суттєву перевагу для розвитку сільського туризму в області – це наявність значного природно-заповідного фонду Хмельницької області. Адже в області створено 522 об'єкти природно-заповідного фонду, які розміщені на площі 328,5 тис. гектарів. Загальнодержавний статус отримали 42 об'єкти, а статус місцевого значення

– 480 об'єктів. До територій та об'єктів природно-заповідного фонду включено: 2 національних природних парки, 1 регіональний ландшафтний парк, 25 заказників державного та 133 заказники місцевого значення, 297 пам'яток природи, 2 ботанічних сади, 1 зоологічний парк, 20 заповідних урочищ, 5 дендрологічних парків та 36 парків-пам'яток садово-паркового мистецтва. В області діє Національний природний парк «Подільські Товтри» загальною площею 261316 гектара та Національний природний парк «Мале Полісся», загальною площею 8762,7 гектара [33.]. Можна оцінити позитивно наявність природно-заповідних територій, адже це є свідченням прагнення до збереження природних комплексів та збереження екологічної рівноваги в області.

Сільський туризм впливає на сільські об'єднані територіальні громади на територіальних, соціально-економічних та культурологічних рівнях. На територіальному рівні розвиток туризму сприятиме розбудові інфраструктури, активізації торгівлі та розвитку послуг. На соціально-економічному рівні сприяє припиненню відтоку працездатного населення, створенню робочих місць, збільшенню місцевих податків та зборів. На культурологічному рівні приділяється більше уваги збереженню місцевих пам'яток та традицій. Разом з тим, до негативного впливу туристичної діяльності можна віднести – антропогенне навантаження, збільшення місцевих цін, диспропорції у структурі зайнятості, зростання негативного впливу на екологію та погіршення криміногенної ситуації.

Отже, можемо стверджувати, що розвиток сільського туризму в Хмельницькій області може підвищити конкурентоспроможність регіонального туристичного продукту за рахунок культурно-історичних, аутентичних, природних компонентів та активізує туристичну діяльність на внутрішньому ринку.

## 2.2. Оцінка рівня інфраструктури сільського туризму

Для успішного розвитку сільського туризму важливе значення має наявність матеріально-технічного забезпечення, яка включає в себе широку мережу садиб, агроосель, які дадуть змогу отримати туристам послуги проживання, харчування та проведення дозвілля. У 2021 році у Хмельницькій області діяло понад 58 агроосель [39.]. Вони пропонують гостям: проживання, харчування, участь у екскурсіях, обрядах, майстер-класи, що включають місцеві традиції. Серед особливих послуг можна відмітити проживання на березі річки. Садиби надають можливість активно відпочити, використовуючи велосипед, човен; пропонуючи туристам усе необхідне для збирання грибів, ягід, лікарських рослин, риболовлі, катання на конях. Серед пасивного відпочинку популярністю користується сауна, фіточай, масаж косметичний.

Найбільше агроосель розташовано у Кам'янець-Подільському районі – 40, у Шепетівському районі – 12 агроосель, а у Хмельницькому лише 8 (додаток А). Причинами нерівномірного розподілу агроосель Хмельницької області є: різний рівень розвитку інфраструктури та комунікацій в області, високий рівень концентрації туристичних об'єктів Кам'янець-Подільського, наявність значної кількості додаткових заходів (фестивалі, ярмарки, майстер-класи) для залучення туристів у Кам'янець-Подільському районі.

Аналіз сучасного стану розвитку сільського туризму Хмельницької області, показав наявність осередків з більш розвиненою туристичною діяльністю – це селище Гриців, села Рудківці та Отроків.

У селищі Грицеві, яке знаходиться у Шепетівському районі у 2002 році був створений перший в Україні кластер сільського туризму, який має назву «Оберіг». До кластеру входить п'ять агроосель: «Smakoliki», «У бабусі», «Затишок», «Lidiya» та «Газдиня». Створення подібного кластера мало позитивний вплив на розвиток селища. На сьогоднішній день і у інших населених пунктах розглядається можливість утворення кластерів сільського

туризму, оскільки це є досить перспективно. Село Рудківці Кам'янець-Подільського району розташоване на високому нагірному березі Дністра при впадінні в нього річки Матірки, долини яких сьогодні утворюють ложе Дністровського водосховища. В агрооселях та садибах пропонують багато додаткових послуг: плавання на човні, риболовлю.

У селі Отроків Кам'янець-Подільського району сільський туризм розвинувся на базі природних та історико-культурних ресурсів, та відрізняється від інших тим, що проводить щорічний фестиваль[37.].

Варто вказати, що однією з переваг сільського туризму є популяризація української культури та можливість ознайомлення туристів з етнічними особливостями, сільським побутом, народними ремеслами, традиціями та культурою українського народу, що можна визначити як один з напрямків підвищення конкурентоспроможності регіону та створення бренду.

Результати дослідження свідчать, що розвиток сільського туризму є дуже перспективним у Хмельницькій області. Серед проблем розвитку можна виділити: сезонність, враховуючи кліматичні умови, цей вид туризму в області користується попитом лише в теплі місяці; недостатній рівень розвитку інфраструктури сільської місцевості; недостатня державна підтримка власників агроосель та садиб.

Незважаючи на вказані проблеми, розвиток сільського (зеленого) туризму в Хмельницькій області має значні перспективи та переваги, зокрема стимулювання різних сфер економіки, розширення напрямків підвищення ефективності соціально-економічного розвитку в області на наявних місцевих ресурсах, оптимізації регіональної структури природокористування, підвищення господарської активності.

### **2.3. Дослідження проблем розвитку сільського туризму**

З метою дослідження проблем розвитку сільського туризму були проведені опитування.

Перша частина дослідження має кількісний характер і для цієї частини дослідження ми використовували опитувальник з пунктами, заснованими на шкалі Лікерта від 1 до 5. Анкета містить сім пунктів, заснованих на огляді літератури про сільський туризм, і вона адаптована для цього типу дослідження. Анкета складалася із семи пунктів, що стосуються організацій, відповідальних за розвиток сільського туризму, надаючи своїм працівникам можливість давати різноманітні відповіді від 1 до 5 (де 1 – це «неважливо/неправдиво», а 5 – «дуже важливо/правдиво»). Метод дослідження був цілеспрямованою процедурою пошуку відповіді на запитання або вирішення проблеми. Опитування було проведено за вибіркою 15 респондентів серед працівників регіональних організацій, відповідальних за розвиток сільського туризму в даному регіоні. Невелика кількість респондентів ( $n = 15$ ) є наслідком невеликої кількості організацій, які беруть участь у сприянні та розвитку сільського туризму.

Опитування проводилося самостійно, дотримуючись санітарних норм карантину. Дані були зібрані в сільських домогосподарствах, які мають відношення до сільського туризму у Хмельницькій області.

Результати показують, що для більшості тверджень у категорії «правильно» середні значення були дуже близькі до відповідних значень в категорії «важливо». Респонденти вважають, що для сільського туризму є важливим збільшення доходів та збереження культурної та національної ідентичності, водночас вони вважають, що виробництво органічних продуктів харчування має незначний вплив. У категорії «Важливо» опитувані відзначали збереження культурної та національної ідентичності як найважливіший, а також розвиток органічного виробництва їжі як найменш важливий ефект сільського туризму. Іншими словами, суб'єкти мало диференціювали те, що вони вважають правильним, і те, що вони вважають важливим для розвитку сільського туризму (табл. 2.1).



Таблиця 2.1

**Результати опитування думки про сільський туризм у  
Хмельницькій області\***

| <b>Твердження</b>   | <b>Правильно</b> | <b>Важливо</b> |
|---|------------------|----------------|
| Розвиток сільського туризму збільшує доходи в селах                                   | 4.4              | 4.2            |
| Розвиток сільського туризму зменшує міграцію до міст                                  | 3.9              | 4.1            |
| Розвиток сільського туризму збільшує зайнятість у селах                               | 4.5              | 4.4            |
| Розвиток сільського туризму збільшує виробництво органічних продуктів харчування      | 3.7              | 4.2            |
| Розвиток сільського туризму приносить користь культурному життю в селах               | 4.2              | 4.2            |
| Розвиток сільського туризму сприяє вирішенню екологічних проблем                      | 3.6              | 4.2            |
| Розвиток сільського туризму приносить користь національній та культурній ідентичності | 4.7              | 4.7            |

\* створено автором

Друга частина дослідження – якісна, складається з відкритої анкети комбінованого типу з двадцятьма запитаннями. Вибірка була відносно невеликою, вона включала 10 сільських господарств, власники яких були респондентами анкети. Цей тип анкети та невелика вибірка дозволяють лише якісний аналіз, в ході якого ми спробували згрупувати різні твердження у декілька подібних сегментів. Ця методологія була використана для отримання поглибленої інформації, що описує відношення та уявлення власників сільських господарств про розвиток сільського туризму.

Більшість (72,3%) залучених власників сільських будинків в туризмі - жінки, але було цікаво побачити, що чоловіки також зайняті в сільському

туризмі (7,7%). Домінантна вікова група становить від 35 до 55 років (82,9%). Рівень їх освіти – середня школа (49,2%), не навчання туристичного спрямування чи напрямку гостинності.

Профіль підприємця в сільському туризмі: працівник ферми, який не має знань в галузі туризму та не має управлінських навичок. Таким чином, він суттєво контрастує зі своїми потенційними клієнтами, які переважно мають освіту. Головною причиною, яка приводить підприємців у сільський туризм, є, як правило, втрата роботи в місті або поганий дохід від фермерського господарства. Інші причини: збереження сільських будинків у жилому стані, багато вільного часу та бажання показати красу і цінності сільської місцевості іншим людям.

Таблиця 2.2

**Основні характеристики власників сільських домогосподарств,  
зайнятих у сільському туризмі\***

| Змінні величини  | %    |
|------------------|------|
| Стать (n=13)     |      |
| чоловіки         | 72.3 |
| жінки            | 27.7 |
| Вікова категорія |      |
| 15-35            | -    |
| 35-55            | 82.9 |
| >55              | 21.1 |
| Освіта           |      |
| Початкова школа  | 20.7 |
| Середня школа    | 49.2 |
| Коледж           | 11   |
| ВНЗ              | 19.1 |

\*створено автором

Автентичність сільської обстановки, а також екологічні полонини Верховини, є привабливими, але з іншого боку, пропозиція проживання є незадовільною. Більшість власників сільських будинків хотіли б збільшити

свої можливості розміщення. Однак мало хто з них планує значні інвестиції в нові будівлі, які відповідали б сучасним вимоги туристів.

Власники сільських домогосподарств вважають відсутність нових можливостей розміщення фактом тому, що дуже складно отримати позику на вигідних умовах (невеликий відсоток) на розвиток сільського туризму.

Ключовим моментом дослідження є той факт, що власники сільських будинків задоволені, незалежно від негативних наслідків та обставин, і вони хотіли б інвестувати у сільський туризм, але брак коштів є серйозною вадою. Найважливішою ознакою їхнього задоволення є той факт, що вони не хочуть вносити величезні зміни у свій бізнес, за винятком того, що вони хочуть інвестувати більше в можливості розміщення.

Опитування проводилося самостійно, дотримуючись санітарних норм карантину. Дані були зібрані в сільських домогосподарствах, які мають відношення до сільського туризму у Хмельницькій області.

## ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2

У другому розділі проаналізовано ресурсний потенціал як передумови розвитку сільського туризму. Виявлено, що розвиток сільського туризму є перспективним напрямком розвитку туристичної діяльності Хмельницької області. Провівши оцінку позитивного та негативного впливу наслідків туризму на сільські об'єднані територіальні громади, можемо стверджувати, що позитивний вплив значно вищий. Розвиток сільського туризму Кам'янець-Подільському районі є найбільш перспективним, адже цей район слугує «Туристичним магнітом».

Хмельницька область характеризується сприятливими умовами для розвитку сільського туризму: комфортний клімат, наявні водні та лісові ресурси, мальовничі пейзажі, чисте повітря, зручне географічне розташування, транспортна доступність, багата культурна спадщина.

Дослідження на основі опитування дозволило зробити висновки про профіль господаря агросадиби. Профіль підприємця в сільському туризмі: працівник ферми, який не має знань в галузі туризму та не має управлінських навичок. Таким чином, він суттєво контрастує зі своїми потенційними клієнтами, які переважно мають освіту. Головною причиною, яка приводить підприємців у сільський туризм, є, як правило, втрата роботи в місті або поганий дохід від фермерського господарства.

Саме розвиток туризму може стати джерелом надходження коштів до місцевого бюджету сільських територіальних громад.

## РОЗДІЛ 3

### ШЛЯХИ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ У ХМЕЛЬНИЦЬКІЙ ОБЛАСТІ

#### 3.1. Розвитку сільського туризму шляхом брендингу території

Проведений комплексний аналіз наявної ситуації у туристичній галузі області дозволяє визначити ключові проблеми і фактори, які стримують розвиток сільського туризму. У результаті проведеного дослідження, можемо зробити заключити, що для підвищення ефективності сільського туризму в Хмельницькій області можна провести наступні заходи:

- 1) підвищити конкурентоздатність сільського туризму області шляхом створення нових видів відпочинку на базі існуючих агроосель;
- 2) посилити рекламу сільського туризму в області та створити бренд дестинації;
- 3) утворити більше кластерів сільського туризму;
- 4) розробити державну стратегію розвитку сільського туризму.

Зупинимося детальніше на можливостях розвитку сільського туризму Хмельницькій області шляхом брендингу дестинації та диверсифікації послуг сільського зеленого туризму унікальними.

Область має зручне географічне розташування, що зумовлює передумови для забезпечення стійкого розвитку матеріального виробництва, зростання добробуту населення, всебічного розвитку населених пунктів через продумане та ефективне використання природних ресурсів, наукового і виробничого потенціалу. Зазначені характеристики можуть стати основою успішної брендингової політики сільського туризму.

Існує багато понять брендингу. Підсумовуючи тлумачення науковців можемо розуміти під брендингом як процес управління (створення, захист, просування, розвиток тощо) за допомогою бренду, який базується на

інтегрованому, скоординованому впливі на споживача. Незважаючи на різні інтерпретації, пов'язуємо брендові та торгові марки як синоніми. Також поділяємо бачення окремих вчених, які виступають проти «дрібноутилітарного» використання терміну «бренд», пропонуючи як альтернативу теорію 4D-брендингу. Відповідно до останнього окрема стратегія передбачає формулювання чотирьох головних сфер бренду, які формують його сутність, таку ж кількість ключових компонентів, які визначають структуру та маркетингові позиції бренду, а саме функціональний, соціальний, духовний, ментальний [6.].

Актуальність брендингу загалом та дестинацій зокрема можна прослідкувати через такі основні тенденції сучасного бізнесу, які відзначаються в роботах науковців:

Нині чинник якості поступово втрачає вплив на рішення споживача:

- в умовах розвитку постіндустріальної економіки високі прибутки підприємств можуть приносити переважно брендові товари;
- більше ніж 60% споживачів надають перевагу вітчизняним торговельним маркам;
- зменшується важливість традиційних методів та товарних знаків брендингу та їх окупність на фоні зростання випадків антибрендингового впливу у випадку неефективного брендингу;
- товарні ринки поступово насичуються продуктами, у зв'язку з чим можемо спостерігати за рухом резервів ефективності зі сфери використання ресурсів у зону «доступу до споживача», що засвідчує зниження доданої вартості на одиницю операційних витрат[17.].

Вважається, що бренд, виступаючи нематеріальним інституційним активом, являє собою важливу особливість сільської громади, доданою вартістю, системою аутентичності, яка сприймається цільовою аудиторією від цілісного іміджу бренду. Бренд сільської території є унікальною довгостроковою конкурентною перевагою, яка забезпечить збалансований

розвиток на основі брендингу. Основні завдання маркетингу сільських територій вказані у таблиці в додатку Б.

Таким чином, для успішного створення бренду сільського туризму у Хмельницькій області, необхідно залучити до співпраці регіональні органи державної влади, органи місцевого самоврядування, інститути громадянського суспільства, суб'єкти підприємницької діяльності та мешканців сільських територій, які здійснюватимуть конкретні кроки на різних об'єктах маркетингу сільських територій.

Територіальне брендування потребує уваги, воно має розглядатись як спосіб капіталізації бренду шляхом створення доданої вартості за рахунок використання спеціальних інституційних активів територій, досягнутих на основі утворення та реалізації відповідних проектів брендингу. Це дасть змогу місцевим громадам здійснювати брендові проекти з використанням структурованого багаторівневого набору територіального бренду [8.].

Загалом парадигматична концепція брендингу сільських територій ґрунтується на законах та моделях розвитку сільської місцевості з урахуванням як національних, так і глобальних тенденцій [25.]. Особливості брендингу Хмельницької області може бути сформована у вигляді ментальної карти (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

**Ментальна карта образу сільських територій Хмельницької області\***

| <b>Суб'єкт ідентифікації</b> | <b>Тип образу</b>      | <b>Характеристика типу образу</b>   |
|------------------------------|------------------------|---|
| Сільське населення           | Частково вернакулярний | Вернакулярні (англ. “vernacular” – «рівні», «близькі») території; місце життєдіяльності за фактом, а не за вибором. |

продовження таблиці 3.1

|                         |              |  |
|-------------------------|--------------|--|
| Суб'єкти господарювання | Споживацький | Місце вкладання капіталів та отримання прибутку.   |
| Міське населення        | Нейтральний  | Ностальгічні місця малої батьківщини; заміські котеджі; заміські садиби.                       |
| Органи публічної влади  | Зацікавлений | Території, в яких вирощується сільськогосподарська сировина, виробляються продукти харчування. |
| Суспільні організації   | Позитивний   | Місця рекреації та відпочинку  |

Джерело: сформовано на основі [14.]

Водночас брендингове управління сільськими територіями слід здійснювати за допомогою розробленої структурно-логічної моделі, яка ґрунтується на рівні підходу до обґрунтування атрибутів, образів та сприйняття брендів, формування основних параметрів для оцінювання ефективності процесу створення та реалізації брендів і брендингових проектів як багаторівневої системи соціально-економічних відносин з прогнозуванням часових горизонтів брендоутворення. Запропонований варіант як проект управління передбачає такі чотири етапи формування та впровадження, як формування ідеології бренду та брендингу сільських територій; брендинг сільських територій від можливих альтернатив; розроблення стратегій брендингового проекту в рамках функцій управління брендом; реалізація брендингу сільських територій.

### 3.2. Диверсифікація послуг сільського зеленого туризму

Розглянемо детальніше таку важливу складову бренду як власники агросадиб мешканці сільських територій, від яких залежить формування



позитивного іміджу, підтримка нових маркетингових продуктів та їх просування, участь у визначенні пріоритетів маркетингу. У цьому контексті хочеться навести вдалі приклади сервісу з сільських садиб Хмельницької області: «Будиночок в селі» та «Чарівниця». Дослідження опирається перед усім на власний досвід відпочинку у цих садибах, а також, враховує враження туристів, які відпочивали там у той же період.

У садибі «Будиночок в селі» хочеться відмітити оформлення кухні, де міститься необхідна інформація про Wi-Fi, правила проживання та можливість щось купити. Часто на кухні виникала ситуація – забули купити чай, захотілося відсвяткувати подію чи покуштувати щось смачненьке. В цьому випадку власники пропонували купити аутентичні товари – наливки, мед, варення, чай, молоко, домашні вареники, сало. Навіть була можливість доставити продукти у номер. Хочеться відмітити, що такий крок – помістити за скло продукти, сприяло їх продажу, адже їх бачили під час харчування і хотіли придбати гості (продукти зображені на фото 1 у додатку В). Вдалим, на мою думку кроком, було помістити відзнаку на стіні – гості, читаючи її, впевнювалися, що обрали чудовий заклад для відпочинку.

Ще одним вдалим рішенням для агросадиби є увага до відгуків гостей. У садибі «Будиночок в селі» є зошит для відгуків (рисунок 2 у додатку В), який ведеться з 2017 року. Деякі відгуки навіть розміщені на стінах (рисунок 3 у додатку В). Відверто кажучи, на гостей це справляє дуже гарне враження, більшість з них лишають позитивні відгуки, прикрашені малюнками. Серед відгуків досить багато від іноземців. З 90 відгуків у книзі 20 було від іноземців з Польщі, Литви, Угорщини, Росії та інших країн, що теж справляє враження агрооселі, з хорошим сервісом міжнародного рівня.

Інтер'єр – невід'ємна складова гостинності. І може стати додатковою конкурентною перевагою при правильному підході. У агросадибі «Будиночок в селі» у кімнаті для відпочинку і харчування гостей розміщено багато речей, одягу, музичних інструментів з побуту автентичного населення, також є чорно-білі фото старих місцевих жителів (рисунок 4-5 у додатку В).

Разом з тим, у кімнаті є речі для розваг гостей: магнітола з набором дисків, гітара, диско-куля, вентилятор та інші. Такий набір дозволяє гостям весело провести дозвілля, а надувні кульки справляють ефект того, що гостям раді.

Ще одним вдалим прикладом сервісу у сільському туризмі хочеться навести досвід агросадиби «Чарівниця», власниця якої викладає мозаїку на стінах свого дому. На фото 1-3 у додатку Г ми бачимо як прикрашена піч та як мозаїку адаптували до ванної кімнати. Ця мозаїка не є аутентичною: в роботі використовується скло, дзеркало, камінці. Власниця стверджує, що сусіди, знаючи про її захоплення, несуть битий посуд та зламані речі.

Сама майстриня проводить майстер-класи з цієї ж мозаїки, який я відвідав. Майстер-клас починається з того, що господиня проводить екскурсію садибою і розповідає як виникла ідея робити мозаїку: «Я запросила будівельників, щоб зробили мені стіну, але мені не сподобалося, і я вирішила спробувати сама, і вийшло ось це (вказує на одну із стін)». Далі майстриня запрошує у літню кухню, де відрізає гіпсокартон (квадратної форми) (фото 4 у додатку Г), показує як замішувати і мастити будівельний клей церезіт (фото 5 у додатку Г) і далі пропонує гостям створити власну картину, наліпляючи на гіпсокартон запропонований «матеріал» (скло і камінці), дає інструмент (молоток, плоскогубці) та пригощає ароматним чаєм (фото 6 у додатку Г). Гості можуть проводити за заняттям години. З власного досвіду скажу, що час спливав непомітно. Картини гості забирають із собою. Це досить вдалий приклад того, як можна розважити гостей і заробити кошти, адже витратні матеріали коштують дуже дешево. Єдина пропозиція, яка, на мою думку, удосконалила послугу – упаковка картинок в коробку, адже вони лишаються крихкими і привезти додому такий сувенір цілим майже неможливо.

Проаналізовані обидві садиби дали уявлення про шляхи удосконалення сервісу у інших садибах. Також, такі послуги впливають і на формування бренду сільського туризму у Хмельницькій області.

### ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3

Спираючись на аналітичні висновки, за підсумками проведеної роботи були визначені основні чинники впливу на вибір можливих напрямків розвитку сільського туризму у Хмельницькій області. Виявлено, що для підвищення ефективності сільського туризму в Хмельницькій області можна провести наступні заходи: підвищити конкурентоздатність сільського туризму області шляхом створення нових видів відпочинку на базі існуючих агроосель; посилити рекламу сільського туризму в області та створити бренд дестинації; ) утворити більше кластерів сільського туризму; розробити державну стратегію розвитку сільського туризму.

Було проаналізовано дві садиби Хмельницької області, з ціллю удосконалити сервіс, який приваблює туриста (ведення книги відгуків гостей, розміщення на стінах відзнак та позитивних відгуків, створення аутентичного інтер'єру, впровадження цікавих майстер-класів).

Запропонований варіант брендингу як проект управління передбачає такі чотири етапи формування та впровадження, як формування ідеології бренду та брендингу сільських територій; брендинг сільських територій від можливих альтернатив; розроблення стратегій брендингового проекту в рамках функцій управління брендом; реалізація брендингу сільських територій.

## ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити наступні висновки:

Виявлено, що основними поняттями, які використовуються у означеній темі є «сільський туризм», «зелений туризм», «агротуризм», «екотуризм». Визначення сільський туризм також характеризується різними підходами: з позиції туриста та власника домогосподарства. Для нашого дослідження за основу було обрано трактування сільського туризму під яким розуміється відпочинковий вид туризму, зосереджений на сільських територіях, який передбачає розвиток туристичних шляхів, місць відпочинку, сільськогосподарських і народних музеїв, а також центрів з обслуговування туристів з провідниками та екскурсоводами.

Згруповано функції сільського туризму та чинники його розвитку. Виявлено, що головними функціями сільського туризму виступають рекреаційна, економічна. А для того, щоб сільський туризм розвивався необхідно мати природні атракції; розваги, розраховані на різні цільові сегменти; та якісні умови проживання.

Оскільки ключову роль для розвитку сільського туризму відіграє мікроекономічне середовище, було досліджено головні законодавчі акти, які регламентують цю діяльність. Окреслено, що на сьогодні існують проблеми в українському законодавстві, які становлять перешкоду для розвитку підприємництва в сільській місцевості.

Проаналізовано ресурсний потенціал як передумови розвитку сільського туризму. Виявлено, що розвиток сільського туризму є перспективним напрямком розвитку туристичної діяльності Хмельницької області. Провівши оцінку позитивного та негативного впливу наслідків туризму на сільські об'єднані територіальні громади, можемо стверджувати, що позитивний вплив значно вищий. Розвиток сільського туризму Кам'янець-Подільському районі є найбільш перспективним.

Хмельницька область характеризується сприятливими умовами для розвитку сільського туризму: комфортний клімат, наявні водні та лісові ресурси, мальовничі пейзажі, чисте повітря, зручне географічне розташування, транспортна доступність, багата культурна спадщина.

Дослідження на основі опитування дозволило зробити висновки про профіль господаря агросадиби: працівник ферми, який не має знань в галузі туризму та не має управлінських навичок. Головною причиною, яка приводить підприємців у сільський туризм, є, як правило, втрата роботи в місті або поганий дохід від фермерського господарства.

Виявлено, що для підвищення ефективності сільського туризму в Хмельницькій області можна провести наступні заходи: підвищити конкурентоздатність сільського туризму області шляхом створення нових видів відпочинку на базі існуючих агроосель; посилити рекламу сільського туризму в області та створити бренд дестинації; ) утворити більше кластерів сільського туризму; розробити державну стратегію розвитку сільського туризму. Запропонований варіант брендингу як проект управління передбачає такі чотири етапи формування та впровадження, як формування ідеології бренду та брендингу сільських територій; брендинг сільських територій від можливих альтернатив; розроблення стратегій брендингового проекту в рамках функцій управління брендом; реалізація брендингу сільських територій.

Було проаналізовано дві садиби Хмельницької області, з ціллю удосконалити сервіс, який приваблює туриста.

Перспективи подальших досліджень вбачаємо у вивченні розвитку сільського туризму в Хмельницькі області в умовах децентралізації, що повинен розвиватися відповідно до принципів реформування системи управління в Україні, усебічно враховуючи місцеві особливості розвитку та потреби. Саме розвиток туризму має слугувати джерелом надходження коштів до місцевого бюджету сільських територіальних громад.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Белова О.І. Науково-організаційні основи становлення та розвитку сільськогосподарської дорадчої діяльності в Україні (80-ті роки ХІХ – початок ХХІ століть): дис. ... канд. іст. наук: 07.00.07. Київ. 2018
2. Биркович В.І. Сільський зелений туризм – пріоритет розвитку туристичної галузі України. Стратегічні пріоритети. Науково-аналітичний щоквартальний збірник. 2008. № 1 (6). С. 138–143.
3. Відомості Верховної Ради (2018): Закон України «Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких інших законодавчих актів України щодо покращення адміністрування та перегляду ставок окремих податків і зборів». №49: 399. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2628-19> (дата звернення: 19.03.2022)
4. Відомості Верховної Ради України (2003): Закон України «Про особисте селянське господарство». №29: 232. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/742-15> (дата звернення: 20.03.2022)
5. Власенко І. В., Іващенко А. В. Функціонування сільського зеленого туризму в умовах ринкової економіки України. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг* : зб. наук. пр. Харків : ХДУХТ, 2017. Вип. 1 (25). С. 218-233
6. Гладунов О. Бренд Майдану в чотирьох вимірах. *Маркетинг в Україні*. 2013. № 6. С. 20–21.
7. Гловацька В.В. Особливості розвитку сільського зеленого туризму як підприємницької діяльності. *Інноваційна економіка*. 2010. № 16. С. 45
8. Гончарук І., Томашук І. Державне регулювання розвитку ресурсного потенціалу сільських територій: загальні аспекти. *Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики*. 2018. № 4(32). С. 19–30.

9. Горішевський П., Васильєв В., Зінько Ю. Сільський зелений туризм: організація надання послуг гостинності. Івано-Франківськ: Місто НВ, 2003. 148 с.
10. Гривнак, К. Туристичний збір у 2019 році. Землевпорядний вісник. Київ, 2019. №4: 39–43.
11. Державна служба статистики України URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 20.03.2022)
12. Закон України «Про особисте селянське господарство» // Відомості Верховної Ради України. 2003. №29. С.232; 2015. №21. С.133.
13. Зінченко А. Маркетинг підприємств зеленого туризму: дис. канд. екон. наук.: 08.00.04. Київ, 2012. 215 с.
14. Карачина Н., Вакар Т. Брендинг сільських територій: потенціал та проблеми реалізації. URL: <https://ir.lib.vntu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/18986/Карачина%20Н.П.%20Вакар%20Т.В.%20Брендинг%20сільських%20територій%20потенціал%20та%20проблеми%20реалізації.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (дата звернення: 20.03.2022)
15. Ковтуник І.І. Кліматичні курорти Хмельницької області. *Агросвіт*. 2018. № 22. С. 42–46.
16. Костриця, М. Підприємницькі засади розвитку сільського туризму: дис. канд. екон. наук.: 08.00.04. – Житомир, 2008. 213 с.
17. Кравців І. Маркетинг сільських територій прикордонного регіону в умовах нових викликів європейської інтеграції : дис. ... канд. екон. наук. URL: [http://ird.gov.ua/irdd/d20170626\\_a805\\_KravtsivIK2.pdf](http://ird.gov.ua/irdd/d20170626_a805_KravtsivIK2.pdf) (дата звернення: 19.03.2022)
18. Кудла Н. Сільський туризм на тлі сучасних тенденцій розвитку. *Вісник Львівського університету*. Серія географічна. 2013. Вип. 43(1).
19. Купріянич І., Дорош А., Салюта В., 2019 Фактори впливу на розвиток сільського зеленого туризму як малого підприємництва в Україні URL: [https://doi.org/10.37100/2616-7689/2019/6\(25\)/16](https://doi.org/10.37100/2616-7689/2019/6(25)/16) (дата звернення: 20.03.2022)

20. Левченко-Одновол І. Послуги дорадчої служби в розвитку сільського зеленого туризму *Матеріали студентської наукової конференції Полтавської державної аграрної академії*, 13 травня 2021 р. Том II. – Полтава: РВВ ПДАА, 2021. С.262-263
21. Лужанська Т.Ю., Махлинець С.С., Тебляшкіна Л.І. Сільський туризм: історія, сьогодення та перспективи: навч. посіб. Київ: Кондор, 2008. 385 с.
22. Михайлик А. Сільський туристичний кластер. Зелевпорядний вісник. 2017. № 12: 14–17.
23. Нездоймінов С.Г. Туризм як фактор регіонального розвитку: методологічний аспект та практичний досвід. Одеса: Астропринт, 2009.
24. Очікування сільськогосподарських підприємств у I кварталі 2022 року щодо перспектив розвитку їх ділової активності. Держстат України. URL: [http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2022/fin/rp/selo/sg\\_Ikv\\_2022\\_u.pdf](http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2022/fin/rp/selo/sg_Ikv_2022_u.pdf) (дата звернення: 20.03.2022)
25. Павлов А. Идентификация и классификация сельских территорий: теория, методология, практика : монография. Одесса : Астропринт, 2015. 344 с
26. Пасека С. Р. Сільський зелений туризм як запорука розвитку сільських територій *Вісник Черкаського університету*. Серія «Економічні науки». 2017. №4. Ч.1. С.80-86.
27. Пінчук Т.А. Агротуризм як форма підприємництва у сільській місцевості. URL: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/pinchuk2.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/pinchuk2.htm). (дата звернення: 22.03.2022)
28. Про особисте селянське господарство: Закон України. Відомості Верховної Ради України. 2003. №29. С.232-238
29. Про туризм: Закон України від 15.09.1995 № 324/95-ВР URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80> (дата звернення: 15.03.2022)



30. Проект Закону про внесення змін до Закону України «Про особисте селянське господарство» щодо розвитку сільського зеленого туризму. URL: [http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4\\_1?pf3511=55828](http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=55828) (дата звернення: 25.03.2022)

31. Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про затвердження розподілу обсягу субвенції з державного бюджету місцевим бюджетам на формування інфраструктури об'єднаних територіальних громад у 2019 році»: URL: <https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/prozatverdzhennya-rozpodilu-obsyagu-subvenciyiz-derzhavnogo-byudzhetu-miscevimbyudzheta-na-formuvannya-infrastrukturiobyednanih-teritorialnih-gromad>. (дата звернення: 21.03.2022)

32. Рутинський М.Й., Зінько Ю.В. Сільський туризм: навч. посіб. Київ: Знання, 2006. 271 с.

33. Стратегія розвитку Хмельницької області на 2021–2027 роки.

34. Тищук І.В. Регіональні механізми стимулювання підприємництва у сфері сільського зеленого туризму: дис. ... канд. екон наук: 08.00.05. Мукачєво, 2018. 292 с.

35. Український кризовий медіа центр. На Херсонщині розпочався туристичний хаб «Розвиток туризму в умовах нових громад». 2018. URL: <http://ucmc.org.ua/uk/nahersonshhini-rozpochavsya-turistichnij-habrozvitok-turizmu-v-umovah-novih-gromad> (дата звернення: 21.03.2022)

36. Укрінформ. Чи може громада зробити туризм прибутковим бізнесом? 2019. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric/tourism/2562245-ci-moze-gromada-zrobititurizm-pributkovim-biznesom.html>. (дата звернення: 16.03.2022)

37. Фестиваль Отроків. Офіційний сайт фестивалю «Миньковецька держава». URL: <http://www.otrokiv.org.ua/index.php/derzava> (дата звернення: 27.03.2022)

38. Хмельницька обласна рада. 2019. URL: <https://www.minregion.gov.ua/wp-content/uploads/2020/04/strategiya-rozvytku-hmelnyczkoyi-oblasti-na-2021-2027-roku.pdf> (дата звернення: 18.03.2022).

39. Хмельниччина туристична. URL: <https://turist.km.ua/ua> (дата звернення: 18.02.2022).
40. Шоробура І.М. Гільберг Т.Г., Долинська О.О. Хмельниччина туристична: навч. посібник. Хмельницький: ПП Заколотний М.І. 2016. 360 с.
41. Шульга В.П. Стратегічне управління розвитком екологічного туризму в контексті рекреаційного природокористування. *Географія та туризм*. 2012. Вип. 22. С. 42–51
42. Bevölkerung (2017): Wirtschaftskammer Österreich. URL: [http://wko.at/statistik/jahrbuch/2016\\_k3](http://wko.at/statistik/jahrbuch/2016_k3) (дата звернення: 21.03.2022)
43. Ein Tourismus-Satellitenkonto für Österreich // Österreichisches Institut für Wirtschaftsforschung. – 2014. URL: [https://www.wifo.ac.at/jart/prj3/wifo/resources/person\\_dokument/person\\_dokument.jart?publikationsid=57848&mime\\_type=application](https://www.wifo.ac.at/jart/prj3/wifo/resources/person_dokument/person_dokument.jart?publikationsid=57848&mime_type=application). (дата звернення: 20.03.2022)
44. European Information and Research Center. (2017). Analiz yevropeys'koho dosvidu vykorystannya turystychnoho zboru [Analysis of the European experience in the use of tourist fees]. URL: <http://euinfocenter.rada.gov.ua/uploads/documents/28934> (дата звернення: 13.03.2022)
45. Medlik, S. Dictionary of Travel. Tourism and Hospitality. - London: Butterworth-Heinemann Etd. 1993. P. 43
46. Mykhaylyk, A. Village Tourist Cluster. *Zelevporyadnyy Bulletin*. 2007. p. 14-17
47. Österreichisches Institut für Wirtschaftsforschung (2014): Ein TourismusSatellitenkonto für Österreich. [https://www.wifo.ac.at/jart/prj3/wifo/resources/person\\_dokument/person\\_dokument.jart?publikationsid=57848&mime\\_type=application](https://www.wifo.ac.at/jart/prj3/wifo/resources/person_dokument/person_dokument.jart?publikationsid=57848&mime_type=application) (дата звернення: 20.03.2022)
48. Politeknik Negeri Bandung The Sustainable Rural Tourism Asset Development Process Based on Natural and Cultural Conservation Conference:

Proceedings of the International Conference On Applied Science and Technology 2019 - Social Sciences Track (iCASTSS 2019)],

49. Slide Share. Туризм – як драйвер розвитку ОТГ. URL: <https://www.slideshare.net/olFeldman/ss-125787948>. 2018. (дата звернення: 21.03.2022)

50. Slideshare, (2018): Tourism - as a driver of the development of Agglomerated Territorial Communities. URL: [www.slideshare.net/olFeldman/ss-125787948](http://www.slideshare.net/olFeldman/ss-125787948) (дата звернення: 20.03.2022)

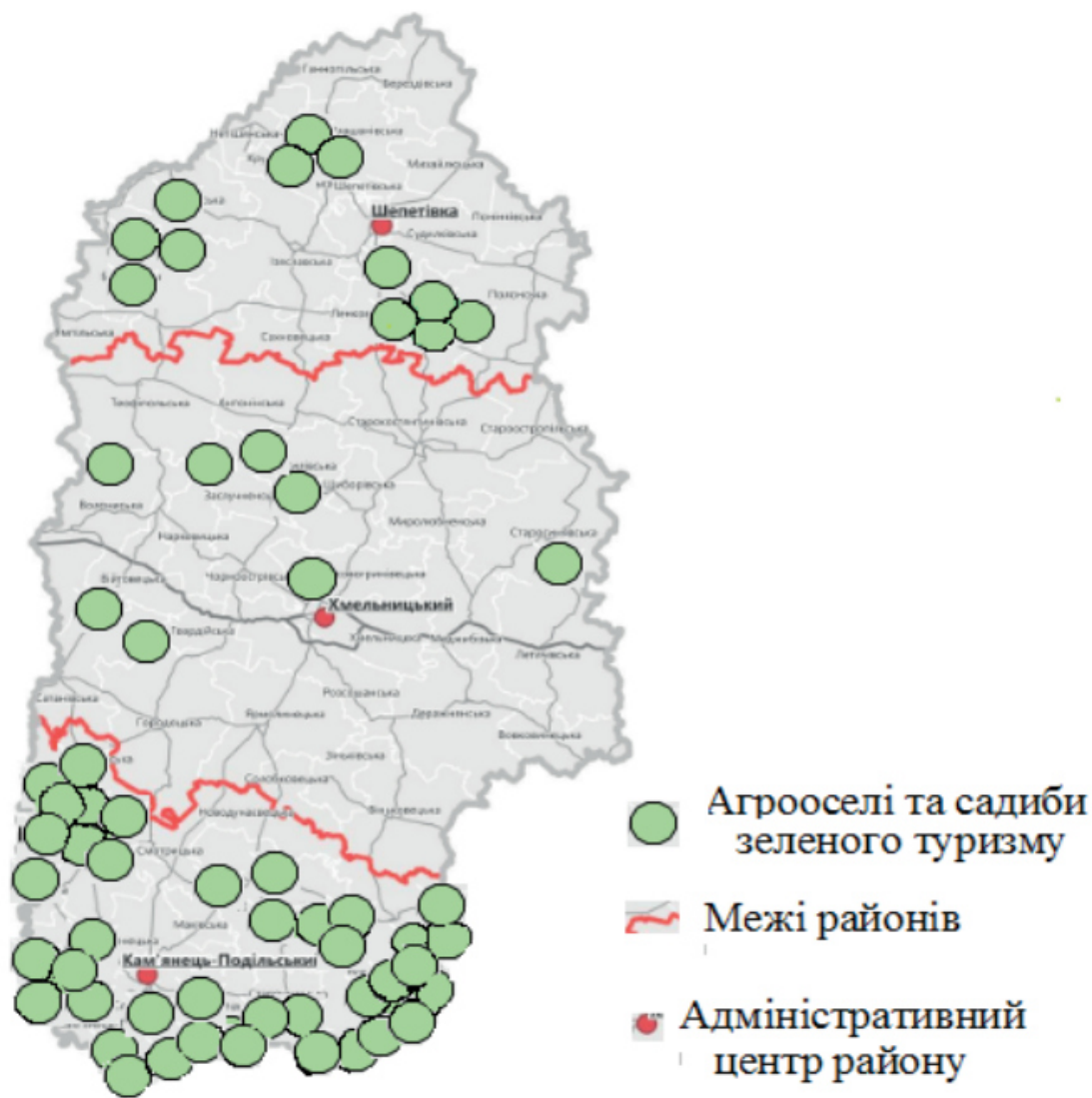
51. Ukrainian Crisis Media Center, (2018): Tourism hub «Tourism Development in New Communities» Started in Kherson Region. URL: <http://ucmc.org.ua/uk/na-hersonshhini-rozpochavsya-turistichnij-habrozvitok-turizmu-v-umovah-novih-gromad> (дата звернення: 20.03.2022)

52. Wirtschaftskammern Österreichs (2016): Bevölkerung. URL: [http://wko.at/statistik/jahrbuch/2016\\_k3](http://wko.at/statistik/jahrbuch/2016_k3) (дата звернення: 20.03.2022)

## ДОДАТКИ

Додаток А.

## Картосхема агроосель Хмельницької області



## Додаток Б

## Таблиця

## Основні завдання маркетингу сільських територій

| Суб'єкти маркетингу сільських територій   | Об'єкти маркетингу сільських територій  |  |   |
|---|---|--|---|
|   | Сільські території регіону  | Сільські території субрегіону  | Сільські територіальні громади  |
| Регіональні органи державної влади        | Брендинг та стратегування   | Розвиток системи маркетингових комунікацій                                   |   |
| Органи місцевого самоврядування           | Інформаційно-представницька діяльність, популяризація потенціалу сільських територій серед потенційних інвесторів |  | Формування та просування бренду сільської території                   |
| Інститути громадянського суспільства      | Рекламно-пропагандистська діяльність  | Маркетингові дослідження, популяризація потенціалу сільських територій серед | Участь у розробленні товарної та цінової політики сільської території |
| Суб'єкти підприємницької діяльності       | Розвиток маркетингової інфраструктури регіону   | потенційних інвесторів, реклама та пропаганда                                | Формування позитивного іміджу сільської території в очах її мешканців |
| Мешканці сільських територій<br>Верховини | Формування позитивного іміджу сільських територій   | Підтримка нових маркетингових продуктів та їх просування                     | Участь у визначенні пріоритетів маркетингу                            |

Джерело [17.]

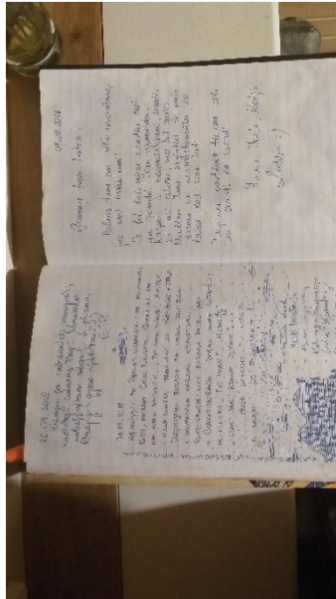
## Додаток В

## Агросадиба «Будиночок в селі»

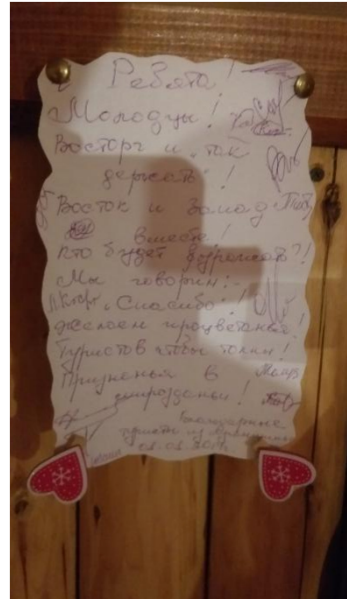
1)



2)



3)



4)



5)



Джерело: фото автора під час перебування в агросадибі

## Агросадиба «Чарівниця»

1)



3)



2)



4)



5)



6)



Джерело: фото автора під час перебування в агросадибі