

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

(найменування кафедри)

**РЕФЕРАТ  
кваліфікаційної роботи  
на здобуття освітнього ступеня бакалавр**

зі спеціальності 242 «Туризм»  
(шифр та найменування спеціальності)

на тему: «Перспективні напрями розвитку сільського зеленого туризму в  
Одеському регіоні»

**Виконавець**

Студентка ЦЗФН, 10 гр.

Задаченкова Юлія Андріївна

(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

**Науковий керівник**

К.е.н., доцент

(науковий ступінь, вчене звання)

Давиденко Ірина Володимирівна

(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

**Одеса 2019**

## ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

**Актуальність теми** дослідження обумовлена тим, що сьогодні найбільш динамічно зростаючим сектором світового туристичного господарства є сфера сільського зеленого туризму. Для України сільський зелений туризм – нове поняття, хоча відпочинок на селі використовувався відомими українськими письменниками, художниками, артистами і політиками з давніх часів. Досить помітним цей вид туристичного бізнесу став в ХХ столітті. Сучасний досвід та наукові дослідження засвідчують, що прискорений розвиток сільського зеленого туризму може відіграти роль каталізатора структурної перебудови економіки, забезпечити демографічну стабільність та розв’язання нагальних соціально-економічних проблем у сільській місцевості. Україні стратегічно важливо швидко подолати відставання у цій сфері і реалізувати наявний багатий туристичний потенціал шляхом проведення виваженої політики державного регулювання, зокрема і на регіональному рівні.

**Мета дослідження** - провести аналіз сільського зеленого туризму як перспективного напрямку розвитку Одеського регіону.

### **Завдання дослідження:**

- визначити сутність та значення сільського зеленого туризму;
- сформулювати правові засади регулювання сільського зеленого туризму в Україні;
- визначити особливості розвитку підприємництва у сфері сільського зеленого туризму;
- проаналізувати стан підприємництва у сфері сільського зеленого туризму в Україні;
- надати оцінку стану розвитку сільського зеленого туризму в Одеському регіоні;
- виявити тенденції розвитку агроосель як суб’єктів підприємництва у сфері зеленого туризму;
- окреслити шляхи підвищення привабливості продуктів сільського зеленого туризму в Одеському регіоні;
- розробити пропозиції щодо створення нового туристичного продукту;
- обґрунтувати доцільність використання маркетингової політики просування для популяризації сільського зеленого туризму Одеського регіону.

**Об’єкт дослідження** - процес розвитку сільського зеленого туризму в Одеському регіоні.

**Предметом дослідження** - сукупність теоретичних та практичних аспектів розвитку економічних відносин, що виникають в процесі функціонування сільського зеленого туризму в Одеському регіоні.

**Методи дослідження:** узагальнення та систематизації (для визначення сутності понять «сільський зелений туризм»); системного і комплексного аналізу (для визначення тенденцій розвитку сільського зеленого туризму в регіонах України); розрахунково-аналітичні та порівняльні методи (для дослідження сучасних тенденцій розвитку сільського зеленого туризму в регіонах); економіко-математичні методи (для розрахунку інтегрального показника розвитку забезпеченості природно-ресурсним потенціалом туристичних регіонів України); графічні й табличні методи

(для наочного зображення статистичного матеріалу, візуалізації теоретичних та практичних положень).

**Інформаційна база дослідження.** Інформаційно-нормативною базою дослідження стали закони України, Укази Президента України, нормативні документи Кабінету Міністрів України, офіційні матеріали Державної служби статистики України, офіційні матеріали Державної служби статистики України у Одеській області та Департаменту інфраструктури та туризму Одеської обласної державної адміністрації, офіційні матеріали та публікації міжнародних організацій, наукові публікації вітчизняних і зарубіжних учених.

**Структура та обсяг роботи.** Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (97 найменувань) та 4-х додатків. Загальний обсяг роботи становить 113 сторінок. Основний зміст викладено на 96 сторінках. Робота містить 19 таблиць, 17 рисунків.

## ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «*Теоретичні основи розвитку сільського зеленого туризму*» визначено сутність сільського зеленого туризму, представлено нормативне регулювання даного виду туризму.

У другому розділі «*Аналіз та оцінка основних тенденцій розвитку сільського зеленого туризму*» проаналізовано стан розвитку сільського зеленого туризму в Україні, проведена оцінка розвитку сільського зеленого туризму в Одеському регіоні, виявлена тенденція розвитку агроосель як суб'єктів підприємництва у сфері зеленого туризму.

У третьому розділі «*Розробка рекомендацій щодо перспективних напрямків сільського зеленого туризму в Одеському регіоні*» внесені пропозиції щодо підвищення привабливості продуктів сільського зеленого туризму в Одеському регіоні, розроблений новий туристичний продукт, наведені шляхи його просування.

## ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі:

1. За досліджуваний період в Україні поступово розвивається сфера зеленого туризму. Так, в порівнянні з 2012 роком, в 2017 році кількість розміщених осіб в агрооселях зросла на 62,8%. При цьому майже такими ж темпами зростала кількість садиб зеленого туризму.

2. Якщо нестабільність та військові дії в країні сприяли зниженню активності сільського зеленого туризму в 2014-2015 роках, то за останні роки йде поступове зростання, як обсягу кількості агроосель, так і кількості туристів, що їх відвідали, і зрозуміло, зростають доходи господарів від надання зазначеного виду послуг.

3. Станом на кінець 2017 року основна кількість агроосель в Україні зосереджена в Карпатському регіоні (більше 93%), з них 81,17% фізичних осіб-підприємців, які надають послуги сільського зеленого туризму зареєстровані в Івано-Франківській області, 4,24% - в Львівській області, 3,71% - в Чернівецькій.

4. Беззаперечним лідером в розміщенні сільських зеленів туристів залишається Івано-Франківська область (66,73% загально обсягу туристів), друге місце посідає

Чернівецька область (8,45%), третє – Тернопільська область (4,95%), більше 3% туристів відвідали Хмельницьку, Волинську та Львівські області.

5. Однією з ключових проблем нарощування обсягів надання зелених послуг у сільській місцевості Одеської області залишається низький рівень офіційної реєстрації суб'єктів сільського зеленого туризму. Так, за даними Державної служби статистики України, в Одеській області кількість фізичних осіб підприємницьких структур у сфері сільського зеленого бізнесу становить 3 садиби, а як свідчать матеріали спілки сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні, в 2017 р. послуги сільського зеленого туризму в Одеській області надають: «Куба – далеко» (с. Приморське), етно-еко-хата «Білочи» (с. Шершенці), гостьовий дім «Сафьяни» (с.мт. Біляївка), зелена садиба «Лагуна» (с.мт. Біляївка), етнографічний комплекс-музей «Фрумушика-Нова» (с.мт. Татарбунари), ТОВ «Промислово-торгівельна компанія Шабо» (с. Шабо). Зауважимо, що реальної ситуації щодо зеленого туризму статистичний облік в регіоні не відображає – офіційні дані занижені. Це визвано неврегульованістю організаційних, правових, юридичних, соціальних норм і стандартів розвитку зеленого туризму як в Україні, так і в Одеській області.

6. Підприємництво в сфері зеленого туризму в Одеській області розвинуто слабкіше ніж в інших регіонах України. Так, частка садиб складає на протязі 2015 – 2017 років 0,8% від їх загальної кількості, в якій було розміщено 2% загальної кількості «зелених» туристів, дохід від яких складає 1,5% від загальної суми доходів в сфері сільського зеленого туризму в цілому по Україні за рік.

7. Основними стримуючими чинниками в області та Південному регіоні загалом сьогодні є:

- незадовільний стан розвитку соціальної інфраструктури та технічних комунікацій (тепло-, водопостачання, наявність соціально-побутових об'єктів, необлаштованість сіл, транспортних мереж тощо);
- 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, рівень інформаційно-маркетингового супроводження зеленого туризму;
- відсутність чіткої стратегії розвитку зеленого туризму на регіональному та державному рівнях.

8. На сьогодні особливо важливо просувати в Україні саму ідею сільського туризму в цілому. Насамперед мають бути активізовані місцеві органи влади щодо підтримання сільського зеленого туризму, які мають зрозуміти, що зелений туризм – це додаткові гроші й поліпшення інфраструктури регіону. Тому вони мають забезпечувати:

- розвиток обслуговуючої інфраструктури, дорожньо-транспортний в'язок; сприяння ініціативи щодо позначення велосипедних та пішохідних маршрутів, упорядкування пляжних місць;
- допомогу в організації регіональних ярмарок, виставок; допомогу з інформаційним забезпеченням цього виду підприємницької діяльності (реклама, видання брошур про туристичний потенціал регіону та його окремих районів, адрес агротуристичних господарств тощо); сертифікація бази для ночівлі та ін.

Таким чином, вважаємо, що для розвитку підприємництва у сфері сільського туризму в Одеському регіоні необхідно забезпечення низки умов:

1. Для того, щоб місцевість стала туристичною локацією для сільського туризму необхідною є системна мережа туристичних об'єктів, а також укладання спільних угод між суб'єктами державного та приватного секторів. Залучення громади є ключовим елементом цього процесу.

2. Туристичні об'єкти в сільській місцевості мають бути легко доступними потенційним відвідувачам завдяки надійній транспортній системі.

3. Діяльність громади повинна бути спрямована на підтримку розвитку інфраструктури сільського туризму, шляхом сприяння, просування, підтримки та надання технічної допомоги у розбудові туристичної локації.

4. Сільські громади повинні мати інформаційно-візитний центр, де туристи можуть отримати інформацію про місцеві туристичні принади, місця проживання тощо.

5. Необхідність створення та використання потенціалу партнерства з сегментами культурної спадщини.

6. Регіональний бренд, який повинен об'єднати всі функціональні та емоційні вигоди під одною ідентичністю (імідж та позиціонування туристичної території), щоб створити незабутнє враження у туриста.

7. Підприємствам сільського туризму необхідно визначити креативні способи підтримки фінансування сільського туризму, прагнучі максимально збільшити та використати існуючі маркетингові зусилля.

8. Необхідним є детальне дослідження екологічного та туристичного потенціалу, зокрема ландшафту, охорони природи та культурної спадщини, структурування сільської економіки від первинної продукції до сектору послуг.

9. Інформація про туристичний ринок, яка повинна включати професійні характеристики суб'єктів туристичного ринку, географію відвідувачів (туристів), спосіб їх життя, мета подорожі тощо.

10. Необхідність практичного навчання діючих та нових суб'єктів туристичного ринку методам ефективного ведення туристичної діяльності.

11. Оцінка та підвищення корисності туристичної діяльності, яка повинна проводитись з точки зору збереження та створення робочих місць, диверсифікації видів туристичної діяльності, рівня задоволеності туристів, кваліфікаційних вимог до робочої сили, екологічного захисту та участі громадськості у розвитку сільського зеленого туризму

12. Створення нових туристичних продуктів сільського зеленого туризму.

В роботі рекомендовано впровадження нового туристичного продукту зеленого сільського туризму «Відпочинок в агрооселі «Відтворення» в Савранському районі Одеської області, який може принести більше 200 тис. грн. річного прибутку його власникам. Для успішного розвитку даного туристичного продукту необхідно застосовувати маркетингові засоби, зокрема засоби реклами та просування послуг, які надаються. Використання та практичне впровадження комплексу маркетингу, дозволить сформуванню позитивну репутацію агрооселі «Відтворення», вивести діяльність на рентабельний рівень та зайняти відповідну нішу на ринку послуг.

## АНОТАЦІЯ

### **Задаченкова Ю. А. Перспективні напрями розвитку сільського зеленого туризму в Одеському регіоні.**

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності 242 «Туризм»

*(шифр та назва спеціальності)*

Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2019.

У роботі розглядаються теоретичні основи розвитку сільського зеленого туризму.

Проаналізовано стан підприємництва у сфері сільського зеленого туризму в Україні в загалі та в Одеській області зокрема, визначено тенденції розвитку агроосель як суб'єктів підприємництва у сфері зеленого туризму.

Запропоновано рекомендації щодо перспективних напрямів розвитку сільського зеленого туризму в Одеському регіоні, розроблено новий продукт сільського зеленого туризму в Одеському регіоні

**Ключові слова:** сільський зелений туризм, агрооселя, «зелена садиба», Одеський регіон, туристичний продукт, просування.

## ANNOTATION

### **Zadachenkova Yu.A. Perspective directions of development of rural green tourism in the Odesa region.**

Qualifying work on the receipt of educational baccalaureate from speciality 242 "Tourism"

*(code and name of speciality)*

Odesa National Economic University. - Odesa, 2019.

Theoretical bases of development of rural green tourism are in-process examined.

The state of enterprise is analyzed in the field of rural green tourism in Ukraine in public and in the Odesa area in particular, progress of agree dwellings trends are certain as business entities in the field of green tourism.

Recommendations are offered in relation to perspective directions of development of rural green tourism in the Odesa region, the new product of rural green tourism is worked out in the Odesa region.

**Keywords:** rural green tourism, agree dwelling, "green farmstead", Odesa region, tourist product