

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

Кафедра Готельно-ресторанного та туристичного бізнесу

РЕФЕРАТ

кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня бакалавр
зі спеціальності «241 Готельно-ресторанна справа»
за освітньою програмою «бакалавр Готельно-ресторанна справа»

за темою: **СІЛЬСЬКІ САДИБИ ЯК ОБ'ЄКТ ІНФРАСТРУКТУРИ
СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ**

Виконавець
студентка IV курсу групи 41 ФМЕ
Пальченко Ірина Валеріївна
Науковий керівник
к.е.н., доцент **Назаренко О.В.**

Одеса 2021

Мета – дослідження сільських садиб як об'єктів інфраструктури сільського туризму.

Поставлена мета обумовила необхідність вирішення низки взаємопов'язаних **завдань**, серед яких основними є:

- визначення сутності понять: сільський туризм, засоби розміщення, сільські садиби, об'єкти інфраструктури сільського туризму;
- дослідження особливостей категоризації сільських садиб;
- дослідження світового досвіду розвитку сільського туризму і об'єктів розміщення;
- вивчення національного досвіду розвитку сільського туризму і об'єктів розміщення;
- застосування менеджменту у сфері організації сільських садиб;
- розробка методики облаштування сільської садиби;
- впровадження економіки та просування послуг сільської садиби.

Об'єкт дослідження – сільські садиби світу і України, призначені для розміщення туристів.

Предмет дослідження – теоретичні, практичні та методичні аспекти розвитку місць розміщення туристів у сільській місцевості.

Сільська садиба - житловий будинок з присадибною земельною ділянкою, в якому постійно проживає сільський господар та члени його родини або інший житловий будинок, що знаходиться за місцем постійного проживання зазначених осіб, та належить на праві власності сільському господарю або будь-кому з членів родини, що постійно проживають разом з ним.

Для нормального функціонування та розвитку сфери сільського туризму необхідне створення певної інфраструктури, що має включати:

- приміщення для розміщення туристів, яким у більшості випадків виступає сільський будинок (табл. 1). До цього варто додати господарчий двір або ферму, до якої виявляють інтерес туристи, а особливо діти (догляд за тваринами і птахами, збирання овочів та фруктів тощо);

- інженерну інфраструктуру (освітлення, опалення, телефонізація, водопостачання, наявність у сільській місцевості медичних закладів, авторемонтних майстерень, банківських філій тощо). Без цього неможливо нормальне споживання цього виду туристського продукту.

- виробничу інфраструктуру, орієнтовану на народні ремесла та виробництво на їхній основі характерних для даного регіону сувенірів на сільську тематику, приготування місцевими кухарями з можливою участю туристів у процесі приготування місцевих блюд, участь туристів в різних видах сільськогосподарської діяльності тощо;

- комунікаційну інфраструктуру утворюють залізничні магістралі, автомобільні шляхи, промарковані веломаршрути, лижні траси та ін.;

- соціальну інфраструктуру, що активізує контакти між селянами та туристами (будинки культури, музеї, кінотеатри, свята, карнавали, змагання, ігри тощо)

Таблиця 1

Форми організації суб'єктів підприємництва сфери сільського туризму

Форми	Характеристика
сільський дім	проживання з родиною господаря в одному будинку, в якому є до 5-ти кімнат із можливістю розміщення до 10 осіб; визначений обсяг сервісу; ведеться сільськогосподарське виробництво
гостьовий дім (будинок)	зазвичай більшого розміру на зразок пансіонату, має 5 – 10 кімнат, розрахований не більше як на 10 осіб; сервіс краще розвинений порівняно із сільським домом
котедж	сучасна будівля для приймання туристів з усіма зручностями, зручними й добре мебельованими кімнатами, з побутовою технікою, може бути сауна, камін, басейн, господарі проживають окремо, рівень сервісу, як правило, високий
міні-готель	спеціально побудований для приймання туристів, із санвузлами в кімнатах або на поверсі, господарі проживають окремо, рівень сервісу, як правило, високий
кемпінг	туристичний табір у сільській місцевості, з паркуванням автомобілів, можливий певний рівень сервісу

агрооселя	житлове приміщення, яке знаходиться у сільській місцевості, містить не більше п'яти кімнат, пристосованих для проживання туристів і належить на правах приватної власності господарю, який займається сільськогосподарською діяльністю або зайнятий у сфері обслуговування чи соціальній сфері села. Для агроосель можливе запровадження добровільної категоризації представниками Спілки сприяння розвитку сільського зеленого туризму та представниками органів місцевого самоврядування (треба затвердити категорії та умови проведення категоризації: оплатна чи безоплатна і т.д.).
гостинна садиба	дуже специфічний бізнес домашньої гостинності, який вимагає доброго розуміння та правильного застосування практичного ділового досвіду людей особливого гатунку та специфічних навиків організаторської роботи. Управлінські та оперативні вміння можна набути, вдосконалити та регулярно поновлювати безпосередньо під час роботи. Успіх буде гарантований за умов співпраці з іншими підприємцями та прийняття до уваги практичних ділових порад.
туристична (гостьова) садиба	туристський об'єкт у сільській місцевості, що виконує функцію сільській готелі. Складається з житлового будинку з номерним фондом від 2-х номерів, як правило з лазнею, альтанкою, зоною барбекю, з господарськими будівлями. Має прилеглу територію, оформлену у вигляді парку, складову єдиний культурний ландшафт з господарськими та житловими будівлями.

Світовий досвід розвитку сільського туризму і об'єктів розміщення

Відповідно до Міжнародної категоризації агрорекреаційного сервісу та згідно з концепцією "Bed & Breakfast" до сектору сільського зеленого туризму прийнято зараховувати такі окремі категорії закладів розміщення (табл. 2 і табл. 3):

Таблиця 2

Класифікація баз відпочинку, які належать до типу «Bed & Breakfast»

Найменування	Характеристика	Особливість
Bed & Breakfast cottage	Найнятий котедж у курортно-рекреаційній зоні, на території, яка має статус сільській місцевості або відноситься до курорту	Розташування на березі моря, озера або в горах
Bed & Breakfast farm vacation	Сімейний відпочинок з дітьми в мальовничій сільській місцевості з цінними рекреаційними ресурсами	Можливість відпочинку у «домашній» атмосфері дітей різних вікових груп окремо від батьків
Bed & Breakfast homestay	Проживання в будинку господаря сільської садиби спільно з його сім'єю в окремих кімнатах для гостей	Знайомство з традиціями, культурою, побутом тієї сім'ї з якою проживають гості

Bed & Breakfast farmstay	Проживання у будинку фермера або у кемпінгу на території фермерського господарства	Вживання в їжу продуктів, вирощених самим господарем садиби, участь у сільськогосподарських роботах на фермі
--------------------------	--	--

Таблиця 3

Класифікація засобів розміщення

Тип розміщення	Тип приміщень	Володіння і управління	Спільне проживання гостей і родини в одному будинку	Очікувані клієнтами послуги
<i>Homestay</i> (проживання в сільській сім'ї)	Багатокімнатна квартира, приватний житловий будинок у селі	Обов'язково сімейне	Обов'язково	Стандартні
<i>Farmstay</i> (проживання в фермерській сім'ї)	Приватний житловий будинок у селі	Обов'язково сімейне	Обов'язково	Стандартні
<i>INNs</i> (комерційний B&B)	Багатокімнатна квартира, приватний житловий будинок у місті чи селі	Необов'язково сімейне, можливо через найманих робітників	Необов'язково	Стандартні
<i>Farm vacation</i> (відпустка в селі)	Частина садиби, ферма, літній будиночок у селі з фермерським чи підсобним господарством	Фермерське, селянське господарство, громада, кілька родин	Необов'язково	Стандартні, розважальні і відпочинкові заходи, рибальство, збір ягід і грибів
<i>Cottage</i> (відпустка в котеджі)	Приватний житловий будинок, котедж у місті, передмісті, селі, у курортній зоні	Необов'язково сімейне	Необов'язково	Стандартні, гості можуть самі собі забезпечувати харчування
<i>Apartments</i> (апартаменти)	Багатокімнатна квартира, приватний житловий будинок, котедж у місті, передмісті, селі, курортній зоні	Необов'язково сімейне	Необов'язково	Стандартні, гості можуть самі собі забезпечувати харчування

В Україні виділяють наступні види розміщення туристів у сільській місцевості (табл. 4):

Таблиця 4

Класифікація засобів розміщення на Україні згідно з методикою СОР

Категорія	Розряд	Група
Коллективні засоби розміщення (надається місце для ночівлі при кількості місць, що повинні перевищувати певний мінімум для більше ніж однієї сім'ї, а всі місця підлягають оплаті відповідно до встановлених цін та єдиному керівництву)	готелі та аналогічні засоби розміщування	- готелі (агроготель, акватель, апартамент-готель, ботель, готельно-офісний центр, клуб-готель, конгрес-готель, курортний готель, мотель, готель-люкс, готель-резиденція, палац-готель, санаторій, хостел) - аналогічні готелям засоби розміщення (база відпочинку, будинок відпочинку, гостьовий будинок, пансіонат, профілакторій, туристична база, туристичний комплекс)
	інші коллективні засоби розміщування	-помешкання, призначені для відпочинку - майданчики для кемпінгу - стоянки морського та річкового транспорту - інші коллективні засоби розміщування (гуртожиток)
	спеціалізовані засоби розміщування	- оздоровчі засоби розміщування - табори праці та відпочинку (гірський притулок, дитячий табір) - громадські транспортні засоби (круїзне судно, туристичний потяг, флотель) -конгрес-центри
Індивідуальні засоби розміщення (за плату або безоплатно надається обмежену кількість місць для гостей; або житло використовується протягом обмеженого часу як другий будинок для відпочинку)	орендовані засоби розміщування	-кімнати, орендовані в сімейних будинках (гостьова кімната) -житло, орендоване у приватних осіб або через агентства (бунгало, сільський будинок, фермерський будинок, гостьова квартира, котедж)-
	інші типи індивідуальних засобів розміщування	-неосновне власне житло (дача, котедж) -житло, яке надають безоплатно родичам та знайомим (гостьова квартира, гостьова кімната, котедж, бунгало, сільський будинок, фермерський будинок) - інші індивідуальні засоби розміщування туристів (караван, збірно-розбірний караван, караван-будиночок, намет, намет-причіп)

Туристичну діяльність у сфері сільського туризму здійснюють в основному такі суб'єкти туристичної діяльності як фізичні особи (табл. 5).

тут у 2017 році виділялася значна кількість неоплачуваних працівників (власники, засновники підприємства та члени їх сімей) – майже 751474,8 тисяч осіб.

Таблиця 5

Загальна характеристика суб'єктів туристичної діяльності України у 2019 році

	Усього	У тому числі		
		Туропера тори	Тураген ти	суб'єкти, що здійснюють екскурсійну діяльність
Юридичні особи	1867	538	1259	70
Кількість суб'єктів туристичної діяльності, од	9120	4826	4064	230
Середньооблікова кількість штатних працівників, осіб				
з них	3657	1879	1708	70
мають вищу або середню спеціальну освіту в галузі туризму	6580	3450	3016	114
жінки	1984	1176	776	32
особи до 30 років	31948701,2	31160995,2	744002,5	43703,5
Дохід від надання туристичних послуг (без ПДВ, акцизного податку й аналогічних обов'язкових платежів), тис.грн	113651,0	63312,1	11602,1	38736,8
у тому числі від екскурсійної діяльності	1086118,7	403278,2	677298,6	5541,9
Сума комісійних, агентських і інших винагород, тис.грн	19060637,7	18067330,5	959263,9	34043,3
Операційні витрати, зроблені суб'єктом туристичної діяльності на надання туристичних послуг - усього, тис.грн				
у тому числі	14784679,5	14442676,2	329847,0	12156,3
матеріальні витрати	649189,8	431520,5	208427,8	9241,5
витрати на оплату праці	146705,8	98884,5	45762,5	2058,8
відрахування на соціальні заходи	88990,2	65260,0	22869,4	860,8
суми нарахованої амортизації	3391072,4	3028989,3	352357,2	9725,9
Фізичні особи-підприємці	2797	x	2644	153
Кількість суб'єктів туристичної діяльності, од	3345	x	3208	137
Середньооблікова кількість штатних працівників, осіб	1173	x	1144	29
з них мають вищу або середню	107	x	107	–

спеціальну освіту в галузі туризму				
Середня кількість позаштатних працівників (працюючі за договорами та зовнішні сумісники), осіб	1466	x	1374	92
Кількість неоплачуваних працівників (власники, засновники підприємства та члени їх сімей), осіб	751474,8	x	688598,9	62875,9
Дохід від надання туристичних послуг (без ПДВ, акцизного податку й аналогічних обов'язкових платежів), тис.грн	751474,8	x	688598,9	62875,9

Методика облаштування сільської садиби

Головне в обслуговуванні туриста - гостинність, дружелюбність, щире бажання господаря організувати відпустку гостей у своєму будинку. Якість обслуговування приймаючої сторони полягає в увазі і задоволенні потреб туриста.

Для організації повноцінного дозвілля необхідні додаткові послуги: баня, походи за грибами та ягодами, риболовля, полювання, верхова їзда, догляд за тваринами, національна кухня тощо.

Якщо власник зумів перевищити очікування гостя, то гість буде повертатися знову і знову.

Економіка та просування послуг сільської садиби

Більшість садиб, що займаються сільським туризмом, відносять себе до «гостьового будинку» – 59% опитаних, 29% позиціонують себе як «сімейний готель» (адже у більшості своїй – це сімейний бізнес.

Сутність маркетингу сільського туризму:

- по-перше, пошук таких споживчих якостей наявного туристичного продукту, які б зацікавили потенційних споживачів;

- по-друге, пошук тих потенційних споживачів, які готові і з задоволенням будуть споживати наявний агротуристичний продукт у тому вигляді, в якому він існує.

Маркетингова стратегія сільської садиби охоплює усі важливі аспекти комерційної діяльності, а саме:

- дослідження ринку та визначення потреб у послугах, виявлення найбільш ефективних моделей просування, аналізу конкурентів, вивчення споживчих настроїв, трендів;
- моделювання продуктів та послуг, що пропонує сільська садиба згідно споживчих запитів та реальних потреб цільових аудиторій;
- формування портрету цільової аудиторії, розуміння її потреб та запитів;
- визначення та формування чіткого плану дій, як найкраще залучити потенційного клієнта, інформувати його про свій продукт чи послуги, а головне – переконати його купити туристичний продукт;
- створення рекламної кампанії, на основі ефективних інструментів маркетингу, та досягнення найбільш ефективного способу охоплення цільової аудиторії;
- побудування моделі підтримки відносин з клієнтами за допомогою різноманітних рекламних акцій, програм лояльності.

Просування послуг гостьових будинків на ринку передбачає пошук певної споживчої ніші. Це має бути не просто надання харчування і ночівлі, а комплекс послуг, що приваблюють туристів (включаючи рекреаційну привабливість місцевості). Кожне господарство гостьового будинку повинно бути конкурентоспроможним, а це досягається його специфічними особливостями, унікальністю.

ВИСНОВКИ

1. Сільський туризм у певних регіонах України стає важливою сферою місцевої економіки, а отже, має стабільно розвиватися і підтримуватися органами територіального самоуправління. Особливо вагомого значення набуває розвиток сільського туризму для українського села, яке після роздержавлення й приватизації майна колективних сільськогосподарських підприємств та землі характеризується значним рівнем безробіття, негативними соціальними, демографічними тенденціями. Тому надання туристичних послуг може розглядатися селянськими господарствами як додаткове джерело доходів.

Перспективи розвитку сільського туризму в Україні виглядають потенційно сприятливими з огляду на наявність значних природних ресурсів. Зокрема, розквіт сільського відпочинку має відбуватися при активній співпраці з природно-заповідними установами регіону. Адже одним з видів використання територій та об'єктів природно-заповідного фонду України, відповідно до ст. 9 Закону України "Про природно-заповідний фонд України", за умови дотримання природоохоронного режиму, встановленого цим Законом та іншими актами законодавства України, є використання їх в оздоровчих та інших рекреаційних цілях. У цьому плані Україна володіє потужними природно-рекреаційними можливостями, наприклад, широко відомими Карпатським і "Східні Карпати" біосферними заповідниками (Дунайський, Асканія-Нова), Карпатським, "Гуцульщина", Вижницьким, Яворівським національними природними парками.

2. Організація та здійснення діяльності у сфері сільського (зеленого) туризму має низку недоліків. Це, зокрема, відсутність: нормативно-правового та інформаційно-рекламного забезпечення, що дало б змогу налагодити оперативний взаємозв'язок між власниками зеленої садиби і туристами; ефективного навчання, підготовки фахівців із сільського туризму та пер підготовки сільських господарів, що допомогло б налагодити якісне організаційно-управлінське забезпечення даного виду туристичної

діяльності; необхідного навчально-методичного забезпечення для організації відпочинку в сільській місцевості та господарської діяльності в сфері туризму, результатом чого стало б підвищення рівня якості туристичних послуг.

3. Основними чинниками підвищеної складності управління сільським туризмом є:

- суттєва невизначеність ринкової ситуації;
- сезонна нестабільність попиту на турпослуги;
- висока конкурентність на регіональному ринку турпослуг із закладами інших організаційних форм масової рекреації;
- обмеженість фінансових ресурсів;
- мінливість попиту (запитів) споживачів турпослуг;
- соціально-економічна ситуація в країні тощо.

4. Маркетингова політика розвитку сільського туризму включає формування позитивного іміджу України як привабливої для туризму країни, що сприятиме збільшенню туристичних потоків до України, шляхом:

- розробки та реалізації маркетингової стратегії просування національного туристичного продукту;
- маркетингового просування офіційного туристичного бренду України;
- створення та ведення іноземними мовами туристичного Інтернет-порталу “Відвідай Україну” (“Visit Ukraine”) із представленням у єдиному форматі достовірної та актуальної інформації про туристичні можливості регіонів та міст України;
- розроблення, виготовлення та поширення в Україні та за кордоном друкованої продукції, яка пропагує туристичні можливості нашої держави;
- презентації туристичного потенціалу України на національних та міжнародних виставково-ярмаркових заходах, конференціях, форумах тощо;
- становлення інституту саморегульованих організацій у сфері туризму та курортів (створення національної туристичної організації);

- формування та реалізація конкурентоспроможних національного та регіонального туристичних продуктів, що сприятиме зростанню попиту на туристичні послуги, збільшенню надходжень від реалізації туристичних послуг до державного та місцевих бюджетів шляхом:

- створення національної мережі туристичних брендів України (області, райони, міста, територіальні громади, курорти, туристичні території);

- створення інтерактивної бази даних, що містить інформацію про туристичні та рекреаційні ресурси України, придатні для використання у сфері туризму та курортів, у тому числі об'єкти культурної спадщини та природно-заповідного фонду, рекомендовані для відвідування туристами та формування національної мережі туристично-екскурсійних маршрутів;

- забезпечення інформаційного супроводження реалізації державної політики у сфері туризму та курортів.

5. Необхідно законодавчо закріпити звільнення агроосель від сплати готельного збору та обов'язкової державної стандартизації. Для агроосель можливе запровадження добровільної категоризації представниками Спілки сприяння розвитку сільського зеленого туризму та представниками органів місцевого самоврядування (треба затвердити категорії та умови проведення категоризації: оплатна чи безоплатна і т.д.).

Для екологічного маркування сільського житла введено програму "Зелена садиба». В Україні запроваджена система екологічного маркування агросадиб знаком "Зелена садиба". Цей знак може збільшити популярність садиби серед екологічносвідомих туристів. Знак надається Спілкою сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні та може використовуватись як маркетинговий інструмент.

6. Для власника такого знаку його привабливість забезпечується двома основними факторами: підвищеним попитом з боку туристів та першочерговим просуванням його послуг на ринок Спілкою сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні та державними установами.

На відміну від європейських туристів, більшість з яких за соціальними опитуваннями надає перевагу відпочинку в екологічно маркованих оселях, авторитет знаку “Зелена садиба” у вітчизняного споживача ще треба підтвердити. Ефективність цього процесу значною мірою залежить від узгодженості екологічного маркування з високим рівнем туристичного сервісу. Лише якісні послуги можуть бути предметом маркетингових зусиль.

Стандартизація оселі забезпечує: прозорість пропозиції для клієнта; контроль якості продукту; різноманітність пропозиції та різницю у ціні. Необхідно внести доповнення до податкового законодавства стосовно пільгового оподаткування доходів, отриманих громадянами за угодами оренди житла у сільській місцевості. Згідно з чинним законодавством, цивільно-правові угоди між фізичними особами вони оподатковуються за ставкою 20%. Доцільним буде зменшити ставку податку до 2-4% від ціни договору.