

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

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

Допущено до захисту

Завідувач кафедри

Герасименко В.Г.

“ ” 2018\_р.

**ВИПУСКНА РОБОТА**

**на здобуття освітнього ступеня бакалавра**

зі спеціальності *242 Туризм*

за темою:

**«МАРКЕТИНГОВІ ІНСТРУМЕНТИ РОЗВИТКУ ЕКОЛОГІЧНОГО  
НАПРЯМКУ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ»**

**Виконавець,**  
студентка ВФН, гр. 13  
**Ліщенко Є.А.**

**Науковий керівник,**  
к.е.н., доцент **Михайлюк О.Л.**

**Одеса 2018**

## АНОТАЦІЯ

Ліщенко Є.А.

### «МАРКЕТИНГОВІ ІНСТРУМЕНТИ РОЗВИТКУ ЕКОЛОГІЧНОГО НАПРЯМКУ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ»

випускна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності  
*Туризм* Одеський національний економічний університет  
м. Одеса, 2018 рік

Випускна робота складається з трьох розділів, 11 таблиць, 9 рисунків, 2 додатків, висновків і пропозицій, списку літератури з 126 найменувань.

**Об'єкт дослідження** – підприємства сільського (зеленого) туризму екологічного спрямування.

**Предмет дослідження** – маркетингові інструменти просування послуг екологічної сільської садиби.

У першому розділі «Теоретичні очнови розвитку сільського і екологічного туризму» наводиться характеристика основних понять: туризм, туристична діяльність, екологічний туризм, зелений туризм; аналізується світовий і національний досвід у сфері розвитку туризму.

У другому розділі «Аналіз специфіки організації сільського (зеленого) туризму» досліджуються природно-ресурсні передумови для розвитку екологічного туризму; оцінюються екологічні ризики туристичної діяльності; аналізується досвід різних регіонів України у розвитку екологічного туризму.

У третьому розділі «Маркетинг сільського (зеленого) туризму» пропонуються економічні, правові і управлінські механізми успішного розвитку екологічного туризму в регіоні.

**Ключові слова:** туризм, екологічний туризм, види туризму, довкілля, екологічний ризик, зелений туризм, туристична діяльність, природно-ресурсні передумови, сільська садиба.

**ЗМІСТ:**

стор.

<b>ВСТУП</b> .....	4
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО І ЕКОЛОГІЧНОГО ВИДІВ ТУРИЗМУ</b> .....	7
1.1. Основні поняття, які характеризують туристичну діяльність, класифікація видів туризму .....	7
1.2. Нормативно-правова база для розвитку зеленого туризму ... ..	13
1.3. Обґрунтування необхідності маркетингової діяльності у туристичній сфері .....	20
<b>РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СПЕЦИФІКИ ОРГАНІЗАЦІЇ СІЛЬСЬКОГО (ЗЕЛЕНОГО) ТУРИЗМУ</b> .....	25
2.1. Європейський досвід організації сільського (зеленого) туризму .....	25
2.2. Організація та планування сільського (зеленого) туризму....	31
2.3. Менеджмент сільського (зеленого) туризму .....	36
<b>РОЗДІЛ 3. МАРКЕТИНГ СІЛЬСЬКОГО (ЗЕЛЕНОГО) ТУРИЗМУ</b> .....	46
3.1. Шляхи забезпечення якості обслуговування туристів.....	46
3.2. Методика облаштування екологічної сільської садиби .....	52
3.3. Економіка та просування послуг екологічної сільської садиби .....	56
<b>ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ</b> .....	66
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b> .....	72
<b>ДОДАТКИ</b> .....	83

## ВСТУП

Сфера туризму стає однією з основних галузей, що впливає на загальний стан і тенденції світової економіки. Оскільки зазначена сфера пов'язана з діяльністю більш як 50 галузей, її розвиток сприяє підвищенню рівня зайнятості, диверсифікації національної економіки, збереженню і розвитку культурного потенціалу, збереженню екологічно безпечного навколишнього природного середовища, а також підвищує рівень інноваційності національної економіки, сприяє гармонізації відносин між різними країнами і народами. Крім того, туризм є одним із засобів реалізації зовнішньої політики держави.

Україна розташована у центрі Європи та має усі умови для успішного розвитку економіки за рахунок туризму, проте суттєво відстає від провідних держав світу за рівнем розвитку туристичної інфраструктури та якості туристичних послуг.

Сільський туризм (або агротуризм) – це вид туризму, що передбачає тимчасове перебування туристів у сільській місцевості з метою відпочинку та/або участі у сільськогосподарських роботах; сектор туристичної галузі, орієнтований на використання природних, культурно-історичних та інших ресурсів сільської місцевості та її специфіки для створення комплексного туристичного продукту.

В першу чергу від сільського туризму чекають спокою і розмірності сільського життя, чистого повітря, тиші і натуральних продуктів, комфортних умов проживання, домашньої атмосфери, прийнятних цін, відчуття близькості із природою, отримання нових вражень, знайомства з місцевими традиціями, можливості розваги для дітей і проведення дозвілля для дорослих.

Розвиток туризму може стати «каталізатором» економічного зростання села. Цьому є кілька пояснень.

По-перше, туристична діяльність приваблива невеликими стартовими

інвестиціями, адже для селян, які мають дуже обмежені кошти, це практично визначальний момент.

По-друге, туризм – прибуткова галузь господарства з високим рівнем рентабельності, мінімальним терміном окупності витрат, що дуже важливо для швидкого отримання доходів.

Розвиток туризму піднімає економіку села. Удосконалюється господарська структура сіл, стимулюється розвиток галузей, задіяних в індустрії гостинності, задіюються в економіці ті села, які раніше вважалися депресивними, безперспективними для розвитку інших видів діяльності.

Таким чином, у сільському туризмі є можливість економічного використання деяких ресурсів, якими місцеві жителі зазвичай нехтують або не надто ефективно використовують.

Наприклад:

- Старі будівлі (будинки минулого століття) або дачні споруди, які зазвичай використовуються нерегулярно, але вимагають певних витрат на їх утримання; включені до туристичних маршрутів (як структур розміщення), вони з пасиву перетворюються в актив, приносячи певний дохід.

- Місцеві свята вважаються однією з найбільших статей витрат місцевого бюджету. Але з включенням їх до розважальної програми для туристів, вони стають одними з найбільш затребуваних видовищ під час перебування туристів у даному населеному пункті. Тому більшість розробників туристичних маршрутів готові підтримати ці заходи з власних фондів.

- Озера та інші водні ресурси, які разом з прилеглими територіями використовуються для рибальства, відпочинку, таласотерапії тощо.

- Сільський туризм дозволяє відроджувати ремісні промисли у вигляді сувенірів, елементів регіональної і національної одягу, облаштування окремих приміщень у місцевому етнічному стилі.

**Питання** розвитку сільського туризму широко висвітлюють Андрущак

В.І.[20], Биркович В.І.[24], Васильєв В. [31], Горішевський П.В. 38], Зінко Ю.В. [53], Косенко В.М. [65], Лаврук М.М. [69], [Нездоймінов С.Г. 82-84], Уланов Д.А. ]113-114] та інші; специфіку функціонування об'єктів екологічного туризму висвітлюють Гетьман В.І. [35], Давіденко І.В. [41], Крайняй І.І. [68]; агротуризм досліджують Пінчук Т.В. [91], Хвилер Я. [117]; маркетинг у туризмі вивчають Белявский И.К. [26], Гаврилук С.П. [33], Голубков Е.Л. [40], Дурович А.П. [46-47], Кифяк В.Ф. [62] та інші.

**Об'єкт дослідження** – підприємства сільського (зеленого) туризму екологічного спрямування.

**Предмет дослідження** – маркетингові інструменти просування послуг екологічної сільської садиби.

**Мета дослідження:** проаналізувати маркетингові інструменти розвитку екологічного напрямку сільського туризму.

Мета дослідження розкривається завдяки виконанню наступних **завдань:**

- визначити основні поняття, які характеризують туристичну діяльність;
- проаналізувати нормативно-правову базу, необхідну для розвитку зеленого туризму;
- обґрунтувати необхідності маркетингової діяльності у туристичній сфері;
- дослідити Європейський досвід організації сільського (зеленого) туризму.

**Практичне значення випускної роботи:** проаналізований менеджмент сільського (зеленого) туризму; розроблена методика облаштування екологічної сільської садиби; запропоновані інструменти для просування послуг екологічної сільської садиби; розрахована ефективність і рентабельність екологічної сільської садиби.

Випускна робота складається з трьох розділів, 11 таблиць, 9 рисунків, 2 додатків, висновків і пропозицій, списку літератури з 126 найменувань.

## ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ

1. Для розвитку сільського туризму екологічного спрямування існує низка стримуючих чинників:

- не усі сільські місцевості підходять для розвитку зеленого туризму;
- не усі сільські громади готові залучитися до розвитку зеленого туризму;
- не усі форми туристичної діяльності прийнятні у будь-якій місцевості;
- мають існувати ліміти у розвитку кількості агроосель у кожній окремій місцевості;
- для перешкодження негативному впливу відвідувачів на довкілля повинні бути розроблені певні екологічні нормативи.

2. 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.

3. Довготривале планування організації сільського зеленого туризму в Україні включає низку завдань:

- забезпечення ефективного оперативного планування;
- розвиток регіональних і локальних стратегічних планів для забезпечення стабільної та прогнозованої економічної та соціальної ситуацій;
- спрямування громадських і приватних інвестицій;
- забезпечення організаторів сільського туризму бізнес-інформацією.

4. 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 екологічно свідомих туристів. Знак надається Спілкою сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні та може використовуватись як маркетинговий інструмент.

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.



5. Єдиний шлях розв'язання системних проблем у сфері туризму - це стратегічно орієнтована державна політика, основним завданням якої є визначення туризму одним з основних пріоритетів держави, впровадження економіко-правових механізмів успішного ведення туристичного бізнесу, інвестиційних механізмів розвитку туристичної інфраструктури, інформаційно-маркетингових заходів з формування туристичного іміджу України.

6. Для успішного розвитку сільського туризму і туризму взагалі в Україні, необхідно забезпечення комплексного розвитку територій, зокрема створення сприятливих умов для залучення інвестицій у розбудову туристичної інфраструктури шляхом:

- проведення моніторингу інвестиційних пропозицій щодо розбудови туристичної інфраструктури у регіонах;
- підготовка каталогу інвестиційних проектів у сфері туризму та курортів для представлення потенційним вітчизняним та іноземним інвесторам;
- участь інвестиційних проектів у сфері туризму та курортів у міжнародних ярмарках інвестиційних проектів;
- визначення можливостей і потреби у формуванні туристичних та туристично-інформаційних центрів;
- забезпечення доступності об'єктів туристичної інфраструктури для осіб з інвалідністю та інших маломобільних груп населення;
- забезпечення збалансованого використання природних лікувальних та рекреаційних ресурсів, збереження здатності природних комплексів до самовідтворення шляхом регулювання інтенсивності туристичних потоків (антропогенних навантажень);
- створення Державного кадастру природних курортних територій та Державного кадастру природних лікувальних ресурсів;
- збору інформації та проведення аналізу стану використання природних туристичних і курортних ресурсів, удосконалення системи показників розрахунку обсягів туристичної та курортної діяльності;

- проведення державного моніторингу екологічного стану навколишнього природного середовища та природних лікувальних і рекреаційних ресурсів, фізичних факторів на туристичних територіях, у місцях відпочинку населення.

7. Для сільських садиб важливою складовою є підготовка кадрів за рахунок удосконалення системи професійної підготовки фахівців сфери туризму та курортів та інших сфер діяльності, пов'язаних із туризмом, що сприятиме підвищенню рівня професійної підготовки фахівців у сфері туризму та курортів та якості обслуговування споживачів туристичних послуг шляхом:

- комплексного дослідження ринку праці у сфері туризму та курортів з метою визначення потреби у фахівцях відповідного профілю, розроблення відповідних базових компетентностей фахівців та підготовки освітніх програм з професійного навчання у сфері туризму з урахуванням виявлених потреб;

- гармонізації кваліфікаційних вимог та стандартів вищої освіти у вищих навчальних закладах, які забезпечують підготовку фахівців у сфері туризму, і стандартів професійної підготовки;

- затвердження кваліфікаційних вимог до фахівців туристичного супроводу;

- залучення населення до популяризації туризму;

- забезпечення наукового супроводу та досліджень у сфері туризму.

8. 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.

9. Для досягнення цілей у рамках визначених пріоритетних напрямів необхідно забезпечити ефективну взаємодію правового, організаційного, економічного та фінансового механізмів державного регулювання розвитку сфери туризму та курортів.

Основними інструментами правового механізму повинні бути нормативно-правові акти органів державної влади та органів місцевого самоврядування.

Організаційний механізм спрямований на забезпечення принципів партнерства та співробітництва органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування, представників бізнесових та наукових кіл, громадських організацій.

Економічний механізм забезпечує дотримання принципів сталого розвитку територій та утримання високого рівня конкурентоспроможності шляхом:

- використання інструментів для формування сприятливих умов для залучення інвестицій у туристичну галузь;
  - надання підтримки вітчизняному виробнику туристичної продукції;
  - сприяння фінансовому оздоровленню підприємств туристичної галузі;
- впровадження сучасних інформаційних та маркетингових технологій.

Фінансовий механізм забезпечує реалізацію принципів прозорості та передбачуваності дій органів державної влади з розподілу коштів державного бюджету, інвестицій, грантів міжнародних організацій, залучення кредитів банків та небанківських установ, коштів недержавних цільових фондів, лізингових компаній.

Фінансове забезпечення здійснюється у межах коштів державного та місцевих бюджетів, суб'єктів туристичної діяльності, коштів міжнародної технічної допомоги, інших міжнародних донорів, фінансових організацій (установ), коштів інвесторів та інших джерел, не заборонених законом.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України "Про ліцензування певних видів діяльності" від 1.06.2000 р. № 1775-III // Відомості Верховної Ради України. — 2000. — № 36.— С. 299.
2. Закон України "Про місцеве самоврядування в Україні" від 21 травня 1997 р. № 280/97-ВР // Відомості Верховної Ради України. — 1997. — № 24. — С.170.
3. Закон України "Про особисте селянське господарство" від 15.05.2003 р. № 742-IV.
4. Закон України "Про статус гірських населених пунктів в Україні" від 15 лютого 1995 р. № 56/95-ВР.
5. Закон України "Про туризм" від 15.09.1995 р. № 324/95-ВР // Відомості Верховної Ради України. — 1995. — №31. — С. 242.
6. Про внесення змін до Закону України "Про туризм" // Урядовий кур'єр. — 2003. — № 244. — С. 15—19.
7. Проект Закону «Про сільський аграрний туризм»  
//[agronews.in.ua/node/2152](http://agronews.in.ua/node/2152)
8. Про сільський аграрний туризм.- ЗАКОН УКРАЇНИ / Інститут сільського розвитку // [frtt.if.gov.ua/Ukr/turizm/proekt.doc](http://frtt.if.gov.ua/Ukr/turizm/proekt.doc) 2005 рік
9. Про сільський зелений туризм.- ЗАКОН УКРАЇНИ // [icp.org.ua/ukr/zakon/.../zakon\\_ukraini\\_pro\\_si\\_206.html](http://icp.org.ua/ukr/zakon/.../zakon_ukraini_pro_si_206.html)
10. Постанова КМУ "Про затвердження Державної програми розвитку туризму на 2002-2010 роки" (від 29.04.2002 № 583) // [www.zakon.rada.gov.ua](http://www.zakon.rada.gov.ua)
11. Проект Закону України "Про аграрний туризм та агротуристичну діяльність" [www.ruraltourism.com.ua/?a=viewmaterial&id=92012](http://www.ruraltourism.com.ua/?a=viewmaterial&id=92012)
12. Указ Президента України "Про Основні напрями розвитку туризму в Україні до 2010 року" (від 10.08.1999 № 973/99) // [www.zakon.rada.gov.ua](http://www.zakon.rada.gov.ua)
13. Програма екологічного маркування „Зелена садиба”// [www.greentour.com.ua/ukrainian/green/rules/](http://www.greentour.com.ua/ukrainian/green/rules/)

14. Проект розвитку сільського туризму в Черноморському районі АРК Симферополь //Торгово-промислова палата Криму // Кримська асоціація сільського зеленого туризму, 2011.
15. Аграрний екологічний туризм в країнах Центральної та Східної Європи: Матеріали міжнародного науково-практичного семінару. – Стрий, 2004. – 132 с.
16. Азарян О.М. Ринок туристичних послуг : моніторинг і розвиток комплексу маркетингу: [монографія / МОН України. ДонДУЕТ] / О.М. Азарян, Н.Л. Жукова. – Донецьк : Вид-во ДонМУ, 2002. – 243 с.
17. Академія ринка: маркетинг /А. Дайан, Ф. Букерель, Р. Ланкар и др. М.: Економіка, 1993.
18. Акулач І.Л. Маркетинг — філософія підприємництва, орієнтованого на ринок. Рига, 1995.
19. Александрова А.Ю. Міжнародний туризм. Москва: Аспект Пресс, 2004.- 470с.
20. Андрущак В. І., Приказка В. М., Слюсаренко А. О. Сільський зелений туризм на Буковині // Туризм у ХХІ столітті: глобальні тенденції і регіональні особливості: Матеріали міжнар. наук.-практ. конф. — К.: Знання України, 2002. — С. 472—476.
21. Барроу К., Барроу П., Браун Р. Бізнес-план: Практич. посіб. / Пер. з англ. — К.: Знання, 2002. — 285 с.
22. Барышев А.Ф. Маркетинг в туризме и гостеприимстве : [учеб. пособие] / А.Ф. Барышев. – М. : Финансы и статистика, 2007. – 160 с.
23. Бабунич Г. Польща ділилася з Закарпаттям досвідом у розвитку сільського зеленого туризму / Г.Бабунич // Трибуна. – 2007. – вересень.
24. Биркович В.І. Сільський зелений туризм – пріоритет розвитку туристичної галузі України / В.І. Биркович // Стратегічні пріоритети. – 2008. - №1(6). - С.138-143.
25. Бейдик О. О. Рекреаційно-туристські ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування. — К.: Київ, ун-т, 2001. — 395 с.

26. Белявский И.К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз: Учеб. пособ. — М.: Финансы и статистика, 2001. — 320 с.
27. Берсуцкий Я. Г., Безверхая О. В. Государственное регулирование малого бизнеса (опыт и проблемы). — Донецк, 1997.
28. Биржаков М.Б. Введение в туризм. — СПб.: Герда, 2003. — 320 с.
29. Богалдин-Малых В.В. Маркетинг и управление в сфере туризма и социально-культурного сервиса : туристические, гостинично-ресторанные и развлекательные комплекс / Богалдин – Малых В. В. – М. : Издательство Московского психолого-социального института; Воронеж: Издательство НПО „МОДЭК”, 2004. – 560 с.
30. Варналій З.С. Мале підприємництво: основи теорії і практики. — К.: Знання; КОО, 2001. — 277 с.
31. Васильев В. Сільський зелений туризм або відпочинок у селі / В. Васильєв, П. Горішевський, Н. Васильєва // Туризм сільський зелений : науково-популярний журнал. – 2001. – №1. – 63 с.
32. Вачевський М. В., Скотний В. Г. Маркетинг в сферах послуг. — К.: Центр навчальної літератури, 2004. — 232 с.
33. Гаврилюк С.П. Конкурентоспроможність підприємств у сфері туристичного бізнесу / С.П.Гаврилюк. – К.: Київ.нац.торг.-екон.ун-т, 2006. – 180 с.
34. Гайдаенко Т.А. Маркетинговое управление [полный курс МВА. Принципы управленческих решений и российская практика] / Т. А. Гайдаенко. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Эксмо, 2006. – 496 с.
35. Гетьман В. І. Екотуризм чи екологічний туризм: теорія і реальність // Рідна природа. — 2002. — № 3. — С. 24—29.
36. Гібсон Пітер. Найкраща книжка про збут і маркетинг / Пер. з англ. — Л.: Сейбр-Світло, 1996. — 208 с.
37. Горбилева З.М. Экономика туризма: Учеб. по-соб. — Мн: БГ9У, 2004. — 478 с.

38. Горішевський П. В., Васильєв В. П., Зінько Ю. В. Сільський зелений туризм: організація гостинності на селі: Підручник. — Івано-Франківськ: Місто-Н, 2003. — 158 с.
39. Гринів Л., Мацола В. Розвиток рекреаційного підприємництва в Українських Карпатах // Проблеми регіональної політики: 36. наук. пр. / Ін-т регіональних досліджень. — Л., 1995. — С. 109—118.
40. Голубков Е.Л. Маркетинг: стратегии, планы, структуры. М.: Дело, 1995.
41. Давиденко І.В. Глемпінг як перспективна форма розвитку екотуризму // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: «Економіка і менеджмент». — Одеса: МГУ, 2017. — Вип. 26. — С. 37-41.
42. Демченко Е.В. Маркетинг туристических услуг. Минск, 1996.
43. Дихтль Е., Хершген Х. Практический маркетинг. М.: Высшая школа, 1995.
44. Долішній М. І., Козоріз М.А., Мікловда В. П. та ін. Підприємництво в Україні: проблеми становлення і перспективи розвитку. — Ужгород: Карпати, 1997. — 363 с.
45. Досвід організації сільського туризму в інших країнах // Аграрний екологічний туризм в країнах Центральної та Східної Європи: Матеріали міжнародного науково-практичного семінару. — Стрий, 2004. — 132 с.
46. Дурович А. Реклама в туризме. Учеб. пособ. — Мн.: БГЗУ, 2001. — 192 с.
47. Дурович А. П., Копанев А. С. Маркетинг в туризме: Учеб. пособие /Под общей ред. З. М. Горбылевой.—Мн.: «Экономпресс», 1998.—400 с.
48. Закарпатська держобладміністрація [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.carpathia.gov.ua/ua/157.htm>
49. Жукова Н. Елементи комплексу маркетингу в туристичному бізнесі / Н. Жукова // Торгівля і ринок України: Тематичний зб. наук. праць. — Вип. 10. — Т. 1. — Донецьк : ДонДУЕТ. — 2000. — С. 290-297.
50. Євдокименко В. К. Регіональна політика розвитку туризму (Методологія формування, механізм реалізації). — Чернівці: Прут, 1996. — 288 с.



51. Євдокименко В.К., Садова У. Я., Шевчук Л.Т. Соціальна інфраструктура Карпатського регіону: пошук перспектив розвитку. — Чернівці: Прут, 1995. — 80 с.
52. Зіемеле А. Аналіз сучасного стану та перспективи розвитку сільського зеленого туризму в Україні// Туризм сільський зелений. — 2004. — № 1. — С. 8—13.
53. Зінько М., Кінаш Г., Дідик Я. та ін. Ще раз про сільський туризм, агротуризм, екотуризм і зелений туризм // Туризм сільський зелений (спецвипуск) — 2002. — № 2. — С. 2—7.
54. Зінько Ю.В. Організаційно-господарські аспекти розвитку сільського туризму в Карпатському регіоні // Аграрний екологічний туризм в країнах Центральної та Східної Європи: Матеріали I міжнар. наук.-практ. семінару (м. Стрий, 2004 р.). — Стрий, 2004. — С. 38—43.
55. Зінько Ю. В. Шанси і загрози розвитку сільського туризму в Україні // Матеріали конференції "Відпочинок у сільській місцевості в Україні в XXI столітті: проблеми та перспективи". — Переяслав-Хмельницький, 2000. — С. 34—36.
56. Зорин И.В., Квартальнов В. А. Энциклопедия туризма: Справочник. — М.: Финансы и статистика, 2000. — 368 с.
57. Исмаев Д.К. Основы стратегии и планирования маркетинга в иностранном туризме. М.: Луч, 1994.
58. Карнаухов С. Маркетинг как система управления / С. Карнаухов // Ресурсы, Информация, Снабжение, Конкуренция. — 2005. — IV. — С. 80-89.
59. Квартальнов В.А. Теория и практика туризма: [учебник] / Квартальнов В.А. — М. : Финансы и статистика, 2003. — 672 с.
60. Кириллов А.Т., Волкова Л.А. Маркетинг в туризме. СПб.: Изд-во С.-Петербургского университета, 1996.
61. Котлер Ф. Основы маркетинга. Новосибирск: Наука, 1992.
62. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні: Навч. посіб. — Чернівці: Зелена Буковина, 2003. — 312 с.

63. Ковалев А.И., Войленко В.В. Маркетинговый анализ. М.: Центр экономики и маркетинга, 1996.
64. Козаченко Т.І. Матеріали III Всеукраїнської науково-практичної конференції «Сучасні тенденції розвитку туризму». - Частина II. Миколаїв: ВП «МФ КНУКІМ», 2015. - 145 с. - С.46-49.
65. Косенко В. М. Трансформація організаційної структури функціонування сільського зеленого туризму // Матеріали конференції "Відпочинок в сільській місцевості в Україні в XXI столітті: проблеми та перспективи". — Переяслав-Хмельницький, 2000. — С. 30—32.
66. Котлінський В. Роль агротуризму як фактора суспільно-економічного розвитку сільських районів Польщі // Економіка: проблеми теорії та практики: 36. наук, праць. — Дніпропетровськ: ДНУ, 2002. — Вип. 146. — С. 23—29.
67. Кравців В. С, Євдокименко В. К., Габрель М. М. та ін. Рекреаційна політика у Карпатському регіоні: принципи формування, шляхи реалізації. — Чернівці: Прут, 1995. — 72 с.
68. Крайняй І.І. Розвиток екотуристичної діяльності в Закарпатті / І.І.Крайняй // Науковий вісник УжНУ. Серія «Економіка». 2006. - Випуск 17. – С. 186-187.
69. Лаврук М. М. Перспективи і проблеми розвитку сільського туризму в етнографічному районі (на прикладі Гуцульщини) // Матеріали конференції "Відпочинок у сільській місцевості в Україні в XXI столітті: проблеми та перспективи". — Переяслав-Хмельницький, 2000. — С. 40—43.
70. Лендел М.А. Регіон в системі прикордонного співробітництва. Монографія / Лендел М.А., Студеняк П.Ю. – Ужгород: Карпати, 2009. – 472 с.
71. Лужанська Т.Ю. Сільський туризм: історія, сьогодення та перспективи / Лужанська Т.Ю., Махлинець С.С., Тебляшкіна Л.І. – К.: Кондор, 2008. – 385 с.
72. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг (гео-просторові аспекти). — К.: Альтерпрес, 2002. — 436 с.
73. Мале підприємництво України: процес розвитку. — К.: Ін-т конкурентного суспільства, 2001. — 256 с.

74. Мальська М., Худо В., Цибух В. Основи туристичного бізнесу: Навч. посіб. — Л.: Вид. центр ЛНУ, 2003. — 295 с.
75. Маркетинг: Учебник /Под ред. А.Н.Романова. М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1995.
76. Маркетинг в туризме /Сост. Ю.Н.Борисова, Н.И.Гаранин, Ю.В.Забаев, А.И.Сеселкин. М.: РМАТ, 1996.
77. Михайлюк О.Л. Нормативно-правові механізми для підвищення екологічної безпеки туристичної сфери України // Науковий вісник ОНЕУ.-2017, №.7-8 (249-250). – С.126-140.
78. Михайлюк О.Л. Туристичні кластери на базі сільського (зеленого) туризму // Зелена економіка. Зелені інвестиції. Зелений туризм : матеріали II Міжнародного форуму 25-26 вересня 2014 р., м. Одеса / НАН України, Ін-т пробл. ринку та екон.-екол. дослідж. та ін. – Одеса : Пальміра, 2014. – 248 с. (с.230-234).
79. Михайлюк О.Л. Екологічний ризик розвитку сільського (зеленого) туризму в Одеській області // Економічні інновації//Збірник наукових праць.- ІПРЕІ.2014.- Вип..58.- С.208-217
80. Михайлюк О.Л. Перспективи розвитку сільського (зеленого) туризму в Одеській області // Науковий вісник, ОНЕУ, №2 (181), 2013.- С. 132-140.
81. Мирошниченко А. А. Аграрно-рекреационные зоны в Украине. — Днепропетровск, 1998. — 170 с.
82. Нездоймінов С.Г. Туризм як фактор регіонального розвитку: методологічний аспект та практичний досвід. – Одеса: Астропринт, 2009. – 304 с.
83. Нездоймінов С.Г. «Зеленый» туризм как фактор процессов глобализации в Украинском Придунавье // Век глобализации – 2017. – № 1 (21). – С. 63-72.
84. Нездоймінов С.Г. Потенціал розвитку сільського зеленого туризму Одеського регіону /С. Г. Нездоймінов//Перспективи розвитку сільського та екологічного туризму в Україні: монографія за заг. ред. М.Х. Шершуна. Рівне: Видавець Олег Зень, 2016. - С. 164-170

85. Новіков В. М. Організація і розвиток соціальної сфери (зарубіжний і вітчизняний досвід). — К.: Ін-т економіки НАН України, 2000. — 246 с.
86. Нудельман В., Санжаровський І. Розробка Стратегії розвитку територіальної громади: загальні засади методики. — К.: Дата Банк Україна, 2002. — 232 с.
87. Основи маркетингу сільського туризму // Туризм сільський зелений (спецвипуск) — 2002. — № 2. — С. 23—30.
88. Отдых на природе .- Бизнес-план экотуризма // Жажда .- Бизнес-журнал // <https://zhazhda.biz/plan/ekoturizm>
89. Парсяк В.Н., Рогов Г.К. Маркетинговые исследования. Киев: Наукова думка, 1995.
90. Перспективи розвитку сільського-зеленого туризму [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.namitours.com/2009/12/08/>
91. Пінчук Т.А. Агротуризм як форма підприємництва у сільській місцевості / Пінчук Т.А. // Науковий вісник УжНУ. Серія «Економіка». - Випуск 28. – 2009. – С. 54-67.
92. Петранівський В.Л., Рутинський М.Й. Туристичне краєзнавство: Навч. посіб. / За ред. проф. Ф. Д. Заставного. — К.: Знання, 2006. — 550 с.
93. Правове регулювання туристичної діяльності в Україні: Збірник нормативно-правових актів / Під заг. ред. проф. В. К. Федорченка / Київ, ун-т туризму, економіки і права. — К.: Юрінком Інтер, 2002. — 640 с.
94. Правик Ю.М. Маркетинг туризму: [підручник] / Ю.М. Правик. – К. : Знання, 2008. – 303 с.
95. Прокопишак К. Проблеми розвитку соціальної інфраструктури та відродження сіл Карпатського регіону. — Л.: Українські технології, 1997. - 176 с.
96. Психология менеджмента / Под ред. проф. Г. С. Никифорова. — 2-е изд. — Х.: Гуманитарный центр, 2002. — 556 с.
97. Риии Ш., Мартин П. Управление мотивацией: Учеб. пособ. / Пер. с англ. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004. — 399 с.

98. Розробка та реалізація Стратегій розвитку територіальних громад: вітчизняний досвід / За ред. С. Максименка та ін. — К.: Дата Банк Україна, 2003. — 272 с.
99. Рутинський М. Й. Географія туризму України: Навч.-метод, посіб. — 2-ге вид., перероб. і доп. — К.: Центр навчальної літератури, 2004. — 160 с.
100. Село — мов писанка. Путівник із зеленого туризму / За ред. В. Васильєва. — К., 2001. — 64 с.
101. Сельский туризм, проблемы и пути их решения : материалы семинара / науч.ред. Н.Н. Гордецкая. — Симферополь: Сонат, 2007. — 127 с.
102. Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні: [Електронний ресурс]: офіційний сайт. — Режим доступу: [www.greerntour.com.ua](http://www.greerntour.com.ua)
103. Симоненко Б. К. Регіони України: проблеми розвитку. — К.: Наукова думка, 1997.
104. Сільський зелений туризм // <http://www.wildnet.ru/images/phocagallery>
105. Сільський зелений туризм в Карпатах: Каталог-довідник / П. Горішевський, М. Котляр, Ю. Зінько та ін. — Л.: Карпатська асоціація сільського зеленого туризму, 2000.
106. Сільський туризм як вид підсобної діяльності // [agroua.net/economics/documents/category.../doc-27/](http://agroua.net/economics/documents/category.../doc-27/) -
107. Сокол Т.Г. Організація туристичної діяльності в Україні: Навч. посіб. — К.: Музична Україна, 2002. — 256 с.
108. Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року.- Схвалено розпорядженням Кабінету Міністрів України від 16 березня 2017 р. № 168-р// <https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/249826501>
109. Стоун М. Маркетинг ориентированный на потребителя [пер. с англ. М. Веселковой] / Стоун М., Вудкок Н., Мэчтингер Л. — М. : ФАИР-ПРЕСС, 2003. — 336 с.
110. Теория и практика международного туризма. Сборник статей под редакцией Александровой А.Ю. Москва: «КНОРУС», 2003.- 432с.

111. Товтп М. Правове регулювання та стандарти сільського туризму. Досвід окремих країн, проблеми законодавства України // Відпочинок в українському селі. Порадник організатору відпочинку та власнику садиби. — 2003. — Вип. 5. Туризм сільський зелений. — № 1. — С. 9—15.

112. Туристичні ресурси України / Під ред. О. І. Лугової. — К.: Інститут туризму федерації профспілок України, 1996. — 352 с.

113. Уланов Д. А. Туризм на сельских территориях: опыт, проблемы, перспективы // Молодой ученый. — 2013. — №6. — С. 455-459.

114. Уланов Д. А. Культурно-исторический потенциал страны как условие развития туризма// Сборник научных статей аспирантов, докторантов, молодых ученых «Актуальные проблемы технико-технологического и социально-экономического обеспечения сферы сервиса». Под общ. ред. В. А. Черненко. Спб, 2012, № 3.

115. Устойчивое развитие сельского хозяйства и сельских территорий. Зарубежный опыт и проблемы России / За ред. Н. Ф. Глазовского, А. В. Гордеева, Г. В. Сдасюка. — М.: Т-во научных изданий КМК, 2005. — 615 с.

116. Федорченко В. К., Мініч І. М. Туристський словник-довідник: Навч. посіб. — К.: Дніпро, 2000. — 160 с.

117. Хвилер Я. Италия как направление агротуризма //Турбизнес, 1999, № 8.

118. Шаповал М.І. Менеджмент якості: Підручник. — К.: Знання, 2003. — 475 с.

119. Шенін А. Організаційне та законодавче забезпечення розвитку сільського туризму в Україні // Аграрний екологічний туризм в країнах Центральної та Східної Європи: Матеріали І міжнар. наук.-практ. семінару (м. Стрий, 2004 р.). — Стрий, 2004. — С. 34—37.

120. Штайнхофф Ден, Берджес Джон. Основы управления малым бизнесом / Пер. с англ. — М.: ВИНОМ, 1997. — 496 с.

121. Шульгіна Л.М. Маркетинг підприємств туристичного бізнесу: [монографія] / Шульгіна Л. М. — К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2005. — 597 с.

122. Энджел Д. Ф., Блжюзл Р.Д., Минкард П. У. Поведение потребителей. — СПб., 1999.

123. Экономика и организация туризма. Международный туризм / [Драчева Е. Л. , Забаев Ю. В. , Исмаев Д. К. и др.] ; под ред. И. А. Рябовой. – [2-е изд.]. – М. : КНОРУС, 2005. – 576 с.

124. Экотуризм как бизнес <http://newbusiness.su/ekoturizm-kakiznes.html#hcq=VSBasPq>

125. [uk.wikipedia.org/wiki/Україна,Одеськаобласть](http://uk.wikipedia.org/wiki/Україна,Одеськаобласть)

126. Rural Tourism and Recreation: Principles to Practice/ Ed. by L. Roberts, D. Hall. – Edinburgh: Scottish Agricultural College, 2001. – 272 p.