

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЦИВІЛЬНОГО ЗАХИСТУ УКРАЇНИ**

В.В. Палюх, Н.С. Грабар, С.Г. Порока

**ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ**

Монографія

Харків

2021

*Монографію розглянуто та рекомендовано до друку Вченою Радою*

*Національного університету цивільного захисту України*

*Протокол № 2 від 28.10.2021*

**Авторський колектив:** д.філ. Палюх В.В. (розділ 1, розділ 4); к.держ.упр. Грабар Н.С. (вступ, розділ 3), Порока С.Г. (розділ 2, загальні висновки).

**Рецензенти:**

Перший заступник директора Харківського регіонального інституту державного управління Національної академії державного управління при Президентові України д.держ.упр., проф., *Карамішев Дмитро Васильович*;

Начальник кафедри оперативного мистецтва оперативно-тактичного факультету Національної академії Національної гвардії України д.держ.упр., доц., *Бондаренко Олександр Геннадійович*.

**Палюх В.В., Грабар Н.С., Порока С.В. Державне регулювання зеленого туризму в Україні: монографія. Х.: НУЦЗУ, 2021. 202 с.**

У монографії досліджено розвиток зеленого туризму в Україні та науково обґрунтовані теоретичні засади щодо механізмів державного регулювання розвитку зеленого туризму в Україні. Визначено, що розвиток зеленого туризму в Україні має багато проблем, які потребують розв'язання шляхом взаємодії органів державної влади та органів місцевого самоврядування, що є досить актуальним в умовах децентралізації і формування об'єднаних територіальних громад і тому виникає необхідність вирішувати перш за все питання фінансової, законодавчої підтримки, проведення виваженої політики державного регулювання, зокрема й на регіональному рівні.

Практичне значення одержаних результатів дослідження полягає у тому, що основні положення й висновки монографії можуть використовуватися фахівцями під час написання підручників і навчальних посібників, створення навчально-методичної літератури; в роботі органів державної влади та у процесі державного регулювання зеленого туризму в Україні.

**В.В. Палюх**

**Н.С. Грабар**

**С.Г. Порока**

НУЦЗУ, 2021

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ МЕХАНІЗМІВ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	7
1.1. Державне регулювання сільських територій та сільського туризму як складової зеленого туризму в Україні .....	7
1.2. Регіональний вплив об'єднаних територіальних громад на розвиток зеленого туризму в Україні.....	23
1.3. Основні механізми державного регулювання розвитку зеленого туризму.....	36
Висновки до першого розділу.....	45
РОЗДІЛ 2. КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО РЕГІОНУ І МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ЕКОЛОГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В ТУРИЗМІ.....	48
2.1. Вплив туризму і рекреації на регіональний розвиток і роль пам'яток в формуванні туристично-рекреаційної спеціалізації регіону.....	48
2.2. Економічні та управлінські механізми взаємодії туристично-рекреаційної сфери з екологічним середовищем.....	65
2.3. Туристське підприємство як суб'єкт екологічних перетворень	75
Висновки до другого розділу.....	79
РОЗДІЛ 3. ОЦІНКА СУЧАСНОГО СТАНУ РЕАЛІЗАЦІЇ МЕХАНІЗМІВ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	81
3.1. Порівняльний аналіз зарубіжного та українського досвіду державного регулювання розвитку зеленого туризму.....	81
3.2. Організаційно-економічний механізм державного регулювання розвитку зеленого туризму.....	96
3.3. Сучасні аспекти державного регулювання зеленого туризму.....	105

Висновки до третього розділу.....	129
РОЗДІЛ 4. ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ .....	132
4.1. Пріоритетні напрямки розвитку зеленого туризму.....	132
4.2. Формування впливу імідж-менеджменту територій на розвиток зеленого туризму.....	148
4.3. Удосконалення механізмів державного регулювання розвитку зеленого туризму.....	169
Висновки до четвертого розділу.....	180
ВИСНОВКИ.....	181
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	184

## ВСТУП

Сучасний етап соціально-економічного розвитку країни характеризується зростанням суспільно-політичного життя, радикальними соціально-економічними змінами, значним впливом органів місцевої влади на ті сфери послуг, які дають можливість вирішувати проблему зайнятості на селі, підвищувати рівень життя сільського населення і тим самим скорочувати міграцію з сільської місцевості до міст. Однією з таких сфер послуг є сільський зелений туризм, який, згідно Закону України від 18.11.2003р. №1282-IV «Про внесення змін до Закону України «Про туризм» є «основним пріоритетним напрямом державної політики у сфері туризму є розвиток зеленого туризму» і потребує реальної підтримки з боку органів державної влади. Важливим чинником функціонування сучасної держави є розвиток зеленого туризму. І тому сьогодні вимагає зміни туристичних пріоритетів, суттєвої модернізації всіх її складових, орієнтації на пріоритет екологічного над технологічним, динамічного над усталеним, незмінним, підвищує вимоги до надання туристичних послуг.

Роль сільського зеленого туризму постійно зростає. Вивчення даної проблематики у площині науки державного управління дозволяє розкрити особливості розвитку сільського зеленого туризму для постановки реалістичних цілей її державного регулювання, удосконалення правового регулювання туристичної діяльності з метою посилення її впливу на розвиток територій, що передбачає якісно інший рівень взаємодії органів місцевої влади та посадових осіб об'єднаних територіальних громад. Усе це свідчить про актуальність теми дослідження.

У сучасних економічних умовах державне регулювання розвитку зеленого туризму повинно здійснюватися через постійний пошук механізмів і засобів їх реалізації, що забезпечують високу ефективність системи державного управління.

Значний внесок у розвиток теорії та методології державного управління внесли сучасні дослідники, а саме: В. Андрущенко, В. Бесчастний,

Ю. Вітренко, О. Васильєва, О. Дацій, А. Дегтярь, С. Домбровська, М. Згуровський, О. Крюков, С. Луценко, С. Майстро, В. Луговий, П. Надолішний, В. Огаренко, В. Садковий, В. Сиченко та інші.

Окремим загальним та правовим аспектам дослідження особливостей розвитку сільських територій приділяють велику увагу такі науковці, як І. Гончаренко, М. Ільїна, О. Коваленко, М. Латинін, О. Максимюк, С. Мельник, І. Прокоп, П. Саблук, І. Сембай, В. Славов, В. Радченко, Л. Шепотько, В. Юрчишин та інші.

Аналіз наукових джерел із проблематики державного управління окремими сферами суспільного життя в Україні, державного регулювання розвитку туристичної індустрії, в тому числі і розвитку зеленого туризму, свідчить, що українським ученим тут належить вагомий теоретичний доробок. Цим питанням присвячено наукові праці таких вітчизняних учених, як В. Алексеєва, В. Арнаутов, В. Биркович, О. Білотіл, Д. Дармостук, О. Дудзяк, О. Дунаєвська, С. Ілляшенко, В. Кифяк, М. Костриця, О. Козловський, С. Кравцов, С. Лихачов, Г. Михайліченко, М. Пітюлич та інші.

Ці дослідження є значним внеском у теорію, методологію та практику реалізації механізмів державного регулювання розвитку зеленого туризму. Однак, враховуючи складність та багатоаспектність проблеми, чимало завдань у галузі удосконалення механізмів державного регулювання розвитку зеленого туризму залишаються невирішеними або недостатньо розробленими.

## **РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ МЕХАНІЗМІВ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ**

### **1.1. Державне регулювання сільських територій та сільського туризму як складової зеленого туризму в Україні**

Вивчення питання соціально-економічного розвитку країни залежить від впливу органів місцевої влади, що функціонує на відповідній території, а також органи державної влади та місцевого самоврядування, що приймають рішення, які безпосередньо впливають на умови розвитку цієї території. Згідно з Словником української мови поняття «територія» означає «частину земної кулі, що належить певній державі або входить до складу якої–небудь частини світу» [151, с.86]. Науковці розглядають територію з різних позицій: географи – як географічний простір, частину земної кулі; соціологи – як соціальний простір, на якому живе і діє людина; економісти – як економічний простір – залучення інвестицій в розвиток території. На основі цих понять, можна зробити загальне визначення терміну «територія», що це частина поверхні земної кулі із природними, а також створеними у результаті людської діяльності ресурсами, що потребують потійного залучення інвестицій.

Велике значення вивчення цього питання є з'ясування видів території, а саме державну, де основною територіальною одиницею є держава і територія населеного пункту – мається на увазі сукупність земельних ділянок, що використовуються для розміщення об'єктів загального та приватного користування. Термін «територія населеного пункту» можна розглядати як міську або сільську територію, що характеризується політико-адміністративною, економічною та природно-географічною єдністю. Детальніше розглянемо термін «сільська територія».

У довідковій та іншій науковій літературі є різні визначення терміну «сільська територія», оскільки однозначного визначення цього поняття не

існує. Відомий вчений-економіст С.І. Мельник визначає сільську територію як «історично сформований елемент поселенської мережі, що поєднує організаційну й функціональну сукупність селищ, сіл, хуторів, односімейних та інших жилих утворень, які знаходяться під юрисдикцією сільських (селищних) рад» [108, с.342]. У цьому контексті Л.О. Шепотько, І.В. Прокопа, О.П.Максимюк вказують на «... складові потенціалу сільського сектору взагалі – людські й земельні ресурси, матеріальна база агропромислового виробництва, виробнича й соціальна інфраструктура, форми організації виробництва та обслуговування тощо – існують не в абстрактному просторі сільської місцевості. Їх реальні представники – сільські жителі, земельні ділянки, виробничі об'єкти, заклади соціального обслуговування тощо, розташовані, функціонують, відтворюються в конкретних сільських поселеннях і на прилеглих до них територіях» [131, с. 141]. При цьому слід звернути увагу на те, що під сільською територією вищевказані вчені розуміють як поселенську мережу, із чим у цілому можна погодитись, проте слід враховувати і те, що територія обов'язково має включати не лише поселенську мережу, а й прилеглу до неї земельну територію. На це, зокрема, звертає увагу В.В.Юрчишин, який виділяє сільську територію по-перше, як соціально-природне просторове уявлення, по-друге, поселенську мережу, елементом якої виступає сільська територія, розглядає як компонент сільських територіальних утворень [168, с. 5]. Однак зауважимо на необхідності втручання органів місцевої влади на розвиток сільських поселенських мереж як сукупності сільських населених пунктів, що є територіальною структурою і мають певні історичні традиції, культуру тощо.

Узагальнення існуючих підходів свідчить про те, що у визначенні його змісту відсутній єдиний підхід. У своїх працях, науковці всіх часів намагалися вирішити дану проблему. Хоча їхні погляди були схожі, та деякі відмінності все ж таки присутні. Представники територіального підходу головним чинником вважають наявність території, яка знаходиться за містом і базується на традиційних видах діяльності, а саме сільськогосподарському виробництві, лісництві, рибальстві. Погоджуючись з думкою Ільїної М., яка акцентує увагу



на тому, що «сільська територія – багатофункціональне утворення, яке має ресурсну основу для багатофункціонального виробництва, а не лише для сільського господарства» [77] можна стверджувати, що визначення поняття «сільська територія» не повинно пов'язуватися лише з сільським господарством, адже до них відносять і інші види діяльності. При визначенні даного поняття І. Сембай, В.Радченко акцентують свою увагу на природно-ресурсний, економічний та соціальний компоненти [139]. На думку В. П. Славова і О. В. Коваленка, «сільська територія є економічно-екологічною категорією, регіонально-територіальним утворенням зі специфічними природно-кліматичними, соціально-економічними умовами, де економічно й екологічно збалансовані та енергетично взаємопов'язані різні ресурси (природні, трудові, матеріальні, енергетичні, інформаційні, фінансові тощо) з метою створення сукупного суспільного продукту конкретної території та повноцінного життєвого середовища для сучасного і майбутніх поколінь» [149, с. 69].

За визначенням О.Павлова, «сільська територія – це гетерогенна багаторівнева система, що дозволяє позбутись спотвореного уявлення про них, виключно як про ресурсну базу функціонування і розвитку сільського господарства» [118, с.17], а саме розглядає сільську територію як не житлове, а соціальне і просторове утворення. Схожі погляди на трактування даного поняття були в були в І.Гончаренка [29, с. 206] та П.Саблука [139, с. 22], які визначають сільські території із власною структурою, функціями і властивостями, але не розкривають, в чому їх сутність. Більш детально розкривають сутність сільської території О. Положаєнко та С.Марченко, які стверджують, що при визначенні сільських територій необхідно розглядати як «географічне середовище та як поліфункціональну, біо-соціо-еколого-економічну систему, яка розвивається у просторі та часі, де проживає і займається виробничою діяльністю населення в межах територіальної одиниці, що діє в рамках закону, а також є місцем розміщення ресурсів для управління суспільним життям, вирішення проблем і розвитку відповідних територій [123, с. 150].

Деякі автори використовують для тлумачення поняття сільської території багатокритеріальний підхід. Так, Ешлі К та Максвелл С. визначають сільські території як простір, де людські поселення та інфраструктура мають лише невеличку частку ландшафту; природне середовище, де домінують пасовища, ліси, гори та пустелі; поселення з низькою густиною; місця, де більшість людей працює у сільському господарстві; територію, де низька ціна землі; місцевість з великим відстанями від міст і незадовільною інфраструктурою [169].

Підсумовуючи все вище викладене, можна констатувати, що визначення поняття «сільська територія», як правило, розглядається з таких основних позицій:

- *по–перше*, сільська територія як територіальна одиниця;
- *по–друге*, сільська територія як структура;
- *по–третє*, сільська територія як система;
- *по–четверте*, сільська територія як простір;
- *по–п’яте*, сільська територія як комплексне поєднання цих чотирьох ознак.

На нашу думку, розглядаючи підходи до визначення поняття «сільська територія» необхідно ввести управлінський підхід, адже сільська територія сама по собі не існує, а постійно знаходиться під впливом органів місцевої влади, територіальної громади тощо. Отже, можна застосувати управлінський підхід до визначення поняття «сільських територій» – це історично сформована складна й багатофункціональна система, що поєднує природну, економічну, господарську, соціальну та управлінську складові, знаходиться під впливом органів місцевої влади і має на меті підвищення рівня життя сільського населення.

Аналізуючи підходи до визначення терміну «сільська територія», вбачаємо необхідність формування єдиного визначення «сільської території», адже неправильне тлумачення його змісту може привести до неврахування всіх його характеристик. Так, Монастирський Г.Л., Заславська Т.І., Міжега М.Я. розглядають сільську територію як сільське поселення і трактують його по-різному, а саме на думку Монастирського Г.Л. «це населений пункт, постійне

населення якого веде сільський спосіб життя і здебільшого зайняте в сільському господарстві» [113, с.7,]. Заславська ототожнює поняття «сільська територія» з «елементом соціально-поселенської структури суспільства, відрізняється від міста переважною зайнятістю населення в сільському господарстві й пов'язаний з суспільством соціальними відносинами» [113, с. 23]. Як запевняє М.Я. Міжега, «сільське поселення – це населений пункт, сформований переважно на основі сільськогосподарського виробництва, з невеликою чисельністю населення, малоповерховою житловою забудовою і присадибними ділянками» [113, с.189]. Але, на нашу думку, недоліком цих трьох тверджень є те, що ці визначення розкривають зміст сільської території звужено, а саме як сільського поселення і лише як місця розвитку сільського господарства. За функціональною ознакою сільські території можуть бути і несільськогосподарськими, зокрема, селища туристичного спрямування, заповідники, табори відпочинку, туристичні бази, дрібні села, не пов'язані із сільськогосподарським виробництвом.

Подальший внесок у розвиток сільських територій зробили Саблук П.Т., який у своїх працях дотримувався думки, що «будь-який населений пункт є відносно стійким і самостійним комплексом фізико-географічних умов, населення, економіки, культури, що склався історично»[138, с. 14]. Борщевський В.В. у співавторстві з іншими науковцями проводив дослідження розвитку сільських територій на замовлення Президента України в контексті євроінтеграційної перспективи нашої держави [136, с. 41–96].

Проаналізовані визначення науковцями поняття «сільська територія» дають підстави стверджувати про необхідність управління сільськими територіями, які складаються з кількох населених пунктів, оскільки повноваження органів місцевої влади поширюються лише на територію населених пунктів, а не поза її межами, де знаходяться більшість природних ресурсів, регулювання якими є компетенцією органів державного влади. Змістовним є трактування розвитку сільських територій як діяльності населення і місцевої влади у процесі їх взаємодії, спрямованих на розвиток, регулювання діяльності відповідно до мети суспільства. У структурі сільських територій

доцільно виділяти чотири підсистеми: природну, економічну, соціальну та управлінську (рис. 1.1.):



Рис. 1.1. Складові структури сільських територій

*Джерело: на основі посібника Терещенка В.К «Економіка сільських територій» [152]*

Підсумовуючи все вище викладене, можна констатувати, що головною є природна підсистема, тому що життєдіяльність сільського населення залежить саме від природних чинників, що ускладнює процес управління сільськими територіями, оскільки вимагає врахування органами місцевої влади залежності господарської діяльності від природно-кліматичних умов, наявності природних ресурсів. Ефективність розвитку сільських територій, задоволення потреб населення та рівень його життя залежить від економічної підсистеми. Ця система найбільше піддається управлінському впливу, оскільки вона формується на основі суспільного виробництва і спрямована на його розвиток і тим самим легше знайти ефективні шляхи управління та передбачити можливі негативні наслідки. Складною соціально-економічною категорією, яка відображає процеси, що забезпечують життєдіяльність людини у суспільстві є соціальна сфера. В управлінській підсистемі виділяють об'єкт і суб'єкт

управління. Під об'єктом розуміють сільські території, суб'єкти – органи місцевої влади, громадські організації, наділені владними повноваженнями приймати управлінські рішення, справляти інтелектуальний та моральний вплив на інших.

В залежності від сфери зайнятості, функціональним типом та людністю сільські території групують таким чином, як показано на рис. 1.2.

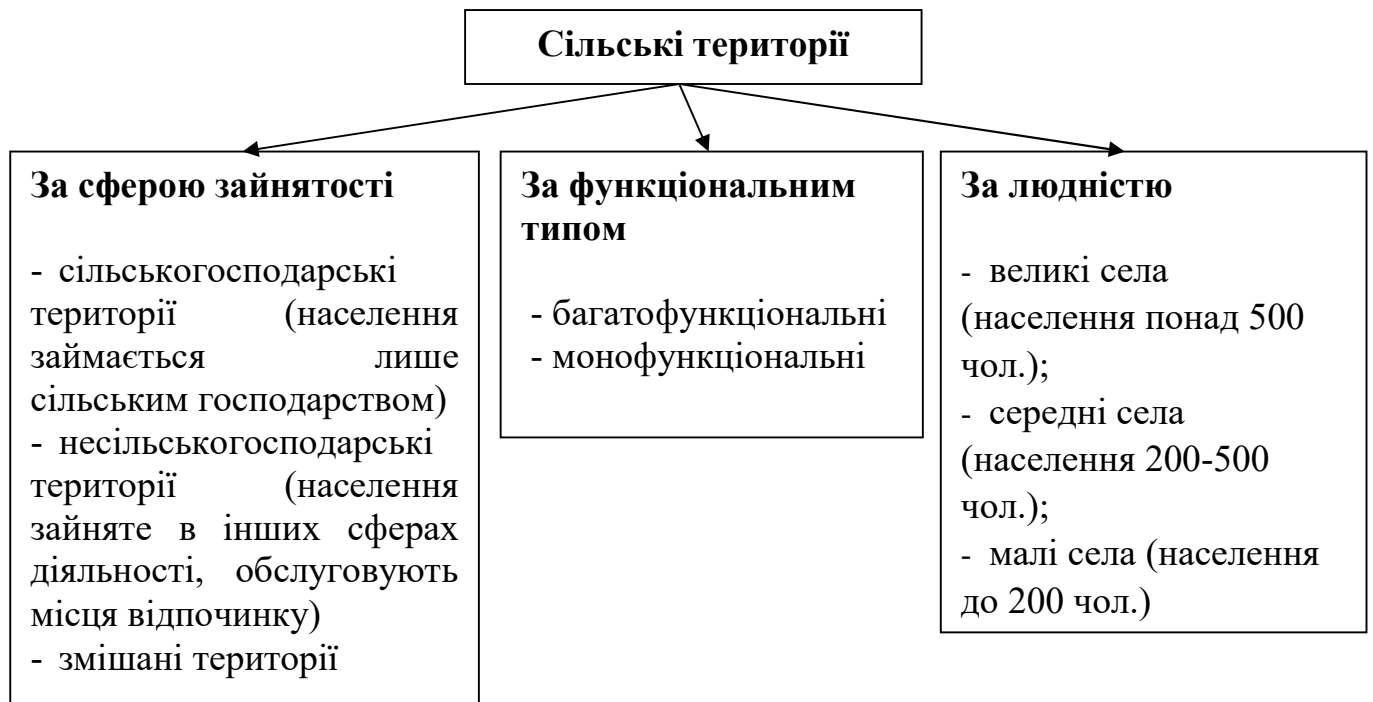


Рис. 1.2. Класифікація сільських територій

*Джерело: розробка автора*

Розглядаючи питання впливу органів місцевої влади на розвиток сільських територій не можна не зупинитись на визначенні таких понять, як «органи місцевої влади». Місце органів місцевої влади в усій управлінській системі починається з функціонування державної влади в Україні, що здійснюється на засадах поділу на законодавчу, виконавчу та судову. Єдиним органом законодавчої влади в Україні є парламент – Верховна Рада України. Кабінет Міністрів України є вищим органом у системі органів виконавчої влади. Органи законодавчої, виконавчої та судової влади здійснюють свої повноваження у встановлених цією Конституцією межах і відповідно до законів України.

У системі органів місцевого рівня можна виділити сільську, селищну, міську, районну, обласну ради, до яких входять депутати, які обираються мешканцями села, селища, міста, району, області на основі загального, рівного, прямого виборчого права шляхом таємного голосування. Строк повноважень сільської, селищної, міської, районної, обласної ради, депутати якої обрані на чергових виборах, становить п'ять років. Припинення повноважень сільської, селищної, міської, районної, обласної ради має наслідком припинення повноважень депутатів відповідної ради [85].

Система органів місцевої влади на територіальному рівні представлена індивідом або групою людей, що наділені владними повноваженнями приймати управлінські рішення, справляти вольовий, інтелектуальний та моральний вплив на інших. До них відносять органи місцевого самоврядування, обласні, районні, сільські органи державного управління, органи самоорганізації населення, громадські організації, підприємства та установи та інші. Правовою основою органів є Конституція України, Закон України «Про місцеві державні адміністрації», інші нормативно-правові акти.

Дослідженню системи органів місцевої влади та її впливу, приділяли увагу як зарубіжні так і вітчизняні вчені. На сьогодні у літературі не існує трактування поняття «органи місцевої влади». У своїх працях науковці всіх часів намагалися вирішити дану проблему. Хоча їхні погляди схожі, та деякі відмінності все ж таки присутні. Зміст цього поняття трактується по-різному.

Щодо поділу сільських територій, то, на наш погляд, їх потрібно розглядати за загальнодержавним, обласним, районним і базовим рівнями.

До базового рівня належать сільські території, які знаходяться під впливом територіальних громад. Осередком сільської території, місцем розташування об'єктів її соціальної, економічної та управлінської підсистем є сільський населений пункт. Районний рівень включає сукупність вищезазначених територій першого рівня в межах певного адміністративного району. Сукупність сільських територій районного рівня складає обласний та загальнодержавний рівень. Обласний рівень видокремлюється сільськими територіями районів, суб'єктами якого є облдержадміністрації, обласні ради,

територіальні підрозділи центральних органів виконавчої влади [118, с. 27]. Спільним для базового, районного та обласного рівня є те, що сільські території є частиною соціального, природного, економічного, інфраструктурного, культурно-історичного потенціалу, що перебувають під впливом місцевих органів влади.

Аналіз наведених визначень свідчить, що важливим аспектом впливу органів місцевого рівня є об'єднання зусиль відповідних обласних, районних та місцевих органів влади. Однією з основних передумов успішного розвитку територій є здатність органів місцевої влади впливати, співпрацювати з територіальною громадою, взаємодіяти між собою. Ще одна особливість розвитку сільських територій зумовлена тим, що органи місцевої влади не мають чітко визначеної стратегії розвитку сільської території.

Необхідність вивчення територіальних систем України визначається суттю понять сільські населені пункти та малі міста. Під сільськими населеними пунктами розуміють малі села, середні села, великі села, крупні села, найкрупніші села. На нашу думку формування іміджу сільських територій та забезпечення соціально-економічного розвитку сільського туризму можливе за умов законодавчого врегулювання діяльності місцевих органів влади в Україні. На сучасному етапі розвитку держава визнає туризм пріоритетною сферою соціально-економічного, духовного та культурного розвитку суспільства, оскільки, згідно із «Законом про туризм в Україні», головною метою є «всебічний розвиток людини» [132], адже основні принципи сільського туризму направлені саме на це і повинні бути доступними для кожного громадянина, надавати рівність умов життя для кожної людини. Вирішення складних проблем формування іміджу сільських територій на сучасному етапі ринкових перетворень в Україні переноситься на регіональний рівень, оскільки це дозволяє органам місцевої влади приймати рішення щодо організаційно-економічного розвитку сільського туризму.

Узагальнення основних теоретичних положень державного регулювання сільських територій у дослідженнях проблематики розвитку сільського зеленого

туризму, дало змогу визначити класифікацію функціональних механізмів органів місцевої влади щодо розвитку сільських територій (див. рис. 1.3).

На сьогоднішній день прийнято ряд нормативно-правових актів, в яких наголошується на необхідності удосконалення управління розвитком сільських територій. Правову базу функціонування туристичної галузі в Україні закладено Законом України «Про туризм». Цей Закон визначає загальні правові, організаційні та соціально-економічні засади реалізації державної політики України в галузі туризму та спрямований на забезпечення закріплених Конституцією України прав громадян на відпочинок, свободу пересування, охорону здоров'я, на безпечне для життя і здоров'я довкілля, задоволення духовних потреб та інших прав при здійсненні туристичних подорожей. Він встановлює засади раціонального використання туристичних ресурсів та регулює відносини, пов'язані з організацією і здійсненням туризму на території України» [132, с.6]. Закон України «Про туризм» служить основою для розробки нормативно-правових актів, що регулюють окремі галузі туристичної діяльності.

У розвитку сільських територій визначено основні причини погіршення соціально-економічного та екологічного стану сільських територій та створення організаційних, правових та фінансових передумов для сільського розвитку. У таблиці 1.2. визначено оптимальний варіант розв'язання проблеми розвитку сільської території.

На нашу думку, перший варіант не актуальний на сьогоднішній день, оскільки з впровадженням новітніх технологій суспільство просувається вперед і держава в цьому відіграє важливу роль. Другий варіант можливий, але не забезпечить вирішення проблем розвитку інфраструктури, екологічної безпеки, створення нових робочих місць тощо.

Отже, третій варіант найбільше відповідає інтересам сільського населення та суспільства в цілому.



Визначення оптимального варіанта розв'язання проблеми розвитку  
сільських територій

Варіанти	Вплив держави на розв'язання проблеми розвитку сільських територій
Варіант 1	Посилення сформованих тенденцій, продовження комерціалізації сільськогосподарського виробництва. Держава відіграє незначну роль.
Варіант 2	Збільшення обсягів державної підтримки розвитку сільського господарства та соціальної інфраструктури, декларування окремих соціально–економічних і екологічних заходів. Матеріальне становище і умови проживання поліпшиться, однак не забезпечить розв'язання проблем зайнятості, екологічної безпеки тощо.
Варіант 3	Створення умов для забезпечення комплексного розвитку сільських територій в інтересах суспільства, що передбачає формування конкурентоспроможного сільського господарства, сприятливого середовища проживання на основі нарощування людського і соціального капіталу та розвитку партнерства держави та бізнесу. Наведене дасть можливість реформувати систему управління розвитком сільських територій.

*Джерело: розробка автора на основі В.К. Терещенко «Соціально-економічний розвиток сільських територій [152].*

Деякі вчені розглядають сільську територію як системну сукупність сільської поселенської мережі, що поєднує в собі природні, виробничо-господарські, соціальні, політичні складові складники, які перебувають під управлінським впливом територіальних громад, органів місцевого самоврядування, органів державної влади та громадськості.

Слід відзначити, що на розвиток території впливає підтримка органів місцевої влади, а саме: фінансування задля розвитку інфраструктури села, освітньої, культурної сфери, захисту навколишнього середовища. Важливим аспектом розвитку сільських територій є об'єднання регіональних і місцевих фінансових і матеріальних можливостей. Розвиток сільських територій можливий лише за умови надійного забезпечення з боку органів державної влади.

Таким чином, державне регулювання сільських територій у розвитку зеленого туризму розглядається як взаємозв'язок сільського населення і місцевої влади, зацікавленої в розвитку зеленого туризму, регулювання туристичної діяльності відповідно до мети суспільства. Вплив органів державної влади на розвиток сільського зеленого туризму характеризується багатогранністю, усі її рівні перебувають в органічному взаємозв'язку один з одним. На нашу думку, на розвиток зеленого туризму впливають органи державної влади, що розташовані і діють на даній сільській території.

Узагальнюючи все вище зазначене, можна зробити висновок, що головним соціальним осередком сільської території є об'єднана територіальна громада, яка об'єднує всіх громадян, які проживають на даній території і виконує державні функції, є носієм матеріальних, культурних, моральних надбань і традицій минулих поколінь.

Населення сільських територій можуть колективно або індивідуально звернутися до органів місцевої влади, які вирішують питання розвитку сільських територій через референдум, загальні збори громадян, які проживають на даній території.

Слово «туризм» розглядається з різних точок, дивлячись на те, в якій сфері використовується. Найбільш загальними формулюваннями вважаємо думку науковця Петранівського В. щодо визначення туризму як «тимчасових подорожей громадян України, іноземців і осіб без громадянства з оздоровчою, пізнавальною, професійно-діловою, спортивною, релігійною та іншою метою без заняття оплачуваною діяльністю в країні тимчасового перебування» [120, с.235]; Він також виділяє термін «туризм» з правової точки зору як

«тимчасовий виїзд людей з постійного місця проживання з метою вакаційною, оздоровчою, пізнавальною або професійно-діловою без занять оплачуваною діяльністю в місці тимчасового перебування» [120, с.157]. Міжнародні нормативно-правові акти розглядає його як «вид подорожі, що здійснюється для відпочинку, освітніх, ділових, аматорських чи спеціалізованих цілей. Туризм – один з видів активного відпочинку, що являє собою подорожі, які здійснюються з метою пізнання певних районів, нових країн і поєднуються в ряді країн з елементами спорту» [120, с.187].

Науковці, які займаються вивченням історії туризму визначають дане явище як особливу форму пересування людей по маршруту з метою відвідування конкретних об'єктів чи задоволення спеціалізованого попиту або як рух (переміщення), перебування поза постійним місцем проживання й аспект тимчасовості перебування в об'єкті зацікавленості. Фахівці з туристичного менеджменту розглядають його у вигляді сукупності усіх видів наукової та прикладної діяльності щодо організації і здійснення діяльності наукових, проектних і методичних закладів з розвитку методологічної бази і методичних засобів туризму.

У фізичній культурі туризм – це форма розумового й фізичного виховання, що реалізується через соціально-гуманітарні функції туризму: виховну – формування толерантних почуттів до культури та традицій інших народів; освітню – закріплення і поповнення знань з краєзнавства, природознавства, історії країн і народів світу; оздоровчу – дотримання оптимального режиму навантажень, дотримання правил особистої і суспільної гігієни, розвиток адаптаційних можливостей, підтримка організму на високому рівні фізичної готовності; спортивну – створення бази загальної фізичної підготовки, спеціальна підготовка з туристської техніки, досягнення максимальних результатів у туризмі.

Статистичне визначення туризму – форма міграції населення не пов'язана зі зміною місця проживання чи роботи або подорож у вільний час, один із видів відпочинку. Здійснюється як правило туристичними організаціями за туристичними маршрутами. Необхідність у цьому терміні виникла на початку

XX століття зі збільшенням туристичних потоків, зростанням значення туризму для економіки та необхідності статистичних досліджень людей, які мандрують.

З медичної точки зору туризм Покровский В. визначає як вид активного відпочинку, пов'язаний з мандрівками; це один із засобів фізичної культури. Туристичні походи позитивно впливають на організм людини. Оздоровча цінність відпочинку пов'язана не тільки з погодно-кліматичними умовами та сезоном туризму, а й від об'єму фізичного навантаження, стану здоров'я і фізичної готовності мандрівника [121, с.345].

Досліджуючи питання розвитку зеленого туризму, доцільно проаналізувати визначення поняття «сільський туризм», вивчити особливості економічної складової сільського туризму, безпека життєдіяльності населення та роль органів місцевого самоврядування в розвитку сільського туризму. Це зумовлено тим, що сільський туризм впливає на розвиток території, а саме дає можливість для створення нових робочих місць, отримання доходу від надання послуг туристам, підтримує життя і добробут населення сільської території, забезпечує соціально-економічний розвиток території.

На нашу думку, сільський туризм потрібно розглядати як сферу різноманітних послуг і як вид підприємницької діяльності в сільській місцевості. Враховуючи думки науковців, можна стверджувати, що для забезпечення розвитку сільських територій варто активізувати значення органів місцевої влади у підтримці цілей сільського туризму. Саме органи місцевої влади можуть удосконалити напрацьовані на сьогодні стратегії розвитку сільського туризму, вимагати чіткого планування на рівні окремих сільських громад, адже кожний місцевий керівник повинен розуміти цінне значення розвитку сільського туризму як для села, так і для туристів. Розвиток сільського туризму має велике значення як для туристів, так і для територіального розвитку. Для туристів забезпечується активний відпочинок на селі, споживання свіжих продуктів харчування, спілкування з місцевими жителями, пізнання культури, звичаїв і традицій села, здобуття нових умінь, контакт з природою тощо. Для територіального розвитку сільський туризм дає можливість для додаткового доходу, покращується інфраструктура території,

вирішення соціально-економічного забезпечення сільських територій, збереження культурної спадщини села, особистий розвиток сільського населення.

Як зазначає Дудзяк О.А., «Розвиток туризму на сільських територіях – це використання вільної житлової площі, особистого селянського господарства, безмежних рекреаційних і туристичних активів регіону, виробничих і природних послуг, які може запропонувати сільський господар» [38]. На думку І. Ю. Гришової, в сфері сільського туризму були задіяні й інші жителі села які продають продукти, надають транспортні та інші послуги. У населення існує реальна можливість отримати додатковий прибуток. Однак інфраструктура не отримує належного розвитку [30, с. 48].

Поняття “сільський туризм” у його звичному трактуванні побутує з давніх часів. Ще до Р.Х. у Римській імперії серед членів патриціанських родин зародилася мода до поїздок з Риму у сільську місцевість з метою відпочинку. Масовий інтерес до відпочинку на селі у новітню добу відзначається, починаючи з ХІХ століття. А вже з другої половини ХХ століття в урбанізованих країнах Європи саме зелений туризм перетворився на один з важільних засобів “порятунку” європейців від стресового впливу розвинених промислових міст.

Український дослідник В. М. Косенко умовно виділяє такі види і форми сільського зеленого туризму:

– короткотерміновий, в період вихідних днів. Часто цей вид має виражений сезонний характер: рибальство, збір грибів, полювання, катання на лижах, санях, а також маршрутний – по заповідних місцях регіону на різних видах пересування.

– відпочинок на період відпусток. Термін цього відпочинку може змінюватися в межах 20–40 днів.

– сезонний відпочинок. Цей вид відпочинку може бути сімейним з дітьми, або окремих колективів чи осіб (художники, краєзнавці, археологи).

– відпочинок іноземців, зокрема діаспори – на предмет поглиблення знань мови, вивчення історичної і культурної спадщини краю [88, с. 30–32].

В Україні практично всюди існують можливості для розвитку зеленого туризму – одного з напрямків розвитку села, підвищення життєвого рівня сільського населення, піднесення рівня екологічної свідомості і культури людей, відродження традицій. з метою удосконалення туристичного законодавства прийнято новий Закон України "Про внесення змін до Закону України "Про туризм", яким до сфери туристичної діяльності віднесено і надання фізичними особами послуг з тимчасового розміщення. Одночасно, спільно із зацікавленими міністерствами та відомствами тривала робота по розробці проекту Закону України «Про сільський туризм». Розвиток сільського туризму є особливо актуальним на тих територіях, що охоплюють територію заповідників.

Забезпечення цілісності сільської території визначається характером розвитку зеленого туризму. Відомо, що органи місцевої влади мають вплив на розвиток зеленого туризму як пошук додаткових коштів й поліпшення інфраструктури території, створення нових робочих місць. Саме органи місцевої влади можуть забезпечувати пільги при одержанні державних дотацій особам, які беруть участь у наданні туристичних послуг.

З огляду на зазначене, можна зробити висновок про необхідність визначення поняття «зелений туризм», що дозволить охопити всі можливості для розвитку території. Тому, пропонуємо визначення цього терміну «це можливість відпочивати в садибі з метою пізнання, оздоровлення, розваг, що дають змогу пізнати територію з використанням природних, культурно-історичних, етнографічних цінностей зеленої території». Розвиток зеленого туризму є актуальним за причин подальшого впливу на стабілізацію економічного розвитку сіл, забезпечення зайнятості сільського населення, їх виходу з соціально-економічної кризи, скорочення міграції населення з сільських регіонів до міст. Зелений туризм в більшості країн світу розглядається як невід’ємна складова програми комплексного соціально-економічного розвитку територій.

## **1.2. Регіональний вплив об'єднаних територіальних громад на розвиток зеленого туризму в Україні**

У сучасних умовах формування об'єднаних територіальних громад, розвиток зеленого туризму впливає на стабілізацію економічного розвитку сіл, забезпечення зайнятості сільського населення, їх виходу з соціально-економічної кризи, забезпечує демографічну стабільність. Зелений туризм в більшості країн світу розглядається як невід'ємна складова програми комплексного соціально-економічного розвитку об'єднаних територіальних громад. В Україні важливо швидко подолати відставання у розвитку зеленого туризму шляхом державного регулювання на рівні самоорганізації населення. Розвиток кожної окремої територіальної громади впливає на функціонування певних галузей місцевого самоврядування, в тому числі і зеленого туризму. Виникає необхідність звернути увагу на поняття «зелений туризм», вплив об'єднаних територіальних громад на розвиток зеленого туризму в умовах трансформаційних змін. Саме тому ця проблема є досить актуальною.

На сучасному етапі розвитку суспільства ефективність будь-якої територіальної громади залежить від розвитку туризму, що дає можливість для створення нових робочих місць, отримання прибутку від надання послуг туристам, підтримки життя і добробуту сільського населення, забезпечення соціально-економічного відродження сільської території.

У Розділі II ст.6 Закону України «Про туризм» зазначено: «Держава проголошує туризм одним з пріоритетних напрямів розвитку економіки та культури і створює умови для туристичної діяльності». Це положення цілком відповідає рекомендаціям декларації Гаазької міжпарламентської конференції з туризму (10–14 квітня 1989 р.) – інструменту, покликаному регулювати взаємовідносини країн у сфері туризму, де зазначено: «Країни повинні виробити оптимальну стратегію розвитку туризму для того, щоб максимально ефективно використовувати місцеву інфраструктуру і ресурси» [132].

Закон України «Про туризм» почав діяти з 15 вересня 1995 року. Він вміщує 8 розділів, які стосуються державної політики та державного регулювання у галузі туризму, безпеки туризму, організації туристичної діяльності, професійної підготовки фахівців та належного наукового забезпечення, діяльності неприбуткових туристичних організацій, контролю та міжнародного співробітництва.

Нормативно-правова база туристичної діяльності встановлюється також загальним законодавством. До загальних законодавчих нормативно-правових актів належать: Конституція України, в якій закріплені основні права і свободи людини; Закони України – «Про захист прав споживачів», що становить основу державного регулювання безпеки товарів і послуг з метою захисту прав споживачів; Закон України «Про порядок виїзду із України і в'їзду в Україну громадян України», який встановлює порядок оформлення документів та перетинання кордону України, встановлює обмеження в'їзду на територію країни та виїзду з неї окремих категорій людей; Закон України «Про порядок здійснення розрахунків в іноземній валюті», який встановлює правила здійснення операцій купівлі-продажу продукції; Закон України «Про страхування», який регулює правовідносини у сфері надання страхових послуг туристам; Закон України «Про рекламу», який координує відносини у сфері реклами; Закон України «Про державний кордон України», який встановлює порядок перетину меж держави; Закон України «Про охорону навколишнього природного середовища», що впорядковує відносини у галузі «збереження природних ресурсів, генетичного фонду живої природи, ландшафтів та інших природних комплексів, унікальних територій та природних об'єктів, пов'язаних з історико-культурною спадщиною» [44]; Закон України «Про правовий статус іноземців та осіб без громадянства», який встановлює права, свободи та обов'язки для різних категорій осіб, що з різних причин опинилися на території України; Закон України «Про охорону культурної спадщини», що координує відносини у сфері збереження, використання та захисту об'єктів, визначених цим законом, тощо. «Законодавством України природно-заповідний фонд охороняється як національне надбання. Україна розглядає цей фонд як складову



частину світової системи природних територій та об'єктів, що перебувають під особливою охороною. На державному обліку в Україні перебуває близько 130 тисяч історико-культурних пам'яток, серед яких є такі, що мають міжнародне значення.

Основні проблеми розвитку заповідної справи в Україні зумовлені, перш за все, недосконалістю системи управління в цій сфері, низьким рівнем фінансування, матеріально-технічного забезпечення, недостатнім розвитком спеціальних наукових досліджень, слабкою правовою відповідальністю за порушення режиму заповідних територій та об'єктів» [120, 178].

Існують різні погляди щодо класифікації нормативно-правових документів, які координують відносини у туристичній галузі. Як зазначає І.Валентюк, «механізм державного регулювання туристичної галузі засновується на економічному та організаційному складниках» [23, с.12]. «Організаційний складник передбачає: розроблення державної політики розвитку туризму, політику щодо територіального розміщення і нарощення туристичного потенціалу, системи захисту і підтримки підприємств галузі, експертне оцінювання туристичного потенціалу, національну систему бронювання, інвестиції, членство в міжнародних спеціалізованих організаціях» [23, с.13]. Економічний механізм регулює питання стандартизації, ліцензування, сертифікації, кредитування, митних та податкових пільг.

На думку А. Чкан державне регулювання туристичної сфери має 3 напрямки: законодавчий, адміністративний та організаційний [167]. Законодавчий напрямок стосується розробки програм розвитку туристичної галузі, створення вільних економічних зон та регіонів пріоритетного розвитку, удосконалення норм ліцензування та сертифікації, налагодження міжнародних відносин з обміну досвідом розвитку туристичної галузі, спрощення земельного законодавства та проведення тендерів, на використання землі у даній сфері, регулювання отримання візи та закордонних паспортів. Найбільш важливим для розвитку туристичної галузі у законодавчому напрямку є створення вільних економічних зон та регіонів пріоритетного розвитку, які дозволять розвивати культурний та історичний потенціал периферійних територій за рахунок

активізації інвестиційної діяльності, поліпшення інфраструктури, якості послуг. Адміністративний напрямок регулює розподіл повноважень між органами управління туристичною галуззю, здійснює аудиторський контроль за туристичними об'єктами, розробляє програми для залучення інвестицій, займається питаннями ефективної підготовки фахівців туристичної галузі, активізація рекламної політики на регіональному, державному та міжнародному рівнях, розробки нових туристичних маршрутів.

Стаття 140 Конституції України визначає, що місцеве самоврядування є правом територіальної громади – жителів села чи добровільного об'єднання у сільську громаду жителів кількох сіл, селища та міста – самостійно вирішувати питання місцевого значення в межах Конституції і законів України [85]. Відповідно до закону України «Про місцеве самоврядування в Україні» територіальну громаду формують «жителі, об'єднані постійним проживанням у межах села, селища, міста, що є самостійною адміністративно-територіальною одиницею» [42, с. 379–432.]. Але територіальну громаду потрібно визначати не лише як територіальне об'єднання жителів, а й об'єднання за схожими інтересами та цілями, пов'язаними із спільною територією. Для сільського населення такими інтересами можуть стати об'єднання зусиль, направлених на розвиток сільського зеленого туризму.

Розглядаючи питання розвитку зеленого туризму, доцільно вивчити особливості життєдіяльності населення та роль об'єднаних територіальних громад у розвитку зеленого туризму. Це зумовлено тим, що зелений туризм впливає на розвиток сільської території, а саме дає можливість для створення нових робочих місць, отримання доходу від надання послуг туристам, підтримує життя і добробут населення сільської території, забезпечує соціально-економічний розвиток території, надає можливість відпочинку для тих, хто з яких-небудь причин інші види туризму дозволити собі не може.

Український науковець Костиця М.М. розглядає перебування туристів на сільській території. Найбільш повним визначенням терміну «зелений туризм», що враховує всі аспекти відпочинку туриста, є трактування фахівцями Спілки сприяння розвитку зеленого туризму в Україні, а саме «Зелений туризм

– це відпочинок у сільській місцевості в приватній садибі з широкими можливостями використання природного, матеріального і культурного потенціалу певного регіону» [89, с. 48].

Деякі автори трактують поняття «зелений туризм» як вид діяльності, що всебічно охоплює поєднання пізнавального, розважального, культурного відпочинку в сільській території. Погоджуємося із думкою Кифяка В.Ф., який зазначає, що «гість, який приїжджає відпочити у сільську оселю, бажає оглядати красиву природу і тому краєвиди села повинні мати привабливий вигляд. Сільська територіальна громада має дотримуватися санітарно-гігієнічних умов проживання, дбати про відсутність сміттєзвалищ, естетичний вигляд будинків, вулиць, садів, громадських закладів. Піклуватися про зелені насадження, використовувати вільні території, враховуючи інтереси відпочиваючих» [80, с.312]. Господарям сільської території необхідно усвідомлювати, що для успішного відпочинку потрібно створити такі умови, щоб турист мав можливість відвідувати історичні місця в естетично приємній території, в якій організовуються туристичні заходи.

На нашу думку, для забезпечення соціально-економічного розвитку сільських територій шляхом сприяння зеленого туризму необхідно переймати світові стандарти щодо формування добробуту населення, забезпечувати населення робочими місцями, покращувати рівень їх життя.

Український науковець Биркович В.І. зазначає, що досі ще немає єдиного визначення сутності досліджуваного виду туризму, і з огляду на це пропонує таку дефініцію: "сільський зелений туризм – це специфічна форма відпочинку в приватних господарствах сільської місцевості з використанням майна та трудових ресурсів особистого селянського, підсобного або фермерського господарства, природно-рекреаційних особливостей місцевості та культурної, історичної та етнографічної спадщини регіону"[18, с.139]. Сільський відпочинок дозволяє зберегти і розвинути усталені традиції сільських територій, сприяє реалізації культурного відпочинку з метою оздоровлення тощо.

З огляду на зазначене, можна зробити висновок про необхідність удосконалення визначення поняття «зелений туризм», що дозволить охопити всі можливості для розвитку сільської території, а саме зелений туризм розглядається як можливість відпочивати в садибі сільського господаря з метою пізнання, оздоровлення, розваг, що дають змогу використовувати природні, культурно-історичні, етнографічні цінності сільських населених пунктів з метою їх соціально-економічного розвитку.

Об'єднана територіальна громада у розвитку зеленого туризму може вирішувати питання на рівні місцевого самоврядування різними формами, а саме: провести референдум, загальні збори громадян за місцем проживання, колективні та індивідуальні звернення жителів до органів і посадових осіб міського самоврядування, громадянські слухання, місцеві ініціативи та інші, які не заборонені законом. Проте головною проблемою на сьогодні залишається відсутність відповідної матеріально-технічної та фінансової бази для реалізації прав місцевих жителів. Така ситуація призводить до зниження інтересу громади до місцевого самоврядування. На думку українського науковця Алексєєва В.М. «без ініціативи мешканців відповідного населеного пункту та постійного контролю з боку громадян за дотриманням органами місцевого самоврядування принципів, з якими воно здійснюється в Україні, самодостатність територіальних громад є неможливою» [4, с. 117].

Розвиток зеленого туризму не вимагає великих витрат, оскільки його основою є побут і особливості сільського життя. Однак, законодавством України не встановлено вимоги до власників садиб щодо організації побуту та зручностей для відвідувачів. Розвиток зеленого туризму має велике значення як для туристів, так і для об'єднаної територіальної громади, що призведе до соціально-економічного розвитку території. Для туристів забезпечується активний відпочинок на селі, споживання свіжих продуктів харчування, спілкування з місцевими жителями, пізнання культури, звичаїв і традицій села, здобуття нових умінь, контакт з природою тощо. Для територіального розвитку зелений туризм дає можливість для додаткового доходу, покращується інфраструктура території, вирішення соціально-економічного забезпечення

сільських територій, збереження культурної спадщини села, особистий розвиток сільського населення.

Згідно Державної цільової програми розвитку туризму та курортів на період до 2022 року [86], було розроблено проект Програми розвитку сільського туризму в Україні.

Основними завданнями Програми стали:

- забезпечення розвитку сільського туризму, як пріоритетного напрямку туристичної діяльності в Україні;
- підвищення рівня добробуту сільського населення, скорочення міграції робочої сили з сільської місцевості до міст;
- розширення сфери зайнятості сільського населення;
- розширення можливостей реалізації продукції особистого підсобного господарства як готових продуктів харчування;
- відродження і розвиток місцевих ремесел, місцевих фольклорних і культурних традицій, народних звичаїв, пам'яток історико-культурної спадщини;
- стимулювання розвитку інфраструктури сільського туризму.

Програмою визначаються такі напрями розвитку сільського туризму в Україні: формування правового механізму розвитку сільського туризму; визначення економічних засад функціонування ринку сільського туризму; проведення інфраструктурних досліджень та залучення інвестицій в розвиток інфраструктури сільського туризму; розробка маркетингової політики на ринку послуг сільського туризму; формування кадрового потенціалу для розвитку сільського туризму [86].

Отже, забезпечення території шляхом сприяння сільського туризму пов'язано з особливостями природного середовища певної території, що створює матеріальну базу для розвитку сільського туризму. За таких умов сільським територіям потрібно доводити переваги розвитку сільського зеленого туризму, завойовувати авторитет серед інших видів туризму і, по можливості, збільшувати його.

У ході вивчення наукових джерел, нами було з'ясовано, що органи місцевої влади наділені повноваженнями вирішувати питання місцевого значення, впливають на розвиток територій і представляють спільні інтереси територіальних громад. Об'єднані територіальні громади виконують важливі суспільні функції, забезпечують реалізацію прав сільського населення у розвитку зеленого туризму. Законом України «Про співробітництво територіальних громад» [130] визначено, що суб'єкти співробітництва є територіальні громади сіл, селищ, міст, які здійснюють співробітництво через сільські, селищні та міські ради. Органи місцевої влади здійснюють виконавчу владу на території відповідної адміністративно–територіальної одиниці. За визначенням Лихачова С.В. «функції органів місцевої влади – це основні сторони соціального призначення представницьких органів місцевого самоврядування в Україні, які втілюються в конкретні напрями і види діяльності рад щодо здійснення завдань, визначених Конституцією України, Законом України «Про місцеве самоврядування в Україні», іншими законами і нормативними актами» [99,с. 273].

Забезпечення цілісності сільської території визначається характером розвитку сільського туризму. Населення сільських територій може колективно або індивідуально звернутися до органів територіальної громади, які вирішують питання розвитку зеленого туризму. Привабливим є те, що зелений туризм практично єдина галузь, яка на початковому етапі не вимагає інвестицій, великих вкладень, але може принести велику користь багатьом громадянам держави насамперед сільським жителям, оскільки розширює ринок збуту товарів та послуг, сприяє надходженню іноземної валюти, поліпшенню інфраструктури території, створенню нових робочих місць тощо. Саме об'єднані територіальні громади можуть забезпечувати пільги при одержанні державних дотацій особам, які беруть участь у наданні туристичних послуг. Зелений туризм розвивається за тісної співпраці зацікавленого сільського населення, які надають туристичні послуги з об'єднаними територіальними громадами. Саме об'єднані територіальні громади забезпечують високу якість туристичних послуг і відповідну комунальну інфраструктуру (дороги, стоянки,

централізоване водопостачання та водовідведення, телефонізацію, безпеку тощо), пропонують широкий вибір приватних садиб, магазинів, спортивних і рекреаційних об'єктів та туристичних послуг.

Як зазначає М.М. Костиця «державна влада та органи місцевого самоврядування безпосередньо не займаються регулюванням діяльності розвитку зеленого туризму, їх дії направлені перш за все на підтримку та створення позитивного клімату зеленого туризму, що проявляється в розробці та реалізації державних програм щодо розвитку агротуристичної діяльності. Практичними аспектами становлення зеленого туризму займаються переважно громадські організації, які не мають державних джерел фінансування, а існують за рахунок членських внесків, спонсорських та коштів від грантів» [89, с. 145]. Ця проблема може бути частково розв'язана шляхом додавання відповідних статей до Проекту Закону України «Про сільський зелений туризм». Ухвалення удосконаленого проекту цього закону і пов'язана з цим гармонізація суміжних нормативно-правових актів сприятимуть становленню прозорих та чітких відносин членів територіальної громади з органами місцевого самоврядування та відомствами у питаннях провадження діяльності з надання послуг сільського зеленого туризму.

Розвиток зеленого туризму здійснює вплив на соціально-економічний розвиток сільських територій через вирішення низки проблем, а саме:

- проблему зайнятості об'єднаних територіальних громад;
- поповнення місцевого бюджету;
- розвитку об'єднаних територіальних громад;
- благоустрою сіл;
- відродження народних промислів;
- реставрації пам'яток архітектури;
- збереження та відновлення природного середовища;

Виконуючи ряд функцій економічного, соціально-культурного, політичного, рекреаційного, виховного та екологічного характеру, розвиток зеленого туризму є сферою реалізації ринкових механізмів, джерелом

поповнення державного та місцевих бюджетів, що призведе до стимулювання розвитку об'єднаних територіальних громад і добробуту населення.

Територіальні громади села, селища, міста безпосередньо або через утворені ними органи місцевого самоврядування управляють майном, що є в комунальній власності; затверджують програми соціально-економічного та культурного розвитку і контролюють їх виконання; затверджують бюджети відповідних адміністративно-територіальних одиниць і контролюють їх виконання; встановлюють місцеві податки і збори відповідно до закону; забезпечують проведення місцевих референдумів та реалізацію їх результатів; утворюють, реорганізують та ліквідовують комунальні підприємства, організації і установи, а також здійснюють контроль за їх діяльністю; вирішують інші питання місцевого значення, віднесені законом до їхньої компетенції.

Обласні та районні ради затверджують програми соціально-економічного та культурного розвитку відповідних областей і районів та контролюють їх виконання; затверджують районні і обласні бюджети, які формуються з коштів державного бюджету для їх відповідного розподілу між територіальними громадами або для виконання спільних проектів та з коштів, залучених на договірних засадах з місцевих бюджетів для реалізації спільних соціально-економічних і культурних програм, та контролюють їх виконання; вирішують інші питання, віднесені законом до їхньої компетенції.

Підвищення розвитку зеленого туризму призведе до зростання рівня життя населення, створення нових робочих місць, сприяння розвитку інфраструктури сільської території, відродження культурних традицій та підвищення соціально-економічного розвитку об'єднаних територіальних громад. Сучасне місце об'єднаних територіальних громад в цьому процесі не спроможне забезпечити розвиток зеленого туризму з максимальною ефективністю. Необхідно удосконалити нормативно-правове забезпечення розвитку зеленого туризму шляхом посилення державних гарантій здійснення об'єднаними територіальними громадами своїх функцій щодо розвитку зеленого туризму, впровадження на місцевому рівні нової концепції місцевої



економіки як ефективного напрямку співробітництва територіальної громади з владою; підвищення відповідальності об'єднаних територіальних громад перед мешканцями територіальних утворень і тим самим підвищити вплив імідж-менеджменту територій територій сільської території.

Розглядаючи питання впливу імідж-менеджменту територій на розвиток зеленого туризму необхідно розпочати з визначення термінів «імідж». Зауважимо, що розвиток зеленого туризму відносно нова для держави сфера діяльності на відміну від традиційних галузей, де історично склалися певні форми і принципи діяльності.

Імідж України на початку XXI століття стає важливим ресурсом економіки країни, оскільки образ території, її місце у вітчизняному та іноземному суспільно-політичному житті суспільства є важливим конкурентним ресурсом для налагодження партнерських відносин. Привабливий образ стає передумовою підвищення соціально-економічного розвитку держави, підвищення рівня життя населення. На думку українських науковців Кирилюка Ф.М., Обушного М.І., Хилька М.І. «слово «імідж» – image з англійської мови перекладається як «образ»; imago з латинської як «зображення», «відображення», «видимість», що пов'язане з латинським словом imitare – «імітувати» [79, с. 643]. Якщо слово «імідж» використовується для характеристики певної особи, то перш за все говорять не тільки про візуальний образ, а й спосіб мислення та вчинки цієї людини.

Першочергово поняття «імідж» використовувалося в якості терміну естетики та мистецтвознавства. В подальшому воно досліджувалося багатьма науковцями та використовувалося у політології, соціології, економіці, психології, філософії.

Згідно великого тлумачного словника «імідж – рекламний, представницький образ кого-, чого-небудь, що створюється для населення» [26, с.396]. Поняття «образ» трактується дослідниками з різних ракурсів: по-перше, як вид, вигляд; по-друге, як уявлення, думка; по-третє, як тип, характер; по-четверте, як порядок. Аналогом слова «імідж» в українській мові є «думка». Ось як воно тлумачиться:

- 1) те, що з'явилося в результаті міркування;
- 2) відображення об'єктивної дійсності в поняттях, судженнях, висновках;
- 3) те, чим заповнена свідомість;
- 4) система переконань, поглядів, уявлень.

Поняття «імідж» також можна використовувати для характеристики певної галузі або країни. Імідж країни створюють люди, тобто який імідж території, в якій проживають люди, такий імідж і українців, які представляють Україну на міжнародній арені. Імідж держави залежить від особистого іміджу людей, які є її лідерами, а отже і політичний імідж держави.

Як зазначає Данильчук Л.А., «імідж формується на основі отриманої «іміджоформуючої» інформації, яку ділять на пряму та опосередковану. Опосередковані дані люди отримують через посередників. Сюди відносять: чутки, плітки, інформацію, отриману через посередників. Пряма інформація – це така інформація, яку людина отримує безпосередньо контактуючи з об'єктом» [31, с.8].

Імідж території залежить від сукупності емоційних і раціональних уявлень, які випливають із зіставлення всіх ознак країни, власного досвіду, іміджу органів державної влади, що впливають на створення певного образу. Імідж території за визначенням Дж. Ф. Джоунса є набором асоціацій та отриманої інформації, яка пов'язана з певним місцем [36, с.345]. А. Старостіна дала більш загальне визначення цього явища як «образу, що виникає у суб'єктів сприйняття бренду країни на рівні споживчого сприйняття, суб'єктів підприємницької діяльності, органів державної влади та сприйняття на рівні наднаціональних інститутів як наслідок усвідомлення її ключових компетенцій, сформованих під впливом системи факторів ринкового середовища, і формує їх ставлення до країни як негативне, нейтральне чи позитивне» [154, с.63].

Аналізуючи вищезазначене, впроваджуємо поняття «імідж-менеджменту територій», що полягає в обґрунтуванні факторів зовнішнього та внутрішнього середовища, що впливають на результативність розвитку сільського зеленого туризму та реалізацію основних принципів, структури впливу на розвиток зеленого туризму з метою створення умов для розвитку об'єднаних

територіальних громад в межах визначених напрямів державної політики у розвитку зеленого туризму.

Виділяють два види впливу імідж-менеджменту територій на розвиток зеленого туризму, а саме: позитивний та негативний. Позитивний – який заслуговує схвалення; який дає бажані, потрібні результати; який ґрунтується на досвіді, фактах; який підтверджує наявність сподіваного, передбачуваного, відповідає очікуваному; очікуваний, сподіваний, передбачуваний [115, с.756]. Негативний – поганий щодо властивостей, якостей, призначення і т. ін.; який не викликає схвалення, а заслуговує на осуд; який не виражає схвалення чи позитивного ставлення до кого-, чого-небудь, несприятливий; те, що не викликає схвалення, а заслуговує на осуд [115, с.756]. При чому протилежних образів держави, сформованих у свідомості представників різних країн, існувати не може, тобто не може існувати виключно негативного чи позитивного іміджу держави. Це відбувається через те, що кожна людина формує власний образ на основі певної інформації і він може відрізнитися від загальноприйнятого.

Таким чином, прослідковується вплив об'єднаних територіальних громад на розвиток зеленого туризму. Створення у процесі децентралізації об'єднаних територіальних громад сприяє прискоренню становлення дієвого місцевого самоврядування в Україні, що дозволить забезпечити належне місце об'єднаних територіальних громад у впливі на розвиток сільського зеленого туризму. У той же час останнє обумовлює визначення організаційно-економічних механізмів її реалізації, що потребує подальшого вивчення.

### 1.3. Основні механізми державного регулювання розвитку зеленого туризму

На сьогоднішній день невід'ємною складовою всього туристичного бізнесу України є розвиток зеленого туризму, що дає змогу вирішити питання стабілізації екологічної ситуації в Україні, забезпечення належного рівня і якості життя сільського населення, соціально-економічний розвиток сільських територій. Результативність розвитку зеленого туризму залежить від розподілу повноважень і відповідальності між органами влади і управління. Оскільки ефективно державне управління здійснюється лише за наявності досконалих механізмів державного регулювання, то виникає необхідність розробити комплекс механізмів щодо підвищення ефективності державного регулювання розвитком зеленого туризму, що розглядається як «процес впливу суб'єкта на об'єкт» та їх взаємодію. Для виконання органами державної влади своїх функцій і завдань можна використовувати різноманітні засоби, важелі та інструменти державної політики у розвитку зеленого туризму.

Питання класифікації механізмів державного регулювання слід розглядати із визначення терміну «механізм», що застосовується в багатьох науках і трактується в кількох значеннях. Згідно із словником іншомовних слів механізм – це «внутрішня будова, система чогось, устрій» [150].

Слід звернути увагу на словник–довідник за редакцією В.М.Князева та В.Д. Бакуменка, де механізми державного регулювання визначаються, як «практичні заходи, засоби, важелі, стимули, за допомогою яких органи державної влади впливають на суспільство, виробництво, будь-яку соціальну систему з метою досягнення поставлених цілей» [32, с. 116]. Зокрема, Г.С. Одінцева вважає, що «механізм управління – це засіб розв'язання суперечностей явища або процесу, послідовна реалізація дій, які базуються на основоположних принципах, цільовій орієнтації, функціональній діяльності з використанням відповідних їй методів управління та спрямовані на досягнення визначеної мети» [33, с.12]. У той же час О.Ю.Амосов зазначає, що «на

регіональному рівні механізм регулювання – це сукупність форм і методів впливу територіальних органів виконавчої влади та місцевого самоврядування на реформування та функціонування економічних суб'єктів у всіх сегментах і ланках господарства району» [5, с.13]. Словник-довідник з державного управління містить схему «реального механізму державного управління», яку подано в такому вигляді «цілі-рішення-впливи-дії-результати»[32, с. 116], що являє собою процес управління будь-якою сферою, в тому числі і розвитком зеленого туризму. Наприклад, таку послідовність у розвитку сільського зеленого туризму можна подати таким чином:

- ставляться цілі розвитку зеленого туризму та аналізуються шляхи їх досягнення;
- приймаються відповідні рішення, які втілюються в механізмах державного регулювання;
- конкретні механізми державного регулювання здійснюють на розвиток зеленого туризму, який спонукає здійснення конкретних дій, які дають позитивний результат.

Ця послідовність доводить, що використані механізми державного регулювання є одним із засобів впливу на розвиток зеленого туризму. Втім механізми державного регулювання включають в себе не тільки вплив, а й механізм взаємодії органів державної влади у розвитку зеленого туризму.

Виникає необхідність розглянути державне регулювання з позиції впливу на зовнішні і внутрішні фактори у розвитку зеленого туризму та їх взаємодію, що проявляється у використанні світових технологій у розвитку зеленого туризму, залученні кваліфікованих фахівців, організації виконання поставлених завдань та правильному прийнятті рішень, налагодженні взаємодії з профспілками, що впливає на створення сприятливих умов для роботи працівників, вплив на розвиток науково-технічного прогресу за рахунок застосування новітніх технологій тощо. Виходячи з цього, можна стверджувати, що вплив на розвиток зеленого туризму потрібно розглядати з позиції державного управління і, враховуючи необхідність цього впливу, розробляти механізми державного регулювання.

У словнику–довіднику за редакцією В.М. Князева та В.Д. Бакуменка «згідно з характером факторів впливу виокремлюють політичні, економічні, соціальні, організаційні та правові механізми» [32, с.117]. В залежності від факторів, на які здійснюється вплив виокремлюються методи впливу, які визначають механізми державного регулювання. Разом з тим, на думку В.М. Князева , В.Д. Бакуменка, метод управління трактується «як засіб, як спосіб, як характер дії і визначається як спосіб впливу на об'єкт, що управляється з метою досягнення поставлених цілей» [32, с. 112]. Досить близьку позицію демонструє науковець О.Ковалюк «механізм управління – це система форм, методів, важелів, інструментів, які використовуються в діяльності держави» [83]. Цікаву думку щодо механізмів управління висловлює український вчений В. Малиновський, який підкреслює, що «механізм управління – сукупність засобів організації управлінських процесів та способів впливу на розвиток керованих об'єктів із використанням відповідних методів управління, спрямованих на реалізацію цілей державного управління» [104, с.214].

Більш конкретним можна вважати визначення науковця О.Коротич, а саме «механізм управління» – «це певне знаряддя для здійснення цілеспрямованих перетворень, сукупність способів, методів, важелів, через які суб'єкт управління впливає на об'єкт управління для досягнення певної мети. Кожний конкретний механізм управління – це сукупність взаємопов'язаних методів управління» [87, с. 27]. Отже, багато аргументів на користь того, що кожний механізм державного регулювання можна вважати як сукупність взаємопов'язаних методів управління і тому розрізняють економічні, соціально-психологічні, організаційні та розпорядчо–правові механізми. Іншу класифікацію подають у словнику–довіднику за редакцією В.М. Князева та В.Д. Бакуменка, де автори виділяють «морально–етичні, соціально-політичні, економічні та адміністративні» і зазначають, що «в них містяться механізми встановлення взаємовідносин між суб'єктом та об'єктом державного управління» [32, 112].

Як зазначає Г.Астапова, механізм управління – «це система елементів організаційно-економічного впливу на процес управління» [10, с.279.]. Зокрема С.С.Кравцов вважає, що «механізм державного регулювання – це спосіб дій суб'єкта регулювання, який ґрунтується на базових принципах і функціях, забезпечуючи за допомогою певних форм, методів і засобів ефективне функціонування системи державного регулювання для досягнення поставленої мети та розв'язування протиріч» [93, с.25].

О. Федорчак наводить двадцять три визначення механізму державного управління і робить висновок про те, що усі наявні механізми управління можна поділити на три типи: механізми-знаряддя (інструменти), механізми-системи (набір взаємопов'язаних елементів) та механізми-процеси (послідовність певних перетворень) [164]. Він виділяє механізми державного управління за функціональним призначенням: економічний, мотиваційний, організаційний, політичний та правовий механізми. О.Б. Коротич пропонує класифікацію механізмів державного управління залежно від суб'єктів управління. Відповідно до цієї ознаки, в Україні механізми державного управління поділяються на такі, які здійснюються органами управління:

- вищого рівня (ВРУ, Президентом, КМУ);
- обласного рівня (обласними радами, обласними державними адміністраціями);
- районного рівня (районними радами, районними державними адміністраціями);
- місцевого рівня (міськими, селищними, сільськими радами) [87, с. 29].

Механізми державного регулювання розвитку зеленого туризму можуть бути правові, економічні, організаційні, інформаційно–комунікативні. Дані механізми використовують власні методи, засоби та інструменти, важелі впливу на розвиток зеленого туризму.

Механізми державного регулювання розвитку зеленого туризму передбачають спосіб досягнення поставленого завдання у визначені терміни через вплив суб'єкта (переважно держави в особі її органів – державне регулювання) на визначений об'єкт (розвиток зеленого туризму). Державне

регулювання розвитку зеленого туризму реалізується шляхом економічного, правового та адміністративного впливу через нормативні акти, державні стандарти; державні норми, державні програми та плани тощо.

Підсумовуючи все вищесказане, можна визначити механізм державного регулювання як систему, яка має структуру, методи, важелі, інструменти впливу на об'єкт управління, призначена для досягнення поставлених цілей, ефективного функціонування і розв'язування протиріч.

Основними методами державного регулювання розвитком зеленого туризму є:

- правові – закони та підзаконні акти, що регулюють туристичну діяльність;
- адміністративні – накази, розпорядження виконавчих органів та посадових осіб, які дозволяють, забороняють, обмежують чи нормують розвиток зеленого туризму;
- організаційні – передбачають організацію діяльності суб'єктів державного регулювання шляхом створення державою умов розвитку сільського зеленого туризму;
- економічні – передбачають організацію оподаткування суб'єктів державного регулювання;
- психологічні – базуються на відкритості інформації про доступ до користування об'єктами зеленого туризму.

Саме методи впливають на розвиток механізмів державного регулювання розвитку зеленого туризму.

Аналіз наукової літератури доводить, що методи розвитку зеленого туризму реалізуються через засоби та інструменти державного регулювання, тобто через способи державно-управлінського впливу. Засіб – це конкретний спосіб дії, який є невід'ємною складовою реалізації розвитку зеленого туризму, а інструмент є комплексним знаряддям для досягнення поставленої мети, який може впливати на розвиток сільського зеленого туризму лише опосередковано і має першочергове значення, насамперед для органів державної влади.

Важелі – форми впливу держави на розвиток зеленого туризму. Серед



важливим особливе місце займають податки і збори, за допомогою яких держава отримує кошти та впливає на розвиток зеленого туризму. Для зацікавлення суб'єктів розвитку зеленого туризму в досягненні певних результатів використовуються стимули, зокрема фінансові. До них належать заохочувальні фонди, бюджетне фінансування ефективних напрямів розвитку, спеціальні фінансові пільги.

Зазначимо, що в науковій літературі з державного управління існують різні підходи щодо класифікації механізмів державного регулювання. Залежно від сфери управління механізми державного регулювання мають специфічні особливості. Виходячи з вищенаведеного, можна зосередити увагу на класифікації механізмів державного регулювання розвитком зеленого туризму.

Класифікація включає поділ механізмів державного регулювання розвитком зеленого туризму за суб'єктом управління, за функціональним призначенням та за напрямком діяльності.

Механізм покращення соціальної інфраструктури передбачає удосконалення транспортної інфраструктури, туристичних організацій, які здійснюють організаційно-правове та кадрово-наукове забезпечення розвитку зеленого туризму, підприємств, що займаються виробництвом та реалізацією товарів туристичного попиту.

Механізми надання туристичних послуг передбачають надання послуг громадянам з метою відпочинку в сільській місцевості, ознайомлення з традиціями, звичаями населення, вживання екопродуктів тощо.

Механізми управління конкурентоспроможністю пов'язані з використанням методів забезпечення конкурентних переваг на ринку, пропозиції особливого роду товарів, послуг тощо.

Механізми обігу коштів і інформації передбачає обмін, як засіб задоволення потреб населення в розвитку зеленого туризму, який здійснюється у товарно-грошовій та інформаційній формі. Видом обміну є переміщення туристів до місця перебування, їх волевиявлення до співпраці в сільській місцевості.

Таким чином, основними складовими механізмів державного регулювання розвитку зеленого туризму є планування та розвиток туризму, що на державному рівні характеризується наявністю відповідної інформації, впровадженню сучасних технологій, інфраструктури, культури, природних ресурсів тощо. Розвиток зеленого туризму складається з майнових, адміністративних, трудових, фінансових та інших відносин між споживачами і надавачами послуг та їх регулювання, що характеризується створенням умов, що давали можливість для ефективного розвитку зеленого туризму. Характер державного регулювання у розвитку зеленого туризму в Україні визначається Конституцією України [85], у якій закріплено право населення на відпочинок, що забезпечує тривалий робочий день, обов'язкове надання щотижневого відпочинку та щорічної відпустки; право власників агросадіб на працю (ст.43) і на власність (ст.14), створює умови здійснення права на працю. З огляду на вищесказане, в Україні існують певні конституційні засади розвитку зеленого туризму, але вони не передбачають конкретних засобів правового регулювання. З цієї причини розробляються нормативно-правові документи, що регулюють розвиток зеленого туризму. Концепція Державної цільової програми розвитку туризму та курортів на період до 2022 року [86] тощо. Без сумніву, державне регулювання розвитку зеленого туризму здійснюється Верховною Радою України, Кабінетом міністрів України, центральним органом виконавчої влади з питань туризму, та міністерствами, які опосередковано впливають на його розвиток, а саме: Міністерство аграрної політики та продовольства України, Міністерство екології та природних ресурсів України, Міністерство економічного розвитку і торгівлі України, Міністерство закордонних справ України, Міністерство інфраструктури України, Міністерство культури України, Міністерство освіти і науки України, Міністерство охорони здоров'я України, Міністерство регіонального розвитку, будівництва та житлово-комунального господарства України, Міністерство соціальної політики України, Міністерство фінансів України, Міністерство інформаційної політики України. Регулювання розвитку сільського зеленого туризму на місцевому рівні здійснюється місцевими державними адміністраціями, органами місцевого

самоврядування, а саме: системами рад: обласних, районних, селищних, сільських, також іншими органами в межах її повноважень.

Органи місцевого самоврядування, в межах своїх повноважень, вирішують питання з розвитку зеленого туризму таким чином:

- при розробці проектів місцевих програм включають програми розвитку зеленого туризму;
- створюють на місцях сприятливі умови для заохочення місцевого населення до роботи в розвитку зеленого туризму;
- вживають заходи з розвитку соціальної інфраструктури й благоустрою сіл з метою підвищення їх туристичної привабливості, надають послуги в сфері зеленого туризму;
- співпрацюють з органами державної влади у вирішенні питань розвитку зеленого туризму;
- вирішують на місцях питання розвитку зеленого туризму відповідно до законодавства України.

Зупинімося докладніше на публічному регулюванні розвитком зеленого туризму відповідно до програм розвитку, які розглядають туризм як вплив з боку держави та її органів, яким державою делеговані відповідні повноваження щодо розвитку зеленого туризму, організації відпочинку та вільного часу сільського населення, підготовки кадрів у розвитку зеленого туризму тощо. Як стверджує український науковець Ю.В. Алексєєва, «необхідність розвитку сільського зеленого туризму в Україні визначається такими факторами:

- зростаючим попитом мешканців українських міст та іноземців на відпочинок у сільській місцевості;
- унікальною історико–етнографічною спадщиною українських сіл;
- багатими рекреаційними ресурсами;
- екологічною чистотою сільської місцевості;
- відносно вільним сільським житловим фондом для прийому туристів;
- наявністю вільних трудових ресурсів для обслуговування туристів;
- традиційною гостинністю господарів та доступною ціною за відпочинок;

– можливістю надання комплексу додаткових послуг з екскурсій, риболовлі, збирання ягід і грибів, катання на конях тощо [2, с.183].

Програми розвитку зеленого туризму є частинами державних, регіональних, місцевих та інших програм розвитку туризму, які затверджують сільські, селищні ради, об'єднані територіальні громади. До їх повноважень входить визначати кошти місцевих бюджетів, вживати заходів для стимулювання об'єктів господарювання, які здійснюють діяльність з надання туристичних послуг, заохочення селян до розвитку зеленого туризму, екологічного виховання населення, створення нових робочих міст та збільшення надходжень до бюджетів, розвиток соціальної інфраструктури і благоустрою сіл, забезпечення конституційних прав громадян на відпочинок, забезпечення безпеки громадян при здійсненні туристичних подорожей з зеленого туризму тощо.

Отже, класифікація механізмів державного регулювання розвитком зеленого туризму визначається через гілки законодавчої та виконавчої влади. Особлива увага приділяється регулюванню туристичної діяльності в сільській місцевості в кожній з гілок влади. На сьогоднішній день, існують різні організаційні системи управління зеленим туризмом – від міністерств до сільських, селищних рад, адміністрацій, прямо підлеглих урядові. За повідомленням українського вченого Галасюка С.С., «деякі країни світу здійснюють керування туристичною діяльністю тільки на рівні регіональних органів державної влади, інші – не мають державних важелів регулювання сферою туризму взагалі. [28].

Згідно Концепції Державної цільової програми розвитку туризму та курортів на період до 2022 року процес державного регулювання сфери зеленого туризму потребує здійснення комплексу організаційних, економічних, фінансових, управлінських та інших заходів як складових ефективною реалізації державної політики розвиток зеленого туризму є одним з пріоритетних напрямків соціально–економічного розвитку держави, що визначається державним регулювання, формуванням і здійсненням реалізації державної політики, спрямованої на його розвиток [86].

На сьогоднішній розвиток зеленого туризму дає змогу вирішити питання стабілізації екологічної ситуації в країні, забезпечення належного рівня і якості життя сільського населення, соціально-економічний розвиток сільських територій, стимулює розвиток соціальної інфраструктури на селі тощо. Результативність розвитку зеленого туризму залежить від розподілу повноважень і відповідальності між органами державної влади. Тому для ефективного державного управління доцільно розробити класифікацію механізмів державного регулювання загалом і розвитку зеленого туризму зокрема. Таким чином, на основі вивченого можна стверджувати, що для виконання органами державної влади своїх функцій і завдань можна використовувати різноманітні засоби, важелі та інструменти державної політики у розвитку зеленого туризму.

Таким чином, проблема класифікації механізмів державного регулювання є актуальною та потребує подальшого вивчення, оскільки розвиток зеленого туризму залежить від різноманітних методів, засобів, інструментів і важелів державного регулювання.

В наступних розділах ми розглянемо порівняльний аналіз зарубіжного та українського досвіду державного регулювання розвитку зеленого туризму, проаналізуємо взаємодію органів державної влади у розвитку зеленого туризму, спробуємо виявити проблемні аспекти, що функціонують на сучасному етапі в Україні в розвитку зеленого туризму.

### **Висновки до першого розділу**

1. Проведене в даному розділі вивчення теоретичних засад механізмів державного регулювання розвитку зеленого туризму дозволило, завдяки категоріальному аналізу, а саме: “зелений туризм”, “об’єднана територіальна громада”, “органи державної влади”, “механізм”, “механізми державного регулювання”.

2. Проведений аналіз дозволяє стверджувати, що зелений туризм в розвитку суспільства потрібно розглядати як сферу різноманітних послуг і як

вид підприємницької діяльності в сільській місцевості. Враховуючи думки науковців, можна стверджувати, що для забезпечення розвитку сільських територій варто активізувати значення органів місцевої влади у підтримці цілей зеленого туризму. Саме органи місцевої влади можуть удосконалити напрацьовані на сьогодні стратегії розвитку зеленого туризму, вимагати чіткого планування на рівні окремих сільських громад, адже кожний місцевий керівник повинен розуміти цінне значення розвитку зеленого туризму як для села, так і для туристів.

3. Опрацювання довідкової літератури, наукових праць дозволило визначити поняття «сільська територія». На основі узагальнюючих підходів можна виділити управлінський підхід і дати наступне визначення поняттю «сільська територія», а саме: сільська територія – це історично сформована складна і багатофункціональна система, що поєднує природну, економічну, господарську, соціальну та управлінську складові, знаходиться під впливом органів місцевої влади і має на меті підвищення рівня життя сільського населення.

4. Проведене дослідження свідчить про вплив об'єднаних територіальних громад в розвитку зеленого туризму. Підвищення розвитку зеленого туризму призведе до зростання рівня життя населення, створення нових робочих місць, сприяння розвитку інфраструктури сільської території, відродження культурних традицій та підвищення соціально–економічного розвитку об'єднаних територіальних громад. Сучасне місце об'єднаних територіальних громад в цьому процесі не спроможне забезпечити розвиток зеленого туризму з максимальною ефективністю. Необхідно удосконалити нормативно–правове забезпечення розвитку зеленого туризму шляхом посилення державних гарантій здійснення об'єднаними територіальними громадами своїх функцій щодо розвитку зеленого туризму, впровадження на місцевому рівні нової концепції місцевої економіки як ефективного напрямку співробітництва територіальної громади з владою; підвищення відповідальності об'єднаних територіальних громад перед мешканцями територіальних утворень тощо.

5. Аналіз публікацій науковців дозволив уточнити склад механізму

державного регулювання, до якого належать методи, засоби та інструменти (способи), важелі. Узагальнення цих наукових підходів дозволили представити класифікацію механізмів державного регулювання розвитку сільського зеленого туризму. Класифікація включає поділ механізмів державного регулювання розвитку сільського зеленого туризму за суб'єктом управління, за функціональним призначенням та за напрямком діяльності.

Аналіз механізмів державного регулювання за напрямком діяльності дозволив їх класифікувати наступним чином: механізми розвитку інфраструктури, механізми надання туристичних послуг, управління конкурентоспроможністю, механізми комунікації.

## **КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО РЕГІОНУ І МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ЕКОЛОГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В ТУРИЗМІ**

### **2.1. Вплив туризму і рекреації на регіональний розвиток і роль пам'яток в формуванні туристично-рекреаційної спеціалізації регіону**

Бурхливе зростання туризму викликало зацікавленість до проблеми вимірювання впливу туризму на економічний розвиток країн і регіонів. Швидке зростання прибутків від туризму залучає інвесторів не тільки в сферу виробництва регіонального туристичного продукту, але і в область економічного аналізу, який безпосередньо обслуговує дану сферу економіки. Масштаби витрат потребували серйозного економічного обґрунтування, що сприяло виділенню методології вимірювання туристських впливів в окремий напрям економічного аналізу, і створення спеціальних баз статистичних даних.

В даний час економіко-статистична оцінка туристських впливів ведеться в трьох основних напрямках:

- оцінка економічного впливу;
- оцінка соціального впливу і взаємодій туристів і місцевого населення;
- оцінка впливу на навколишнє середовище туризму.

Найбільш дослідженим є перший напрямок, хоча соціальний та екологічний вплив туризму на сталий розвиток туристських територій також є надзвичайно важливим.

Як відзначають дослідники, коли туристський сектор розширює обсяги продажів або збільшує число послуг, економіка регіону отримує додаткові доходи.

Велике значення для визначення ступеня впливу туризму на розвиток території має аналіз туристських витрат. Він дозволяє оцінити можливості дестинації з точки зору доходу за рахунок різних складових туристичного



продукту, визначити основні недоліки в області формування доходу від туристичної діяльності та розкрити наявні резерви, зосереджуючись на найбільш перспективних напрямках. Найбільш об'єктивним і найкращим методом дослідження туристських витрат є анкетування, в результаті якого можна виявити, скільки туристи витратили грошей за час свого перебування в регіоні за визначеними напрямками туристських витрат. За підсумками анкетування необхідно скласти зведену таблицю за чітко визначеними статтями витрат.

Подібний метод дозволить оцінити окремі статті витрат, співвіднести їх з загальними витратами і зробити висновок про необхідність розвитку тих чи інших секторів індустрії туризму в регіоні.

Одним з варіантів простої казуальної методології (від лат. *Casus* - випадок) є оцінка сумарного економічного значення туризму для економіки країни, території або туристського центру з використанням мультиплікаторів туризму. Мультиплікативний ефект (*tourism multiplier or multiplier effect*) - опосередкований ефект впливу на економіку від туристської діяльності. Вперше коефіцієнт - мультиплікатор, що відображає ефект зворотного зв'язку в результаті зміни економічної змінної, ввів відомий економіст Дж. М. Ітейнс [38].

Сумарний вплив надходжень від туризму з урахуванням мультиплікативного ефекту має використовуватися в якості базового показника при оцінці ступеня впливу туризму на територіальний туристично-рекреаційний комплекс.

Розгортанню наукових досліджень в області пошуків показника, що відображає кінцевий результат, показує, який побічний ефект у вигляді непрямих доходів і стимулювання витрат має місце при даних рівнях генерованих туристських надходжень, сприяли роботи Дж.Арчера (1977) і Д. Флетчер (1990). Останнім часом інтерес до даної проблеми збільшується, зростає число наукових публікацій (наприклад, роботи Р. Nijkamp, 2000; S. Dobson, 1997). Ця проблема активно досліджується і вітчизняними вченими, однак вчені і фахівці-практики поки що не виробили єдину позицію в цьому

питанні. На думку більшості фахівців, туристський мультиплікатор повинен відображати те, що на додаток до обсягу прямих туристських витрат (придбання турпродуктів) туризм генерує в тій чи іншій туристській території додатковий обсяг вторинних витрат, підвищуючи таким чином початкові доходи. Фактично, це явище стало підставою для пошуку шляхів встановлення мультиплікаторів для туризму [38].

Робота по дослідженню і формуванню мультиплікаторів в туризмі представляє великий теоретичний і практичний інтерес, проте, застосовуючи мультиплікатори як конкретний інструментарій, слід взяти до уваги наступні міркування:

- мультиплікатори переважно досліджуються з метою вимірювання загального впливу туризму в тій чи іншій країні, території, туристському центрі, особливо в періоди, пов'язані з проведенням спеціальних заходів, а не в якості особливої методики для оцінки постійної діяльності. За допомогою мультиплікаторів неможливо виміряти результати постійного впливу маркетингу і реклами на поточну туристську діяльність;

- не існує уніфікованої методики встановлення мультиплікаторів туризму для різних туристських територій та туристичних центрів. У свою чергу, туристичні центри розходяться в оцінках того, наскільки помножені на мультиплікатор надходження від туризму, перевищують туристські доходи, генеровані безпосередньо, і таким чином, не мають єдності в тому, що стосується значення мультиплікатора і індексу, які повинні враховуватися при оцінці загального обсягу туризму понад прямих витрат туристів;

- дослідження в області тематики мультиплікаторів вимагають серйозних витрат. Так, одне таке дослідження, проведене на початку 1990-х рр. в Великобританії національною радою з туризму (НТО), коштувало 100 тис. дол. і зайняло цілий рік;

- останнім часом змістився акцент з національних мультиплікаторів на допоміжні рахунки для туризму (ВСТ), проте його так само, як і мультиплікатори, можна вважати конкретним інструментом вимірювання ефективності маркетингу і реклами, що застосовується в практиці

функціонування і розвитку туристських територій.

Все вищевикладене підкреслює складність і неоднозначність проблеми виміру впливу туризму на функціонування регіонів, але в той же час не виключає застосування мультиплікаторів як досить ефективного інструментарію для формування прогнозів розвитку туристичного сектора економіки.

В результаті дослідження впливу туризму на регіональний розвиток необхідним є створення методів вимірювання відносини місцевого населення до розвитку туризму в середовищі їхнього постійного проживання. С. Ланкфорд, один з авторів шкали відносин до туризму, зазначив, що для того щоб економіка, заснована на туризмі, могла вижити, місцеві жителі повинні стати партнерами в цьому процесі; їх ставлення до туризму і розуміння рівня впливу на життя місцевої громади повинні послідовно оцінюватися. Для такої оцінки була розроблена спеціальна шкала TIAS (Tourism Impact Attitude Scale - шкала відношення до впливу туризму). На основі загального матеріалу була розроблена шкала коефіцієнтів, яка, на думку авторів, повинна дозволити більш об'єктивно оцінити численні статистичні результати, отримані в ході емпіричних досліджень.

Сформульовані, на підставі аналізу численних досліджень впливу туризму і рекреації на регіональний розвиток висновки, розкривають переваги, які приносить туризм, і проблеми, з якими стикаються туристичні та рекреаційні регіони (табл.1.1).

Таблиця 2.1. – Переваги і проблеми, пов'язані з розвитком туризму і рекреації

<p style="text-align: center;"><b>Переваги, пов'язані з розвитком туризму і рекреації</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>Проблеми, пов'язані з розвитком туризму і рекреації</b></p>
<p><i>соціально-економічного характеру:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- створення робочих місць, що сприяє прямій зайнятості, непрямій зайнятості,</li> <li>- ефект мультиплікації, виражений в зростанні доходів туристської території;</li> <li>- внесок в загальнодержавні доходи;</li> </ul> <p><i>соціокультурного характеру:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- підвищення життєвого рівня населення;</li> <li>- збереження культурного спадщини;</li> <li>- сприяння створенню та підтримки музеїв, збереження і фінансування культурноісторичних пам'ятників;</li> <li>- посилення почуття гордості місцевого населення за свою культуру;</li> <li>- забезпечення можливостей для міжкультурних обмінів.</li> </ul>	<p><i>соціокультурного характеру:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- велика антропогенне навантаження на території;</li> <li>- невдоволення жителів, якщо вони не відчують значних економічних вигод від розвитку туризму в тому випадку, якщо розвиток туризму підпорядковане чужим для населення інтересам;</li> <li>- культурна деградація території;</li> <li>- надмірна комерціалізація, що супроводжується втратою регіоном самобутності, звичаїв, традицій, народного фольклору, ремесел та інших культурних моделей;</li> <li>- посилення складних соціальних проблем, пов'язаних з наркоманією, алкоголізмом, проституцією; необхідність посилення заходів безпеки;</li> </ul> <p><i>екологічного характеру:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- забруднення навколишнього середовища (грунту, повітря, вод);</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- погіршення естетики ландшафтів;</li> <li>- проблеми з утилізацією відходів та побутового сміття;</li> <li>- порушення екології природних зон (парків, заповідників та інших природних об'єктів, що охороняються);</li> <li>- шкоди історичним і природним пам'яткам.</li> </ul>
--	--

Перераховані екологічні проблеми змусили світове співтовариство повному поглянути на взаємовідношення людини з навколишнім середовищем, що послужило основою для широкого застосування концепції сталого розвитку в області туризму. При формуванні стратегії розвитку туристично-рекреаційних регіонів необхідно спиратися на концепцію сталого розвитку, так як людство, будучи частиною живої природи, не зможе існувати без її ресурсів, що означає розумне використання і збереження природного ресурсної бази.

Туризм повинен розвиватися так, щоб сприяти розвитку місцевої економіки, раціонального і дбайливого використання природних ресурсів, приносити користь місцевому населенню через забезпечення стабільної зайнятості, розвиток місцевих ремесел і народних промислів. Головною зацікавленою стороною сталого розвитку туризму повинні виступити національні і регіональні органи державної влади та туристські організації. Саме держава через механізми управління та контролю має встановлювати межі та умови розвитку туризму.

В якості основних завдань, вирішення яких дозволить забезпечити сталий розвиток, в дисертаційній роботі можна виділити:

- заміну культури інтенсивного споживання, культурою розумного споживання;

- урівноваження економічних, екологічних і соціальних чинників розвитку;
- забезпечення балансу інтересів туристів і місцевого населення;
- справедливий розподіл доходів від туризму між усіма членами місцевої громади, включаючи всі верстви населення, в тому числі найбільш незахищені (діти, пенсіонери, інваліди та ін.).

Узагальнюючи вищевикладене, слід зазначити, що однією з нових рис сучасності є зростаючий інтерес людства до нескінченного різноманіття світу, в якому ми існуємо, з його потужним динамізмом сучасних процесів і унікальним величчю минулих епох.

Тільки туризм дозволяє сучасній людині наблизитися до розуміння картини світу в цілому. У новому постіндустріальному суспільстві, туризм спирається на велике історико-культурну спадщину, залишене попередніми поколіннями. Збереження цих цінностей - запорука виживання і стабільного розвитку всього людства.

Вперше термін *sustainable development* з'явився в 1980р. У документі «Всесвітня стратегія охорони навколишнього середовища» [170]. У ньому підкреслювалося, що сучасне суспільство надає занадто сильний тиск на екосфери планети, що веде до її деградації. Лише негайний перехід на шлях сталого розвитку дозволить задовольнити існуючі потреби людей, забезпечивши при цьому майбутнім поколінням таку ж можливість [32]. Всесвітній союз охорони природи в такий спосіб формулює концепцію сталого розвитку: «Стійким розвитком називається процес, в рамках якого розвиток відбувається без нанесення шкоди ресурсній базі і її виснаження, що й робить розвиток можливим. Це, як правило, досягається таким управлінням ресурсами, при якому вони поновлюються з тої ж швидкістю, з якою вони використовуються. При такому підході ресурси можуть бути використані як майбутнім, так і справжнім поколіннями» [143].

Сталий розвиток передбачає, що суспільство в своїй діяльності керується такими принципами: повага і турбота про життя у всіх її проявах; поліпшення якості життя людини; збереження життєздатності Землі і різноманітності

життя; скорочення використання невідновлюваних ресурсів; підтримання ємності екосистем; зміна (споживчих) відносин людини до навколишнього середовища; надання прав різним співтовариствам, піклування про їх усталене середовища існування; забезпечення (створення) регіональної структури для соціально-економічного розвитку при збереженні навколишнього середовища; збереження глобального союзу (для реалізації цих принципів у всіх країнах і регіонах світу).

Принципи відображають різні аспекти діяльності людини в напрямку такого розвитку, яке дійсно виявиться стійким.

В даний час людство має капітал з чотирьох основних складових: природного (природного), виробничого (матеріально-фінансового), людського, громадського (соціального). Очевидно, що умовою сталого розвитку є досягнення стійкості (незмінності на душу населення в довгостроковій перспективі) як усім загальним (сумарним) капіталом, так і кожним з видів капіталу в окремо.

Завдання інтегрування всіх видів капіталу поки знаходиться на початкових стадіях теоретичного рішення. Більш розвинений, хоча і обмежений, в дослідженнях взаємозв'язку між природним і матеріально-фінансовим капіталом: між екологією і економікою. З кожним роком йде зменшення природного капіталу. Дана ситуація призводить до того, що екологічні чинники вже обмежують економічний розвиток (наприклад, рибальство та добування морепродуктів обмежені не браком судів або інших технічних засобів, а ресурсами риби та інших морських організмів).

З приводу вирішення даної проблеми Н.Ф. Реймерс сформулював два правила з метою сприяння сталому розвитку регіону: 1) соціально-екологічної рівноваги (суспільство розвивається до тих пір поки зберігає рівновагу між своїм тиском на середу і відновленням цього середовища - природно-природним і штучним); 2) інтегрального ресурсу (конкуруючи в сфері використання конкретних природних ресурсів галузі господарства неминуче завдають шкоди один одному. Цей ефект залежить від ступеня впливу на спільний екологічний компонент або всю екосистему в цілому [110]).

У роботі сформульовані наступні види позитивного впливу туризму на сталий розвиток регіону:

- Сприяє вибору напрямків свого впливу на природну, культурну і соціальну сферу регіону;
- Забезпечує справедливий розподіл доходів і витрат, створює робочі місця безпосередньо в місцевому секторі туризму і суміжних з ним секторах;
- Стимулює підвищення ефективності роботи засобів розміщення, підприємств харчування, транспорту, об'єктів екскурсійного показу;
- Сприяє притоку в регіон іноземної валюти і забезпечує капіталовкладення в регіональну економіку, сприяє диверсифікації регіональної економіки, особливо в сільських районах, де зайнятість населення може носити сезонний і випадковий характер;
- Стимулює модернізацію регіональної інфраструктури транспорту, зв'язку та інших базових систем;
- Створює рекреаційні об'єкти, якими можуть користуватися місцеві жителі, а також внутрішні і міжнародні туристи, завдяки туризму фінансується робота по збереженню місцевих історико-архітектурних пам'яток;

Сталий розвиток туристичного регіону передбачає планування і управління розвитком території, які забезпечують захист природного середовища, поліпшення якості життя місцевого населення, забезпечення туристам умов перебування, відповідних високим міжнародним стандартам.

Шлях до сталого розвитку лежить через пошук оптимального поєднання всіх видів капіталу, якими володіє людство, і визначення природного капіталу як пріоритетного виду.

Прийнявши до уваги, що стійкий (безперервний, інтегрований, екологічний) розвиток - це такий сприятливий вид розвитку, при якому економічні, екологічні та соціальні цілі врівноважуються і інтегруються, а темп економічного зростання утримується на рівні, що не перевищує темп відтворення природних ресурсів, важливим є виділити параметри, що дозволяють визначити ступінь стійкості системи. Єдині критерії стійкості розвитку регіону



поки не розроблені, хоча спроби знайти один або кілька універсальних індикаторів робляться.

В даний час жоден регіон світу не використовує будь-які підходи оцінки стійкості розвитку. Тому показник фактичного сталого прибутку був би корисний при оцінці економічного стану окремих регіонів і країн.

Проте діяльність по досягненню сталого розвитку в світі ведеться за багатьма напрямками, основними серед яких є: зміна і лібералізація міжнародної торгівлі; демографічні проблеми; забезпечення більш глибокого проникнення екологічних технологій в усі сфери людської діяльності; розвиток науки як джерела створення ресурсозберігаючих технологій і ідей.

Для сталого розвитку туристичного регіону першорядне значення мають туристично-рекреаційні ресурси. Саме вони є основою успішного розвитку туристичного бізнесу. Туристично-рекреаційні ресурси визначаються як сукупність природних і штучно створених людиною об'єктів, готових для створення туристичного продукту. Туристично-рекреаційні ресурси визначають специфіку розвитку туризму в регіоні, є вихідним базисом для виробництва туристського продукту при плануванні пріоритетних напрямків інвестиційної політики територій.

В даний час фахівці [87; 91] виділяють наступні напрямки оцінки ресурсного потенціалу туристського регіону:

- кількісна оцінка ресурсів (ресурсний потенціал території не статичний, а знаходиться в постійній динаміці);
- оцінка структури потенціалу, ступеня використання приватних потенціалів;
- оцінка можливостей використання ресурсів;
- моніторинг туристських ресурсів, тобто оцінка реального стану ресурсу, динаміки і перспектив його розвитку.

Ресурсний потенціал регіону - це багатоаспектне поняття, що охоплює весь комплекс життєдіяльності суспільства. Відповідно і концепцією глобального гуманістичного підходу при його визначенні необхідно враховувати економічний, екологічний, і соціальний аспекти.

У монографії наведено аналіз можливих негативних і позитивних наслідків від розвитку туризму для окремо взятого туристського регіону (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Позитивна частина	Негативна частина
<b>Економічні наслідки</b>	
<p>Розширення участі в міжнародному поділі праці</p> <p>Використання регіональних, місцевих ресурсів</p> <p>Залучення іноземного капіталу</p> <p>Зростання місцевої ділової активності</p> <p>Структурні зрушення в національному виробництві товарів і послуг</p> <p>Підвищення чисельності зайнятих в виробництві</p> <p>Надходження податків в державний бюджет</p> <p>Зростання особистих доходів місцевого населення</p> <p>збалансованість регіональних диспропорцій</p> <p>Створення позитивного іміджу регіону</p>	<p>Витік валюти</p> <p>Зростання імпорту</p> <p>Відтік працівників з традиційних для даного регіону виробництв</p> <p>Сезонна зайнятість робочих</p> <p>інфляція</p> <p>В економіці регіону переважають міжнародні великі компанії які нав'язують свої «правила гри»</p> <p>Залежність від політичної ситуації, міжнародної економічної кон'юнктури, моди та інше</p> <p>Виникнення економічних криз і незбалансованості розвитку</p>
<b>Соціальні наслідки</b>	
<p>Знищення мовних, соціальних, класових,</p>	<p>Негативне ставлення місцевих жителів Створення стереотипів</p>

<p>релігійних бар'єрів</p> <p>Підвищення освітнього рівня місцевого населення</p> <p>Збереження творів мистецтва, культури і місцевих традицій</p> <p>Доступ до інформації</p>	<p>Ефект демонстрації (наслідування в споживанні)</p> <p>Комерціалізація культури, релігії, мистецтва</p> <p>Зростання соціальних проблем</p> <p>Зміна в суспільній структурі</p>
<b>Екологічні наслідки</b>	
<p>Створення національних парків і заповідників</p>	<p>Забруднення навколишнього середовища</p> <p>Деградація ландшафтів</p> <p>виведення сільськогосподарських земель з обороту</p>

Таблиця 2.2. - Економічні, соціальні та екологічні наслідки розвитку туризму

Стосовно туризму сталий розвиток регіону передбачає:

- екологічну стійкість, яка забезпечує сумісність розвитку з підтриманням базових екологічних процесів, біологічної різноманітності та біологічних ресурсів;
- соціальну і культурну стійкість, яка передбачає такий стан, при якому розвиток сумісно зі збереженням культурних цінностей і традицій так само зберігає і зміцнює місцеву самобутність;
- економічну стійкість, що забезпечує економічну ефективність розвитку і такий стан, при якому обраний метод управління ресурсами дає можливість їх використання майбутніми поколіннями.

В основі розвитку стійкого туризму в регіоні, забезпечення єдності туристів і працівників індустрії, сталого розвитку туристичного регіону лежить поняття пропускнуго потенціалу. Пропускний потенціал - це те максимальне навантаження, яке може витримати той чи інший туристичний об'єкт без серйозного збитку для місцевих ресурсів, негативного враження від поїздки і

виникнення соціально-економічних проблем у населення. Пропускний потенціал можна поділити на три основних види.

1. Екологічний пропускний потенціал - це той рівень відвідуваності, перевищення якого пов'язане з настанням неприйнятних екологічних наслідків або в результаті дій самих туристів, або як наслідок функціонування обслуговуючої інфраструктури.

2. Туристський соціальний пропускний потенціал - це той рівень, перевищення якого веде до погіршення вражень від поїздки в результаті надмірного напливу туристів.

3. Місцевий соціальний пропускний потенціал - це той рівень, перевищення якого призводить до негативних наслідків для місцевої культури і взаємовідносин місцевого населення з туристами.

Таким чином, пропускний потенціал обмежує рівень використання ресурсного потенціалу регіону. Туризм повинен розвиватися так, щоб приносити користь місцевим жителям, посилювати регіональну економіку, навчати і залучати місцеву робочу силу, раціонально використовувати наявні ресурси і будівельні матеріали, місцеві сільськогосподарські вироби, виходячи з особливостей туристського регіону.

Зацікавленою стороною такого розвитку повинні виступати органи управління державного і регіонального рівня. Саме вони здатні виступити в якості регулюючої сили, яка за допомогою законів і податків буде визначати умови розвитку туристичного регіону.

Концепція сталого розвитку особливо актуальна в умовах сучасної екологічної кризи. З розвитком туризму пов'язана зміна моделей природокористування, він сприяє охороні природи, історико-культурної спадщини, соціальному та економічному розвитку. Ці елементи утворюють системи і взаємно впливають один на одного. У роботі показані канали зв'язку туризму з стійким розвитком регіону (рис.2.1).

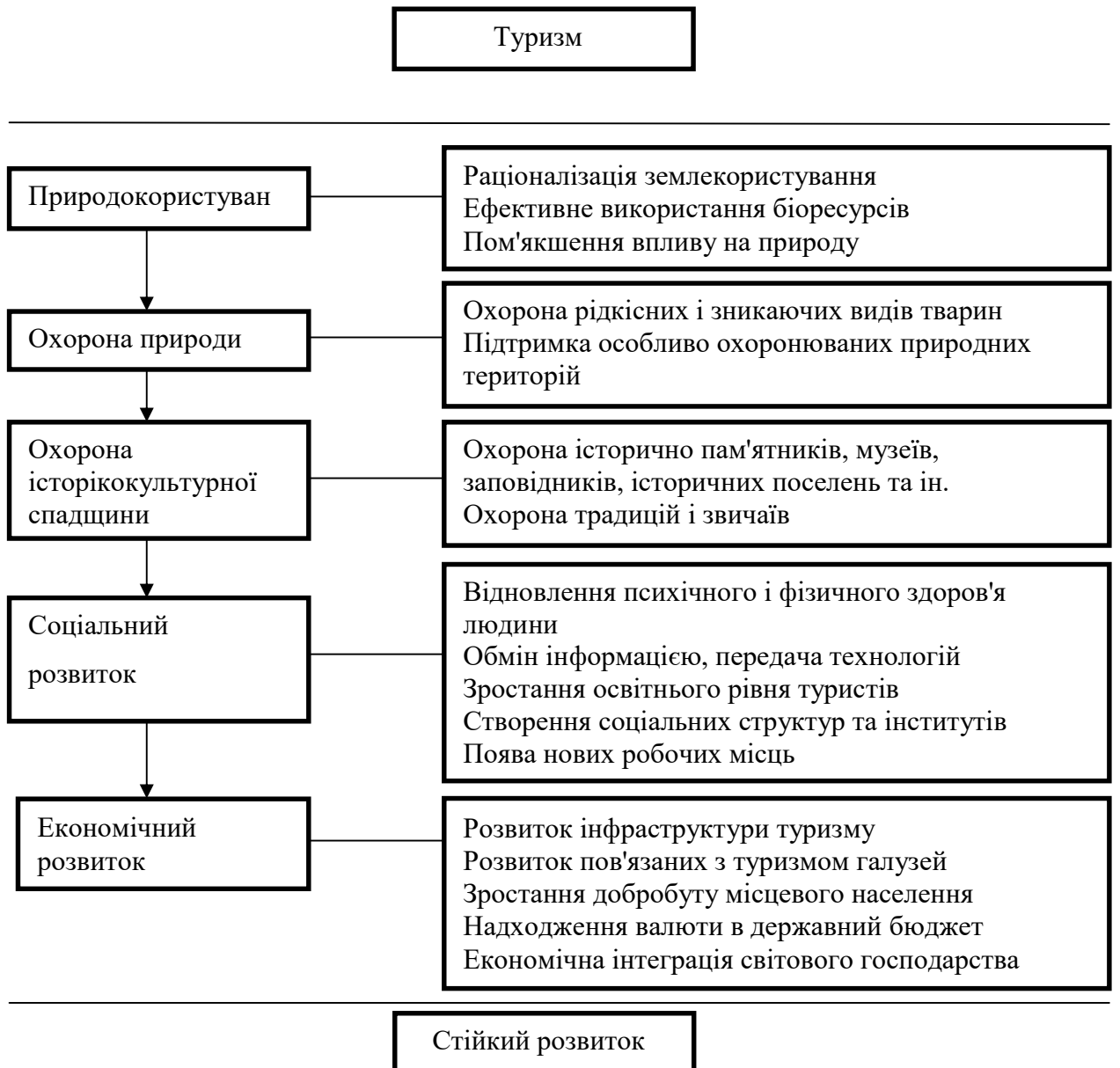


Рис. 2.1. Канали зв'язку туризму з стійким розвитком регіону

Для того щоб переорієнтувати туристський регіон на принципи сталого розвитку, необхідно використовувати стратегічне планування, що дозволяє ще в теорії передбачати можливі негативні наслідки його розвитку і відповідно уникнути їх. Це одне з важливих вимог до майбутнього сталого розвитку туристичної індустрії в регіоні. Туризм повинен включати національні сценарії територіального планування, особливо при розміщенні нових об'єктів інфраструктури туризму.

Для цілей сталого розвитку туристичного регіону слід найбільш ефективно використовувати такі інструменти, як оцінка впливу туризму на навколишнє середовище та системи екологічного менеджменту.

Ця робота передбачає розробку і застосування різних напрямків діяльності щодо зменшення забруднення, удосконалення сертифікації та маркування. Для переходу всіх туристичних регіонів на шлях сталого розвитку буде потрібно багато зусиль, але, як показує досвід розвитку екологічного туризму, стійкість є цілком досяжною (табл. 2.3).

Таблиця 2.3. - Напрямки досягнення сталого розвитку туристичного регіону

Тенденція сталого розвитку планування туризму	Направлена діяльність
Збереження і відтворення туристських ресурсів	Підтримка і субсидування туристських ресурсів регіону з метою їх подальшого відтворення.  Збереження структури природного підсистеми, задоволення життєвих, матеріальних і духовних потреб місцевих жителів
Екологічне планування туризму	Ретельний нагляд, аналіз і облік всіх елементів навколишнього середовища при визначенні найбільш доцільного типу і розміщення об'єктів в процесі забудови

Взаємодія і врахування інтересів місцевого населення	Залучення місцевої громади до процесу планування і розвитку. Розробка тих видів туризму, які приносять вигоду місцевій громаді
Якісний туризм	Забезпечення гарного співвідношення ціни і якості. Орієнтація регіону на туристів, що шанобливо ставляться до навколишнього середовища
Економічні і соціальні вигоди	Стабільна кількість капіталів всіх видів (Природного, матеріально-фінансового, людського, соціального) на душу населення

Успішний регіональний розвиток неможливий без широкого застосування маркетингового інструментарію і сучасних теорій поляризованого розвитку. Сучасний підхід до розвитку туристських територій базується на виділенні полюсів або точок економічної активності і зростання, в якості яких виступають пам'ятки і привабливі об'єкти показу. Ці об'єкти привертають підвищену увагу туристів і широких верств населення і створюють додаткові імпульси для прискореного соціально-економічного розвитку регіону.

У зв'язку з цим вважаємо за доцільне визначати роль пам'яток і визначних місць показу в формуванні туристично рекреаційної спеціалізації окремих регіонів. Для визначення ролі пам'яток в розвитку туристських районів доцільним використовувати метод експертних оцінок, що дозволяє оцінити групи визначних об'єктів з використанням шкали бальних оцінок.

Запропонований метод дозволяє підкреслити туристично-рекреаційну специфіку кожного району, виділити його туристський потенціал і можливості. Такий підхід дає можливість позначити особливості та перспективи формування і розвитку регіонального туристичного продукту, більш чітко

визначити цільові сегменти туристичного ринку, сконцентрувати зусилля регіональних туристських адміністрацій і туристських і санаторно-курортних підприємств на більш вигідних, плодоносних сегментах туристського ринку.

Отже, у вивченні впливу туризму і рекреації на регіональний розвиток і ролі пам'яток в формуванні туристично-рекреаційної спеціалізації регіону значну роль відіграють:

*Відвідуваність об'єктів показу*, яка визначається в результаті статистичних спостережень і вимірювань.

*Пропускна спроможність*, яка відображає максимальне навантаження, яке може витримати туристичний об'єкт без шкоди для самого об'єкта, негативного впливу на враження туристів і виникнення екологічних, економічних і соціальних проблем у місцевого населення.

*Якісні показники* - репутація, імідж, ступінь популярності, впізнаваність бренду. Подібні показники не можуть бути об'єктивно виміряні кількісно, зазвичай їх визначають з використанням соціологічних досліджень і застосування методу експертних оцінок і рейтингів. Однак ці показники відображають ступінь популярності пам'яток серед широких верств населення.

Визначення та аналіз цих показників необхідні для маркетингу пам'яток. Так своєчасний і комплексний аналіз дозволяє розробляти і застосовувати ефективні стратегії розвитку туристських територій, зокрема за рахунок розвитку найбільш популярних видів туризму - культурно пізнавального, екологічного, екскурсійного, ділового та інші.



## 2.2 Економічні та управлінські механізми взаємодії туристично-рекреаційної сфери з екологічним середовищем

Існує мало робіт, присвячених оцінці економічного ефекту від рекреації та екотуризму на особливих охоронюваних територіях. Американський дослідник Р.Філіон прийшов до висновку, що для визначення приблизних масштабів екотуризму можуть бути представлені наступні оцінки:

- екотуризм становить 40-60% від міжнародного туризму (в залежності від регіону);
- туризм, пов'язаний з дикою природою, становить приблизно 20-40% від міжнародного туризму (в залежності від регіону).

Таким чином, екотуризм є серйозним бізнесом. Міжнародний туризм становить всього 9% від загальної кількості туристів, тоді як 91% припадає на внутрішній туризм. Якщо вважати, що туризм, пов'язаний з дикою природою, становить близько 1/4 від всього внутрішнього туризму, то ми отримаємо, що екотуризм (включаючи міжнародний і внутрішній) приносить щорічно від 660 до 1,2 трлн. дол. [70].

Отже, екотуризм може стати серйозною фінансовою підтримкою для проведення природоохоронних заходів. Однак проблема полягає в тому, що тільки невелика частина доходів від екотуризму, що отримується повністю за рахунок природних ресурсів, йде на їх збереження. Економіка США щорічно отримує близько 3 млрд. дол. від туризму, пов'язаного з відвідуванням національних парків, але до сих пір основну частину цих доходів отримують ресторани, готелі, постачальники продовольства і промислових товарів, тоді як ці кошти могли б бути використані парками для захисту навколишнього середовища на їх території. Те ж саме може бути сказано і про будь-який іншій країні. Туризм не може бути названий екологічним, а рекреація - екологічною, поки вони не забезпечує необхідного захисту навколишнього середовища.

Прибуток, однак, не є єдиним результатом рекреації і туризму, і ніяка кількість грошей не допоможе захистити парк, поки не будуть знищені причини

екологічної деградації ландшафтів регіону. Характерно найбільшої шкоди часто наноситься парку місцевим населенням, яке використовує його природні ресурси. Традиційні сільські заняття, такі як полювання та землеробство, повинні бути обмежені або заборонені поблизу території. Один з варіантів вирішення цієї проблеми - забезпечення достатнього доходу для місцевого населення за рахунок розвитку туризму.

В останні 20-30 років в політичних колах більшості західних країн зміцнився принцип економічного раціоналізму, який є провідним при прийнятті рішень. Оскільки суспільство стало вимагати переоцінки рішень, що стосуються розподілу інвестицій, оскільки в процесах оцінки альтернатив використання землі все більшого значення стала набувати економічна складова. У зв'язку з цим виникла необхідність в розвитку методів та інструментів економічної оцінки природних ресурсів та природоохоронних заходів. Найбільш поширеним став аналіз «ефект-витрати», що дозволяє оцінити, чи перевищують ефект витрати на певний обмежений період. Тут до витрат і економічного ефекту включаються всі втрати і придбання добробуту, що відбуваються в результаті дії проекту. Витрати зазвичай визначаються через альтернативну вартість (вигоди, упущені в результаті прийняття проекту). Ефект від проекту оцінюється через збільшення споживчого надлишку (прибуток, одержуваний за рахунок того, що споживач платить більше того, що повинен заплатити). «Ефект-витрати» - один з методів, який може бути використаний для оцінки економічної вартості туризму на охоронюваних територіях.

Найбільший інтерес для нас представляє запропонований Де Лаки і Локвудом метод імовірнісної оцінки, що має на увазі створення моделі гіпотетичного ринку для визначення населення людей згодних платити за отримання специфічних благ, що надаються природою (концепція «бажання платити»). Іншими словами, люди (в тому числі і туристи) оцінюють грошову вартість об'єкта чи явища, називаючи суму, яку вони готові віддати за його збереження. Цей метод був використаний в Австралії (яка взагалі являє чимало прикладів усвідомленого екологічного підходу до розвитку туристично -

рекреаційної сфери) для оцінки декількох проектів. так, за допомогою методу імовірнісної оцінки визначили бажання користувачів природних ресурсів (в основному рекреаційних) острови Фрейзера (Квінсленд) і інших представників суспільства платити за збереження лісів на цій території. Ця сума в середньому склала 316 дол. для користувачів острова і 205 дол. - для інших австралійців.

Витрати відвідувачів на подорож дають уявлення про «споживчий надлишок», який становить для острова Фрейзера близько 3,6 млн. дол. на рік. Проаналізувавши ці дані, влада Квінсленда вирішили заборонити вирубку лісів і внести їх до Списку Всесвітньої Спадщини [70].

Австралійський уряд затвердив принцип «користувач платить», згідно з яким люди, які отримують прибуток від використання громадського надбання (особливо в комерційних цілях), повинні вносити плату, що йде на його охорону. Тепер туроператори виділяють кошти на охорону природних територій, по яких проходять їх тури. Великий Бар'єрний Риф отримує за допомогою таких відрахувань близько 15 млн. дол. на рік. Але при більш детальному розгляді цього питання уряд прийшов до висновку про необхідність виділення додаткових коштів для охорони рифа крім надходжень від туризму і з інших галузей економіки. Досвід показує, що витрати на охорону природних ресурсів зростають з тією ж швидкістю, з якою збільшується ступінь їх експлуатації [70].

Отже, досвід західних країн переконливо доводить, що рекреація і екотуризм багато в чому визначають цінність території, що охороняється. Однак роль туристично-рекреаційної сфери в поширенні громадської підтримки охоронюваним територіям як і раніше є предметом багаточисельних суперечок. Не стикування полягає в бажанні зберегти недоторканими природні території, але в той же час дати людям можливість їх відвідувати. Конфлікти між прихильниками розвитку рекреаційно - туристичної сфери і захисниками природних територій часто виникають при обговоренні стратегій розвитку регіонів.

Взаємна підтримка туризму та природоохоронної діяльності повинна сприяти усвідомленню суспільством того факту, що збереження природи є істотною умовою поліпшення рівня життя.

На жаль, реальні відносини між рекреацією, туризмом і природоохоронної діяльністю зазвичай зводяться до співіснування, яке закінчується конфліктом. Причини цього, найчастіше, криються в неефективності управлінні, некоректної постановки цілей, відсутності необхідного планування, а також в неадекватній оцінці наслідків розвитку туризму і рекреації для природи і соціуму регіонів.

Вивчення рекреаційних видів відпочинку є відносно молодою галуззю академічних досліджень. Проте, обсяг літератури, як концептуальної, так і емпіричної, з цієї тематики постійно зростає. З цієї літератури можна виділити ряд основних концепцій, які формують теоретичну основу, на якій ґрунтується політика рекреаційного менеджменту і програми для охоронюваних природних територій. У сучасній літературі вкорінилися деякі базові поняття, навколо яких будується вся політика рекреаційного екологічного менеджменту.

Питання про те, присутність якої кількості публіки і якого типу допустимо в парку, часто розглядається з точки зору пропускнуої здатності.

Межі пропускнуої здатності можуть бути визначені тільки при чіткому формулюванні завдань рекреаційного менеджменту, адже сам процес постановки цих завдань змушує нас відповідати на питання: які зміни допустимі при наданні даного типу рекреаційних послуг? Отже, не існує абсолютної (або «вродженої») пропускнуої здатності охороняється природного території. Навпаки, кожен національний парк, природний резерват або ландшафтно-історична місцевість мають спектр пропускнух спроможностей в залежності від типу наданих рекреаційних послуг. Досвід вивчення пропускнуої здатності навчив дослідників переносити акценти з розрахунку кількісних обмежень на формулювання адекватних управлінських завдань [83].

Важливість соціального компонента пропускнуої здатності привернула значну увагу до проблеми скупчення людей в рекреації, розглядається як найбільш безпосередня, фізична демонстрація збільшення рекреації. У ряді

емпіричних досліджень були розглянуті відносини між рівнем рекреаційної діяльності, скупченням людей і задоволенням відвідувачів різноманітних парків і рекреаційних територій.

З'ясувалося, наприклад, що скупчення людей є концепцією нормативної, а норми визначаються індивідуальними переконаннями або стандартами щодо необхідних рівнів використання рекреації. Рівень використання є математичною концепцією, що відбиває кількість людей на одиницю простору: в такій якості він не має психологічного або досвідченого значення.

Таким чином, ми вважаємо, проблема скупчення людей реально виникає в той момент, коли рівень використання території зростає до значення, що робить можливим стороннє і небажане втручання в одержувані особисті враження від відпочинку. Крім того, нормативні судження про скупчення людей залежать від різноманітних обставин. На норми накопичення людей можуть вплинути переваги і очікування відвідувачів, їхнє ставлення до практики управління рекреацією і їх досвід використання рекреацій. В цілому переваги і очікування від рекреації зводяться до більш «екологічно чистому» підходу до управління, а великий досвід рекреаційних видів відпочинку призводить до більшої чутливості з приводу ступеня використання рекреації і, отже, до зниження нормативу скупчення людей.

Вельми продуктивним виявилось використання ступеня задоволення відвідувачів як міри якості рекреації. Дослідження показали [70], що задоволення відвідувачів є глобальною, багатовимірною концепцією; тобто задоволення є функція, що залежить від багатьох змінних.

В цілому можна стверджувати, що вивчення рекреаційних скупчень людей методами географії поведінки привело дослідників до ряду важливих висновків, що мають прикладне значення для рекреаційного менеджменту.

1. Для деяких любителів рекреаційного виду відпочинку необхідні можливості з низьким рівнем використання. Без можливостей проведення відпочинку на самоті і ізоляції подібні рекреанти або туристи можуть бути витіснені або серйозно незадоволені.

2. Для багатьох любителів рекреації рівень використання може

виявитися не важливий, але лише до тих пір, поки він не досягне певного критичного значення. Гарним прикладом в цьому відношенні можуть слугувати споруджуються аквапарки. Розраховані на цілком певне число відвідувачів, вони експлуатуються власниками іноді без дотримання таких норм. Результатом чого є надмірний час очікування і виснажливі.

3. Проблему скупчення людей можна вирішувати не тільки шляхом обмеження рівня використання. Оскільки допустимий рівень скупчення людей залежить від безлічі взаємодіючих величин, на нього можна впливати за допомогою цих величин, використовуючи їх як засіб зменшення рівня скупчення людей. До таких можемо віднести:

- продумана структура рекреаційних зручностей;
- інтенсивне управління природними ресурсами, що дозволяє забезпечити високу якість навколишнього середовища;
- тісне спілкування з відвідувачами з метою забезпечення їм тих умов, які вони очікують;
- ефективні освітні програми, що пояснюють адекватний тип поведінки в зоні рекреації;
- поділ території рекреації на окремі зони з метою створення сумісних груп відвідувачів.

Розгляд рекреації з точки зору враження людей від неї може привести до поліпшення надаваних рекреаційних послуг і до більшого задоволення відвідувачів наданими можливостями. Отже, рекреаційні можливості повинні плануватися і управлятися не просто для виконання рекреаційних видів діяльності, але відповідно до того типу враження, що від них хочуть отримати відвідувачі.

За останні декілька десятиліть, було проведено чимало досліджень відвідувачів парків і рекреаційних зон. Хоча завдання, масштаби і методи цих досліджень значно різнилися, був з певністю зроблений один загальний висновок: переваги людей в області рекреації вельми різноманітні - любителі рекреації сильно розрізняються за типом враження, яких вони чекають від рекреації, і по своїй чутливості до природних і соціальних результатів впливу

рекреаційної діяльності на навколишнє середовище. Крім того, рекреанти, природно, різняться за віком, статтю, фізичним здібностям, доходу, місця постійного проживання, етнічному середовищі і набору інших соціодемографічних параметрів.

Більш того, відвідувачі рекреаційних зон самі змінюються в міру того, як отримують нові враження, переживають різні життєві періоди і як-небудь ще пристосовуються до плину часу.

У зарубіжній практиці поняття різноманітності рекреації було формалізовано в управлінській схемі, відомій як спектр рекреаційних можливостей (СРВ) [70]. Найбільш значною заслугою СРВ є те, що рекреаційні можливості визначаються і описуються за допомогою трьох широких категорій факторів, згаданих раніше: природні фактори (наприклад, рівень природності), соціальні фактори (наприклад, рівень використання) і управлінські чинники (наприклад, тип управління).

Різні комбінації цих факторів дають широкий спектр рекреаційних можливостей. Специфічні пропозиції СРВ не слід застосовувати формально, проте його концептуальна основа надає корисні напрямки планування та управління рекреаційними можливостями для різноманітних смаків відвідувачів.

Як і в багатьох сферах життя, якість лежить в основі всіх завдань рекреації: менеджери хочуть постачати інноваційні та високоякісні рекреаційні можливості, а відвідувачі хочуть отримати високоякісні рекреаційні враження. Але що визначає якість в рекреації? Традиційною мірою якості рекреації є ступінь задоволення відвідувачів. Через те, що рекреація в громадському секторі, як правило, безкоштовна, дослідникам (і менеджерам) зазвичай не вистачає ефективного механізму зворотного зв'язку, існуючого в приватному секторі в вигляді зміни рівня споживання і цінових сигналів. Ступінь задоволення відвідувачів може зіграти зворотного зв'язку. Однак досвід показує, що ступінь задоволення відвідувачів є не цілком задовільним показником якості рекреації.

По-перше, ступінь задоволення є багатовимірною концепцією, тобто залежить від багатьох параметрів: високий загальний рівень задоволення рекреаційним враженнями не означає, що кожен аспект цих вражень був задовільний або що немає аспектів, які можуть бути покращені. Зазвичай потрібні більш специфічні заходи ступеня задоволеності.

По-друге, і, можливо, це більш важливо, ступінь задоволення не є достатньою мірою якості для менеджерів парків і рекреаційних зон. Як було сказано раніше, рекреанти є групою з різними інтересами: конкретна рекреаційна можливість може бути дуже задовільною для одних відвідувачів, але зовсім незадовільною для інших. Таким чином, ступінь задоволення відвідувача може залежати в рівній мірі від типу відвідувача і від типу наданих можливостей. Необхідні спеціальні заходи.

Визнання цих особливостей задоволення відвідувачів дало новий поштовх визначенням, вимірюванню та управлінню якістю рекреації.

Для рекреанта якість має визначатися як ступінь відповідності отриманих вражень його бажанням. Для менеджера якість найкращим чином можна визначити, як інтегральний показник, що відображає той факт, що надані рекреаційні можливості забезпечують враження, заради яких вони і були створені [70].

Звідси випливають два важливі висновки. По-перше, незважаючи на те, що для окремих особистостей (як відвідувачів, так і менеджерів) природно розцінювати лише певні типи рекреаційних можливостей як високоякісні. В ширшій перспективі висока якість може і повинно бути знайдено серед всіх типів рекреаційних можливостей.

По-друге, з соціальної точки зору повинні надаватися рекреаційні можливості різних типів, оскільки тільки таким шляхом віз можна задовольнити різноманітність рекреаційних смаків і досягти дійсно високоякісної рекреаційної системи.

Проаналізувавши визначення різних авторів (2,47,48,70,73,115) в можемо стверджувати, що рекреаційний екологічний менеджмент можна визначити, як надання різноманітних високоякісних рекреаційних можливостей, які повинні



бути сумісними зі збереженням важливих природних і культурних ресурсів території відпочинку і туризму. Це твердження, на нашу думку, містить внутрішню логіку і серію управлінських реалізацій.

По-перше, система особливо охоронюваних територій повинна забезпечувати рекреаційні можливості для суспільства. Це повинно бути підтверджено як в загальнодержавних законах, так і в підзаконних актах.

По-друге, існує велика різноманітність громадських смаків щодо рекреації, що передбачає наявність відповідного широкого спектру рекреаційних можливостей. Отже, істотне різноманітність можливо і бажано, а диверсифікація туристично-рекреаційного продукту - є пряме завдання управління.

По-третє, всі рекреаційні можливості на охоронюваних територіях повинні бути високої якості. Слід пам'ятати, що якість в рекреації визначається як ступінь відповідності рекреаційних можливостей тим враженням, які відвідувачі хочуть від них отримати. Висока якість може і повинне досягатися за всіма типами пропонованих рекреаційних можливостей.

По-четверте, рекреаційні можливості найбільш розумно розглядати з точки зору вражень людей, а не просто як вид діяльності. Рекреаційні можливості створюються на основі туристсько-рекреаційного продукту території за допомогою набору природних, соціальних і управлінських чинників, що підбираються таким чином, щоб виконувати конкретні очікування відвідувачів.

Нарешті, враження відвідувачів, одержувані за допомогою рекреації, повинні фокусуватися і бути сумісні зі збереженням найбільш важливих природних і культурних ресурсів регіону. Керуючи рекреаційними можливостями для отримання задоволення від цих ресурсів, менеджери національних парків можуть принести найбільш унікальну і цінну користь для суспільства.

Основні принципи рекреаційного менеджменту можуть бути сформульовані наступним чином.

1. Управлінці системи екотуризму (зокрема, менеджери національних

парків) повинні розглядати свою рекреаційну завдання як повноцінну і рівну складову природоохоронної завдання.

2. Ясні і очевидні завдання рекреаційного менеджменту повинні бути розроблені для всіх блоків екологічного каркаса регіону.

3. Завдання рекреаційного менеджменту повинні бути чітко визначені в термінах індикаторів і стандартів якості.

4. Необхідна розробка методів оцінювання рекреаційних можливостей на підставі вражень відвідувачів, яким вони повинні відповідати.

5. Необхідна диверсифікація керуючих впливів в буферній і внутрішньої, ядерної зонах екологічного каркаса.

6. Інтенсифікація рекреаційного використання територій повинна супроводжуватися попереджувальною інтенсифікацією управління.

7. Можливості системи екологічного туризму повинні розглядатися в контексті всієї системи рекреаційних можливостей регіону.

8. Рекреаційний менеджмент повинен враховувати не тільки кількість, але і якість надаваних рекреаційних можливостей.

9. Розвиток туристично-рекреаційної сфери потребують створення більш активної, агресивної програми рекреаційного планування, управління і досліджень.

### 2.3. Туристське підприємство як суб'єкт екологічних перетворень

Із запізненням більш ніж на десять років у порівнянні з хімічною, автомобільною, енергетичною та іншими галузями промисловості туризм включився в процес екологізації. Може здатися, що туризм як одна з типових сфер послуг найменш небезпечний навколишньому середовищу. Однак насправді, якщо взяти до уваги ресурсоємність туристської індустрії та результати активної життєдіяльності самих туристів, то ця небезпека виявляється досить значною, особливо з урахуванням того, що туристична діяльність зазвичай концентрується у відносно невеликому просторі і тому може призвести до повного знищення локальних екосистем. Обумовлена туризмом, велика концентрація людей (і в тому числі приїжджих гостей) в обмеженому просторі створює проблему, пов'язану із забрудненням території стоками і відходами.

З іншого боку, основу туристської привабливості регіонів і базу комерційної ефективності пропозицій турфірм складають екологічні цінності. Зі стратегічної точки зору, очевидно, що необхідна умова для утримання підприємства на туристичному ринку в умовах загострення конкуренції полягає в накопиченні не тільки фінансового і людського, а й деякого екологічного потенціалу. Збереження природних екологічних цінностей, на яких засновані туристські пропозиції, має настільки важливе значення, що їх втрата неминуче означає припинення туристської діяльності підприємства.

Специфічна особливість туризму полягає в пошуку, відкритті і туристському освоєнні все нових територій, в той час як раніше використані місцевості залишаються поза увагою разом з нанесеним їм екологічними збитками. Різниця між туризмом та іншими галузями промисловості полягає в тому, що екологічне управління промисловими підприємствами було на перших етапах пасивним пристосуванням до вимог державної екологічної політики.

Відповідно до теорії компаративних цінностей необхідна спеціалізація якої країни (регіону) в рамках міжнародного поділу праці на створення таких продуктів і послуг, для яких є найбільш сприятливі виробничі фактори (трудові ресурси, капітал, технології, території), а якщо говорити більш узагальнено - необхідні природні, економічні та соціальні ресурси [54].

Дуже часто елементи природного довкілля без всякої доопрацювання стають безпосереднім компонентом туристської пропозиції, причому внаслідок своєї «дикість» дозволяють зайняти привілейовану (а іноді і монопольну) позицію на туристському ринку [139]. Отже, в Україні склалися сприятливі умови для розвитку туризму, причому додатковими перевагами можна вважати низьку вартість робочої сили, предметів споживання і інвестиційних ресурсів (особливо землі) в порівнянні з рівнем цін в Західній Європі або в США. На хороші перспективи розвитку туризму також вказують результати їх оцінки за запропонованою Жаном Фурастьє моделі секторного розвитку економіки [168]. Ця модель показує перехід від аграрної цивілізації, заснованої на так званому першому секторі, до сучасної цивілізації, що базується на так званому третьому секторі. Такий перехід обумовлений такими факторами:

1. Зниження попиту на продукцію першого сектора (а слідом за ним - і на продукцію другого сектора, тобто промисловості) при зростанні доходів відповідно до закону Енгеля;

2. Необмежене підвищення попиту на продукцію третього сектора, тобто на послуги (в тому числі і туристські), при зростанні доходів відповідно до закону Енгелл;

3. Прискорення технічного прогресу і відповідне зростання продуктивності праці в першому і, особливо в другому секторі призводить (незважаючи на також зростаючу продуктивність праці) до збільшення зайнятості в секторі послуг.

В даний час абсолютний пріоритет в якості індикатора розвитку, має третій сектор, в якому, як показує досвід високорозвинених країн, значну

частку становить туризм. Крім того, позитивну роль туризму в процесі модернізації економіки можна обґрунтувати наступними аргументами:

-туризм - це джерело валюти, що має особливе значення для країн із значним зовнішнім боргом і негативним сальдо платіжного балансу;

-туризм - це генератор додаткових доходів населення, органів місцевого самоврядування та цілих регіонів;

-туризм - це генератор великої кількості робочих місць, прямо чи опосередковано пов'язаних із задоволенням туристських потреб;

-туризм - це інструмент вирівнювання регіональних диспаритету розвитку, в частоті, його можна назвати інструментом економічної активізації структурно слабких регіонів, периферійних і прикордонних районів, гірських місцевостей, областей з високим рівнем безробіття і т.п.

Головна проблема полягає у формулюванні відповіді на питання: яку екологічну користь може принести туризм? Це питання може здатися недоречним в світлі результатів аналізу реальних і потенційних загроз навколишньому середовищу, що виходять від туризму, і в світлі розмірів екологічного збитку, що наноситься туризмом вже зараз. Однак дослідження показують, що розвиток туризму приносить навколишньому середовищу як пряму, так і непряму користь. До *прямої користі* слід віднести: обсяги природоохоронних туристських інвестицій; лісонасадження, що підвищують природну туристську привабливість; охорона і розведення диких тварин, необхідних для полювання приїжджих гостей; відновлення (реставрація) пам'яток природи і опіка над ними з метою їх збереження в якості туристських пам'яток. *Непрямий позитивний вплив* виявляється в результаті стимулювання туризмом переробної промисловості - менш ресурсомісткої, аніж сировинні галузі промисловості. Завдяки стимулюючій ролі туризму не тільки зростає частка третього сектора в народному господарстві, а й відбуваються про екологічні зміни структури всієї промисловості, перехід до так званого «чистого виробництва».

Основні аргументи, які переконують дотримуватися принципів чистого виробництва, зводяться до наступного:

- зростання негативних наслідків господарської діяльності випереджає можливості їх усунення;

- усунення негативних наслідків завжди виявляється ресурсоємним [54].

Світовий рух за чисте виробництво вважає екологічне управління абсолютно пріоритетним в порівнянні з іншими діями попереднього характеру.

Чисте виробництво означає безперервну реалізацію комплексної превентивної стратегії охорони навколишнього середовища, і зниження ризику для людей і їх оточення, створюваного господарською діяльністю і її результатами[54].

Для туристських підприємств чисте виробництво означає безперервне застосування такої стратегії охорони навколишнього середовища, яка знижує ризик їх господарської діяльності та вироблених ними туристичних продуктів і послуг для гостей і навколишнього середовища туристських місцевостей, а також для місцевого населення.

Для господарських процесів це означає економію матеріалів, енергії, відмова від токсичної сировини і усунення всіх видів забруднень ще до завершення технологічного процесу.

Стосовно до продуктів, програма концентрується на обмеження їх впливу на навколишнє середовище протягом усього життєвого циклу починаючи з отримання сировини і закінчуючи утилізацією використаного продукту.

Програма Чистого Виробництва реалізується шляхом: а) застосування know-how; б) вдосконалення технології; в) зміни людської поведінки.

В результаті досягнення очікуваних і зафіксованих в програмі екологічних ефектів відпадає необхідність дорогого усунення наслідків виробничої діяльності, що робить саме виробництво більш ефективним. Отже, екологічному ефекту супроводжує звичайний економічний ефект [54].

## ВИСНОВКИ ДО ДРУГОГО РОЗДІЛУ

Необхідною умовою успішного зростання індустрії туризму в регіоні є його сталий розвиток, який передбачає планування і управління розвитком території і забезпечує захист природного і культурного середовища, поліпшення якості життя місцевого населення, забезпечення туристам умов перебування, відповідних високим міжнародним стандартам. Аналіз теоретичних досліджень, присвячених сталому розвитку територій, виявив, що стосовно туризму сталий розвиток регіону означає: екологічну стійкість; соціальну і культурну стійкість; економічну стійкість.

Виявлено, що ключова проблема розвитку внутрішнього туризму та рекреації полягає в тому, що рекреаційно-атрактивні ландшафти піддаються освоєнню, перш ніж виникає система управління територіями та формулюються відповідні управлінські завдання. Екологічний рекреаційний менеджмент передбачає диверсифікацію туристсько-рекреаційного продукту і досягнення прийнятної якості рекреації, фіксованої за допомогою розробки спеціальних індикаторів і стандартів.

Визначено, що рекреаційний менеджмент - це надання різнопланових високоякісних рекреаційних можливостей, які являються сумісними зі збереженням важливих природних і культурних ресурсів регіону. Дане твердження передбачає серію управлінських реалізацій. По-перше, система особливо охоронюваних території повинна забезпечувати рекреаційні можливості для суспільства. Це повинно бути підтверджено як в загальнодержавних законах, так і в регіональних підзаконних актах. По-друге, існує величезна різноманітність громадських смаків щодо рекреації. І це передбачає наявність відповідної кількості можливостей. Отже, істотна різноманітність можлива і бажана, а диверсифікація туристично-рекреаційного продукту є прямим завданням управління. По-третє, всі рекреаційні можливості

на охоронюваних територіях повинні бути високої якості, якщо розуміти під останнім ступінь відповідності рекреаційних можливостей тим враженням,

Запропоновано метод дозволяє підкреслити туристично-рекреаційну специфіку кожного регіону, виділити його туристський потенціал і можливості. Такий підхід дає можливість позначити особливості та перспективи формування і розвитку регіонального туристичного продукту, більш чітко визначити цільові сегменти туристичного ринку, сконцентрувати зусилля регіональних туристських адміністрацій і туристських і санаторно-курортних підприємств на більш вихідних, плодоносних сегментах туристського ринку.

У стратегіях управління туристичними фірмами в деяких закордонних країнах значну роль відіграє екологічний фактор.



### РОЗДІЛ 3.

## ОЦІНКА СУЧАСНОГО СТАНУ РЕАЛІЗАЦІЇ МЕХАНІЗМІВ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

### 3.1. Порівняльний аналіз зарубіжного та українського досвіду державного регулювання розвитку зеленого туризму

За даними ООН, доходи від сільського туризму (СТ) в світі склали в 2006 р понад 150 млрд. Доларів США (\$), що склало майже третину всіх надходжень від світової туріндустрії [4]. Як статистичного підкріплення цієї дефініції необхідно вказати, що в країнах ЄС зелений туризм виявляється найбільш бажаним для 35% всіх мешканців [4]. До того ж в регіонах ЄС утворено майже 200 тисяч гостьових комплексів для прийому гостей на селі для 25% мандрівників внутрішнього європейського туризму. Це свідчить, що планомірний (прорахований, керований) розвиток зеленого туризму дозволяє гарантовано вирішувати сучасні виклики деградації сільських територій на тлі загальної соціально-економічної регресії в Європі та світі. Огляд модельних трендів розвитку зеленого туризму в Європі показує, що в останні роки він вийшов на друге місце за популярністю після пляжного туризму і створює до 30% прибутковості всієї індустрії туризму. Аналіз показує, що зростання регіональної популярності зеленого туризму сприяє підвищена увага урядів і прийняття національних програм комплексного соціально-економічного розвитку села. У кожній країні, перш за все, у Франції, Великобританії, Голландії, Ірландії, Німеччини, Іспанії та Італії прагнуть до створення своєї власної моделі зеленого туризму. Разом з тим, при всій різноманітності практичних проявів зеленого туризму як соціально і економічно орієнтований проект в Європі цей сегмент розвитку туріндустрії, за версією К. Андреевої (м

Анжер, Франція), розглядається як фактор облаштування села, нова функція села, поряд зі збереженням традиційної культури і виробництвом продуктів [3]. За даними К. Андреевої, спочатку попит на зелений туризм в країнах, зачинатель зеленого туризму в Європі (Франція, Англія і Німеччина) формувався стихійно. Тільки через десятиліття, цим цілеспрямовано зайнявся уряд. У підсумку в Європі сформувалася цілком стійка картина ринку зеленого туризму [3]. У регіонах Північної Європи на ринку зеленого туризму помітно виділяються Данія, південь Швеції і Норвегії. Така географія пов'язана з суворими кліматичними умовами на Скандинавському півострові [11; 13]. Відносно Данії, де сільське господарство є одним з найбільш ефективних на європейському ринку, а данська ферма вважається еталоном для наслідування, рівень зеленого туризму тримається на високій ноті і постійно зростає без особливих зусиль уряду. У регіонах Південної Європи (південь Іспанії, вся Італія, Греція та Кіпр) зелений туризм отримав самостійний розвиток тільки в альпійському регіоні (+ гірські лижі) і на морському узбережжі (+ пляж). На півночі Італії стихійно процвітаючий відпочинок в сільській місцевості сполучається з пізнавальним туризмом в великих містах. Регіони Східної Європи перебувають на початковій стадії практичного використання переваг зеленого туризму. Найбільший розвиток він отримав в Чеській Республіці, Словаччині, Угорщині та Словенії. Ряд переваг в цьому сегменті туризму має Румунія. У Польщі послугами зеленого туризму користуються більше 500 000 чоловік. Великий потенціал зеленого туризму навколо Югославії. Окремо стоїть Хорватія, яка пропонує програми, що поєднують зелений і купально-пляжний туризм. Всі ці країни піднімають зелений туризм за допомогою культивування, але його ефективність тут поки не висока [3; 4; 8]. Вони показали, що ефективна організація індивідуального, малого підприємства зеленого туризму вимагає органічної сполучки практичних рекомендацій щодо цілої низки напрямків [4]. Зокрема об'єднанню повинні піддатися рекомендації по маркетингу, юридичні складові, моменти менеджменту, вимоги до організації території гостьового будинку, основи ціноутворення, основи просування

послуг, конкретні приклади організації гостьових будинків в регіонах Європи і України, схожих з проєктованим місцем підприємства [5; 6; 8; 13; 14].

В умовах децентралізації, що відбувається в Україні, питання державного регулювання стосується різних галузей економіки та управління в цілому та розвитку зеленого туризму зокрема. Для більш результативного розвитку зеленого туризму в Україні необхідно враховувати досвід його державного регулювання в інших країнах. Аналіз зарубіжного досвіду державного регулювання розвитком зеленого туризму пов'язаний із розглядом особливостей організації зеленого туризму і сучасних загальних тенденцій у різних країнах світу, характеристикою структури, суб'єктів, програм розвитку зеленого туризму та їх реалізації, наявністю законодавчої бази. Необхідно звернути увагу на те як у зарубіжних країнах вирішуються проблеми розмежування повноважень між державними органами та регіонами, розглянути джерела фінансування, наявність законодавчої бази, визначити спільні та відмінні риси зарубіжних країн та України.

Зелений туризм – популярний різновид відпочинку в розвинених європейських країнах. Рівень та якість послуг іноземних гостинних садиб значно мірою вирізняється від українських аналогів. Зупинімося детальніше на організації зеленого туризму країн Європи, що об'єдналися в Європейську федерацію туризму «EuroGites» [171]. Основні цілі цієї організації: сприяння розвитку зеленого туризму та цільове інвестування проєктів розвитку зеленого туризму. До того ж ця організація характеризується можливістю надання туристичних послуг 35 професійними організаціями з 27 країн світу у більш ніж 100 тисяч місць відпочинку. Країнами учасниками є: Австрія, Білорусія, Бельгія, Боснія, Герцеговина, Болгарія, Хорватія, Кіпр, Чеська Республіка, Естонія, Франція, Грузія, Німеччина, Греція, Угорщина, Ізраїль, Італія, Латвія, Литва, Люксембург, Норвегія, Польща, Португалія, Румунія, Росія, Сербія, Словаччина, Словенія, Іспанія, Великобританія, Швейцарія.

Як прописано у Європейській федерації зеленого туризму, «туризм в Європі базується на „трьох китах“:

— агротуризм – діяльність на базі діючих агротуристичних ферм на територіях;

— зелений туризм – відпочинок в гостинних (зелених) садибах;

— туризм в сільських територіях – сільських готелях.

Основні туристичні послуги зеленого туризму, згідно даної федерації, є гастрономія, розміщення (послуги ночівлі), активний туризм, мальовничі краєвиди, пейзажі, історична спадщина, культура, події, тощо [171]. В більшості європейських країн функціонує система категоризації, тобто визначення рівня матеріально-технічного оснащення, якості обслуговування закладів зеленого туризму.

В контексті особливостей організації зеленого туризму зарубіжних країн і порівняння їх з Україною, розглянемо особливості державного регулювання розвитку зеленого туризму та проблеми і протиріччя; організаційно-економічні аспекти державного регулювання розвитку зеленого туризму; досвід державного регулювання розвитку зеленого туризму східноєвропейських та західноєвропейських країн та визначено напрями застосування їх досвіду в Україні (таблиця 3.1).

Напрями застосування східноєвропейського та західноєвропейського досвіду державного регулювання розвитку зеленого туризму в Україні

<b>Державне регулювання розвитку зеленого туризму</b>		
<b>Східноєвропейський досвід</b>	<b>Західноєвропейський досвід</b>	<b>Застосування східноєвропейського та західноєвропейського досвіду в Україні</b>
<p><b>Польща</b></p> <p>Селян, які надають послуги у сфері зеленого туризму, вважають господарем, який, згідно із законодавством, звільняється від податку на доходи фізичних осіб. Господарі, на відміну від підприємців, звільнені від обов'язку реєстрації своєї діяльності в органах місцевої влади.</p>		<p>Всебічне заохочення громадян України до участі в розвитку сільського зеленого туризму організації та здійснення державного контролю за дотриманням законодавства в сфері сільського зеленого туризму</p>
<p><b>Угорщина</b></p> <p>Особисті доходи, отримані від використання для відпочинку власного житла, розташованого на сільській території</p>		<p>Спільний розвиток місцевості та туризму за фінансової підтримки приватного сектору. Залучення майна та коштів юридичних і фізичних осіб з метою створення комплексу якісних послуг в галузі зеленого туризму</p>

<p>не підлягають оподаткуванню, передбачено спеціальні пільги для селянських господарств, які надають послуги із зеленого туризму у слаборозвинутих регіонах.</p>		
	<p><b>Австрія</b> Маркетингова діяльність, контроль якості продуктів, навчання та створення бази даних потенційних відвідувачів</p>	<p>Популяризація та реклама сільського зеленого туризму в Україні та за її межами. Надання всебічної допомоги у створенні інфраструктур з розвитку сільського зеленого туризму.</p>
	<p><b>Швеція</b> Правові державні гарантії спрямовані на організаційно-правове закріплення соціального аспекту діяльності у сфері сільського зеленого туризму за допомогою встановлення спеціальних пільгових умов для власників агросадиб</p>	<p>Туристична діяльність власників агросадиб підтримується державою. Враховується потреба сільського зеленого туризму при розробці та затвердженні загальнодержавних і місцевих програм розвитку туризму</p>

*Джерело: розробка автора*

На основі вивчення зарубіжного досвіду можна видокремити основні напрямки розвитку зеленого туризму для України: розробка механізмів державного регулювання зеленого туризму, створення сприятливих умов у отримання податкових пільг та кредитів для власників сільських садиб, рекламування послуг сільських господарств, поширення різноманітних видів

зеленого туризму тощо. Вивчення зарубіжного досвіду державного регулювання розвитку зеленого туризму дає можливість Україні створювати сучасні туристичні послуги на селі та забезпечити взаємодію органів влади, сільських громад та місцевого самоврядування, що сприятиме поліпшенню соціально – економічного розвитку сільських територій.

Зелений туризм Австрії характеризується відпочинком на фермі, вигоні худоби, збиранням трав, чистим повітрям і екологічно чистими продуктами харчування. Найкращі ферми входять у мережу гостинних ферм і позначаються спеціальними емблемами "[Urlaub am Bauernhof](#)" (Welcome on the Farm). Вони займаються переважно маркетинговою діяльністю, пополяризацією відпочинку, контролюють якість продуктів, проводять навчання та створюють базу даних потенційних відвідувачів. Як стверджує український вчений Кудла Н.Є., «австрійський досвід розвитку зеленого туризму може бути корисним для України, оскільки обидві країни мають достатньо схожих ознак, а саме:

- 50% селян працюють сезонно;
- близько 50% сільських господарств за площею менше 5 га;
- сільськогосподарська продукція призначена для власного споживання і прямих продаж»;
- доходи від ведення селянського господарства є низькими [96].

Розгляньмо особливості розвитку зеленого туризму Німеччини. За даними українських науковців Коберніченка Т.О., Горішевського П.А., Васильєва В.П., Зінька Ю.В., «зелений туризм у Німеччині активно розвивається з 1991 року ХХ ст., коли утворилася асоціація «Відпочинок на фермі», яка почала активно пропагувати зелений туризм, зокрема у Баварії» [82]. Її завданнями є виявлення привабливих туристичних об'єктів, розповсюдження їх на туристичному ринку шляхом проведення навчання, участі у міжнародних ярмарках та торгових шоу. Особливістю розвитку зеленого туризму у Німеччині є функціонування п'яти видів об'єктів розміщення, які надають туристичні послуги, а саме:

— модель А – кімнати для винаймання (Vermieten von Zimmern), де власник селянського господарства виконує обов'язки орендаря;

— модель В – гостьові кімнати (Gästerzimmer mit Einrichtungen für Gäste), де власник селянського господарства може надавати послуги з харчування;

— модель С – "відпустка у селянському господарстві" (Urlaub auf dem Bauerhof) з оплатою харчування (ця модель відповідає поняттю "агротуризм");

— модель D – "гість у селянському господарстві" (Gäste auf dem Bauerhof), коли господар пропонує лише спеціальні послуги і, співпрацюючи з іншими суб'єктами ринку, створює туристичний продукт;

— модель E – "послуги для гостей у селянському господарстві" (Dienstleistungen für Gäste auf dem Bauerhof) [143].

Також характерною особливістю є те, що у Німеччині взагалі не існує закону чи законодавчого документу про сільський зелений туризм. Законодавчі акти у сфері зеленого туризму зосереджені лише на деяких аспектах регулювання, а саме: підприємницька чи підсобне господарство, що розмежовується при оподаткуванні. При наданні до 8 місць для розміщення діяльність селянського господарства вважають підсобною, а більше 8 місць – підприємницькою. Таким чином, у Німеччині державне регулювання зеленого туризму забезпечується органами місцевого самоврядування через реалізацію загально державних нормативних актів.

Розглянувши особливості розвитку зеленого туризму Німеччини, необхідно звернути увагу на досвід Франції щодо надання туристичних послуг на селі. У 1955 р. була створена перша організація, що займалася наданням туристичних послуг на селі – "Національна федерація квартир у Франції" (Federation Nationale des Gites de France) [148].

Ця організація координує розвиток зеленого туризму в країні і надає відповідний знак якості селянським господарствам. Символом цього знаку є колоски, кількість яких визначає категорію, найважливішими критеріями якої є:

— розташування господарства та умови оточення;



—якість житлових кімнат, меблів, оснащення.

Бюджет Федерації складається з оплати членських внесків (70%), урядових дотацій (5%), власної діяльності (25%). Важливою умовою агротуристичної діяльності у Франції є обов'язкове навчання всіх селян, які хочуть надавати туристичні послуги. Зелений туризм у Франції ґрунтується на п'ятих правилах:

- 1) якість житла (комфорт, чистота, простір, періодичний контроль);
- 2) якість гостинності (родинне і сердечне прийняття);
- 3) якість оточення (тиша, чистота у господарстві та околиці);
- 4) лояльність бізнесу (однозначна і чітка інформація, стабільні ціни та умови);
- 5) солідарність (співпраця членів однієї організації з органами державної влади, посередниками, наприклад, туристичними агенціями) [148].

Характерною особливістю розвитку зеленого туризму у Франції є їх вузька спеціалізація власників садиб, при цьому одні власники пропонують туристам розміщення, інші – харчування або туристичні послуги, а ще інші продукти з власного господарства тощо. Отже, розвитку зеленого туризму у Франції сприяють різноманітні механізми державного регулювання, починаючи зі створення організації, що займається наданням туристичних послуг на селі, через спеціальне навчання селян до правової регламентації даної діяльності органами державної влади.

Серйозну конкуренцію Франції на ринку туристичних послуг європейських країн складає Іспанія. Щорічно послугами сільського туризму Іспанії користується близько 1,2 млн. осіб. З одного боку у Європі лідерами за обсягами розвитку індустрії зеленого туризму вважається Франція та Іспанія, а з іншого не відстає від них і Італія, оскільки акцентує увагу гостей на історичних традиціях сільського відпочинку у горах і передгір'ях Альп та уздовж смуги першокласного морського узбережжя. Агротуризм в Італії від самого виникнення почав розглядатися сільським населенням як основна форма підприємницької зайнятості. Тому в цій країні агротуристичний бізнес тісно

переплетений з курортним. Вагомим чинником розвитку зеленого туризму є виникнення спеціальних готелів у сільській місцевості біля монастирів. Незважаючи на те, що послуги сільського відпочинку в Італії майже вдвічі вищі, ніж в Іспанії чи Франції, ними щорічно користуються до 2 млн. осіб (з них 78% італійці). Щорічно прибуток від зеленого туризму становить 350 млн. доларів [142].

З усіх закордонних країн для України найбільше значення має досвід Польщі. Розвиток зеленого туризму в Польщі розпочався у 90-ті роки ХХ століття. У Польщі селян, які надають послуги у сфері зеленого туризму, вважають господарем, який, згідно із законодавством, звільняється від податку на доходи фізичних осіб. Господарі, на відміну від підприємців, звільнені від обов'язку реєстрації своєї діяльності в органах місцевої влади. Законодавство не передбачає спеціальних санітарних вимог до персоналу, яке залучається до діяльності по сільському зеленому туризмі. Спеціальними нормативними актами відповідальність сторін при здійсненні діяльності у сфері зеленого туризму не регулюється [144].

Подібно до Польського законодавства відбувається правове регулювання зеленого туризму і в Угорщині. Законодавство Угорщини також не містить спеціальне визначення зеленого туризму. В Угорщині традиційно вживаються словосполучення: “сільська хутірська гостинність”, “сільський туризм” тощо. Відповідно до угорського законодавства особисті доходи, отримані від використання для відпочинку власного житла, розташованого на сільській території не підлягають оподаткуванню. В Угорщині передбачено спеціальні пільги для селянських господарств, які надають послуги із зеленого туризму у слаборозвинутих регіонах.

Відмінність державного регулювання у розвитку зеленого туризму Швеції характеризується досконалістю професійного самоврядування населення. Прийом відпочиваючих у сільській місцевості господарями сільських садиб здійснюється у відповідності до державної програми “Сільська гостинність”[142]. Важливу роль у вивченні державного регулювання

туристичної галузі відіграють думки науковця С.С.Кравцова щодо державного правового регулювання, спрямованого на дотримання законодавства у сфері охорони довкілля, захисту прав споживачів послуг, а також оподаткування країн Західної Європи, а саме: Польщі, Угорщини і Швеції. Як зазначає науковець, «у цих країнах правові державні гарантії спрямовані на організаційно-правове закріплення соціального аспекту діяльності у сфері зеленого туризму за допомогою встановлення спеціальних пільгових умов для власників агросадиб [93]. В Україні туристична діяльність власників агросадиб підтримується державою, оскільки є суспільно необхідною, і наразі не може ефективно здійснюватися на загальних засадах унаслідок слаборозвинутої інфраструктури. Тому автор робить логічний висновок про те, що державне регулювання зеленого туризму має розглядатися як сукупність форм і методів цілеспрямованого впливу органів державної влади і місцевого самоврядування на діяльність суб'єктів господарювання щодо формування і підтримки агротуристичної діяльності, створення туристичної інфраструктури, організації відпочинку та вільного часу населення країни, а також підготовки кадрів для підтримки якості послуг [93].

Обов'язковою умовою розвитку зеленого туризму є набуття легітимного права здійснювати діяльність у зазначеній сфері. У Словаччині для розвитку зеленого туризму функціонує Європейсько-словацька спілка агротуризму та туризму (EZAT), заснована у 2008 р. як неполітичне недержавне об'єднання фізичних та юридичних осіб, які працюють у сільській місцевості. Спілка представляє інтереси підприємців у сфері туризму, захисту й розвитку історичної та культурної спадщини, збереження довкілля. Члени організації надають консультативну допомогу підприємцям, організують тренінги і семінари, забезпечують участь у виставках, ярмарках та інших рекламних заходах, співпрацюють з міжнародними об'єднаннями у сфері сільського туризму, ведуть базу даних закладів сільського розміщення, забезпечуючи ефективну конкуренцію на туристичному ринку [146].

Держава підтримує зелений туризм як альтернативу розвитку сільських територій задля збереження багатofункціональності словацького села, створює фінансові й організаційні умови для дотримання принципів його сталого розвитку.

У цьому контексті, на наш погляд, слід зупинитися на розгляді розвитку зеленого туризму Білорусії. Як зазначають українські науковці М. Бекта А.М. Железняк, С.А. Хоміч, у Республіці Білорусь «зелений туризм розглядають як одну з найважливіших складових національного туристичного комплексу. До основних завдань його розвитку належать[40]:

—створення нового ринку туристичних послуг у сільській місцевості та умов для пріоритетного розвитку внутрішнього і в'їзного туризму, забезпечення збільшення туристичних потоків;

—формування інфраструктури агроекотуризму завдяки малому і середньому підприємництву, створення нових робочих місць у сільській місцевості, залучення громадян у нову сферу діяльності – надання туристичних послуг;

—забезпечення взаємодії регіональних адміністрацій і неурядових організацій для динамічного розвитку еколого–орієнтованих форм і видів туризму;

— розроблення інформаційної бази даних інвестиційних проектів у сфері зеленого туризму, визначення стратегічних напрямів для державних і приватних інвестицій;

З 2005 року Білорусь стала членом Європейського екологічного центру й сільського туризму (European Centre for Ecological and Agricultural Tourism – ESEAT). Функції національного координатора виконує громадське об'єднання "Відпочинок у селі". Членство у цій організації дасть можливість білоруський селянам наблизитися до світових стандартів зеленого туризму, брати участь у міжнародних проектах й подавати свої пропозиції до європейських туристичних каталогів.

У Румунії інтереси власників туристичних селянських господарств представляє Національна асоціація сільського, екологічного і культурного туризму ЛМТЯЕС, заснована у 1994 р. і налічує 30 філій. Її виконавча структура складається з Ради директорів, виконавчої ради і департаментів (маркетингу, бронювання, спеціальних програм). Аналіз житлового фонду для потреб сільського туризму засвідчив, що 85% будинків було зведено до того, як їх господарі почали приймати туристів; 15% – це будинки, які збудовані спеціально для надання послуг із розміщення і харчування. Щодо операторів сільського туризму, то 90% з них – місцеві жителі й 10% ті, хто приїхали з великих міст. За географією функціонування 80% місць розміщення розташовано у гірських районах, з них 85% у селах, 5% у невеликих містах, 10% у приміській зоні [147].

Цікавим для України можуть бути європейські традиції й цінності відпочинку на селі у Великобританії. Система регіональної організації туризму Великобританії виникла в 1969 році з прийняттям Закону про розвиток туризму. Англійський туризм має всесезонний характер: дуже популярно проводити у цій країні не тільки літні канікули, а ще й зустрічати Різдво. У Великобританії існує Національна організація сільського туризму та агротуризму, яка забезпечує акредитацію осель [118]. Об'єднання англійських фермерів, з метою узагальнення більш різноманітних послуг в своїх будинках, спонукало підвищення популярності сільського зеленого туризму.

Варто відзначити, що рівень розвитку зеленого туризму визначається наявністю комфортабельних умов існування сільських садиб, яким присвоюється певна категорія, яка в різних країнах вимірюються певними символами. Так, у Швеції рівень якості надання туристичних послуг визначається за допомогою символу пшеничного колоска, що означає рівень сервісу, що відповідає стандартам EuroGites. П'ять колосків пшениці означає найвищий рівень сервісу. У Греції зеленим туризмом займаються до третини всіх сільських громад, причиною такого масового залучення до розвитку зеленого туризму став кризовий стан аграрної галузі в країні. Рівень якості

сільських садиб Греції визначається за допомогою квіток соняшника від одного до чотирьох. В Іспанії сільським готелям рівень категоризації присвоюється за допомогою тюльпанів від одного до чотирьох. Максимальна категорія сільських садиб Польщі відповідає трьом сонечкам. Якість місць розміщення туристів у Румунії гарантується системою стандартів, яка складається з п'ятих рівнів. Знаком якості було обрано ромашку. Відповідність присвоєння категорії кожній садибі в кожній країні контролюється державою [171].

Вартим є вивчення зарубіжного досвіду європейських сусідів України, таких як Угорщина, Румунія, Польща. В Україні, базуючись на польському досвіді, також діє система екологічної сертифікації та добровільної категоризації «Зелена садиба», яка розроблена всеукраїнською Спілкою сприяння розвитку зеленого туризму. Схема сертифікації побудована на принципах зменшення шкідливого впливу туристичного об'єкта на екологію, підтримка народних традицій, місцевої економіки, розвиток екологічно-сприятливих видів розваг і відпочинку.

На підставі вивчення досвіду різних країн можна виділити напрямки та перспективи розвитку зеленого туризму в Україні при удосконаленні законодавчого його регулювання. Так, подібно з досвідом Німеччини, Італії, Австрії, Польщі, Угорщини в Україні існує пільговий режим оподаткування тих садиб, що займаються зеленим туризмом. З досвіду Франції – спільний розвиток сільської місцевості та туризму за фінансової підтримки приватного сектору, поділ району на зони відпочинку та зелені зони. Подібно Італії і Іспанії в Україні виникають сільські садиби біля монастирів, подібно Австрії – розвиток зеленого туризму передбачає зайнятість гостей у зборі трав, приготуванні молокопродуктів, вигоні худоби тощо. В Україні, як і в більшості зарубіжних країн, розвиток зеленого туризму спрямований на вивчення історії народу, його світогляду, народних знань, вірувань, обрядів, звичаїв і традицій, культури, побуту тощо. Розвиток зеленого туризму в Україні повинен вирішити питання, пов'язані з взаємодією органів державної влади та місцевого самоврядування з сільською громадою, соціально-економічними проблемами

сучасного села, удосконаленням законодавчої бази, і таким чином покращити життя сільського населення.

На сьогоднішній день розвиток зеленого туризму корисний як для відпочиваючих, так і для господарів селян, сільських громад, регіонів і держави в цілому, сприяє розвитку багатьох пов'язаних з ним галузей економіки. Розвиток зеленого туризму спонукає до покращення благоустрою сільських садиб, вулиць, в цілому сіл, а також стимулює розвиток соціальної інфраструктури на селі.

Таким чином, на основі вивчення зарубіжного досвіду можна виокремити основні напрямки розвитку зеленого туризму для України: розробка механізмів державного регулювання зеленого туризму, створення сприятливих умов у отримання податкових пільг та кредитів для власників сільських садиб, рекламування послуг сільських господарств, поширення різноманітних видів зеленого туризму тощо. Вивчення зарубіжного досвіду державного регулювання розвитку зеленого туризму дає можливість Україні створювати сучасні туристичні послуги на селі та забезпечити взаємодію органів влади, сільських громад та місцевого самоврядування, що сприятиме поліпшенню соціально – економічного розвитку сільських територій.

### **3.2. Організаційно–економічний механізм державного регулювання розвитку зеленого туризму**

В умовах децентралізації та формування обласних територіальних громад розвиток зеленого туризму, як необхідний вид діяльності для відпочиваючих і селян, сільських громад, регіонів і держави в цілому, забезпечує відносини із сільською спільнотою, використовує цінності села з максимальним збереженням природного середовища, соціально-економічного розвитку села, вирішує всі питання державної політики та місцевого значення. Органи державної влади поділяються на органи державної влади і органи місцевого самоврядування. Тому велика увага звертається на їх взаємодію, ефективний розподіл повноважень органів державної влади та органів місцевого самоврядування у розвитку зеленого туризму. Саме тому проблема взаємодії органів державної влади у розвитку зеленого туризму є досить актуальною і пов'язана з трансформаційними реформами, що на сьогоднішній день відбуваються в державі.

Характер взаємодії органів державної влади у розвитку сільського зеленого туризму в Україні визначається за Конституцією України та діючими нормативно-правовими документами, а саме: [Законі України "Про туризм"](#) [133, ст. 241.], проекту Закону «Про сільський зелений туризм» [127], Концепція Державної цільової програми розвитку туризму та курортів на період до 2022 року [86] тощо.

Напрями освоєння, розвитку та регулювання туристичної діяльності в сільській місцевості України визначаються органами державної влади відповідно до програм розвитку зеленого туризму. Державне регулювання сільського зеленого туризму – це цілеспрямований вплив з боку держави та її органів, яким державою делеговані відповідні повноваження щодо створення туристичної інфраструктури, охорони заповідних територій, організації відпочинку та вільного часу населення країни, підготовки кадрів в розвитку



сільського туризму. На думку науковця Ю.В. Алексєєвої, державне регулювання туристичної діяльності – це «сукупність форм і методів цілеспрямованого впливу органів державної влади на розвиток туристичної галузі і створення умов для ефективної співпраці органів державної влади, місцевого самоврядування та приватного сектора щодо розвитку туризму через різні механізми: адміністративні, організаційні, економічні, правові, екологічні тощо» [2, с. 182–191.].

Отже, державна політика в галузі зеленого туризму визначається через гілки законодавчої та виконавчої влади. Особлива увага приділяється регулюванню туристичної діяльності в сільській місцевості в кожній з гілок влади. Державне регулювання розвитку зеленого туризму реалізується шляхом економічного, правового та адміністративного впливу через законодавчі та нормативні акти, які підтверджують законність його функціонування в Україні є: Закон України «Про туризм» від 18.11.2003 р. №1282–IV (із змінами, внесеними згідно із Законом № 222–19 від 02.03.2015 року) [133, ст. 241.];

– право особистих селянських господарств займатися зеленим туризмом, що визначено в статті 1 Закону України «Про особисте селянське господарство», № 742 від 15.05.2003 р.[ 44];

– проект закону України «Про сільський та сільський зелений туризм» від 16.11.2004 р.[ 127];

– проект закону України «Про сільський аграрний туризм» від 29.04.2010 р. [126].

На сьогоднішній день, існують різні організаційні системи управління зеленим туризмом – від міністерств до сільських, селищних рад, адміністрацій, прямо підлеглих урядові. Як зазначає український вчений Божидарнік Т. В., «деякі країни світу здійснюють керівництво туристичною діяльністю тільки на рівні регіональних органів державної влади, інші – не мають державних важелів регулювання сферою туризму взагалі [28].

Органи державної влади в системі регулювання зеленого туризму в Україні представлені органами законодавчої та виконавчої влади як на

державному, так і на місцевому рівні. Закон України «Про туризм» «визначає загальні правові, організаційні та соціально-економічні засади реалізації державної політики України в галузі туризму та спрямований на забезпечення закріплених Конституцією України прав громадян на відпочинок, свободу пересування, охорону здоров'я, на безпечне для життя і здоров'я довкілля, задоволення духовних потреб та інших прав при здійсненні туристичних подорожей». Згідно цього закону держава проголошує туризм як «один з пріоритетних напрямків розвитку економіки та культури» [85].

Згідно Концепції Державної цільової програми розвитку туризму та курортів на період до 2022 року процес державного регулювання сфери зеленого туризму потребує здійснення комплексу організаційних, економічних, фінансових, управлінських та інших заходів як складових ефективного реалізації державної політики [86]. Державне регулювання розвитку зеленого туризму здійснюється Верховною Радою України, Кабінетом міністрів України, центральним органом виконавчої влади з питань туризму, та міністерствами, які опосередковано впливають на його розвиток, а саме: Міністерство аграрної політики та продовольства України, Міністерство екології та природних ресурсів України, Міністерство економічного розвитку і торгівлі України, Міністерство закордонних справ України, Міністерство інфраструктури України, Міністерство культури України, Міністерство освіти і науки України, Міністерство охорони здоров'я України, Міністерство регіонального розвитку, будівництва та житлово-комунального господарства України, Міністерство соціальної політики України, Міністерство фінансів України, Міністерство інформаційної політики України.

Центральним органом державної виконавчої влади є Кабінет Міністрів України, що, відповідно до Конституції України та законів України, забезпечує діяльність всіх міністерств, реалізовує державну політику в галузі зеленого туризму, має повноваження затверджувати програми розвитку туризму в Україні, фінансувати їх виконання відповідно до бюджетного законодавства, приймати нормативно-правові акти, що регулюють відносини в туристичній

діяльності, вживати заходів щодо забезпечення безпеки туристів, захисту їх прав, інтересів і власності тощо. Міністерство аграрної політики та продовольства України забезпечує реалізацію державної аграрної політики у галузі сільського господарства, безпечності харчових продуктів, у сфері захисту рослин, земельних відносин, лісового господарства, контролю в агропромисловому комплексі, створює сприятливі умови для вдосконалення й розвитку зеленого туризму, підтримки пріоритетних напрямів туристичної діяльності у сполученні з сільськогосподарською діяльністю. Міністерство екології та природних ресурсів України забезпечує реалізацію державної політики у сфері охорони навколишнього природного середовища, екологічної та радіаційної безпеки. Міністерство економічного розвитку і торгівлі України забезпечує визнання розвитку зеленого туризму важливими ланками економіки, заохочення національних та іноземних інвестицій у розвиток туризму, встановлення системи статистичного обліку і звітності у розвитку зеленого туризму, регулює державну політику з питань розвитку підприємництва у розвитку зеленого туризму. Міністерство закордонних справ України є головним органом у системі центральних органів виконавчої влади у формуванні та забезпеченні реалізації державної політики зовнішніх відносин у розвитку зеленого туризму. Головними завданнями є участь у розробці та реалізації міжнародних програм з розвитку зеленого туризму, у забезпеченні національних інтересів і безпеки України, створення сприятливих умов для зміцнення незалежності, державного суверенітету, економічної самостійності та збереження територіальної цілісності при розвитку в'їзного зеленого туризму. На думку науковця Н.В.Коніщевої, «до основних напрямів державної туристичної політики в Україні належать: захист прав подорожуючих; захист інтересів виробників вітчизняного туристичного продукту; всіляка підтримка внутрішнього та в'їзного туризму» [84, с. 76–84.].

Діяльність Міністерства культури України спрямовується до формування та забезпечення реалізації державної політики у сфері охорони культурної спадщини, культурних цінностей тощо. Міністерство освіти і науки України –

головний орган у системі виконавчої влади із забезпечення реалізації державної політики у сфері освіти, наукової, науково–технічної, інноваційної та інтелектуальної власності. Міністерство охорони здоров'я України забезпечує реалізацію у сфері охорони здоров'я.

Міністерство соціальної політики України є головним органом у системі виконавчої влади з формування та забезпечення реалізації державної політики у сфері зайнятості населення, трудових відносин, соціального захисту, обслуговування населення, з питань оздоровлення та відпочинку дітей.

Міністерство фінансів України головний орган у системі виконавчої влади з фінансових питань, формування державної політики у сфері надходжень до бюджету та забезпечення виконання його видатків. Міністерство інформаційної політики України забезпечує надання рекламної інформації щодо розвитку зеленого туризму.

На сьогодні основним профільним органом, що регулює сферу туризму в Україні є Міністерство інфраструктури України як головний орган виконавчої влади у формуванні та забезпеченні реалізації державної політики у туристичній сфері, діяльності курортів, дорожнього господарства, забезпечення захисту і безпеки туристів, надання всебічної допомоги регіонам у створенні інфраструктур з розвитку зеленого туризму як важливої ланки туристичної галузі України.

В сучасних умовах децентралізації та формування обласний територіальних громад вищезазначені відомства спонукають населення більше уваги приділяти благоустрою сільських поселень, реформуванню транспортної інфраструктури, відновленню роботи місцевих закладів культури, забезпеченню екологічної чистоти довкілля і вирішенню нагальних соціально–економічних проблем села за рахунок додаткових надходжень до бюджетів місцевих органів влади.

Отже, розвиток зеленого туризму є одним з пріоритетних напрямків соціально-економічного розвитку держави, що визначається державним регулюванням, формуванням і здійсненням реалізації державної політики,

спрямованої на його розвиток. Можна стверджувати, що державне регулювання розвитку зеленого туризму здійснюється з метою забезпечення прав громадян на відпочинок, відновлення та зміцнення здоров'я, на безпечне для життя і здоров'я довкілля, задоволення духовних потреб тощо.

Регулювання розвитку зеленого туризму на місцевому рівні здійснюється місцевими державними адміністраціями, органами місцевого самоврядування, а саме: системами рад: обласних, районних, селищних, сільських, також іншими органами в межах її повноважень. Конституція України закріпила дві системи влади на місцях: місцеві державні адміністрації, які є місцевими органами виконавчої влади та місцеве самоврядування як публічну владу територіальних громад [85]. Це – різні за своєю юридичною природою і, насамперед, за функціями і повноваженнями системи місцевої влади. На практиці реалізація функцій і повноважень обох органів місцевої влади породжує спірні питання щодо встановлення меж їх функцій і повноважень, способів. Місцеві державні адміністрації в межах своїх повноважень вирішують питання з розвитку зеленого туризму, а саме сприяють розвитку зеленого туризму в регіоні, заохочують селян до роботи в цієї сфері туризму, вживають заходи з розвитку соціальної інфраструктури й благоустрою сіл з метою підвищення їх туристичної привабливості, контролюють розробку програм розвитку зеленого туризму в регіоні, вирішують інші питання розвитку сільського та сільського зеленого туризму в регіоні відповідно до законодавства України.

Органи місцевого самоврядування, в межах своїх повноважень, вирішують питання з розвитку зеленого туризму таким чином:

- при розробці проектів місцевих програм включають програми розвитку зеленого туризму;
- створюють на місцях сприятливі умови для заохочення місцевого населення до роботи в розвитку зеленого туризму;
- вживають заходи з розвитку соціальної інфраструктури й благоустрою сіл з метою підвищення їх туристичної привабливості, надають послуги в сфері зеленого туризму;

- співпрацюють з органами державної влади у вирішенні питань розвитку зеленого туризму;
- вирішують на місцях питання розвитку зеленого туризму відповідно до законодавства України.

Програми розвитку сільського туризму є невід'ємними складовими частинами державних цільових, регіональних, місцевих та інших програм розвитку туризму. Місцеві програми розвитку туризму затверджують сільські, селищні, міські ради, до їх повноважень яких входить визначати кошти місцевих бюджетів, вживати заходів для стимулювання об'єктів господарювання, які здійснюють діяльність з надання туристичних послуг, заохочення селян до надання туристичних послуг в розвитку зеленого туризму, патріотичного, екологічного виховання населення, створення нових робочих місць та збільшення надходжень від туристичної діяльності до відповідних бюджетів; розвитку соціальної інфраструктури і благоустрою сіл; забезпечення конституційних прав громадян на відпочинок та інших прав громадян; забезпечення безпеки громадян при здійсненні ними туристичних подорожей зеленого туризму тощо.

Прикладом є програми розроблені в регіонах, які задовольняють туристичні потреби сільського населення та гостей села; забезпечують комплексний розвиток регіону за умови збереження історико-культурної спадщини. Відповідальними за виконання у Програмі заходів, забезпечення їх реалізацію є відділи обласної державної адміністрації, районні державні адміністрації, районна рада, селищна та сільська ради, адже саме туристична галузь є важливим чинником стабільного збільшення надходжень до бюджету, істотного позитивного впливу на стан справ у галузях економіки: транспорті, торгівлі, зв'язку, будівництва, сільського господарства, тощо).

Однією із найважливіших проблем розвитку туристичної діяльності в сільській місцевості України є відсутність суттєвої державної підтримки місцевих ініціатив у розвитку зеленого туризму. Проте зарубіжний досвід свідчить, що максимального ефекту в розвитку зеленого туризму можна

досягти лише за умов тісної співпраці органів виконавчої влади, місцевого самоврядування та громадських ініціатив. На сьогоднішній день розвиток зеленого туризму має нерозвинену соціальну інфраструктуру, недостатній рівень кадрового забезпечення управління туристичною діяльністю в сільській місцевості; ускладнена на державному рівні стандартизація туристичних послуг, поліпшення їх якості та впровадження ефективних механізмів взаємодії органів державної влади та державного регулювання розвитку туристичної галузі тощо. Реалізація зазначених шляхів дозволить підвищити ефективність державного регулювання сфери сільського зеленого туризму, і, як зазначав український науковець Донченко Л.М., «забезпечити дійову координацію заходів місцевих органів виконавчої влади, органів місцевого самоврядування, громадських організацій» [37]. Це сприятиме збільшенню відвідувачів на регіональному ринку туристичних послуг, організації нових робочих місць, збільшенню надходжень до державного та місцевих бюджетів, підвищенню рівня та якості життя сільського населення.

Місцева влада зобов'язана орієнтуватися в тому, яку користь приносить і які витрати спричинює розвиток зеленого туризму. Органи місцевого самоврядування повинні робити свій внесок у підтримку й розвиток зеленого туризму завдяки допомозі в організації виставок, регіональних ярмарків, конкурсів, а також сприяти таким ініціативам, як будівництво або реконструкція спортивних майданчиків, реклама тощо. Сільська рада має у власності майно, яким може розпоряджатися для створення фінансових інститутів, реалізовувати власну інвестиційну політику, а також активізувати дохідну господарську діяльність, яка сприяє розвитку сільського туризму, створенню нових робочих місць, збільшенню пропозиції товарів і послуг сільського населеного пункту.

Розвиток зеленого туризму в Україні має багато проблем, які потребують розв'язання шляхом взаємодії органів державної влади та органів місцевого самоврядування, що є досить актуальним в умовах децентралізації і формування громад. Для активізації туристичної діяльності у сільському

населеному пункті необхідно забезпечити якісне середовище, яке сприятиме розвитку зеленого туризму, започаткувати ініціативи власників сільських садіб та сільського населення, що мають бути підтримані на державному та місцевому рівнях. В першу чергу, необхідно вирішити питання державної фінансової, законодавчої підтримки, що в подальшому впливатиме на розвиток сільського туризму через ефективне використання природних ресурсів, на які багата сільська місцевість.

Впровадження вищезазначених заходів дозволить створити конкуренцію на ринку послуг зеленого туризму, сприятиме зростанню доходів сільських жителів та виведе з «тіні» селянські господарства, які займаються розвитком зеленого туризму.

Для України стратегічно важливо швидко подолати відставання у сфері зеленого туризму і реалізувати наявний багатий туристичний потенціал шляхом проведення виваженої політики державного регулювання, зокрема і на регіональному рівні. Окрім того, сприяння розвитку зеленого туризму має стати невід'ємною складовою державної регіональної політики, одним із шляхів вирішення питання зайнятості населення та соціально-економічного розвитку на селі.

Отже, дана проблема є актуальною та потребує подальшого вивчення, оскільки ефективність розвитку зеленого туризму залежить від діяльності і взаємодії органів державної влади.



### 3.3. Сучасні аспекти державного регулювання зеленого туризму

Рівнем розвитку зеленого туризму перевіряється і оцінюється ступінь розвитку сільської території і можливість суспільства відпочивати або приймати відвідувачів. Важливим фактором є готовність органів державної влади виконувати своє призначення у відповідності до вимог сучасного суспільства. Влада в умовах відкритого суспільства повинна бути зацікавлена в створенні сприятливих умов для розвитку зеленого туризму, визнанні зеленого туризму важливим фактором підвищення рівня життя сільського населення. Вона є важливим чинником вироблення і реалізації державної політики відповідно до нових умов функціонування розвитку зеленого туризму. Рівень і розвитку зеленого туризму визначить ступінь готовності суспільства до прийняття гостей-туристів в умовах децентралізації та формування об'єднаних територіальних громад, рівень конкурентоздатності держави на міжнародній арені.

Аналіз впливу органів державної влади на розвиток зеленого туризму підтверджує необхідність врахування потреб сільського населення при розробці та затвердженні місцевих програм розвитку туризму та визнання зеленого туризму важливим фактором підвищення рівня життя сільського населення. Нині в різних органах влади спрямовуються бюджетні кошти на розробку та реалізацію програм розвитку зеленого туризму, створюються приватні туристичні заклади, що задовольняють туристичні потреби широкого кола користувачів і тим самим забезпечують популяризацію туризму на селі. Господарям таких закладів потрібна підтримка з боку органів державної влади, що дозволить започаткувати розвиток туризму і зробити сільську місцевість цікавою для туристів. Найбільш поширеними засобами впливу органів державної влади на розвиток зеленого туризму є:

- надання всебічної допомоги у розвитку інфраструктури;
- спрямування бюджетних коштів на розробку та реалізацію програм

розвитку зеленого туризму;

- заохочення сільського населення до участі в розвитку зеленого туризму;

- створення економічних умов для розвитку зеленого туризму;

- облаштування туристичних маршрутів;

- тощо.

Отже, є певні зрушення у популяризації розвитку зеленого туризму на селі, водночас, слід наголосити на тому, що відчутно бракує обізнаності та соціальної активності сільського населення, розмежування повноважень між працівниками органів державної влади та господарями сільських туристичних садиб, необхідного для гармонійного розвитку зеленого туризму, тому часто спостерігається розвиток не на повну потужність.

З метою визначення рівня готовності працівників органів державної влади на регіональному рівні до забезпечення розвитку зеленого туризму та готовності сільського населення до популяризації туризму на селі було проведено дослідження “Державне регулювання розвитку зеленого туризму”.

Об’єктом дослідження виступали працівники органів державної виконавчої влади, посадові особи місцевого самоврядування, представники об’єднаних територіальних громад Сумської області слухачі професійної програми підвищення кваліфікації державних службовців та посадових осіб місцевого самоврядування центру перепідготовки та підвищення кваліфікації працівників органів державної влади, органів місцевого самоврядування, державних підприємств, установ і організацій Сумської обласної державної адміністрації.

Основними завданнями були такі:

- оцінити можливості розвитку сільського зеленого туризму;

- визначити потенційних місцевих готельєрів та вплив органів державної влади на розвиток сільського зеленого туризму;

- проаналізувати фактори зовнішнього середовища, які впливають на розвиток сільського туризму;

– з’ясувати роль органів державної влади у розвитку сільського зеленого туризму.

Дослідження проводилось протягом 2016 – 2017 року. Загальна кількість опитаних склала 175 осіб. Відповідно до результатів опитування, респонденти розподілилися таким чином (у % до всіх опитаних):

– *за статтю:*

1. Чоловіча – 42,7;      2. Жіноча – 57,3;

– *за віком:*

1. Від 18 до 28 років – 12;      2. Від 29 до 37 років – 30,6;      3. Від 38 до 45 – 26,7;  
4. Від 46 до 55 років – 24;      5. Від 56 років і старше –  
6,7;

– *за освітою:*

Мають вищий ступінь – 2,6;	середня спеціальна – 5,3;
вища – 85,4;	середня – 0;
незакінчена вища – 6,7;	неповна середня – 0;

Слід зауважити, що серед опитаних не виявилось осіб, що не мали хоча б середньої спеціальної освіти.

– *за хоббі:*

мандрівка – 19;      комп’ютерні ігри – 1,9;      рукоділля – 24;  
читання книжок – 13,2;      відпочинок на природі – 20,9      інші – 8,9;  
квіти – 12,1;

Слід відмитити, що хобі більшості опитаних є мандрівка і відпочинок на природі.

– *за основним заняттям:*

керівник чи заступник керівника організації –	6,7;
керівник чи заступник керівника структурного підрозділу	6,7;

державний службовець чи посадова особа місцевого самоврядування –	20;
приватний підприємець, фермер –	1,3;
науковець, керівник освітнього закладу –	49,3;
інше –	16.
– за місцем проживання:	
село – 62,7;	місто – 33,3;
селище – 4;	інше – 0;

Наступна частина дослідження мала на меті дослідження відпочику опитуваних.

На запитання про те, як часто здійснюєте поїздки з метою відпочинку, опитувані відповіли таким чином: 20,5 % – щовихідні, 19,2 % – раз на місяць, 41,1 % – тільки у відпустці, 9,6 % – не здійснюють туристичні поїздки взагалі і 9,6 % – інше (рис. 3.1).

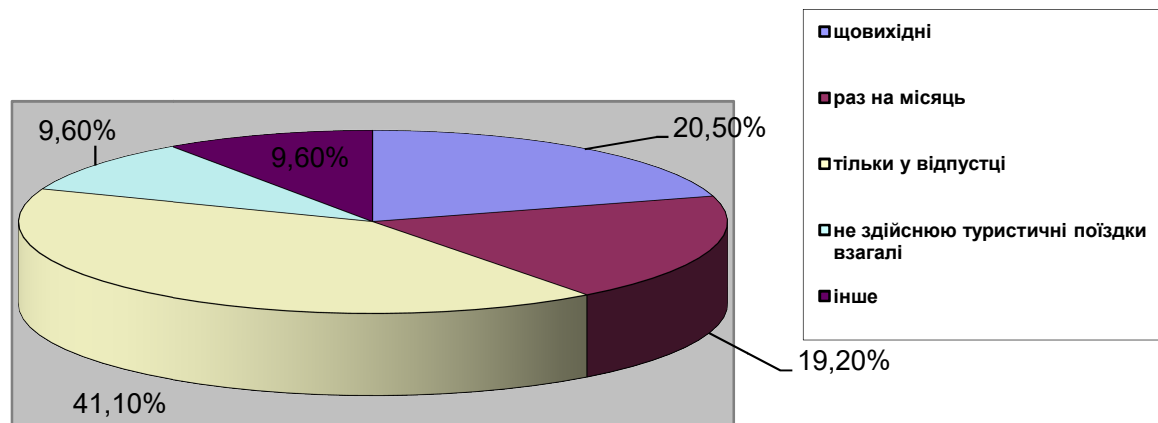


Рис. 3.1. Розподіл відповідей на запитання: Як часто Ви здійснюєте поїздки з метою відпочинку?

В ході опитування виявилось, який сезон найкращий для відпочинку, а саме зима – 14,3%, весна – 13,4%, літо – 59,8%, осінь – 12,5%. і яким видам відпочинку надається перевага: 19,9% – пляжний відпочинок, 15,1% – промисловий відпочинок, 29,2% – екскурсійно–пізнавальний туризм, 0,9% – екстремальний туризм, 12,3% – спортивний туризм, 18,8 – тури вихідного дня, 3,8 – інше. Як показало дослідження, найбільше перевагу віддають екскурсійно–пізнавальному туризму, а саме відвідування пам’яток культури, музеїв, історичних місць тощо (рис. 2.2).

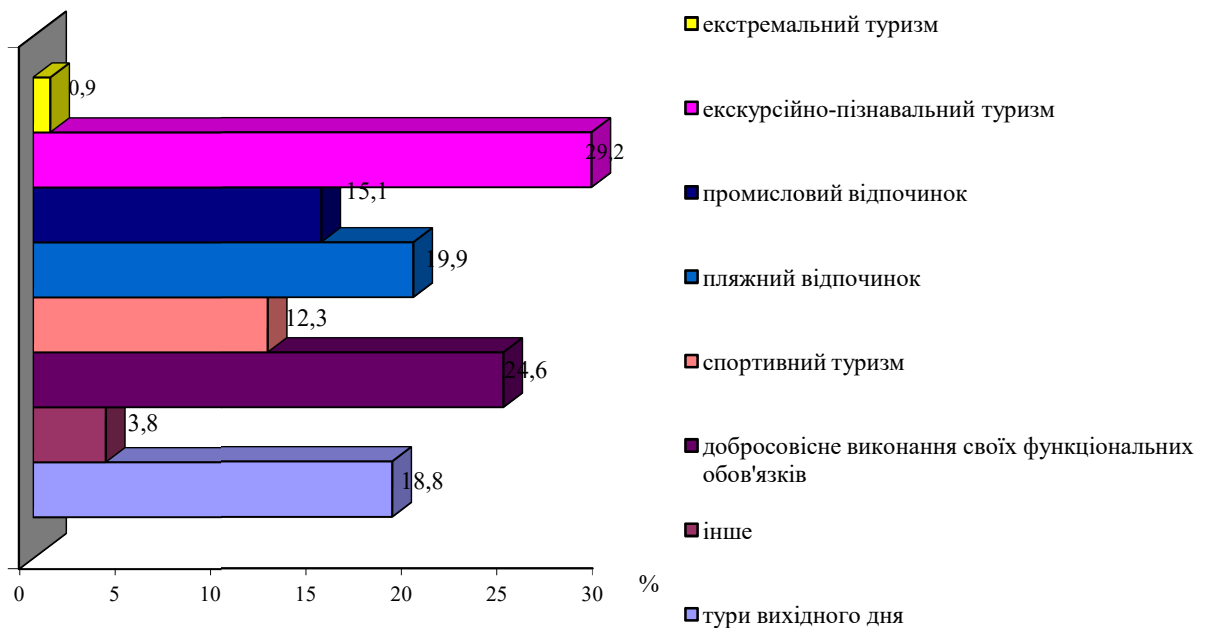


Рис. 3.2. Розподіл відповідей на запитання: Яким видам відпочинку ви віддаєте перевагу?

Цікавою є думка респондентів про визначення мети відпочинку. Найбільш ефективною метою опитувані вважають знайомство з визначними місцями району, його культурою – 38,4%. На другому місці відпочинок в екологічно чистому районі та відвідування гарних місць природи – 32,5%, подобається спортивно–розважальний відпочинок – 15,1% і відпочинок в місцях дикої природи з розбивкою наметового табору – 12,8, інше – 1,2% (рис.3.3).

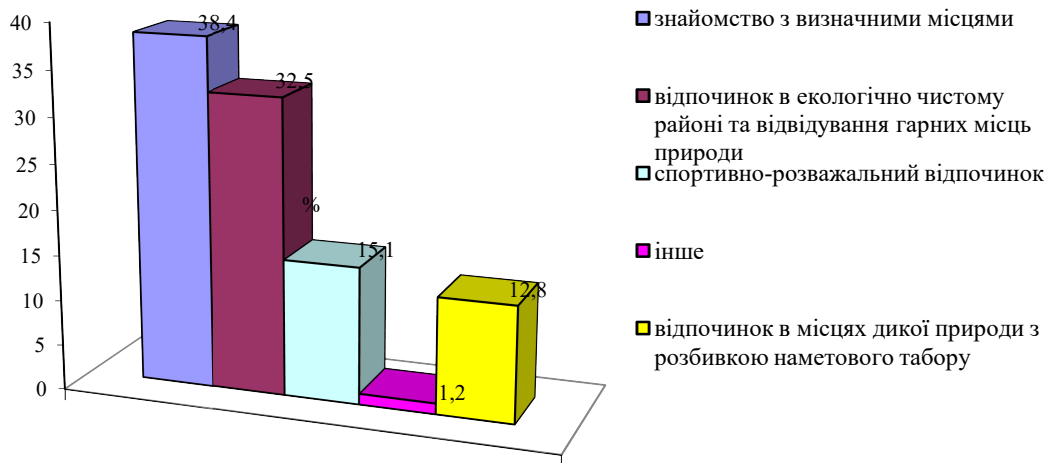


Рис. 3.3. Розподіл відповідей на запитання: Визначте основну мету відпочинку?

Найбільше опитуваних самі шукають необхідну інформацію про туристичні компанії з метою відпочинку – 54,4%, за допомогою родичів – 4,4%, за допомогою друзів, знайомих – 10%, за порадою колег – 5,6, через мережу інтернет– 25,6% (рис. 3.4)

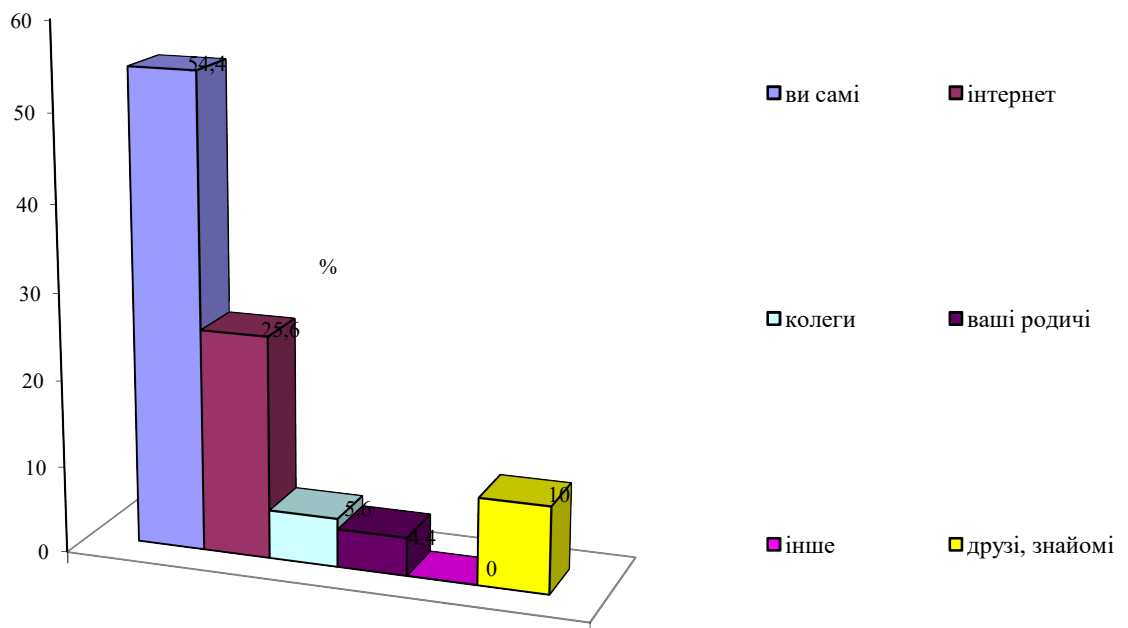


Рис. 3.4. Розподіл відповідей на запитання: Якщо Вам буде необхідна інформація про туристичні компанії та поїздки, хто буде займатись її пошуком?

Наступні запитання анкети були спрямовані на виявлення характеристик у респондентів, які впливають на відпочинок. Виявилось, що результат відпочинку приносить більше задоволення, ніж його планування (57,1%), не

впевнені в цьому – 12,9%, 21,4% вважають, що планування відпочинку приносить більше задоволення, ніж результат і 8,6% у цьому впевнені. Думки респондентів розділилися у питанні відпочинку від тих зручностей, які створюють для себе цілий рік. 10,1% зовсім не згодні з цією думкою, 37,7 вагаються, 36,2 % згодні з цією думкою і 16% цілком згодні. 64,3% опитаних не відчують себе знесиленими під час подорожі, 28,6% вагаються, 5,7% відчують втому і тільки 1,4% відчують виснаження під час подорожі. У більшості респондентів (51,4%) відпочинок залежить від настрою і 12,1% у цьому цілком згодні. У 10,8% відпочинок зовсім не залежить від настрою, і 25,7% вагаються у собі і своєму настрої на відпочинок. Більшість респондентів (42,3%) вважають, що вибір місця відпочинку цілком залежить від підбору компанії для відпочинку і 39,7% згодні з цією думкою, 12,3% вважають, вагаючись, що місце відпочинку не залежить від компанії і 5,7% у цьому повністю впевнені (рис. 3.5).

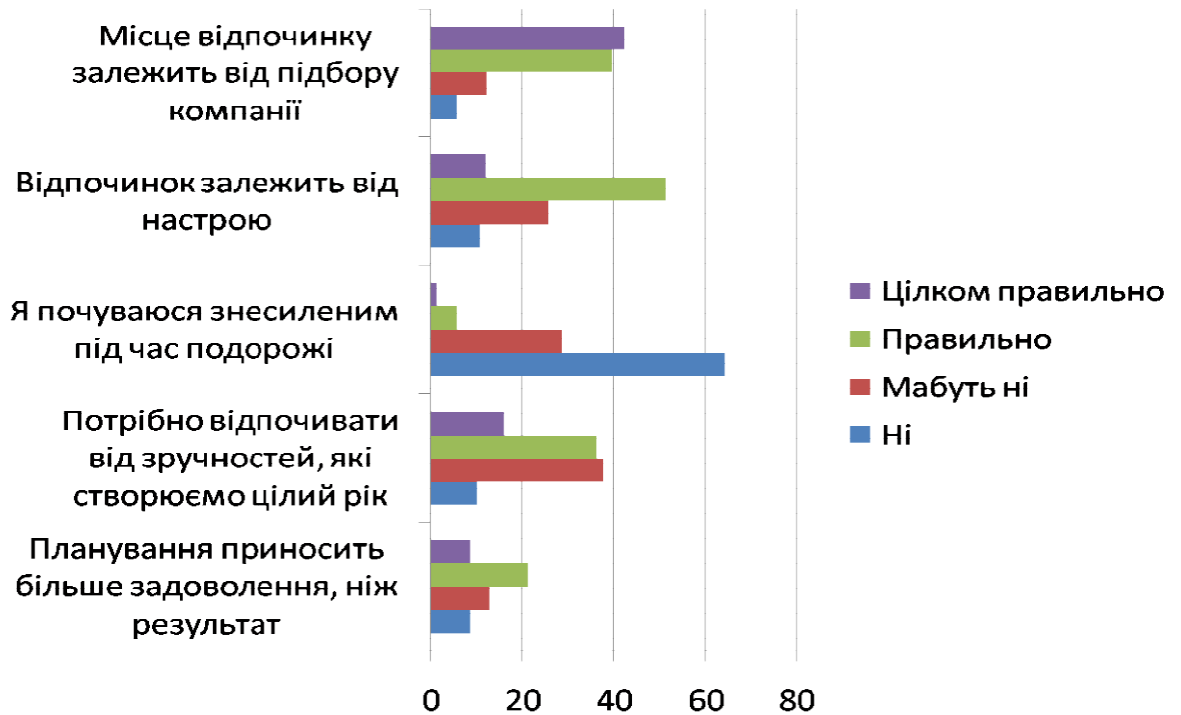


Рис. 3.5. Відповіді на запитання: Чи впливають певні характеристики на ваш відпочинок?

Обираючи між відпочинком на природі у наметовому містечку чи в приміщенні, потрібно зважити всі переваги і недоліки. На думку опитуваних відпочинок на природі кращий – 40,5% і 9,5% у цьому впевнені, не обрали б відпочинок на природі – 35,1%, вагаються – 14,9%.

Респондентам було також запропоновано проаналізувати задоволення під час відпочинку. Виявилось, що відпочинок не приносить моральне задоволення – 20,3%, ні моральне ні матеріальне задоволення – 13,5%, вважають правильним твердження – 50%, і цілком в цьому впевнені – 16,2%. Досить важливими опитані вважають відпочинок на природі як покращення здоров'я, посилення фізичних сил, а саме 44,6% обирають відпочинок на природі задля підвищення сил і 40,5% у цьому цілком впевнені. 12,2% вагаються, що відпочинок на природі надає сил і 2,7% у цьому не згодні.

Результати відповідей представлені на рис. 3.6.



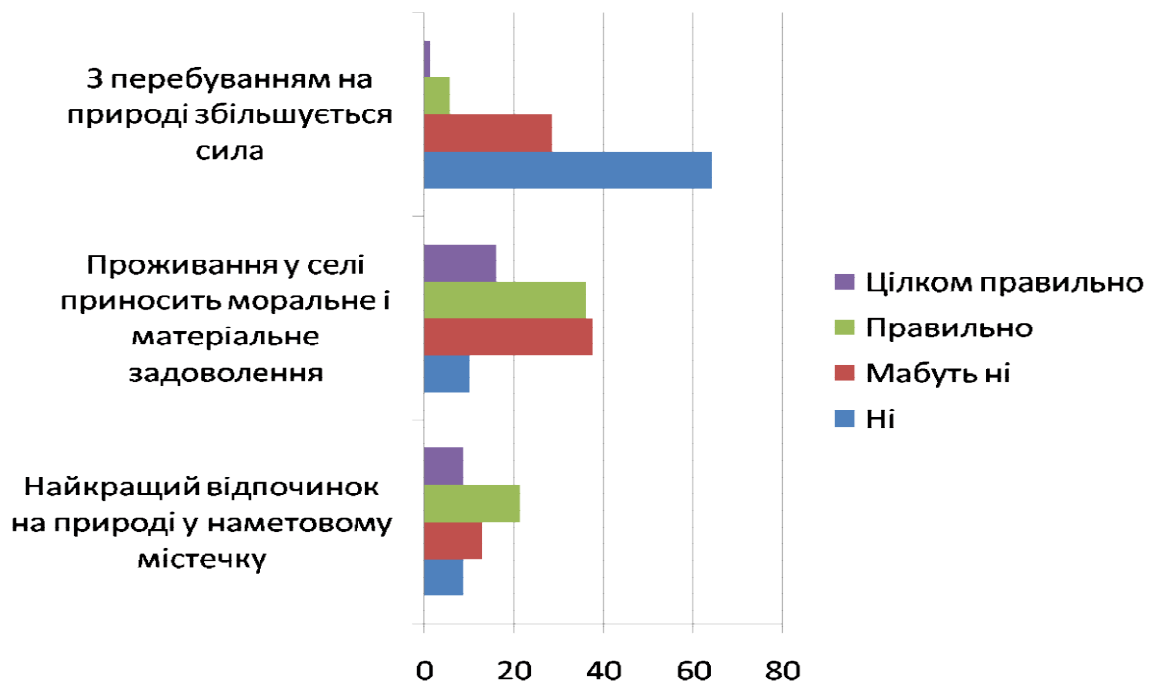


Рис. 3.6. Відповіді на запитання: Як ви ставитесь до відпочинку на природі чи в селі?

Наступна частина дослідження мала на меті оцінку можливостей розвитку сільського зеленого туризму Харківської області.

Відповідаючи на запитання про готовність місцевості до розвитку зеленого туризму, важливим є відвідування тих об'єктів туристичної діяльності, які знаходяться на території, де проживають. Дослідження показало, що 28,2% відвідують туристичні об'єкти досить часто, 9,9% відвідують систематично, 23,9% іноді відвідують і 38% не відвідують взагалі. У Харківській області є безліч унікальних місць для відпочинку і 65,8% з цим згодні, 21,9% у цьому впевнені, але 6,8% вагаються у цьому питанні і 5,5% не згодні з даним твердженням. На питання, чи влаштовують умови надання туристичних послуг, думки розбіглися: ні – 23,6%, мабуть ні – 51,4%, влаштовують – 23,6%, цілком влаштовують – 1,4%. Виходячи з відповідей, можна стверджувати про незадоволення умовами надання туристичних послуг. У Харківській області 55,4% респондентів вважають можливим розвинути зелений туризм, 43,2% у цьому цілком впевнені, 1,4% вагаються щодо розвитку зеленого туризму на цій території і не виявилось жодного опитаного, хто вважав би неможливим

розвиток туризму на селі (0%). Результати відповідей представлені на рис. 3.7.

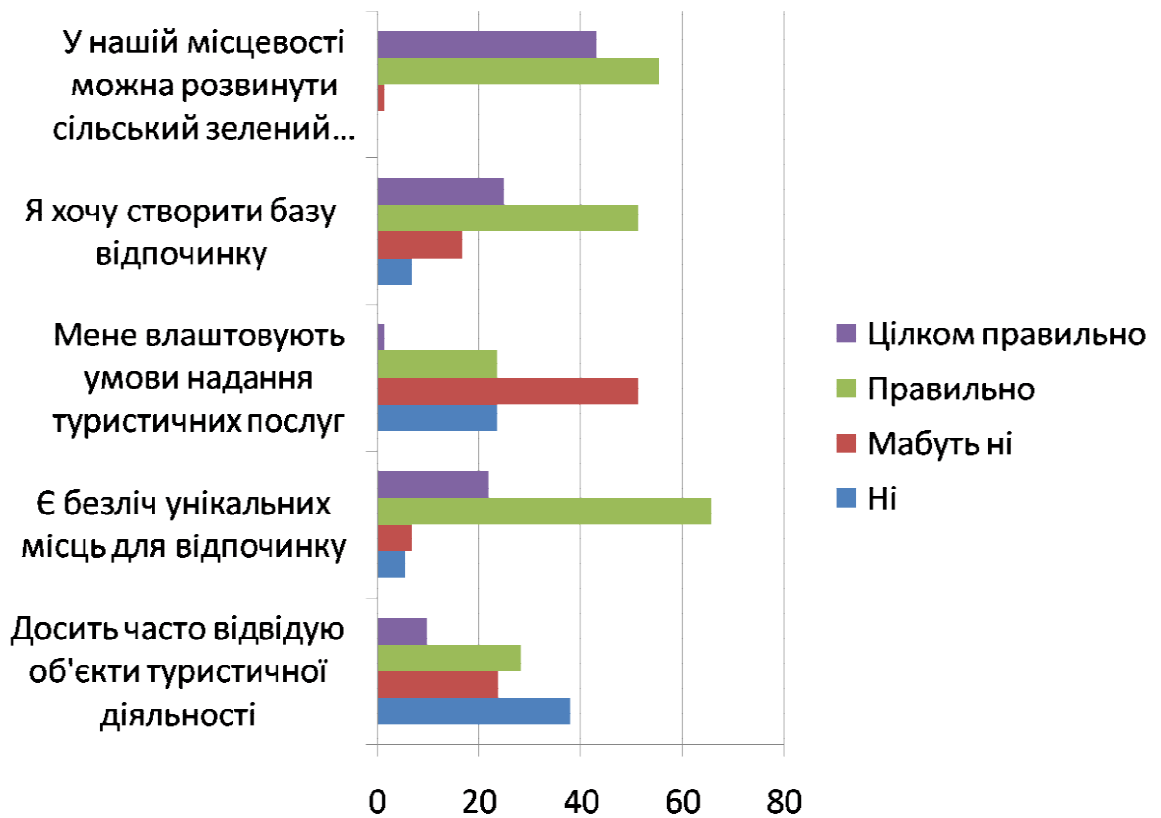


Рис. 3.7. Розподіл відповідей респондентів на запитання: Чи готова місцевість, де Ви проживаєте, до розвитку зеленого туризму?

Отже, кожна сільська місцевість має безліч унікальних місць для відпочинку і для розвитку зеленого туризму. Слід звернути увагу на те, що більшість опитаних підтримують розвиток зеленого туризму бажанням створити бази відпочинку, створенням умов розвитку, відвідуванням подібних об'єктів тощо.

Слід відмітити, що 51,4% опитаних бажають створити базу відпочинку у своїй місцевості, 25% неодмінно це зроблять в найближчий час, деяким опитаним (16,7%) перешкоджають різні фактори і лише 6,9% не вбачають у цьому сенсу (рис.3.8 ).

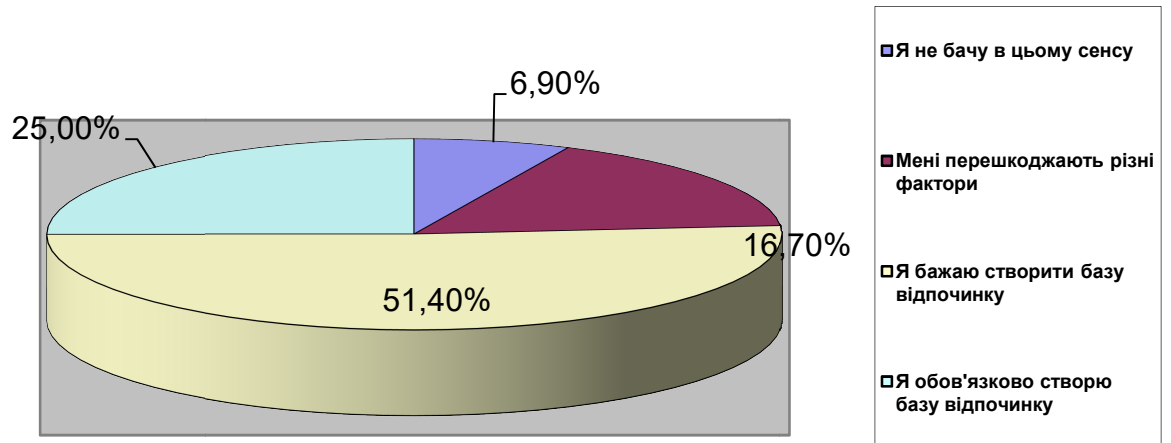


Рис. 3.8. Розподіл відповідей респондентів на запитання: Чи хотіли б ви створити базу відпочинку у своїй місцевості?

Наступна частина дослідження мала на меті проаналізувати недоліки розвитку сільського зеленого туризму на Харківщині. Виявилось, що одним з недоліків розвитку сільського зеленого туризму є відсутність інфраструктури, умов проживання, транспорту, необхідного сервісу тощо. Згодні з цим 67,1% респондентів, цілком згодні – 18,4%, не згодні – 5,3%, вагаються – 9,2%. Одним з недоліків розвитку туризму є транспортна доставка і висока вартість проїзду, вважають 41,7% опитаних, 9,7% із цим повністю згодні, хоча досить значна кількість опитуваних (31,9%) зазначає, що транспорт і висока вартість проїзду зовсім не впливають на розвиток туризму, 16,7 % вагаються відповісти. Наступними недоліком є необізнаність населення з питань розвитку зеленого туризму. Не знають про туристичні об'єкти 52,1% респондентів, 36,6% зовсім не цікавляться туристичними об'єктами, 4,2% знають про можливості розвитку туризму і 7,1% не впевнені у своїй відповіді. Важливим питання, що впливає на розвиток зеленого туризму є відсутність підтримки з боку держави та органів місцевого самоврядування, вважають 39,7% опитаних, 50,7% у цьому повністю впевнені, 2,7% вважають, що органи державної влади не впливають на розвиток зеленого туризму і 6,9 вагаються відповісти (рис. 3.9).

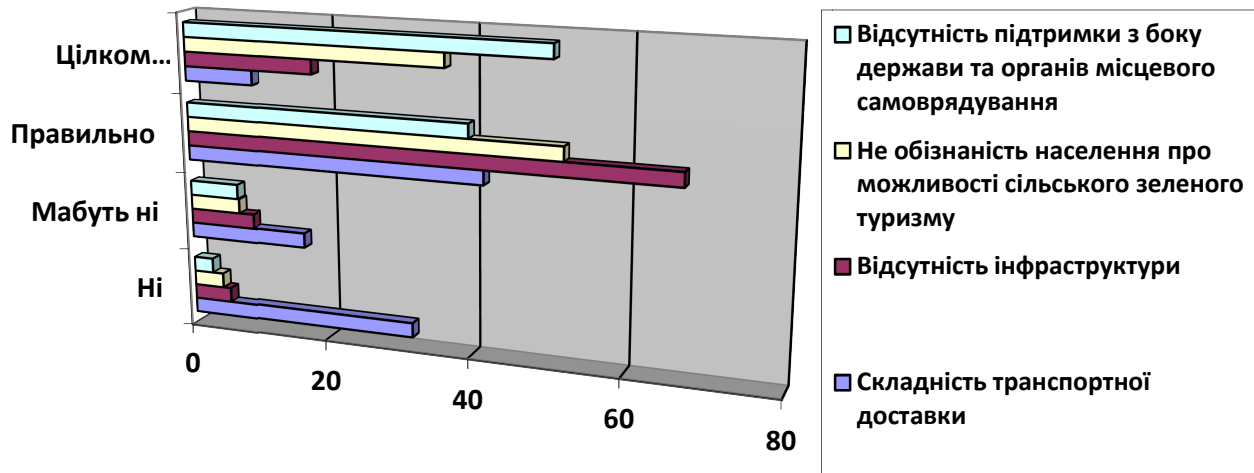


Рис. 3.9. Розподіл відповідей на запитання: Що зараз обмежує розвиток зеленого туризму на Харківщині?

Для ефективного розвитку сільського зеленого туризму на Харківщині потрібно вирішити інфраструктурні проблеми. 30,6% вважають, що ці проблеми потрібно вирішити терміново, можна зробити (42,7 %) і 26,7% не вбачають у цьому сенсу.

Виявилося, що для розвитку зеленого туризму потрібно збільшити потік туристів до Харківської району (78,4%), побудувати туристичний комплекс (61,3%), створити етнографічний комплекс, де місцеві мешканці зможуть показати традиційні заняття, промисли, одяг, їжу тощо, підготувати кваліфікованих гідів (65,3%), організувати інформування місцевих жителів про всі заходи туризму (82,9%), організувати групи з місцевих мешканців, які будуть брати участь у заходах, що організовані місцевими органами влади (89,3%), розширити потік фінансів у вигляді грантів та інвестицій (44,6%), налагодити виготовлення та продаж сувенірів з місцевим колоритом та символами (57,3%), вимагати від органів державної влади додаткового фінансування сфери зеленого туризму (48%). Результати відповідей представлені на рис. 3.10.

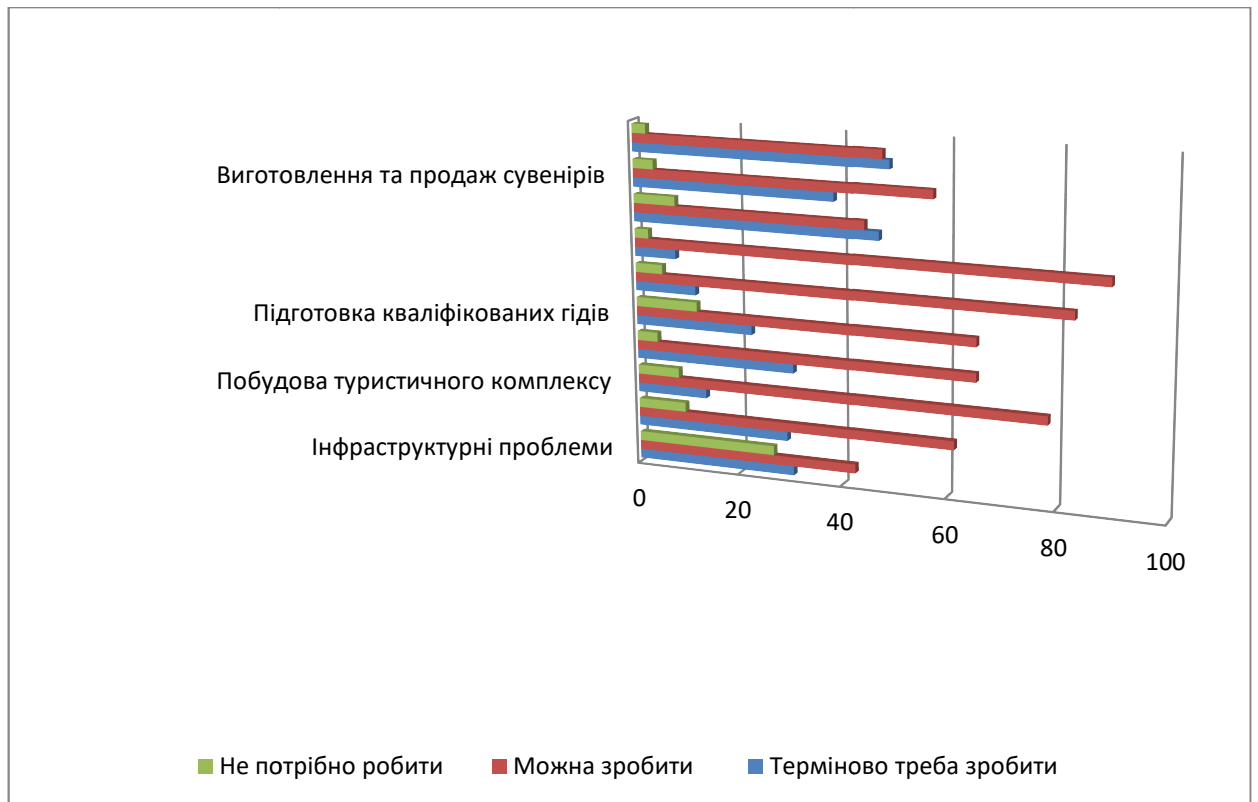


Рис. 3.10. Розподіл відповідей на запитання: Що треба зробити, щоб у вашому регіоні розвиток зеленого туризму приносив максимальну допомогу місцевому населенню?

На запитання про те, які потреби ви задовольняєте при потребі екологічного туру, опитувані відповіли таким чином: 34,6 % – відпочинок на природі, 7,8 % – місцева кухня, 15,1 % – нові знайомства, 8,9 % – відвідування майстер–класів, 9,5% – архітектура, 24,1 – нові враження (рис. 3.11).

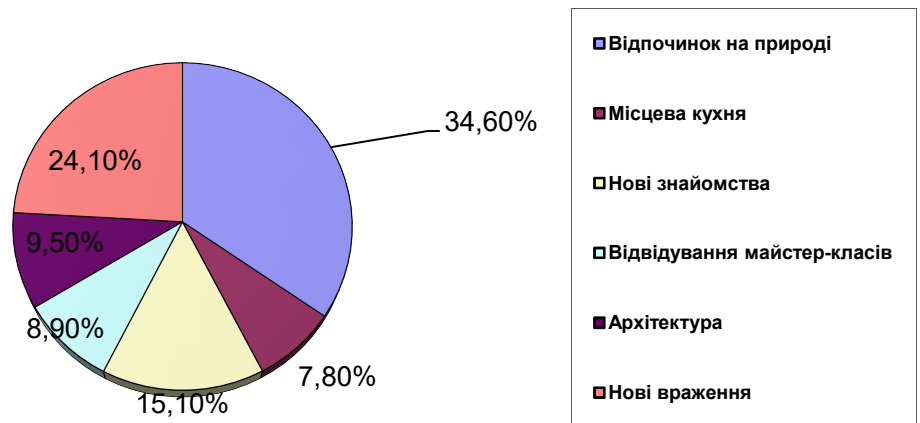


Рис. 3.11. Розподіл відповідей на запитання: Які потреби ви задовольняєте при потребі екологічного туру?

Аналізуючи відповіді опитуваних, ми дійшли висновку, що не кожний сільський житель має можливість розташувати туристів у своєму будинку. Лише 13,3% мають таку змогу, 74,7% не можуть прийняти туристів вдома. Водночас, 12% вагаються з відповіддю (рис. 3.12).

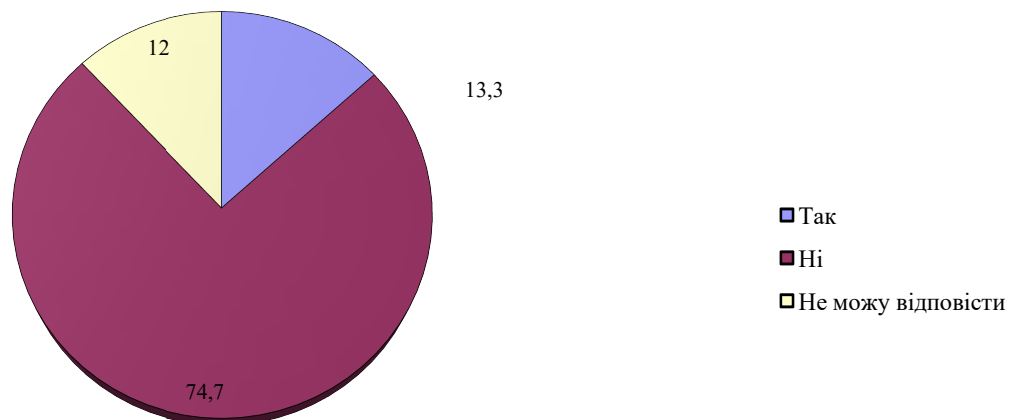


Рис. 3.12. Розподіл відповідей на запитання: Чи є у вас можливість прийняти гостей-туристів?

Респонденти відзначили, що є різноманітні послуги, які вони можуть надати туристам, а саме: прогулка на конях (5,2%), катання на тракторі, квадроциклі, снігоході (5,2%), збір ягід, грибів, трав (22%), полювання, рибалка (14,5%), народно – мистецькі промисли (різьба по дереву, робота в кузні,

лозоплетіння, гончарне виробництво тощо) – 6,9%, сінокіс (20,8), догляд за домашньою худобою (18,5%). Водночас опитувані відзначили, що не можуть нічого запропонувати туристам (6,9%). Щоб туристи могли повністю використовувати дані послуги, ефективно відпочивати, необхідно глибше ознайомити їх з можливостями сучасного села, домовитися з господарями тощо (рис.3.13).

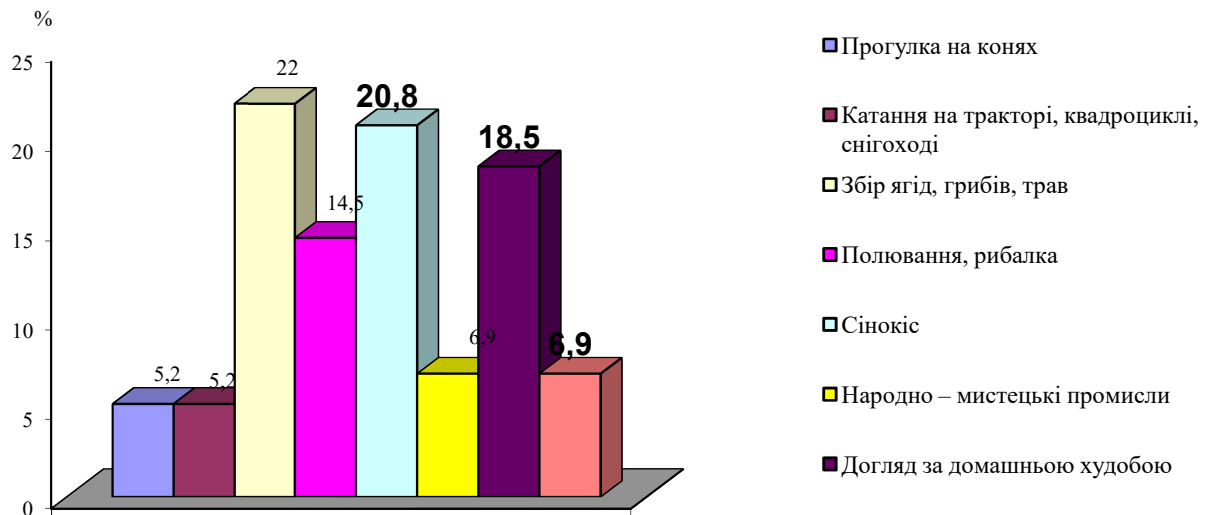


Рис. 3.13. Розподіл відповідей на запитання: Які послуги Ви готові надати туристам?

Респонденти у своїх відповідях відзначили, що органи державної влади та органи місцевого самоврядування повинні домовлятися з господарями по започаткуванню зеленого туризму у районі (рис.3.14).

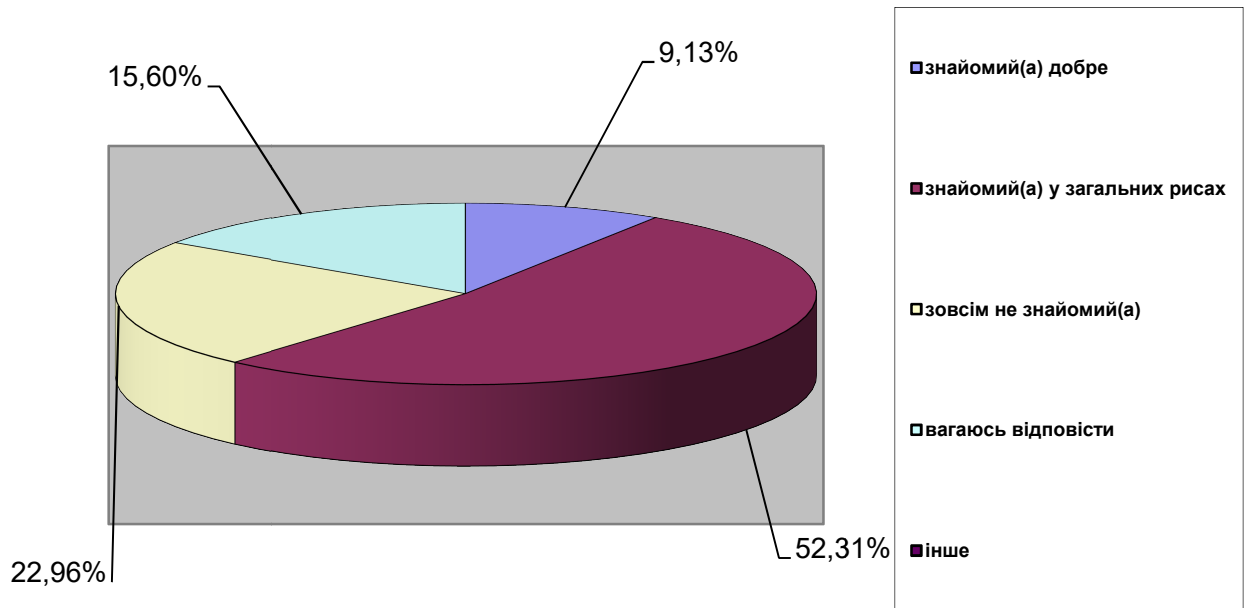


Рис. 3.14. Розподіл відповідей на запитання: Хто повинен домовлятися з господарями по започаткування зеленого сільського туризму у вашій місцевості?

Більшість опитуваних вважають, що розвиток інфраструктури (20,1%) може зробити сільську місцевість цікавою для туристів. Результати відповідей представлені на рис. 3.15. Однак, без активного втручання органів державної влади не можна зробити місцевість привабливою.



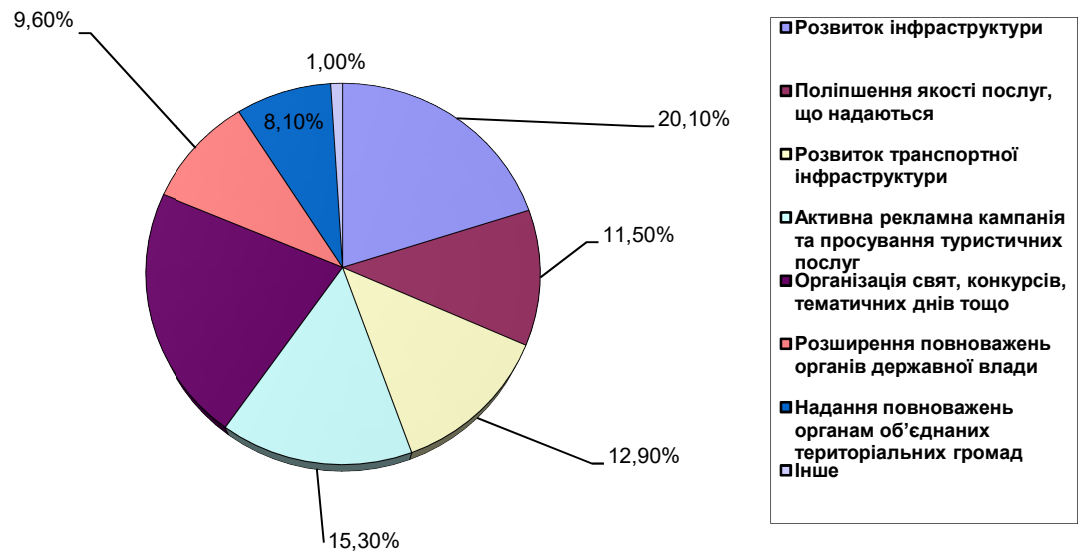


Рис. 3.15. Розподіл відповідей на запитання: Які з перерахованих засобів зможуть зробити вашу місцевість цікавою для туристів?

Наступна частина дослідження мала на меті визначення впливу факторів зовнішнього середовища на розвиток зеленого туризму. Більшість респондентів переконана, що позитивний вплив із соціальних фікторів мають життєвий рівень населення (53,3%), суспільні цінності і мораль (66,7%), рівень культури (78,7%), соціальний розвиток суспільства (84%). В той же час із технологічних факторів позитивний вплив має підготовка спеціалістів у галузі зеленого туризму (81,3%), загальний рівень культурного розвитку (92%), глобальні інформаційні технології (88%). Досить важливе значення для позитивного впливу на розвиток зеленого туризму справляють економічні фактори, а саме джерела зеленого туризму (65,3%). Слід відзначити, що на відміну від попередніх, на думку респондентів, політичні фактори не зовсім добре впливають на розвиток сільського зеленого туризму (табл.3.2.).

## Вплив зовнішніх і внутрішніх факторів на розвиток зеленого туризму

Зовнішні фактори	Вплив на розвиток туризму	
	Позитивний	Негативний
<i>Соціальні</i>		
Життєвий рівень населення	53,3	46,7
Суспільні цінності і мораль	66,7	33,3
Рівень культури	78,7	21,3
Соціальний розвиток суспільства	84	16
Демографічні фактори	29,3	70,7
Вплив на суспільство соціальних груп	25,3	74,7
Національні фактори	22,7	77,3
Співвідношення міського і сільського населення	30,7	69,3
Міжнаціональні відносини	25,3	74,7
Міграція населення	17,3	82,7
Соціокультурні фактори	30,7	69,3
<i>Технологічні</i>		
Підготовка спеціалістів у галузі сільського зеленого туризму	81,3	18,7
Загальний рівень культурного розвитку	92	8
Глобальні інформаційні технології	88	12
Екологічні технології	57,3	42,7
Фінансування	37,3	62,7
Мультимедійні технології	45,3	54,7

<i>Економічні</i>		
Кредитна політика держави	13,3	86,7
Податкова політика	22,7	77,3
Динаміка економічного розвитку	25,3	74,7
Можливість населення відпочивати	34,7	65,3
Інвестиційна політика держави	18,7	81,3
Міжрегіональні зв'язки	17,3	82,7
Дефіцит державного бюджету	5,3	94,7
Рівень інфляції в країні	10,7	89,3
Джерела зеленого туризму	65,3	34,7
Розвиток ринкових відносин	24	76
<i>Політичні</i>		
Стан у державі	13,3	86,7
Міжнародний стан	14,7	85,3
Внутрішньополітичний стан у державі	10,7	89,3
Ефективність роботи законодавчої бази	9,3	90,7
Президент і його представники в областях	13,3	86,7
Вплив адміністрації і губернатора в області	20	80
Політичні конфлікти	4	96
Партії і рухи	6,7	93,3
Суспільна активність	30,7	69,3
Загальна і особиста безпека	30,7	69,3

В умовах децентралізації та формування об'єднаних територіальних громад розвиток зеленого туризму відіграє важливу роль, оскільки стимулює розвиток малого та середнього бізнесу (13,7%), розвиває інфраструктуру (15,5%), підвищує обізнаність та соціальну активність населення (8,1%), забезпечує екологічну безпеку регіону (9,9%), підвищує позитивний імідж об'єднаних територіальних громад (9,6%), розвиває сільську територію на периферії (13,7%) тощо (рис. 3.16).

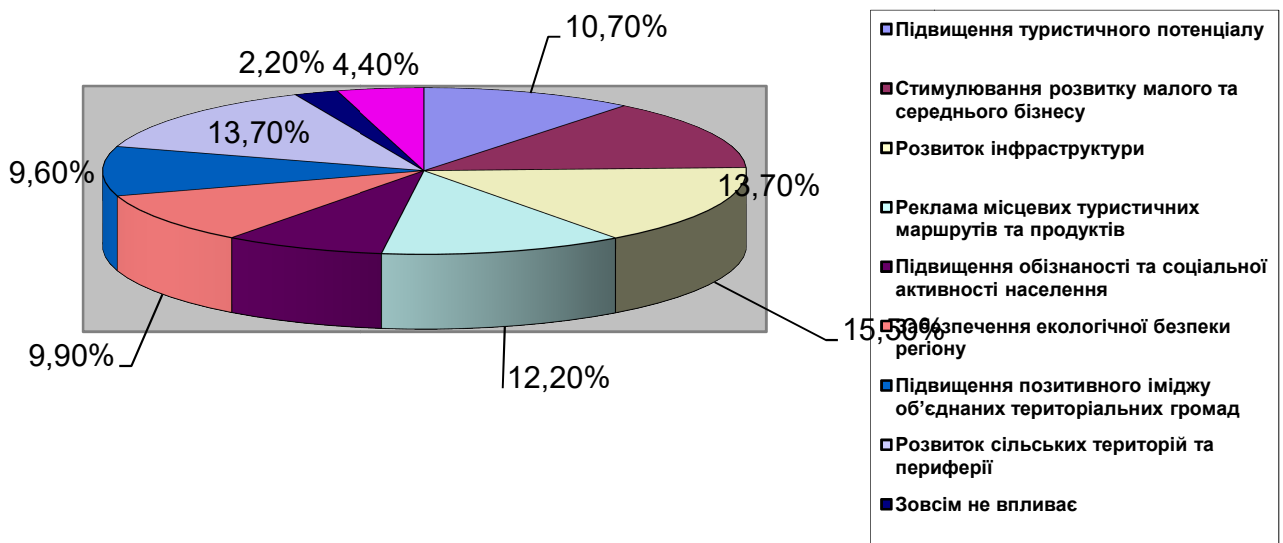


Рис. 3.16. Розподіл відповідей на запитання: Яким чином ефективний розвиток зеленого туризму впливає на можливість стрімкого розвитку об'єднаних територіальних громад?

Про необхідність допомоги від органів державної влади по запровадженню розвитку зеленого туризму свідчать відповіді респондентів на запитання про те, яку допомогу від органів державної влади ви отримуєте на сьогоднішній день. 19,3% опитуваних вважають необхідним врахування потреб зеленого туризму при розробці та затвердженні місцевих програм розвитку туризму, 14,1% надають повноваження громадським об'єднанням сільських господарів, 18,5% респондентів вимагають визнання зеленого туризму важливим фактором підвищення рівня життя сільського населення (рис. 3.17.).

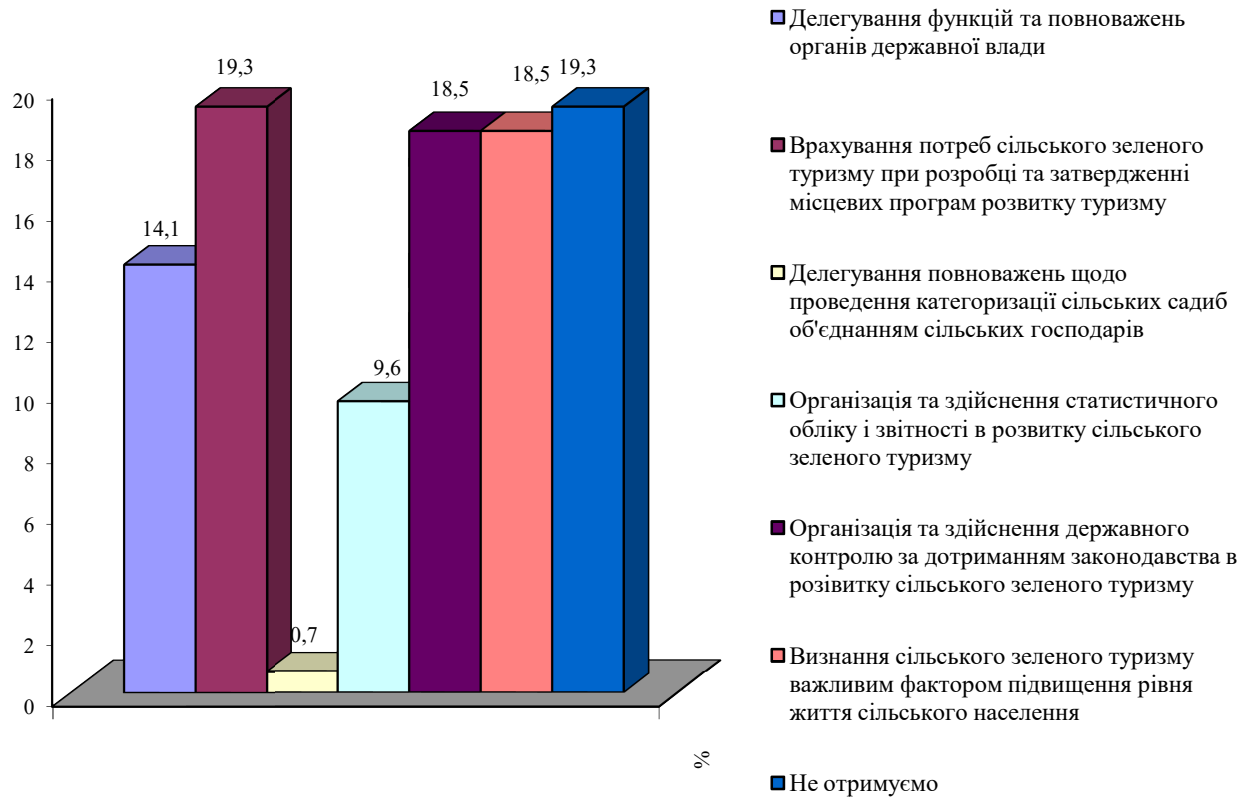


Рис. 3.17. Розподіл відповідей на запитання: Яку допомогу від органів державної влади по запровадженню розвитку зеленого туризму у вашій місцевості ви отримуєте на сьогоднішній день?

Під час вивчення засобів впливу органів державної влади на розвиток зеленого туризму у Харківській області було з'ясовано, що 15,3% опитуваних потребує всебічного заохочення населення до участі в розвитку зеленого туризму регіону, очевидно, це пов'язано з бажанням населення, і необізнаністю щодо розвитку зеленого туризму. З виділенням органами місцевого самоврядування бюджетних коштів на розробку та реалізацію програм розвитку зеленого туризму виникла потреба для сільського населення у засвоєнні нових знань з цією специфікою (12,9%), облаштування туристичних маршрутів (7,2%), створення економічних умов, які стимулюють розвиток зеленого туризму (6,3%), що забезпечує популяризацію туризму на селі (рис. 3.18.).

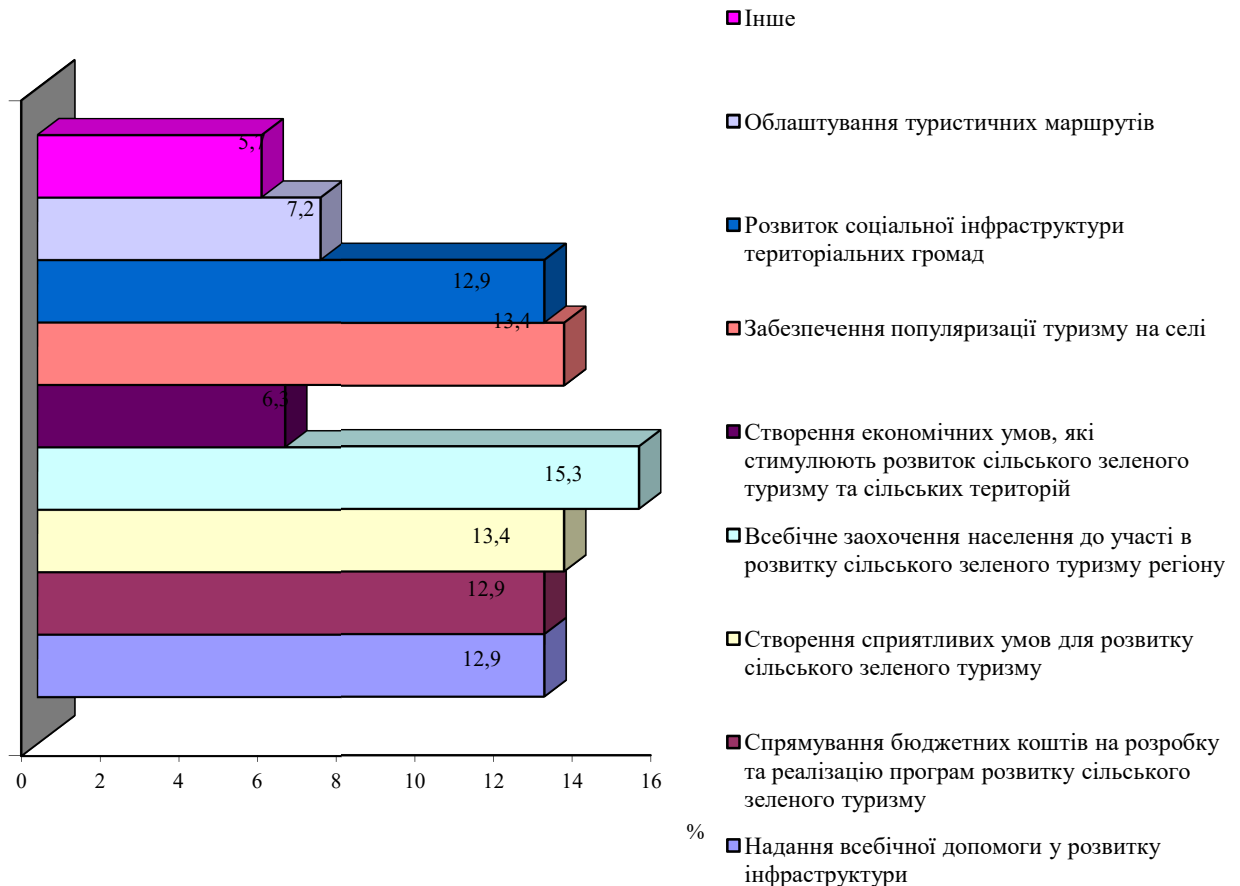


Рис. 3.18. Розподіл відповідей на запитання: Назвіть засоби впливу органів державної влади на розвиток зеленого сільського туризму у вашій місцевості.

Аналізуючи відповіді на це запитання, можемо зробити наступні висновки:

1. Зелений туризм відіграє важливу роль в розвитку об'єднаних територіальних громад.

2. На розвиток зеленого туризму впливають фактори зовнішнього середовища, а саме: соціальні, технологічні, економічні та політичні.

3. Серед серйозних проблем, які гальмують процес розвитку зеленого туризму слід назвати: недосконалість законодавчої бази щодо розвитку зеленого туризму; відсутність інфраструктури (умов проживання, транспорту, необхідного сервісу); необізнаність потенційних відвідувачів про можливості

розвитку зеленого туризму; відсутність підтримки з боку держави та органів місцевого самоврядування.

4. Серед засобів, що зможуть зробити місцевість цікавою для туристів, на думку опитуваних, є: розвиток інфраструктури, поліпшення якості послуг, активна рекламна кампанія, розширення повноважень органів державної влади, надання повноважень органам об'єднаних територіальних громад.

5. На сучасному етапі стрімкого розвитку об'єднаних територіальних громад проаналізовано засоби впливу зеленого туризму, а саме: підвищенням туристичного потенціалу, стимулюванням розвитку малого та середнього бізнесу, розвитком інфраструктури, рекламою місцевих туристичних маршрутів, забезпеченням екологічної безпеки регіону, підвищенням позитивного іміджу об'єднаних територіальних громад, розвитком сільських територій тощо.

6. Найбільш цікавими та корисними, вважають працівники влади та державних установ, були б курси та семінари, які торкаються проблем розвитку зеленого туризму (підготовка спеціалістів у галузі зеленого туризму, загальний рівень культурного розвитку, джерела зеленого туризму, рівень інфляції в країні, ефективність роботи законодавчої бази), формування проблемного поля, на вирішення якого буде спрямована реалізація поставленої мети; узагальнення та пошук спільних пропозицій щодо розвитку зеленого туризму.

Таким чином, проблемні аспектами державного регулювання розвитку зеленого туризму розкриті в дослідженні потребують подальшого дослідження

## ВИСНОВКИ ДО ДРУГОГО РОЗДІЛУ

1. Особливістю східноєвропейського і західноєвропейського досвіду державного регулювання розвитку зеленого туризму на сучасному етапі є його спрямованість як на відпочиваючих, так і на селян, господарів садиб, сільських громад, регіонів і державу в цілому. За результатами аналізу державного регулювання розвитку зеленого туризму систематизовано поділ на східноєвропейського і західноєвропейського досвід державного регулювання розвитку зеленого туризму, що дає можливість визначити напрями застосування закордонного досвіду державного регулювання розвитку зеленого туризму в Україні, який передбачає поглиблену конкретизацію та деталізацію законодавчого забезпечення державної політики з метою її спрямування на ефективний розвиток зеленого туризму та прослідкувати рівень України серед країн у розвитку зеленого туризму.

3. Аналіз законодавчої бази у розвитку зеленого туризму дозволив визначити проблеми, які гальмують процес розвитку зеленого туризму в Україні, а саме: недосконалість нормативно – правової бази щодо розвитку зеленого туризму; відсутність інфраструктури (умов проживання, транспорту, необхідного сервісу); необізнаність потенційних відвідувачів про можливості розвитку сільського зеленого туризму; відсутність підтримки з боку держави та органів місцевого самоврядування тощо.

3. Розвиток зеленого туризму в Україні має багато проблем, які потребують розв'язання шляхом взаємодії органів державної влади та органів місцевого самоврядування, що є досить актуальним в умовах децентралізації і формування громад. Для активізації туристичної діяльності у сільському населеному пункті необхідно забезпечити якісне середовище, яке сприятиме розвитку зеленого туризму, започаткувати ініціативи власників сільських садиб та сільського населення, що мають бути підтримані на державному та місцевому рівнях. В першу чергу, необхідно вирішити питання державної фінансової, законодавчої підтримки, що в подальшому впливатиме на розвиток



зеленого туризму через ефективне використання природних ресурсів, на які багата сільська місцевість.

Впровадження вищезазначених заходів дозволить створити конкуренцію на ринку послуг зеленого туризму, сприятиме зростанню доходів сільських жителів та виведе з «тіні» селянські господарства, які займаються розвитком сільського туризму.

4. За результатами опитування встановлено, що населення отримує допомогу від органів державної влади по запровадженню розвитку зеленого туризму. Стає очевидним, що засоби впливу органів державної влади на розвиток зеленого туризму повинна приділятися наданням всебічної допомоги у розвитку інфраструктури, спрямуванням бюджетних коштів на розробку та реалізацію програм розвитку зеленого туризму, створення сприятливих умов для розвитку, заохочення населення, створенням економічних умов, забезпеченням популяризації туризму на селі тощо. Респонденти вважають, що серед серйозних проблем, які гальмують процес розвитку зеленого туризму слід назвати: недосконалість законодавчої бази щодо розвитку зеленого туризму; відсутність інфраструктури (умов проживання, транспорту, необхідного сервісу); необізнаність потенційних відвідувачів про можливості розвитку зеленого туризму; відсутність підтримки з боку держави та органів місцевого самоврядування. На сучасному етапі розвитку зеленого туризму найнеобхіднішими, на думку працівників влади та державних установ, є вплив факторів зовнішнього середовища на розвиток зеленого туризму, а саме: соціальні (життєвий рівень населення, цінності і мораль, рівень культури, соціальний розвиток суспільства, демографічні фактори), технологічні (підготовка спеціалістів у галузі зеленого туризму, рівень культурного розвитку, глобальні інформаційні технології, мультимедійні технології), економічні (податкова політика, інвестиційна політика, рівень інфляції, розвиток ринкових відносин), політичні (міжнародний стан, ефективність роботи законодавчої бази, політичні конфлікти, загальна і особиста безпека тощо). Найбільш цікавими та корисними, вважають працівники влади та

державних установ, були б курси та семінари, які торкаються проблем розвитку зеленого туризму (підготовка спеціалістів у галузі зеленого туризму, загальний рівень культурного розвитку, джерела зеленого туризму, рівень інфляції в країні, ефективність роботи законодавчої бази), формування проблемного поля, на вирішення якого буде спрямована реалізація поставленої мети; узагальнення та пошук спільних пропозицій щодо розвитку зеленого туризму.

## РОЗДІЛ 4. ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ

### 4.1. Пріоритетні напрямки розвитку зеленого туризму

Відомо, що за допомогою механізмів державного управління формуються умови для розвитку сільської території та заохочення сільського населення до участі у розвитку зеленого туризму, стимулюються і розширюються умови розвитку та засоби впливу, забезпечується вільний доступ сільського населення до розробки та затвердження місцевих програм розвитку зеленого туризму тощо. Зазначене передбачає необхідність прийняття і реалізації певної стратегії розвитку, програми в розвитку зеленого туризму, що у свою чергу, впливає на загальну економічну ситуацію, інвестиційну привабливість, політичну стабільність регіону, якість життя, рівень злочинності, туристичну привабливість і готельний бізнес, інфраструктуру регіону тощо.

Найважливішими об'єктивними складовими розвитку сільської території є сукупність конкурентних переваг і недоліків, обумовлених особливостями області, а саме: наявністю експортного потенціалу, територіальним розміщенням і транспортною інфраструктурою, інтелектуальним й інноваційним потенціалом та його відповідністю цілям розвитку області, рівнем розвитку соціальної сфери тощо. На думку науковця Черної І.П., «конкурентні переваги сприяють посиленню конкурентоздатності території, а конкурентні недоліки ускладнюють процес її включення в ринковий простір» [165, с.13–18].

Одним з найважливіших складових розвитку зеленого туризму на прикладі Харківської області є її географічне положення. Харківська область розташована в східній частині України. Сусідами її на півдні і південному сході є Луганська і Донецька, на заході – Полтавська і Сумська області. На півночі і сході її межі збігаються з українсько–російським кордоном, де область межує з

Белгородською областю Російської Федерації. Загальна площа складає 31,4 тис. км<sup>2</sup>. Область розташована в межах двох фізико–географічних зон – полісся і лісостепу. Клімат області помірно континентальний, з теплим літом і помірно холодною зимою. По її території протікає понад 300 річок. Усі вони належать до басейну Дніпра. Найбільші з них: Сіверський донець, Орель, Оскол. У межах області розташовані 33 великих озера та 1660 ставків і водоймищ [76, с.67].

Серед переваг розвитку зеленого туризму Харківської області варто відзначити:

- наявний потенціал туристичного розвитку;
- древню історію та культуру (пам'ятки історії та культури збережені у містах Шаровка, Краснокутськ, Печенеги, Зміїв);
- екологічно чистий регіон;
- мальовничу природу та ландшафти;
- широке поле діяльності для розвитку туристичного бізнесу;
- досить високу якість розвитку медіа, тобто інструменти; які використовують для передачі інформації.

Відстань від обласного центру до столиці України – м. Києва залізницею становить 450км, шосейними шляхами – 480км. Транспортна мережа загального користування включає 1091км експлуатаційної довжини залізничних колій, 15637,3 тис. км автомобільних доріг.

До географічної складової Харківської області можна віднести також і кліматичні умови. Клімат в області м'який, помірно-континентальний. Зима прохолодна, літо помірно жарке. Середня температура повітря в січні від –7,9 на півночі області, до –7,1 – на південному заході, в липні – від +18,4 на півночі, до +19,9 – на південному сході. Найбільша кількість опадів припадає на липень. На крайньому сході інколи випадає град, взимку бувають заметілі. У цілому кліматичні умови можна охарактеризувати як помірно комфортні для розвитку зеленого туризму в регіоні.

Окрім географічної варто виокремити також історичну складову розвитку Харківської області, що має декілька напрямків, а саме: заснування і становлення Харківської області та окремих її територій, в тому числі і сільських та особливості їх розвитку.

В області багато слідів поселень людей за останні 10000 років, наприклад, Богодухівському, Борівському, Валківському, Коломацькому, Краснокутському, Ізюмському районах. Зустрічаються сліди скіфів, хозарів (салтівська культура), сарматів і печенігів (навіть є населений пункт з такою назвою — Печеніги).

З історією слов'ян та Київської Русі пов'язують матеріали розкопок на Удах поблизу Харкова. У 1111 році у районі Ізюму київський князь Володимир Мономах воював з половцями. Через 70 років князь Ігор зупиняється у районі гори Кременець в Ізюмі, де тоді був умовний кордон Київської Русі. Ця подія відбита епізодом у літописі «Слово о полку Ігореві» («О, Русская земле, ти уже за спиною...»). Татаро-монголи, що зруйнували ці землі у середині XIII сторіччя, довгий час не дозволяли орати «Дике поле».

У 1596 році південніше Ізюму була заснована перша фортеця — Цареборисів. Зберігся меморіальний камінь масою у кілька тонн, який позначив закладення фортеці у 1596–1612 роках.

Освоєння у другій половині XVII сторіччя району, що дістав назву «Слобідська Україна», представлене назвами багатьох населених пунктів: Балаклія, Васищеве, Ізюм, Куп'янськ, Чугуїв та десятками інших. Після 1654 року сюди переселялись з Західної та Північної України цілими селами, іноді навіть давали старі назви новим поселенням (Вільшана, Золочів та ін.).

Склався оригінальний адміністративний устрій — поділ на полки (Харківський, Ізюмський та ін.). Поблизу від оборонних споруд росли села і міста.

На заході області у 1708–1709 роках пройшли військові дії шведських і російських військ, що передували Полтавській битві.

У першій половині XVIII сторіччя були споруджені на півдні області у районі Балаклії, Лозової, Первомайського потужні земельні укріплення — Українська оборонна лінія. Залишки фортець і валів цієї лінії збереглись у Краснограді та інших місцях.

Численні храми у селах і містах стали чудовими архітектурними прикрасами області. Враховуючи історичну складову Харківської області, можна виокремити наступні можливості, а саме:

- регіон сприятливий для розвитку зеленого туризму;
- сільська територія зручна для створення інноваційних технологій в розвитку туризму;
- область населяють свідомі, вільні та прогресивні мешканці, здатні розвивати туристичну діяльність на селі.

Наступним пріоритетним напрямком розвитку зеленого туризму в Харківській області є її природа та ландшафти. Харківщина – зелений край, у якому природна рослинність ще збереглась на значних площах. Територія області поділена на 2 частини – лісову і лісостепову. Поверхня території досить рельєфна, вона являє собою хвилясту рівнину, розчленовану широкими долинами численних річок, ярами та балками.

За більшістю екологічних показників Харківщина належить до найбільш екологічно чистих областей України. За рівнем забруднення атмосферного повітря Харківщина входить у десятку найчистіших регіонів держави. Викиди від стаціонарних джерел забруднення з підприємств області складають менше 3% загальних викидів в Україні. Однак існують певні екологічні проблеми, серед них:

- збільшення обсягів викидів в атмосферу в умовах зростання транспортного сполучення, використання застарілого обладнання на підприємствах тощо;
- погіршення стану лісів, їх масове захворювання, лісові пожежі, вирубка лісу як результат низької культури господарювання;

– зменшення різноманітності та чисельності рослинного та тваринного світу, зростання масштабів браконьєрства та самовільних вирубок тощо.

Харківською обласною державною адміністрацією, станом на 2020 рік, було створено чинні цільові програми розвитку Харківської області, які прямо або опосередковано впливають на розвиток зеленого туризму в регіоні.

У розвитку зеленого туризму важливе значення має обласна комплексна програма зайнятості населення на 2020 рік, головною метою якої є розвиток села та сільськогосподарських кооперативів, збільшення виробництва сільськогосподарської продукції та підвищення рівня життя сільського населення. Головною метою розвитку ринку праці у 2021 році є реалізація активної політики зайнятості, забезпечення соціального захисту населення від безробіття, розширення сфери застосування праці, посилення мотивації до легальної та продуктивної зайнятості, стимулювання діяльності роботодавців, спрямованої на створення нових робочих місць та працевлаштування безробітних.

В сучасних умовах законодавчого врегулювання діяльності місцевих органів влади у сфері розвитку зеленого туризму необхідно визначити специфічні особливості Харківської області, її географічне розташування, можливості для розвитку туризму, за допомогою яких можна формувати імідж сільських територій. Вирішення цього питання можливе шляхом оптимальної збалансованості інтересів, відповідальності регіону перед державою, а держави – перед регіоном.

Згідно з чинним законодавством органи державного управління в Україні взаємодіють з органами місцевого самоврядування, які вносять пропозиції щодо форм і вирішують в межах своїх повноважень питання розвитку зеленого туризму на територіальному рівні.

Згідно Стратегії регіонального розвитку Харківської області на період до 2027 року визначається розвиток внутрішнього та в'їзного туризму. Харківщина має великий потенціал для розвитку зеленого туризму, оскільки має екологічно чисті сільські території, високі природні різноманіття, звичаї,

традиції, культуру регіону. Забезпечення рівня розвитку зеленого туризму відбувається за рахунок сільських підприємців, які мають відповідну базу для надання туристичних послуг.

Перш за все, потрібно розглянути нові вимоги, які висувають органи місцевої влади до розвитку зеленого туризму. Можна стверджувати, що проблема розвитку зеленого туризму може бути розв'язана шляхом передачі органами місцевої влади частково або повністю комунальну власність в оренду окремим середнім підприємцям.

Однією з умов забезпечення розвитку зеленого туризму є об'єднання зусиль органів влади місцевого рівня, суб'єктів туристичної діяльності, громадських організацій у сфері туризму тощо. Для задоволення потреб туристів в області потрібно розвивати туризм двома напрямками, що сприятимуть збереженню звичаїв, традицій та природи регіону (рис.4.1.)



Рис. 4.1. Напрямки розвитку туризму в Харківській області

*Джерело: розробка автора*

Разом з тим, Харківщина має великий потенціал для розвитку зеленого туризму в декількох районах. Взагалі туризм має давню історію, однак і досі не має чіткого визначення, він по-різному трактується вченими та практиками. Туризм (tourisme, tour) з французької мови перекладається як «прогулянка»,



«поїздка». У Законі України «Про туризм» саме поняття туризм визначається як «тимчасовий виїзд особи з місця проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці, куди особа від'їжджає» [45, с.4]. Цим нормативно-правовим актом виокремлено види туризму в залежності від категорії осіб, які здійснюють туристичні подорожі: дитячий; молодіжний; сімейний; для осіб похилого віку; для інвалідів; культурно-пізнавальний; лікувально-оздоровчий; спортивний; релігійний; екологічний; сільський; підводний; гірський; пригодницький; мисливський; автомобільний; самодіяльний тощо.

Розвиток туризму неможливий без удосконалення нормативно-правової та науково-інформаційної бази. Саме тому Програма розвитку туризму передбачає в якості пріоритетних напрямків наступне:

- впровадження регіональної політики сприяння розвитку малого підприємництва на селі;
- впровадження державної політики;
- впорядкування нормативно-правової бази;
- здійснення інвестиційної політики;
- створення потужної системи інформаційного забезпечення.

З метою подальшого розвитку зеленого туризму доцільно звернути увагу на Стратегію регіонального розвитку Харківської області на період до 2021 року, яка містить розділ про розвиток внутрішнього та в'їзного туризму в області, в тому числі і у розвитку зеленого туризму. Згідно Стратегії [129] «Харківщина володіє великою історико-культурною спадщиною, значним культурно-мистецьким, природно-ресурсним потенціалом та має сприятливі кліматичні умови для розвитку туризму.

Однією з умов забезпечення гармонійного розвитку є чіткий план розвитку галузі та об'єднання зусиль органів державного управління і місцевого самоврядування, суб'єктів туристичної діяльності, громадських організацій у сфері зеленого туризму.

На сьогоднішній день, для задоволення потреб та очікувань цільових груп туристів в області передбачається розвивати туризм двома напрямками. Перший з них передбачає залучення туристів у регіон шляхом використання потенціалу історико-культурної спадщини, другий – шляхом відпочинкового туризму на базі природного потенціалу, особливо у сільській місцевості.

З метою реалізації зазначеного туристичного потенціалу необхідно в туристичних центрах регіону стимулювати розвиток туристичної інфраструктури (туристичні комплекси, заклади харчування швидкого обслуговування, зони відпочинку, магазини сувенірної продукції) та допоміжних служб в місцях масового перебування туристів (пункти невідкладної медичної допомоги, пункти телефонного та електронного зв'язку, прокат обладнання, туалети).

Харківщині необхідно розвивати та інвестувати в туризм, оскільки, сфера має здатність до швидкого розвитку та залучає інші галузі, що автоматично починають робити свій позитивний поступ. Туристичні центри області повинні в першу чергу просувати свою унікальність для відвідувачів, інакше цими перевагами скористаються інші регіони.

Важливим елементом розвитку туризму є промоція регіонального туристичного продукту. Тому створення центрів туристичної інформації – спеціалізованих установ, обладнаних сучасною технікою, що можуть у стислі терміни надати туристам та іншим подорожуючим корисну інформацію про туристичний потенціал області, є однією з умов успішного розвитку галузі.

Розвитку внутрішнього та в'їзного туризму сприятиме транскордонне співробітництво та співпраця з іншими регіонами України, зокрема, у сегменті створення спільних туристичних продуктів.

Підтримка розвитку сфери туризму та курортів має будуватися на основі використання фінансових важелів (суттєве збільшення фінансування програм та проектів у сфері туризму, звільнення від оподаткування в сегментах внутрішнього та в'їзного туризму, здешевлення кредитів) та не фінансових важелів (створення консультативно-дорадчих органів, створення та поширення

інформаційно-комунікативного банку інвестиційних пропозицій, регулярне проведення туристичних бізнес-форумів тощо). Оскільки область є однією з найбільш екологічно безпечних зон України, то можна сказати, що є перспективи розвитку сільського туризму. Результатом може бути взаємозв'язок інфраструктури туризму з іншими сферами соціально-економічного та культурного розвитку області, розроблення нових туристичних продуктів, розвиток інфраструктури та сфери послуг навколо конкретних об'єктів та пам'яток, підвищення рівня привабливості до потреб туризму об'єктів історико-культурної спадщини, зростання іміджу Харківщини як туристичного регіону, розвиток сільського зеленого туризму, народних ремесел, розширення виробництва сувенірної продукції, створення системи інформування туристів, покращання стану туристичних зон тощо.

Завдяки реалізації цієї програми в області будуть створені сприятливі умови для розвитку підприємництва та залучення інвестицій, розв'язання актуальних проблем, що стримують розвиток приватної ініціативи, забезпечення економічного зростання, формування і впровадження ефективної системи підтримки і захисту суб'єктів малого та середнього підприємництва.

За даними державного управління навколишнього природного середовища у Харківській області, «природно-заповідний фонд представлений майже всіма типами та категоріями природних об'єктів та територій. На сьогодні їх нараховують 208, що становить 6,64% від всієї території Харківщини. Всі об'єкти мають особливу природоохоронну, наукову, навчально-виховну та пізнавальну цінність і покликані забезпечити державну охорону унікальних природних місць, що являються осередками перебування чи зростання рідкісних, занесених до Червоної книги України, видів рослин і тварин [22]. Звідси виходить, що Харківщина має значний потенціал для розвитку зеленого туризму.

Зелений туризм є компонентом комплексного розвитку сільських територій і сільської інфраструктури, а також чинником стратегії подолання бідності на селі. Харківська область за своїми географічними, кліматичними,

природно-ресурсними та соціально-економічними умовами відноситься до територій, сприятливих для розвитку зеленого туризму. Але, незважаючи на ці позитивні показники, матеріально-технічна база залишається на недостатньому рівні в розвитку сільського зеленого туризму Харківщини. Тому потрібно звернути увагу не на збільшення кількості туристичних об'єктів і їх потужностей, а на налагодження конкурентоспроможного ринку туристичних послуг шляхом наявної відпочинкової інфраструктури та поширення розвитку зеленого туризму.

Перед органами місцевого самоврядування стоять завдання, які потребують негайного вирішення, а саме:

- розроблення та впровадження нових туристичних та екскурсійних маршрутів;
- підтримка розвитку регіонального туризму подій;
- проведення семінарів для власників осель зеленого туризму та туристичних операторів;
- встановлення інформаційних знаків, вказівників, щитів про туристичні об'єкти;
- облаштування рекреаційних зон та зон короткочасного відпочинку на основних туристичних маршрутах;
- створення та реконструкція малих об'єктів обслуговування туристів;
- видання та поширення промоційних туристичних матеріалів удосконалення туристичного веб-порталу проведення спеціалізованих заходів для промоції туристичного потенціалу (рекламних турів, інфотурів);
- проведення спеціалізованих регіональних туристичних виставок створення обласного туристичного центру;
- розробка бренду Харківщини дослідження екологічного стану рекреаційних зон та водойм;
- введення в експлуатацію/реконструкція очисних споруд;
- будівництво водоохоронних об'єктів, обладнання прибережних смуг, винесення в природу водоохоронних зон;

— реконструкція очисних споруд на найбільш значущих водних об'єктах;

— розчистка озер та гирл річок.

Перспективи розвитку сільського зеленого туризму на Харківщині є сприятливими з огляду на наявність значних ресурсів.

Перспективи розвитку зеленого туризму в Харківщині області є значними і вони можуть бути реалізовані в таких напрямках:

– розширення кола міжнародних зв'язків для надання необхідної та ефективної інформації стосовно зеленого туризму;

– розвиток дорожньо-транспортної інфраструктури;

– вирішення питань щодо координації дій між органами влади та місцевим населенням;

– аналіз ринку сільського зеленого туризму з метою визначення кола потенційних клієнтів.

– оцінка характеру та масштабів конкуренції зі сторони інших регіонів і країн у сфері розвитку зеленого туризму;

– розробка пілотних проектів, які дадуть змогу наочно продемонструвати користь від зеленого туризму;

– активізація створення гостинних дворів, їх реклама;

– проведення уніфікованої категоризації відпочинкових осель;

– застосування комп'ютерної системи резервування місць;

– будівництво соціально-культурних закладів у стилі та традиціях сільських територій;

– упорядкування та розвиток привабливості сіл;

– розширення спектру послуг у зеленому туризмі;

– використання альтернативного транспорту: декоративні кінні повозки для перевезення туристів на короткі відстані, прокат велосипедів і веломобілів;

– регулярне проведення тренінгів для господарів агроосель і сільських працівників, задіяних в агротуристичному сервісі;

- розробка анімаційних програм для збільшення тривалості перебування відпочиваючих у сільських оселях;
- створення інформаційних центрів, які б займалися збором і оперативним поновленням інформації про власників агроосель, стан їх наповненості, кон'юнктуру ринку, атракційні місця тощо;
- відновлення традицій селян щодо побуту, приготування смачних страв і вишуканого сервісу туристам;
- регулярне проведення сільських вечорниць, забав для залучення до них туристів;
- організація районних конкурсів на кращий гостинний двір, побутовий сервіс і культурні розваги для туристів;
- формування нових маршрутів визначними місцями, огляд архітектурних і культових споруд і т. д.;
- створення та постійне поновлення веб-сторінки регіону на терені зеленого туризму.

На нашу думку, для того, щоб підвищити привабливість зеленого туризму на Харківщині, потрібно приділити значну увагу підвищенню якості послуг, реконструювати об'єкти розміщення, а також залучати інвестиції в діяльність агросадиб реставрацію архітектурно–історичних пам'яток і їх включення до спеціалізованих туристичних маршрутів.

Щоб зелений туризм набув в області помітного розвитку, сільські громади повинні подбати не тільки про гостинність і підвищення якості послуг, а й про впорядкування смітників, вигрібних ям, вбиралень, доріг, гірських потічків та ін.

Важливим є проведення семінарів і тренінгів з проблем організації розвитку зеленого туризму. Тематика повинна орієнтуватися на регіональні особливості та включати такі напрями:

- правові та фінансово-економічні аспекти організації агротуристичного бізнесу;

- механізм створення і просування агротуристичного продукту на ринок послуг, роль реклами в розвитку агротуристичного бізнесу;
- основи маркетингу сільського зеленого туризму;
- місце і роль сільської об'єднаної територіальної громади в розвитку зеленого туризму;
- гостинність і організація розміщення та харчування зелених туристів;
- основи краєзнавчо-пошукової роботи;
- роль народних промислів у розвитку й організації зеленого туризму;
- екологічні та соціальні «правила поведінки» для виробників і споживачів туристичного продукту;
- практичні заняття з організації активного відпочинку сільських туристів (пішохідні, водні, велосипедні, кінні, лижні походи та прогулянки, збирання грибів, дикорослих ягід і лікарських рослин, вудіння риби, полювання тощо);
- правила безпеки та надання першої невідкладної медичної допомоги під час активного відпочинку.

Створено необхідні нормативно-правові засади для формування місцевих інформаційних центрів.

До основних повноважень районних державних адміністрацій належить сприяння туристичній діяльності сільських територій і створення сучасної туристичної інфраструктури, здійснення соціальної реклами туристичних маршрутів, надання суб'єктам туристичної діяльності методичної та консультативної допомоги щодо їх роботи, залучення підприємств, установ і організацій, розміщених на підпорядкованій сільській території, до розв'язання проблем розвитку зеленого туризму в регіонах.

Харківська область могла б стати одним із європейських центрів для проведення різних наукових конференцій, з'їздів, семінарів із зеленого туризму, спортивних змагань з огляду на можливість поєднання відпочинку та професійних зібрань.

Успіх роботи в туристичній сфері безпосередньо залежить від кваліфікаційного рівня професійних кадрів. Відомо, що туристичні послуги

будуються на принципах сучасної гостинності, де ставляться певні вимоги до підготовки кадрів для туристично-готельного сервісу. Для успішного вирішення всього різноманіття завдань із обслуговування гостей персоналові туристських закладів необхідно оволодіти знаннями та постійно їх удосконалювати. Динамізм розвитку туризму потребує й теоретичного осмислення й узагальнення тенденцій, що відбуваються у світі подорожей із його прагненням до пізнання нового, комунікацій людей різних вікових, соціальних, релігійних, освітніх категорій.

Однією з проблем є низький рівень послуг через непрофесійність кадрів. Гостинній садибі не вистачає добре підготовлених спеціалістів, які б вміли застосовувати отримані теоретичні знання на практиці. Очевидним є те, що лише фахівець зможе бути конкурентоспроможним на туристичному ринку, здатним до активної роботи, постійного самовдосконалення, глибоко аналізувати ринкову ситуацію. В якості джерела професійної підготовки, оновлення знань і перепідготовки кадрів важливо систематично враховувати проблеми, які виникають на ринку праці, а також у сферах економіки, права, готельного господарства, менеджменту тощо. Фахівець має володіти іноземними мовами, навичками організаторської та управлінської діяльності, вміти приймати професійні рішення з урахуванням їх соціально-економічних наслідків для розвитку туристської галузі, забезпечуючи безпеку туристів, оцінювати історичні та сучасні туристські процеси.

Обґрунтовуючи інноваційні підходи до туристської освіти, доцільно враховувати входження до системи туристичних зв'язків, постійно аналізувати зміни, що відбуваються в туристичній практиці, рівень готовності майбутніх спеціалістів до професійної діяльності, адаптації до нових ситуацій на туристському ринку. Серед першочергових завдань слід виділити набуття, удосконалення майбутніми фахівцями технічних і технологічних знань, орієнтованих на гостинність, щирість, доброзичливість, створення атракційної атмосфери.



Важлива увага має приділятися рекламній кампанії. Рекламно–інформаційна діяльність у сфері сільського туризму передбачає визначення переваг клієнтів, споживачів послуг сільського туризму, їх мотивацію; сегментацію різних аспектів діяльності у зеленому туризмі (наявні послуги, інфраструктура й об'єкти розміщення, екскурсійне обслуговування, ціноутворення, конкурентне середовище тощо); створення регіональних брендів зеленого туризму (визначення унікальних особливостей району: культурні й етнографічні традиції, природні можливості, суспільні цінності тощо) для послідовного створення в області та просування її позитивного іміджу в Україні та за кордоном; розробку рекламних матеріалів, буклетів тощо; участь у виставково-ярмаркових заходах, конференціях, семінарах; створення інтернет-сайтів об'єктів зеленого туризму; проведення медіа-акцій.

Проблемою для області є те, що, маючи сучасні бази прийому відпочиваючих, власники не в змозі гідно прорекламувати їх. Вирішити це питання можна через проведення різнопланових рекламних ознайомчих турів і залучення представників ЗМІ, туристичних операторів провідних туристичних фірм до місць відпочинку.

Особливо їх не задовольняє технічний стан доріг, робота автозаправних станцій, якість бензину, ремонт іномарок, на яких вони приїжджають. Паркінг іноземних автотранспортних засобів повинен бути зручним і забезпечений службою охорони цілодобово. І тут треба невідкладно прискорити виконання комплексної програми з реконструкції доріг силами сільських громад, державних і комерційних структур.

Таким чином, у сучасних умовах господарювання для задоволення потреб людей, які проживають в урбанізованому середовищі, значну роль відіграє зелений туризм, який здатний забезпечити економічну та демографічну стабільність у сільських місцевостях, вирішити їхні соціально–економічні проблеми. Для подальшого розвитку зеленого туризму в Харківській області необхідно виконати такі завдання: створити організаційно–правові й економічні умови для прискорення розвитку сільського зеленого туризму; сформувати

сучасну маркетингову стратегію просування продукту зеленого туризму на внутрішньому та міжнародному ринках; підвищити якість обслуговування у сфері зеленого туризму; сформувати сучасну цілісну нормативно–правову базу у зеленому туризмі.

Перспективами подальших досліджень зеленого туризму на Харківщині є створення й розробка конкурентоздатного на внутрішньому та світовому ринках національного туристичного продукту, який максимально задовольнятиме потреби як українців, так і іноземців. Розвиток зеленого туризму дозволить, окрім розширення внутрішнього та постійного збільшення обсягів в'їзного туризму, забезпечити комплексний розвиток рекреаційних територій і туристичних центрів із урахуванням соціально–економічних інтересів їхнього населення. Особливо слід зазначити, що розвиток зеленого туризму впливає на поліпшення умов і якості життя на селі у зв'язку з тим, що він розширює сферу зайнятості сільського населення, особливо жінок, і дає додатковий заробіток. Таким чином, Харківська область має значні можливості для формування позитивного іміджу. Серед цих можливостей треба зазначити: перспективу інноваційного розвитку, древню історію та культуру, високий рівень освіти населення, відносну екологічну чистоту, мальовничу природу та ландшафти, низький рівень злочинності, наявність вільних ринкових ніш, широке поле діяльності для розвитку бізнесу; відносну довіру до влади; відсутність тиску з боку міської влади на розвиток бізнесу, та незначна її корумпованість; досить високу якість розвитку медіа.

Крім того, Харківщина може використати всі наявні резерви для формування позитивного іміджу засобами розвитку туристичної галузі. На нашу думку, найбільш перспективними напрямками є екологічний, рекреаційний, етнографічний, маршрутно–пізнавальний, спортивно–оздоровчий та екскурсійний туризм. З цією метою варто використовувати не лише наявні ресурси, а й нормативну базу, розроблену для захисту економічних, інвестиційних та екологічних інтересів.

## 4.2. Формування впливу імідж-менеджменту територій на розвиток зеленого туризму

Існують різні погляди щодо сукупності факторів, які впливають на формування іміджу держави. Згідно з цією думкою можна виокремити 3 групи факторів, які впливають на формування образу держави. В основі їх поділу лежить оцінка відносної сталості. До першої групи відносяться: природно-ресурсний потенціал, національно-культурний спадок, географічне положення, площа країни, вихід до моря, історичні події, які вплинули на розвиток країни, форма державного устрою – це відносно сталі фактори. Друга група факторів складається з: соціально-психологічних настроїв у суспільстві, морально-етичних аспектів його розвитку; структури, характеру та особливостей діяльності суспільно-політичних об'єднань. Вони складають сукупність відносно динамічних, соціологічних факторів. Остання група складових – відносно динамічних, інституційних – складається з показників економічної стійкості, правового простору, механізмів державного регулювання різних сфер діяльності у державі. Всі три групи можуть характеризуватися з позитивної та негативної точок зору. Історія доводить, що тенденції окремої країни в певний час можуть сприятливо впливати на подальший розвиток, а ті ж самі умови для іншої країни в інший час матимуть негативні наслідки. При цьому не існує країни, яка б не мала негативних процесів, проте в цілому їх імідж значно привабливіший у порівнянні з іншими. Це пояснюється наявністю продуманої стратегії позиціонування країни.

Досліджуючи імідж держави, доцільно розділити його на внутрішню та зовнішню складову. Так, до зовнішньої складової відноситься оцінка країни на міжнародній арені суб'єктами міжнародних відносин. Щодо внутрішнього аспекту, то сюди можна віднести політичний режим, стан демократії, економічні позиції, рівень патріотизму.

Прийнято вважати, що на формування іміджу держави впливає інформація, яка надходить за кордон через офіційні та неофіційні джерела – ЗМІ, інтернет. Вітчизняні дослідники вважають, що на процес його формування має значний вплив публічна дипломатія. Крім того, на створення позитивного іміджу держави впливає її активна участь у різноманітних міжнародних конференціях, форумах та членство у міжнародних організаціях. Також до зовнішнього іміджу можна віднести участь у миротворчих операціях, війні та надання гуманітарної допомоги.

Регулювання з боку держави розвитку зеленого туризму на місцях можливе шляхом підвищення кваліфікації державних службовців, керівників об'єднаних територіальних громад у центрі підвищення кваліфікації Харківської державної адміністрації з метою більш широкого практичного застосування на заняттях, створення реклами місцевих туристичних маршрутів, відвідування майстер-класів, підвищення обізнаності та соціальної активності сільського населення тощо.

Державі необхідно створити умови для проведення науково–дослідних робіт в розвитку зеленого туризму. До сфери компетентності держави належить стимулювання розвитку малого та середнього бізнесу, забезпечення екологічної безпеки регіону, підвищення позитивного іміджу об'єднаних територіальних громад. У цій сфері найважливішим завданням є підвищення ефективності впливу органів державної влади на розвиток зеленого туризму на місцях. В цьому напрямку перспективною формою поширення розвитку зеленого туризму стає реклама, зокрема через мережу Інтернет на загальнодоступних сайтах, через місцеві ЗМІ, конференції, семінари, тренінги тощо.

Серед елементів іміджу держави можна виокремити суб'єктивну та об'єктивну сторони. До об'єктивної складової відносять особливості галузевої спеціалізації, наявні експортні можливості, транспортну інфраструктуру, територіальне розміщення, інвестиційний потенціал. Очевидно, що конкурентні переваги сприяють підвищенню ринкової активності країни, а недоліки призводять до зниження конкурентоспроможності.

Тому пропонується структура впливу імідж-менеджменту територій на розвиток зеленого туризму для забезпечення державного регулювання розвитку зеленого туризму (рис.4.2.).

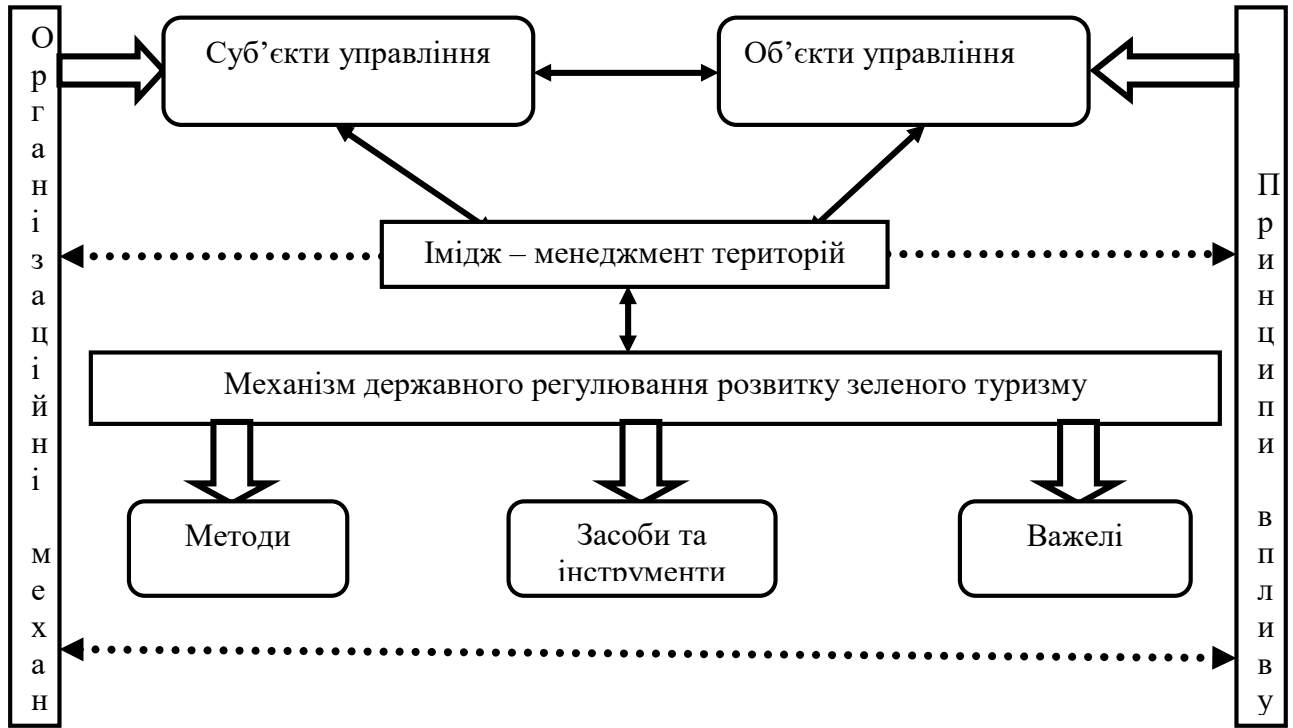


Рис 4.2. Структура впливу імідж-менеджменту територій на розвиток зеленого туризму

Суб'єктивна складова формується під впливом кількох факторів. По-перше, на основі оцінок політиків як іноземних, так і вітчизняних; підприємців; туристів, сформованих на основі власних спостережень. По-друге, за результатами функціонування органів регіонального та місцевого значення, які пов'язують певну місцевість з конкретними особами. По-третє, згідно з характеристикою держави та окремих її жителів у вітчизняних та іноземних засобах масової інформації.

Але для зовнішнього вигляду території, управління їх образом, необхідно ввести поняття, яке розглядається разом з іміджем, а саме вплив вплив імідж-менеджменту територій територій.

Структура впливу імідж-менеджменту територій на розвиток зеленого туризму для суб'єктно-об'єктних відносин повинно відповідати певним принципам впливу До суб'єктів управління відносяться фізичні та юридичні особи, органи державної влади, органи місцевого самоврядування, об'єднані територіальні громади, громадські організації, громади. Суб'єкти управління через рекламу, засоби масової інформації, фінансування здійснюють діяльність та впливають на об'єкти розвитку зеленого туризму, а саме садиби, пам'ятки, історію розвитку, культуру.

Аналіз пріоритетних напрямків розвитку зеленого туризму забезпечення органів влади та державних установ свідчить, що на шляху розвитку зеленого туризму існує цілий ряд проблем, які потребують вирішення: кадрове забезпечення розвитку зеленого туризму, розвиток інфраструктури, уповільнення впровадження сучасних новітніх технологій у розвиток зеленого туризму, необізнаність сільського населення з місцевими зонами відпочинку, забезпечення безпеки відпочинку, висока залежність України від іноземних держав, неналагодженість взаємозв'язку між владою і сільським населенням тощо.

Структура впливу імідж-менеджменту територій на розвиток зеленого туризму для суб'єктно-об'єктних відносин повинно відповідати певним принципам впливу (таблиця 4.2)

Принципи впливу імідж-менеджменту територій на розвиток зеленого туризму

<b>Принципи впливу імідж-менеджменту</b>	<b>Характеристика принципів впливу імідж-менеджменту територій на розвиток сільського зеленого туризму</b>
Науковість	розкриття причиново-наслідкових зв'язків процесів у розвитку зеленого туризму, історичних подій, використання новітніх технологій, які відповідають сучасному рівню розвитку науки.
Доступність	відпочинок слід добирати відповідно до рівня морального і фізичного розвитку туристів, щоб інтелектуально та фізично не перевантажити їх.
Свідомість	позитивне, відповідальне ставлення посадових осіб до розвитку сільського зеленого туризму. Відповідно до вимог цього принципу розвиток зеленого туризму буде ефективним тоді, коли керівники органів державної влади проявлятимуть пізнавальну активність.
Наочність	необхідність втручання органів державної влади на розвиток зеленого туризму.
Зв'язок теорії з практикою	Цей принцип спрямований на те, щоб процес навчання спонукав учнів використовувати знання для вивчення навколишнього світу. Він вимагає підкріплення теоретичного матеріалу прикладами і ситуаціями з реального життя, вивчення не тільки сучасних наукових теорій, а й визначення перспектив розвитку науки. Наукові знання, відображені у змісті

	навчального матеріалу, мають бути цілісними, а не розчленованими на факти, ідеї, теорії. Визначальну роль в побудові навчання повинні відігравати наукові теорії, а не практика. Водночас для того, щоб наукова теорія не стала абстрактною, її необхідно будувати на основі накопиченого учнями досвіду, розвиваючи його.
Інноваційність	Зміна завдань управлінської діяльності керівника, мети, змісту, форм, методів його роботи.
Демократичність	подолання авторитарного стилю управління; забезпечення співробітництва суб'єктів і об'єктів управління;
Фінансування	надання грошових коштів юридичним і фізичним особам на проведення заходів у розвитку зеленого туризму, передбачених бюджетом.
Об'єктивність	науковий принцип, який зобов'язує розглядати історичні явища і події у всій їх складності, багатогранності й суперечливості, з урахуванням усієї сукупності позитивних і негативних сторін їх змісту.

*Джерело: розробка автора*

Із принципу науковості випливають такі вимоги:

- ознайомлювати з історією розвитку зеленого туризму;
- об'єктивно висвітлювати наукові факти, поняття, теорії;
- ознайомлювати з новими досягненнями у розвитку зеленого туризму;
- показувати перспективи розвитку зеленого туризму;
- уміння робити рекламу розвитку зеленого туризму за допомогою засобів масової інформації;
- тощо.



Із принципу доступності вплив імідж-менеджменту територій впливають такі вимоги:

- вибирати основне, суттєве;
- використовувати достатню кількість фактів, приклади зарубіжних країн у розвитку зеленого туризму;
- надавати допомогу фізичним, юридичним особам, громадським організаціям у розвитку зеленого туризму;
- встановлювати обсяг темп навчання в центрі підвищення кваліфікації державних службовців з урахуванням реальних можливостей посадових осіб.

Із принципу свідомості впливають такі вимоги:

- забезпечувати усвідомлення органами державної влади цілей розвитку зеленого туризму;
- планувати та організовувати роботу у розвитку зеленого туризму відповідно до поставлених цілей;
- виявляти інтерес до розвитку зеленого туризму;
- знаходити шляхи розв'язання недоліків у розвитку зеленого туризму;
- цілеспрямовано докладати зусиль щодо досягнення запланованого результату.

Принцип наочності висуває такі вимоги:

- навчати на конкретних прикладах розвитку зеленого туризму;
- створювати тенденції до явищ навколишньої дійсності;
- забезпечувати оптимальне співвідношення конкретного й абстрактного.

Вимоги принципу зв'язку теорії з практикою такі:

- показувати зв'язок розвитку науки і практичних потреб сільського населення;
- використовувати навколишню дійсність як джерело знань і сферу застосування теорії;
- використовувати зв'язок об'єднаних територіальних громад і сільського населення;
- поєднувати розумову діяльність із практичною;

– використовувати зв'язок навчання з життям як стимул для самоосвіти.

Метою принципу інноваційності вважається постійне оновлення розвитку зеленого туризму, виконання органами державної влади управлінських функцій: прогнозування, консультативної, менеджерської, представницької, запровадження нових форм і методів управління, колективних і колегіальних форм управління.

Принцип демократичності вимагає врахування думки сільського населення і кожної особистості; визнання особистості людини як вищої природної і соціальної цінності; формування вільної особистості.

Конституція, прийнята 28 червня 1996 року декларує, що «Україна є суверенною, незалежною, демократичною, соціальною, правовою державою» [85]. Цей документ є визначальним у тому, щоб правила поведінки громадян у всіх сферах діяльності були демократичними за своєю сутністю.

Структуру впливу імідж-менеджменту територій можна подати також через сукупність таких складових як: оцінка демократії, імідж влади, економіки, зовнішньополітичний імідж та образ інформаційної політики держави. Щодо оцінки демократії, то вона складається на основі суджень іноземних та вітчизняних фахівців. З цього приводу існують різні думки, які інколи можуть бути діаметрально протилежними. Імідж влади складається на основі оцінок відносин між владою та громадянами, іміджу особистостей, які уособлюють владу. До нього входять такі компоненти як: компетентність влади, її корумпованість. Важливим аспектом іміджу держави є ставлення населення до економічної політики, яка проводиться у країні. Причому, якщо населення держави має оптимістичні очікування з цього приводу, то зберігається ресурс для формування позитивного іміджу економіки. Для створення привабливого зовнішньополітичного образу держави необхідна точно сформована стратегія її позиціонування, яка буде зрозумілою для пересічних громадян. Не менш важливим аспектом формування позитивного іміджу є інформаційна політика. Найважливіші комунікаційні канали, які її

здійснюють – ЗМІ, що мають можливість доносити основні політичні ідеї, формувати образ влади та держави.

Імідж країни базується на територіальній індивідуальності окремих її регіонів. Територіальна індивідуальність включає в себе, з одного боку, офіційні характеристики – це комплекс візуальних, вербальних та інших ознак, за якими люди ідентифікують територію (місце на карті, назва). «Невдала» або ж важка для вимови назва може суттєво вплинути на просування території.

Крім того, територіальна індивідуальність включає в себе характеристику сукупності особливостей та ресурсів території:

1. Природні, демографічні, історичні, соціальні та культурні особливості і ресурси – природно-кліматичні особливості, історія, людський фактор, рівень і якість життя населення, соціальна політика й інфраструктура, культурна спадщина та ресурси.

2. Економічні особливості та ресурси – рівень розвитку економіки, виробнича інфраструктура, трудові ресурси, наявність кваліфікованої робочої сили, зайнятість, інвестиційний потенціал і інноваційні ресурси, рівень ділової активності.

3. Організаційно-правові та інформаційні особливості та ресурси – інформаційні й консалтингові ресурси, рекламний ринок, законодавство, ефективність уряду, репутація керівництва.

Сукупність особливостей і ресурсів території формується об'єктивно, не залежно від кожної окремої людини і являє собою першооснову, на базі якої формується її імідж і репутація. Більшість територій характеризує слабо виражений імідж. Це виражається у тому, що потенційні споживачі майже нічого не знають про можливості, які надаються цією територією. Причини такої ситуації – відсутність необхідної інформації та реклами, слабе позиціонування конкурентних переваг території на ринку, невміння або небажання акцентувати увагу на можливостях регіону.

Імідж країни – різноплановий, інколи штучно створений образ, який складається у свідомості людей. Несприятливий імідж країни формується також

внаслідок аномальних природно-кліматичних умов. Часто держава може мати змішаний імідж. Наприклад, проведення музичного конкурсу «Євробачення» відклалося у свідомості людей як позитивна асоціація, пов'язана зі святковими, урочистими подіями. Натомість вибух на Чорнобильській атомній електростанції спричинив появу негативної оцінки та побоювань щодо екологічного стану України. Хоча ці події не є рівнозначними, проте мають різне емоційне забарвлення. У ряді випадків територія може мати суперечливий імідж, який свідчить про суттєві можливості та демонструє негативні фактори. Так, наприклад, столичні міста дають великі можливості для життя, кар'єри, бізнесу, творчості. Одночасно саме вони викликають негативні асоціації у зв'язку з перенаселенням, інтенсивним рухом, забрудненим повітрям та водою, високим рівнем злочинності.

Більшість країн, в тому числі й Україна, мають суперечливий імідж. Найбільш поширений прийом у таких випадках – підкреслення позитивних рис і замовчування негативних. Завдяки цьому можна домогтися збільшення потоку відвідувачів. З метою формування привабливого образу можуть запроваджуватися заходи, як протекційного характеру (підвищення податкових ставок, тарифів), так і свідомого скорочення темпів будівництва додаткових об'єктів соціальної і виробничої інфраструктури.

Імідж держави відіграє значну роль у виборі її в якості об'єкту відвідання. Тому формування привабливого образу отримує особливе значення. Розбудова іміджу – комплексний процес інформування цільової аудиторії про наявні, проте мало відомі споживачам ресурси і можливості. Перший етап формування іміджу держави і необхідна умова планування просування міста, регіону – це виділення цільової аудиторії, оскільки необхідно знати думку людей та організацій, які приймають рішення про вибір території для того чи іншого виду співробітництва, їх оцінки та вихідні установки.

Взагалі споживачів іміджевого продукту прийнято розподіляти на три групи: мешканці, бізнес, гості. Однак існує велика кількість критеріїв, що дозволяють більш детально сегментувати споживчий ринок: наприклад,

найбільші групи – резиденти – нерезиденти – в залежності від територіальної приналежності; фізичні особи – юридичні особи – в залежності від юридичного статусу. В середині кожної групи і на їх перетині формуються підгрупи цільової аудиторії. Тому зрізів і підгруп цільової аудиторії, на які необхідно орієнтуватися в процесі формування і корекції іміджу й репутації території, як правило, буває достатньо багато: міжнародні та українські спільноти, представники міжнародного та вітчизняного бізнесу, українські та іноземні покупці, інвестори (реальні і потенційні), жителі міст та туристи.

Реалізація інтересів всіх груп визначається ресурсною базою території. При цьому мова йде не тільки про природні ресурси, а й про інфраструктурні, історико-культурні можливості території.

Туристичний імідж потрібно розглядати в якості стратегічного надбання. Робота, що стосується формування іміджу України здійснюється у туристичній та інвестиційній галузі через впровадження відповідних програм.

Сьогодні розвиток зеленого туризму розглядаються як найважливіший напрямок розвитку країни в цілому. Реальне економічне зростання може бути забезпечене шляхом залучення туристів, створення конкурентного середовища та розвитку інфраструктури сільської території.

Державним установам необхідно розробити заходи для стимулювання та підтримки вітчизняного підприємництва з метою розвитку зеленого туризму, підприємств, що займаються розробкою та виробництвом продукції, що використовується в туристичній сфері, а також організацій, що надають туристичні послуги населенню. Необхідними для держави є прийняття законодавчих заходів для підтримки вітчизняних постачальників туристичних послуг, виробників народно-мистецьких промислів.

Необхідно більш активно спрямувати зусилля на створення сприятливих правових, економічних і технологічних умов для ведення торгівлі, життєвого рівня населення, рівня культури тощо.

Темпи розвитку зеленого туризму в державі безпосередньо залежать від створення необхідних умов для залучення сільського населення до розробки та

затвердження місцевих програм розвитку туризму. На нашу думку, програми розвитку зеленого туризму на місцевому та регіональному рівні могли б покращити зайнятість населення.

Актуальним питанням сьогодення залишається регулювання змісту реклами, поширюваної через Інтернет. На наш погляд, необхідно удосконалити технічні засоби для використання системи фільтрації змісту реклами.

Аналіз сучасного стану розвитку зеленого туризму дозволяє виявити ряд ситуацій, що на сьогоднішній день вимагають вирішення. На цій основі можуть бути сформульовані проблеми, які пов'язані з недосконалою законодавчою і нормативною базою. Традиційні підходи, як планування і прогнозування є малоефективними і тому виникла потреба пошуку нових технологій, здатних досягти позитивних результатів у розвитку сільського зеленого туризму, досягти компромісу між бажаним і реальним результатом.

Це можливо за умови створення програм розвитку зеленого туризму, що розширюють організаційно-управлінські можливості, територіальні можливості інтересів в управлінні розвитком цієї галузі.

В цій ситуації обласним керівникам, що зацікавлені в розвитку власних областей, чітке бачення регіональних стратегій розвитку доводиться шукати власноруч. Управління іміджем області реалізує економічну функцію підвищення ділової активності, залучення інвестицій, вирішення соціально-економічних завдань. У цьому зв'язку управління формуванням і просуванням позитивного іміджу області, здатного найбільш вигідно представити та реалізувати переваги виробничо-економічного потенціалу території, представляє науковий і практичний інтерес.

На початковому етапі формування міжнародного туризму доцільно розвивати внутрішні потоки подорожуючих, адже це сприяє поглибленню самосвідомості, стимулює збереження природних пам'яток, розширює географічні межі відпочинку широких верств населення. Для популяризації внутрішнього туризму необхідно залучати потенціал освітнього процесу, інформаційний фактор та активізувати громадськість.

Для зовнішніх та внутрішніх туристів варто розробити Інтернет-сайти готелів Харківської області через те, що лише невелика їх частина має власні Інтернет-сторінки. Крім того, не розроблена система Інтернет-бронювання, яка значно полегшує вирішення проблем із розміщенням туристів. Залучення подорожуючих потребує розвитку готельного бізнесу за рахунок внутрішніх (територіальних ресурсів) та міжнародних мереж. Залучити міжнародні мережі можна, продемонструвавши їм перспективи розвитку Сумської області як туристичного центру. Для цього необхідно розробити рекламний документ – Програму розвитку туристичного та готельного бізнесу Харкова та Харківської області на довгострокову перспективу. На його основі можна буде залучати мережі, щоб створити сучасний готельний ринок території області і створити в ньому здорову конкуренцію не тільки зважаючи на ціну, але і на якість.

На сайтах Харківської області, що висвітлюють розвиток зеленого туризму, а також сайтах сільських садиб можна отримати інформацію про послуги відпочинку, умови проживання, харчування тощо.

Основними цілями роботи власників сільських садиб є підвищення довіри до влади, залучення населення до процесів управління територією, підвищення рівня розвитку зеленого туризму в регіоні, що покращує імідж сільської території. Але у розвитку зеленого туризму існує сукупність конкурентних переваг і недоліків, обумовленими особливостями галузевої спеціалізації регіону, наявністю експортного потенціалу, територіальним розміщенням і транспортним освоєнням, інтелектуальним й інноваційним потенціалом і його відповідністю цілям розвитку регіону, рівнем розвитку соціальної сфери, станом виробничого потенціалу й сформованим рівнем інвестиційної активності (обсягами інвестицій й якісними характеристиками інвестиційної діяльності) тощо.

Через те, що формування іміджу Харківської області відбувається стихійно, велика частина коштів втрачається. Лише продумане, цілеспрямоване створення образу приведе до позитивного результату. У світі сьогодні розуміють, що для того щоб залучити фінансові ресурси до будь-якого регіону,

необхідно в першу чергу привернути суспільну увагу, тобто треба виділитися чим-небудь, стати першим, щоб весь світ побачив та заговорив про вас. Ідея формування позитивного іміджу є результатом креативного процесу конструювання асоціативних та психосемантичних значень у сприйнятті регіону з урахуванням поширених архетипів представників цільової аудиторії на трьох рівнях:

- Раціональний (вигоди та переваги).
- Емоційний (приємні переживання).
- Духовний (співвідношення іміджу зі своїми потребами та стилем життя).

Тобто імідж області тісно пов'язує матеріальні та нематеріальні (зокрема символічні) ресурси території. В Україні існує певний позитивний досвід формування іміджу населених пунктів та територій. Так, наприклад, в основу створення привабливого образу може бути покладений традиційний знак–символ території та стратегічна програма формування позитивного іміджу Харківської області.

Використання маркетингового підходу до управління територіальним розвитком повинно перетворити Харківську владу в активних економічних агентів, що мають враховувати не лише індивідуальність своєї місцевості, але й здійснювати комунікацію між зацікавленими економічними партнерами: виробниками, споживачами, інвесторами, новими мешканцями, туристами.

У сучасних умовах виникла необхідність розробки стратегічної програми формування іміджу Харківщини. Серед інструментів її реалізації в умовах недостатнього фінансування особливе значення набувають тривалі комунікаційні заходи через те, що імідж важко формувати і ще складніше змінювати. Тому з урахуванням об'єктивної та суб'єктивної складових іміджу його поліпшення вимагає вирішення таких завдань:

- Визначення характеристик території, які варто сформувати або скоригувати.



- Аналіз наявних ресурсів, а також відсутніх, однак необхідних для досягнення поставлених цілей.

- Встановлення способів використання ресурсів.

- Визначення шляхів досягнення поставлених цілей.

- Розробка конкретних методів і прийомів необхідних для досягнення визначених характеристик.

- Підготовка управлінців і фахівців, які володіють відповідними знаннями та навичками роботи.

- Вдосконалення системи підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації кадрів, зайнятих у туристичній галузі.

- Створення механізмів наступності в діяльності обласної та місцевої влади.

- Поліпшення управління областю та розвиток інфраструктури території.

- Підвищення конкурентоспроможності розташованих в регіоні підприємств.

- Формування механізмів зв'язку із засобами масової інформації.

Розробка стратегії формування позитивного іміджу Харківської області – складний, багаторівневий процес, який включає в себе також визначення ролі туристичної галузі як одного із чинників, що впливають на створення привабливого образу. Основними цілями у розвитку туристичної галузі для формування позитивного іміджу Харківської області мають стати: створення умов для перетворення індустрії туризму в ключову галузь економіки області; збільшення доходів від туризму для бюджету області; забезпечення провідного місця області серед найбільш привабливих для туристів українських областей. Особливу увагу під час формування позитивного іміджу Харківщини слід приділяти вдосконаленню питань безпеки іноземних і українських туристів. Основні туристські маршрути області, готелі та місця відвідування туристами повинні розглядатися фахівцями та гостями як контрольовані та безпечні.

Велике значення мають оптимістичні або песимістичні прогнози щодо демографічної та екологічної ситуації, темпів економічного розвитку, рівня життя населення в області.

Питанням формування позитивного іміджу Харківської області повинні займатися представники обласної влади. Вони мають розуміти, що туризм належить до числа пріоритетних напрямів розвитку економіки. У зв'язку з цим, представники обласної влади мають вжити таких заходів для покращення міжвідомчої співпраці у галузі туризму:

- Створення чіткої системи підпорядкування туристичних об'єктів.
- Залучення експертів до розробки ефективної законодавчої бази.
- Утворення контролюючих органів за виконанням норм щодо збереження культурної та природно-історичної спадщини.
- Оперативне звітування про виконану роботу та доступність до статистичних даних.
- Вивчення передового міжнародного досвіду з розвитку туристичної галузі.
- Формування індустрії туризму на основі вдосконалення роботи готелів і підприємств транспорту, туристичного сервісу, громадського харчування, дозвілля та розваг, інформаційної служби, медичного обслуговування, забезпечення безпеки туристів.
- Сервісне туристичне обслуговування на залізничних та автовокзалах.
- Розробку програм перспективного розвитку внутрішнього і в'їзного туризму, в першу чергу, екологічного, паломницького, бізнес-туризму, соціального, включаючи спортивний і дитячо-юнацький туризм.
- Розвиток екскурсійної діяльності.
- Моніторинг та координацію діяльності туристичних організацій, надання підтримки розвитку малого підприємництва шляхом контролю за застосуванням нормативних актів, спрямованих на захист підприємців, зайнятих у сфері туризму.

– Впровадження системи обліку реальних доходів і витрат туристичного ринку для забезпечення прозорості та прогнозування його розвитку.

– Створення умов для активізації інвестиційної діяльності в сферу туризму та відпочинку [21, с.64].

Доцільно також до формування позитивного іміджу Харківської області долучати представників громадськості. Зокрема, варто ініціювати створення студентських туристичних спілок та волонтерських груп із залученням закладів вищої освіти та профільних наукових установ для проведення роботи з вивчення туристичних можливостей регіонів України, розробки нових маршрутів.

Найбільш ефективними інструментами та технологіями формування позитивного іміджу Харківської області варто визнати: зв'язки з громадськістю (PR), рекламу, виставки та ярмаркові заходи, Інтернет-технології.

Під поняттям «зв'язки з громадськістю» варто розуміти «організацію громадської думки». Ця діяльність спрямована на формування позитивного іміджу. При цьому вона повинна включати 3 елементи:

– Організацію зв'язків з громадськістю (public relations), тобто налагодженню співпраці між керівництвом області та громадськістю.

– Використання відгуків у ЗМІ на некомерційній основі (publicity).

– Проведення цілеспрямованої пропаганди для отримання вигоди. Під пропагандою варто розуміти розповсюдження та поглиблене пояснення ідей, поглядів, знань. Пропаганда передбачає популяризацію Харківської області та її ресурсів, що сприятиме інформуванню потенційних споживачів.

Налагодження співпраці між керівництвом області та громадськістю може відбуватися у вигляді рекламної кампанії. Її ініціатором та спонсором може виступити виконавчий орган влади, наприклад, Харківська обласна державна адміністрація. Реклама може бути у вигляді об'яв у газетах та журналах, на телебаченні та радіо, прямою поштовою розсилкою та інших рекламних засобів (зовнішня реклама, сувеніри та подарунки, реклама на

транспорті). Однак, створюючи рекламну продукцію варто враховувати інтереси різних цільових груп.

Харківська область має значний потенціал для проведення та створення нових виставок, ярмарок, організації бізнес-заходів (конференцій, симпозіумів), які передбачають супутню діяльність (доставка, розміщення, харчування, культурні заходи) та забезпечують зайнятість великої кількості населення області.

Зберегти специфіку території і створити значну зовнішню конкурентну перевагу, пізнаваність Харківської області дозволить підтримка розвитку народних ремесел. Крім виконання соціальної функції збереження і розвиток народної культури складають передумови для припливу туристів, забезпечують зайнятість населення, що може стати основою збереження малих населених пунктів, зростання почуття гордості та патріотизму.

Одними з найбільш ефективних інструментів формування позитивного іміджу Харківської області можуть стати спеціальні територіальні Інтернет-ресурси. Уже створені Інтернет-сторінки, що описують туристичні принади Харківської області та окремих її міст. Більшість із них носить неофіційний характер, а тому потребують вдосконалення.

З урахуванням розробленої стратегії повинні реалізовуватися спеціальні програми роботи ЗМІ з цільовими аудиторіями, використовуватися PR-технології.

При цьому з інформаційного масиву варто відбирати ті факти й події, які можуть зацікавити потенційних партнерів, наприклад: динамічність соціально-економічних процесів; соціальна підтримка незахищених верств населення. З цієї точки зору першим кроком у формуванні іміджу Харківської області повинне стати її рекламування та участь у різних форумах, конференціях і виставках, а також проведення аналогічних заходів на території Харківщини. Створюваний за допомогою інформації імідж слід розглядати як добре зарекомендований товар: він повинен бути миттєво пізнаваним і викликати у потенційного приїжджого туриста відчуття довіри.

Наступним кроком щодо розвитку впливу імідж-менеджменту територій у Харківській області може стати створення спеціального туристичного центру, який буде займатися інформуванням, маркетингом та виконувати функції територіальної PR-служби. В якості основних напрямків діяльності територіальної PR-служби можуть бути рекомендовані наступні кроки:

- Створення й розвиток банку інформації, надання інформаційних та консультаційних послуг у відповідності з потребами і запитам територіальних суб'єктів.

- Організація, проведення та координація досліджень суспільної думки.

- Аналіз державної та обласної законодавчої бази з питань зв'язків з громадськістю та іміджу в тому числі, моніторинг їх дотримання та вироблення рекомендацій щодо їх використання.

- Розробка пропозицій і проектів, що сприяють формуванню позитивного іміджу області та внесення їх до органів законодавчої та виконавчої влади.

- Організація та проведення в області конференцій, семінарів, виставок і ярмарків.

- Випуск інформаційно–рекламних, іміджевих матеріалів.

- Розробка та реалізація програм формування та покращення іміджу Харківської області в цілому та як туристичного регіону зокрема.

- Комунікаційна діяльність, що сприяє підвищенню привабливості зосереджених на території природних, оздоровчих, історичних, культурних, соціальних та інших ресурсів.

- Організація та сприяння участі території і її суб'єктів у реалізації міжнародних, державних, обласних програм.

- Співпраця з обласними, зарубіжними і міжнародними організаціями.

Подібний туристичний центр може бути комунальним підприємством. Фінансування його діяльності буде здійснюватися за допомогою місцевого бюджету, відсотків від реалізації сувенірної та інформаційно–рекламної продукції, членських внесків учасників туристичного ринку області.

На нашу думку, для інформування та рекламування Харківської області можна використати можливості парковок, як для легкових автомобілів, так і для туристичних автобусів чи вантажних авто. У їх інфраструктуру доцільно включити інформаційні щити з відомостями про область та її окремих міст, про основні пам'ятки, відмічені на карті; спорудити вбиральні європейського рівня; побудувати сувенірні лавки й кіоски; підприємства харчування національної кухні; душові кабінки, урни, пункти обміну валюти, заправні станції. Такі парковки істотно підвищать рівень комфорту гостей області, допоможуть їм спланувати свій маршрут, стануть своєрідною візитною карткою, залишать приємне враження.

Формування іміджу та вплив імідж-менеджменту територій Харківської області, застосовуючи можливості туристичної галузі, має важливе значення для мешканців, нових відвідувачів та споживачів, які створюють умови для економічного і соціального зростання регіону. Імідж – менеджмент Харківської області є важливим фактором регіональної політики. Він відображає загальне бачення розвитку території, історико-культурного, економічного, соціального, освітнього, туристичного потенціалу. Позитивний імідж є засобом успішної конкуренції за туристичні потоки, внутрішні та зовнішні інвестиції, економічні рейтинги. Крім того, розвиток впливу імідж-менеджменту територій окремих областей, і Харківської області в тому числі, сприяє формуванню іміджу України як сучасної європейської держави, зміцненню її міжнародного авторитету, популяризації національної культурної спадщини та туристичного потенціалу, розвитку міжнародного туризму та інвестиційної привабливості.

Туристична галузь повинна розвиватися таким чином, щоб збагачувати місцеву економіку, раціонально і дбайливо використовувати природні ресурси, бути корисною місцевому населенню через забезпечення стабільної зайнятості, сприяти розвитку місцевих ремесел, народних промислів, підвищувати позитивний імідж Харківської області.

Отже, можна зробити висновок про те, що формування позитивного іміджу та вплив імідж-менеджменту територій Харківщини залежить від рівня

розвитку туристичної галузі та територій. Однак і рівень розвитку туристичної галузі залежить від сформованості іміджу області. Так, розвинена розважальна інфраструктура, високий рівень туристичних послуг – перевезення, розміщення, харчування сприяє формуванню схвальної оцінки Харківської області. Така оцінка формує позитивний імідж, який може зацікавити потенційних інвесторів та підприємців.

На основі проведеного аналізу можна створити ефективну стратегію імідж-менеджменту Харківської області, яка має вирішити такі завдання: розробити стратегічний план розвитку на довгострокову перспективу; підготувати управлінців і фахівців, які володіють відповідними знаннями та навичками роботи; створити механізми наступності в діяльності обласної та місцевої влади; сформувати механізми зв'язку із засобами масової інформації та територіальною громадою, а також втілити в життя окремі практичні кроки, як от: створити туристичний інформаційний центр та сучасні Інтернет-ресурси, що містили б відомості про туристичні принади та готелі тощо.

### 4.3. Удосконалення механізмів державного регулювання розвитку зеленого туризму

Результати розвідок доводять, що важливим питанням для вплив імідж-менеджменту територій та розвитку зеленого туризму в державному управлінні є наявність у достатній кількості спеціалістів, які набувають вмінь та навичок, управлінських дій з розвитку територій через фахове навчання чи курси підвищення кваліфікації. Через навчання і підвищення кваліфікації людина одержує можливість розширити варіанти для вдосконалення комбінування своїх знань і досвіду для досягнення різноманітніших результатів своєї праці.

Вміння створити активну рекламу та володіння туристичними послугами є важливою умовою прийняття ефективного рішення в розвитку зеленого туризму кожного зацікавленого державного службовця. Стан у державі, ефективність роботи законодавчої бази, політичні конфлікти, загальна і особиста безпека необхідні на сучасному етапі розвитку суспільства, залежать від володіння працівниками досконалими засобами, прийомами і механізмами регулювання розвитком зеленого туризму.

У зв'язку з цим проблема підготовки працівників до туристичної діяльності, тобто до управлінських дій з розвитку зеленого туризму набула особливої актуальності, оскільки це вид управлінської взаємодії, пов'язаний зі створенням сприятливих умов для розвитку зеленого туризму в системі державної влади, між інститутами державної влади та зовнішнім середовищем, спрямований на уточнення змісту управлінських рішень тощо.

На нашу думку, на сьогоднішній день значний інтерес становлять тренінгові технології навчання. Тренінг (англ. training от train – навчати, виховувати) визначається як метод активного навчання, спрямований на розвиток знань, умінь, навичок і соціальних установок. За визначенням К.Л.Мілютіної “Тренінг – це багатофункціональний метод цілеспрямованих



змін психологічних феноменів людини, групи або організації з метою гармонізації професійного та особистісного буття людини” [110].

Тому тренінг у системі підготовки і перепідготовки державних службовців, посадових осіб місцевого самоврядування, керівників об’єднаних територіальних громад має важливе значення, оскільки теоретичні знання поєднуються з практичними вміннями, навичками, можливостями тощо.

У зв’язку з цим нами був розроблений тренінг для слухачів курсів підвищення кваліфікації державних службовців, представників органів місцевого самоврядування та керівників об’єднаних територіальних громад «Підвищення рівня професійної компетентності управлінських кадрів в розвитку зеленого туризму засобами вплив вплив імідж-менеджменту територій територій». Незважаючи на дорослу аудиторію зі сформованим досвідом навчання та сприйняття професійної діяльності, який часто суперечить прагненню тренера до активної співпраці, завдання викладача – зацікавити слухачів системи підготовки і перепідготовки державних службовців, посадових осіб місцевого самоврядування та керівників об’єднаних територіальних громад. У ході навчання було запропоновано застосовувати вправи і завдання, які мають специфічне призначення, з використанням інноваційних технологій, прикладами конкретної ситуації.

Пропонується впровадження тренінгу професійної підготовки до туристичної діяльності через оволодіння методами, техніками, технологіями державного регулювання розвитку зеленого туризму. Підготовка до туристичної діяльності поєднує традиційні академічні форми навчання й сучасні інтерактивні форми (тренінги, ділові й рольові ігри тощо). Підготовлені та впроваджені у практику навчальні курси продемонстрували, що в процесі навчання у слухачів відбулися зміни у розумінні ролі туристичної діяльності для органів державної влади і громадян.

Метою навчального тренінгу «Підвищення рівня професійної компетентності управлінських кадрів в розвитку зеленого туризму засобами вплив вплив імідж-менеджменту територій територій» є навчити державних

службовців володіти проблематикою розвитку зеленого туризму, підвищувати рівень професійних компетентностей посадових осіб місцевого самоврядування та керівників об'єднаних територіальних громад у галузі зеленого туризму щодо володіння системою навиків створення і просування туристичного продукту на ринку туристичних послуг, основ маркетингу зеленого туризму, вироблення спільних рішень, формування спільного бачення напрямків подальшого розвитку об'єднаних територіальних громад і їх роль у розвитку зеленого туризму.

Після опанування матеріалу слухачі повинні підвищити рівень професійних компетентностей з наступних напрямків, а саме:

*1) Навички роботи з інформацією*

1. Аналіз нормативно-правових, фінансово-економічних аспектів розвитку зеленого туризму;

2. Аналіз впливу органів державної влади на розвиток зеленого туризму;

3. Оцінювання місцевих програм розвитку, орієнтованих на громаду.

*2) Управління інноваціями та змінами в розвитку зеленого туризму:*

1. Вміння управляти рекламою в розвитку зеленого туризму в умовах децентралізації;

2. Вміння застосовувати принципи та засоби імідж-менеджменту у практичній діяльності;

2. Удосконалення маркетингу зеленого туризму;

3. Володіння краєзнавчо-пошуковою роботою, народними промислами, екологічними та соціальними «правилами поведінки» для виробників і споживачів туристичного продукту;

4. Адаптація до інноваційних змін та управління ними в умовах децентралізації та формування об'єднаних територіальних громад.

*3) Управлінські навички*

1. Лідерство

2. Стратегічне планування у розвитку зеленого туризму;

3. Креативне управління у розвитку зеленого туризму;

#### 4. Використання та управління туристичними ресурсами.

##### 4) Комунікативні навички

1. Ефективна комунікація
2. Надання консультацій у розвитку зеленого туризму;
3. Зв'язки з громадськістю
4. Уміння працювати в команді

Основні завдання тренінгу: сформувати у менеджерів з адміністративної діяльності загальнотеоретичний та практичний підхід до державного регулювання розвитку зеленого туризму .

У результаті тренінгу слухачі повинні знати:

- основні складові пріоритету розвитку зеленого туризму;
- напрямки розвитку зеленого туризму
- найбільші недоліки у розвитку зеленого туризму та шляхи їх вирішення;

- основні причини небезпеки в туризмі;
- роль органів державної влади у розвитку зеленого туризму;
- тощо.

Слухачі повинні вміти:

- застосувати на практиці здобуті теоретичні знання, які стосуються організації і функціонування розвитку зеленого туризму;
- раціонально вирішувати проблему впливу розвитку зеленого туризму на навколишнє середовище;
- порівнювати зелений та міський туризм;
- розробити екологічний тур в рамках природоохоронних територій;
- зробити опис агрооселі;
- вміти проінструктувати туристів про страхування від нещасних випадків;
- тощо.

Відмінністю завдань, які стоять перед цим тренінгом є те, що в ході його реалізації відбувається не навчання для можливої майбутньої роботи на уявних

напівреальних прикладах, а реалізується перший етап роботи щодо підвищення рівня професійної компетентності у розвитку зеленого туризму, який представить вироблену спільну ідею, яка:

- відповідає напрямкам, передбаченим у стратегічному плані розвитку конкретної сільської території;
- вирішує конкретні проблеми, які стоять перед представниками об'єднаної територіальної громади.

На підготовчому етапі відбувається ознайомлення з програмою соціально–економічного розвитку конкретної території, опрацювання програми розвитку зеленого туризму регіону, визначення пріоритетного напрямку стратегії, в якому будуть пропонуватися конкретні пропозиції по розвитку зеленого туризму.

У першій частині слухачі курсів підвищення кваліфікації опрацювають тести для оцінки важливості проблеми розвитку зеленого туризму, виконують індивідуальну роботу у вигляді обговорення 3–х проблем, вирішення яких державні службовці представляють у вигляді частини розвитку конкретної територіальної громади з врахуванням тесту для оцінки важливості.

У другій частині узагальнюються та здійснюється пошук спільних пропозицій щодо розвитку зеленого туризму. На цьому етапі проведеться узагальнення проблем, знаходження ключових факторів, зміна яких сприятиме як підвищенню якості життя громади в цілому, так і вирішенню найбільш болючих питань з розвитку зеленого туризму. Також потрібно враховувати, що основний акцент повинен робитися на основах впливу імідж-менеджменту територій, а саме підвищенні здатності органів місцевого самоврядування щодо задоволення потреб громади. З цією метою пропонується групова робота відповідно до груп, які були сформовані при виконанні попереднього завдання.

На нашу думку, кожний керівник, державний службовець повинен уміти управляти інноваціями та змінами в розвитку зеленого туризму, а саме:

- мати чіткий план і механізмів розв'язання існуючих проблем розвитку зеленого туризму та досвіду органів місцевого самоврядування та керівники об'єднаних територіальних громад їх розв'язання;

- вміти управляти рекламою в розвитку сільського туризму в умовах децентралізації;

- володіти краєзнавчо-пошуковою роботою, народними промислами, екологічними та соціальними «правилами поведінки» для виробників і споживачів туристичного продукту;

- адаптуватися до інноваційних змін та управління ними в умовах децентралізації та формування об'єднаних територіальних громад.

Отже, однією з основних вимог нашого заняття є його інноваційність. На нашу думку, інновації – це новостворені і вдосконалені конкурентоздатні технології, продукція або послуги, а також організаційно–технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість соціальної сфери.

На думку науковців також варто розглядати ширше розуміння щодо інновацій, до яких варто також відносити процедури та засоби, за допомогою яких наукові відкриття реалізуються в соціальних та економічних нововведеннях. Про те щоб нововведення стало інновацією воно повинно підвищувати ефективність систем.

У розвитку зеленого туризму кінцевий результат інноваційної діяльності, може отримати втілення:

- у вигляді нової або вдосконаленої туристичної послуги, впровадженої на ринку;

- нового або вдосконаленого процесу, який використовується в практичній діяльності або у новому підході до туристичних послуг.

Управління розвитком зеленого туризму буде ефективним за дотримання певних якісних та кількісних критеріїв, а саме:

- цінність розвитку зеленого туризму для об'єднаної територіальної громади;

— застосування нових ринкових підходів та методів, управлінських схем та технологій у розвитку зеленого туризму.

— обсяг економії туристичних ресурсів (природних, матеріальних, технічних, людських тощо);

— обсяг економії фінансових ресурсів.

Саме імідж – менеджмент дозволяє сформувати компетентного фахівця, який зможе приймати ефективні управлінські рішення у галузі зеленого туризму. Професійна компетентність менеджера екскурсійно–туристичного спрямування дає змогу вирішувати проблеми підвищення конкурентоспроможності, ефективності проведення екскурсів, розвитку зеленого туризму на місцях. Узагальнення наукових підходів до розуміння сутності компетенцій дозволило вибрати декілька визначень, які є найбільш показовими при визначенні цього поняття (таблиця 4.4.).

## Визначення поняття компетенція

Автор	Визначення
Хмілярчук Н.С. [166, с. 20]	набір стилів поведінки, яка дозволяє більш ефективно виконувати роботу
Арефьев А.О. [8]	вимірювані, специфічні кластери поведінки працівника, які піддаються спостереженню та оцінці
І.Р. Бузько [157, с.8.]	компетенції є набором моделей професійної поведінки, яку працівник має використовувати у рамках своєї посади, щоб компетентно виконувати свої завдання і функції
Вартанова О.В. [24, с. 274–276.];	це основна характеристика людини, яка може бути мотивом, рисою характеру, навичкою, уявленням про самого себе, соціальною роллю або сукупністю знань
Клецова К.В. [81, с. 144–151].	сукупність знань, навичок і особистих якостей, що дозволяє вирішувати певну задачу (чи сукупність завдань)

*Джерело: на основі наукових досліджень авторів [166,8,157,24,81]*

На думку українських науковців Вієвської М.Г., Красовської Л.І., вирішальними у професійній діяльності є ключові компетенції, якими повинен володіти кожний державний службовець, керівник об'єднаної територіальної

громади, менеджери тощо, а саме: політичні та соціальні компетенції, такі як здатність приймати відповідальність, брати участь у розробці групових рішень, вирішувати конфлікти, підтримувати та покращувати розвиток зеленого туризму; комунікативні компетенції, які особливо важливі для роботи та соціального життя, володіння більше, ніж однією мовою; компетенції, що пов'язані зі зростанням інформатизації суспільства: володіння інформаційними технологіями, розуміння їх застосування, слабких і сильних сторін та засобів, критичного судження по відношенню до інформації, що розповсюджується масмедійними засобами та рекламою, здатність вчитися протягом життя у контексті як особистого, професійного, так і соціального життя [27].

На сьогоднішній день спостерігається залежність між професійними успіхами менеджерів туризму і якістю їх підготовки з інформаційних технологій. Це в основному визначається рівнем розвитку мислення, вмінням самостійно вчитися впродовж життя, здійснювати самоконтроль за виконанням власних дій, безперервно самовдосконалюватися тощо. Більшість менеджерів не володіють засобами створення веб-сторінок без творчого підходу виконують професійну інформаційно-комп'ютерну діяльність. У менеджерів туризму є проблеми по роботі з інформаційними системами менеджменту та виконання комунікативної діяльності з використанням телекомунікаційних засобів. Значна частина менеджерів має низький рівень знань, умінь і навичок у створенні Інтернет-ресурсів. Тому актуальними питаннями підготовки менеджерів туризму є формування інформаційно-комунікаційної компетентності.

Інформаційно-комунікаційна компетентності, за твердженням О.Хуторського, «входить до складу ключових, універсальних компетентностей, пов'язаних із здійсненням життєво важливих видів діяльності людини. В її структурі вчений виділяє об'єктивний і суб'єктивний компоненти. Об'єктивний компонент відображає вимоги, які соціум висуває до професійної підготовки фахівця. Суб'єктивний компонент інформатичних компетентності пов'язаний з об'єктивним компонентом і є його відображенням у професійній діяльності



конкретного фахівця, що виражається в умінні здійснювати всі види діяльності, пов'язані з інформацією і бажанням вдосконалювати їх» [167, с.58–64].

Велике значення мають практичні навички, отримані на заняттях, а саме: заняття з організації активного відпочинку сільських туристів (пішохідні, водні, велосипедні, кінні, лижні походи та прогулянки, збирання грибів, дикорослих ягід і лікарських рослин, вудіння риби, полювання тощо), правила безпеки та надання першої невідкладної медичної допомоги під час активного відпочинку тощо.

З огляду на важливість такого питання, як державне регулювання розвитку зеленого туризму, було б доречним проведення короткотермінових тематичних семінарів для державних службовців та посадових осіб місцевого самоврядування за вищезазначеною темою. Це надало б можливість працівникам органів влади вдосконалити навички у розвитку зеленого туризму.

Розвиток зеленого туризму є складним процесом, в якому регулювання надання туристичних послуг державними органами можуть змінити відносини між надавачами і споживачами цих послуг. Сучасне суспільство потребує зміни механізмів державного регулювання, формату спілкування працівників органів державної влади з громадянами. Формуванню цих навичок повинні сприяти семінари, курси підвищення кваліфікації працівників органів влади та державних установ.

Органи влади повинні бути відкритими, надавати широким верствам населення доступ до своєї бази даних щодо розвитку зеленого туризму.

Споживачі туристичних послуг персональної роботи з кожним клієнтом стосовно певних вподобань, вибору конкретного місця відпочинку. Водночас, полегшуючи громадянам спосіб отримання туристичних послуг і вибору місця відпочинку, органи державної влади стають більш прозорими в своїх діях. Закономірно, якщо громадяни краще поінформовані про роботу влади, вони готові брати участь у процесі прийняття рішень.

Можливість надання туристичних послуг важлива для досягнення загального результату щодо розвитку зеленого туризму. Таким чином

здійснюється певне підвищення якості туристичних послуг і в той же час, ефективність роботи органів державної влади.

На сучасному етапі розвитку суспільства зелений туризм проникає в усі сфери життєдіяльності людини, в тому числі і в освітню галузь, що потребує підготовки компетентних педагогів засобами туризму і краєзнавства. Виходячи з цього, важливим питанням для розвитку зеленого туризму в державному управлінні залишається підготовка майбутніх менеджерів до набуття вмінь та навичок щодо розвитку зеленого туризму.

Виходячи з вищесказаного, важливим питанням в державному управлінні залишається підготовка державних службовців, посадових осіб органів влади та керівників об'єднаних територіальних громад до набуття вмінь та навичок в розвитку зеленого туризму.

## ВИСНОВКИ ДО ЧЕТВЕРТОГО РОЗДІЛУ

1. Аналіз пріоритетних напрямків розвитку зеленого туризму забезпечення органів влади та державних установ свідчить, що на шляху розвитку зеленого туризму існує цілий ряд проблем, які потребують вирішення: кадрове забезпечення розвитку зеленого туризму, розвиток інфраструктури, уповільнення впровадження сучасних новітніх технологій у розвиток зеленого туризму, необізнаність сільського населення з місцевими зонами відпочинку, забезпечення безпеки відпочинку, висока залежність України від іноземних держав, неналагодженість взаємозв'язку між владою і сільським населенням тощо.

2. Аналіз тенденцій щодо державного регулювання розвитку зеленого туризму свідчить, що основними напрямками політики повинні бути: удосконалення нормативно-правового регулювання туризму; забезпечення розвитку інфраструктури і туристичних послуг; забезпечення можливості доступу населення до сайтів і програм розвитку сільського зеленого туризму, створення системи зацікавленості сільського населення у розвитку зеленого туризму.

4. Результати розвідок доводять, що важливим питанням для розвитку зеленого туризму в державному управлінні є підготовка майбутніх менеджерів до набуття вмінь та навичок, до управлінських дій з розвитку зеленого туризму. У розділі визначено, що розв'язання зазначених проблем потребує цілеспрямованої державної політики у реалізації спеціальних освітніх програм як для працівників органів влади, так і для сільського населення.

## ВИСНОВКИ

У роботі вивчено актуальне наукове та практичне завдання щодо розробки теоретичних засад та обґрунтування напрямків практичної реалізації механізмів державного регулювання розвитку зеленого туризму, що дозволило сформулювати наступні теоретичні положення, висновки і пропозиції:

1. На сучасному етапі в умовах децентралізації та формування об'єднаних територіальних громад в Україні існує необхідність удосконалення механізмів державного регулювання розвитку зеленого туризму з метою формування ефективної системи управління. Аналіз сутності термінів «зелений туризм», «об'єднані територіальні громади» та «дає підстави для визначення складу механізмів публічного регулювання розвитку зеленого туризму, до яких належать методи, засоби та інструменти (способи), важелі. Узагальнення цих наукових підходів дозволили представити класифікацію механізмів державного регулювання розвитку зеленого туризму. Класифікація передбачає поділ механізмів державного регулювання розвитку зеленого туризму за суб'єктом управління, за функціональним призначенням та за напрямком діяльності.

2. Особливістю східноєвропейського і західноєвропейського досвіду державного регулювання розвитку зеленого туризму на сучасному етапі є його спрямованість як на відпочиваючих, так і на селян, господарів садиб, сільських громад, регіонів і державу в цілому. За результатами аналізу державного регулювання розвитку зеленого туризму систематизовано поділ на східноєвропейського і західноєвропейського досвід державного регулювання розвитку зеленого туризму, що дає можливість визначити напрями застосування закордонного досвіду державного регулювання розвитку зеленого туризму в Україні, який передбачає поглиблену конкретизацію та деталізацію законодавчого забезпечення державної політики з метою її спрямування на ефективний розвиток зеленого туризму та прослідкувати рівень України серед інших країн у розвитку зеленого туризму.

3. Аналіз законодавчої бази у розвитку зеленого туризму дозволив визначити проблеми, які гальмують процес розвитку зеленого туризму в Україні, а саме: недосконалість нормативно – правової бази щодо розвитку зеленого туризму; відсутність інфраструктури (умов проживання, транспорту, необхідного сервісу); необізнаність потенційних відвідувачів про можливості розвитку зеленого туризму; відсутність підтримки з боку держави та органів місцевого самоврядування тощо.

4. Результати вивчення особливостей впливу органів місцевого самоврядування на розвиток зеленого туризму свідчать про спроможність об'єднаних територіальних громад забезпечити розвиток зеленого туризму і таким чином підвищувати рівень життя населення, створювати нові робочі місця, розвивати інфраструктури сільської території, відроджувати культурні традиції тощо. Встановлено, що вивчення механізмів державного регулювання розвитку зеленого туризму неможливе без структурування та класифікації механізму державного регулювання розвитку зеленого туризму оскільки розвиток зеленого туризму залежить від різноманітних методів, засобів, інструментів і важелів державного регулювання.

Визначено, що розвиток зеленого туризму в Україні має багато проблем, які потребують розв'язання шляхом взаємодії органів державної влади та органів місцевого самоврядування, що є досить актуальним в умовах децентралізації і формування об'єднаних територіальних громад і тому виникає необхідність вирішувати перш за все питання фінансової, законодавчої підтримки, проведення виваженої політики державного регулювання, зокрема і на регіональному рівні.

5. Проведене вивчення інформації щодо державного регулювання розвитку зеленого туризму свідчить, що учать у запровадженні розвитку зеленого туризму більше належить громадським організаціям, що надають допомогу у розвитку інфраструктури села, спрямовують кошти на розвиток зеленого туризму, створюють сприятливі умови для розвитку, сприяють

заохоченню населення, створюють економічні умови, популяризують туризм на селі тощо.

Аналіз статистичних даних підтверджує наявність серйозних проблем, що полягають у недосконалості законодавчої бази у розвитку зеленого туризму, відсутності умов проживання, логістики, транспорту, необхідного сервісу, відсутності підтримки з боку держави та органів місцевого самоврядування, впливу факторів зовнішнього середовища на розвиток зеленого туризму, а саме: соціальних, технологічних, економічних, політичних.

6. Встановлено, що основними шляхами оптимізації державного регулювання розвитку зеленого туризму є: удосконалення механізмів державного регулювання розвитку зеленого туризму; впливу імідж-менеджменту територій на розвиток зеленого туризму; забезпечення можливості отримання знань, умінь та навичок у розвитку зеленого туризму для посадових осіб місцевого самоврядування, керівників об'єднаних територіальних громад, можливість підготовки майбутніх менеджерів, працівників органів державної влади до управлінської діяльності у розвитку зеленого туризму.

**СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Абетка сільського зеленого туризму // Туризм сільський зелений. – 2003. – №6. – С.42–63.
2. Алексеєва Ю.В. Державне регулювання соціального туризму в Україні / Ю.В. Алексеєва // Збірник наукових праць НАДУ. – 2009. – Вип. 1. – С. 182–191.
3. Алексеєва Ю. В. Ініціатива територіальних громад щодо розвитку туризму / Ю. В. Алексеєва // Управління сучасним містом. 2004. – №4–6 (14), – С. 222–228.
4. Алексеєв В.М. Проблеми самодостатності територіальних громад /В.М.Алексеєв // науковий журнал «Університетські наукові записки» Хмельницького університету управління та права – Хмельницький – 2007 – № 3 (23) – с. 115–120.
5. Амосов О.Ю. Перетворення механізмів державного регулювання економічного розвитку / О.Ю.Амосов // Державне управління та місцеве самоврядування: зб. наук. праць: у 2 ч. / за заг. ред. Г.І. Мостового, Г.С. Одінцової. – Х.: Хар РІДУ НАДУ, 2001. – Вип. 2. – С.10–16.
6. Андрієнко Т. Заповідні скарби Сумщини. /Т.Л. Андрієнко // – Суми: Видавництво «Джерело»; 2001. – 208 с.
7. Анхольт С. Бренд Америка: мати всіх брендів / С. Анхольт, Дж. Хильдрет // – М. : Добрая книга, 2010. – 232 с.
8. Арефьев А.О. Управление компетенцией и ротация человеческих ресурсов проектно–ориентированного предприятия [Электронный ресурс] / А.О. Арефьев, А.Д. Баженов – Режим доступа : [http://www.iteam.ru/publications/project/section\\_39/article\\_2499](http://www.iteam.ru/publications/project/section_39/article_2499)
9. Арнаутов В.В. Сільський зелений туризм / В.В. Арнаутов // Практичний посібник, 2007. – 234с.

10. Астапова Г.В. Организационно–экономический механизм корпоративного управления в современных условиях реформирования экономики Украины // Г.В. Астапова, Е.А. Астапова, Д.П. Лойко // – Донецк, 2001. – 279 с.

11. Багрій М.В. Вдосконалення державного регулювання туристичної привабливості сільських територій / М. В. Багрій // Агросвіт. – 2014. – № 14. – С. 69–72.

12. Бакуменко В.Д. Формування державно–управлінських рішень: Проблеми теорії, методології, практики: [монографія] / В.Д. Бакуменко – К.: Вид–во УАДУ, 2000. – 328 с.

13. Барановський М. О. Сільські території України: рівень розвитку, трансформаційні зміни, концепції реформування / М. О. Барановський // Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. Серія «Економіка, аграрний менеджмент, бізнес»: зб. наук. праць. – 2011. – Ч. 1. Вип. 163. – С. 19 – 25.

14. Барвіцький В. У пошуках шляхів формування дієздатних територіальних громад: міжнародний досвід / В. Барвіцький.// Проблеми децентралізації: національний та міжнародний досвід: зб. матеріалів та документів / наук. ред: М.Пухтинський. – К.: Атіка–Н, 2006. – С. 245–258.

15. Барроу К. Бізнес–план: практ.посіб. / К. Барроу, П. Барроу, Р.Браун //Пер. з англ. – К.: Знання, 2002. – 285с.

16. Батанов О. В. Територіальна громада – основа місцевого самоврядування в Україні : [монографія] / О. В. Батанов – К. : Ін–т держави і права ім. В. М. Корецького НАН України, 2001. – 260 с.

17. Белевят О. А. Соціально–економічний розвиток сільських територій в умовах транзитивної економіки: автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.03 / О. А. Белевят; Миколаїв. держ. аграр. ун–т. – Миколаїв, 2010. – 20 с.

18. Биркович В.І. Сільський зелений туризм – пріоритет розвитку туристичної галузі України / В.І.Биркович // Стратегічні пріоритети. Науково–



аналітичний щоквартальний збірник Національного інституту стратегічних досліджень – Київ – 2008. – №1(6). – С.138–143.

19. Біленчук П. Д. Місцеве самоврядування в Україні. Муніципальне право: навч. посібник [для вищих навч. закладів] / П.П. Біленчук, В.В. Кравченко, М.В. Підмогильний – К. : «Атіка», 2000. – 537 с.

20. Білотіл О. М. Роль дієвого механізму державного управління в активізації процесів розвитку туристичної індустрії / О. М. Білотіл // Вісник Національного університету цивільного захисту України. – 2015. – Вип. 2 (3). – С. 68–73. – (Серія «Державне управління»).

21. Бондаренко М.П. Роль держави в процесі реалізації туристичного потенціалу України на міжнародному ринку / М. П. Бондаренко // Інвестиції: практика та досвід. – № 13. – 2011. – С. 63–66.

22. Вакуленко В. Туризм і охорона культурної спадщини: український та польський досвід [Монографія] / В. Вакуленко, І. Валентюк, В. Грибан та ін.; За заг. ред. Ю. Лебединського, В. Вакуленка, І. Валентюк та ін ; Укр. Акад. держ. упр. при Президентові України. Центр дослідж. адм. реформи. – К.: К.І.С., 2003. – 176 с.

23. Валентюк І. Організаційно–економічні механізми державного регулювання туристичної сфери України: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук з держ. управління / І. Валентюк. – К., 2005. – 20 с.

24. Вартанова О.В. Компетенція персоналу: теоретичне визначення та складові / О.В. Вартанова, Є.П. Скляр // Актуальні питання теорії і практики менеджменту: матеріали першої всеукр. наук.–практ. конф. студентів і молодих вчених, 17–19 березня. 2010 р. – Луганськ: СНУ ім. В. Даля, 2010. – с. 274–276.

25. Васильєв В. Десять років розвитку сільського зеленого туризму в Україні: проблеми та перспективи / В.Васильєв // Туризм: теорія і практика. – 2005. – №1. – С. 44–46.

26. Великий тлумачний словник сучасної української мови / Уклад. і гол. ред. В. Т. Бусел. – К.: Ірпінь: ВТФ «Перун», 2003. – 1440 с.

27. Вієвська М.Г. Стратегія формування управлінських компетенцій та методичні умови її реалізації, ISSN 2076–8184. / М.Г. Вієвська, Л.І. Красовська // Інформаційні технології і засоби навчання. 2009. №5 (13). Режим доступу до журналу: <http://www.ime.edu-ua.net/em.htm>.

28. Галасюк С.С. Необхідність удосконалення державного регулювання сфери туризму України / С.С. Галасюк // Туристична освіта в Україні: проблеми і перспективи: Зб. наук. праць. – Київ: Тонар, 2007.

29. Гончаренко І. В. Ретроспектива формування сільських територій регіонів України / І. В. Гончаренко // Регіональна економіка. – 2008. – № 3. – С. 204 – 209.

30. Гришова І.Ю. Вплив інституціональної структури на розвиток інноваційно–інвестиційної діяльності підприємств / І.Ю. Гришова, О.О. Непочатенко // Економіка: реалії часу. – 2013. – № 2 (7). – С.47–52.

31. Данильчук Л. А. Основы имиджа и этикета / Л. А. Данильчук // Учебное пособие. – К.: Кондор. – 2009. – 234 с.

32. Державне управління: Словник–довідник / уклад. В.Д. Бакуменко (кер.творч.кол.), Д.О. Безносенко, Л.Г. Штика; за заг.ред. В.М. Князева, В.Д. Бакуменка – К.: Вид–во УАДУ, 2002. – 228с.

33. Державне управління та менеджмент: Навчальний посібник у таблицях і схемах / Г.С. Одінцева, Г.І. Мостовий, О.Ю. Амосов та ін.; За заг. ред. д–ра екон. Наук, проф. Г.С. Одінцової. – Харків: Хар РІДУ НАДУ, 2002. – 492с.

34. Державна служба статистики України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>

35. Деркач В. М. Сумщина туристична / В. М. Деркач // Україна: туризм. відпочинок, оздоровлення. – К.: Видавничий дім «Україна». – 2007. – 209 с.

36. Джоунс Дж. Ф. Роль рекламы в создании сильных брендов / Дж. Ф. Джоунс. – М.: Вильямс. – 2005. – 496 с.

37. Донченко Л. М. Проблеми та перспективи державної підтримки розвитку туризму / Л. М. Донченко, Н. П. Гостєва // Держава та регіони. Сер. «Державне управління». – 2010. – № 1. – С. 37–42.

38. [Дудзяк О. А.](#) Розвиток сільського туризму як фактор економічної активності населення: автореф. дис ... канд. екон. наук: 08.00.03 / [Оксана Антонівна Дудзяк](#) – Львів, 2013. – 19 с.

39. Єрмоленко В. М. Особливості формування категорії «сталий розвиток сільських територій» / В. М. Єрмоленко [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://elibrary.nubip.edu.ua/7490/1/10evm.pdf>

40. Железняк А. Порівняльна характеристика моделей розвитку сільського туризму в країнах східної Європи (на прикладі України, Республіки Білорусь, Польщі) / А. Железняк, С. Хоміч, М. Бекта [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://base.dnsgb.com.ua/files/journal/Visnyk-Lvivskogo-Nats-agrar-univer/APK/2010\\_2/files/10chsubp.pdf](http://base.dnsgb.com.ua/files/journal/Visnyk-Lvivskogo-Nats-agrar-univer/APK/2010_2/files/10chsubp.pdf)

41. Залізко В. Д. Сутність поняття «сільська територія»: визначення та основні функції / В. Д. Залізко [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2011\\_6\\_1/194-198.pdf](http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2011_6_1/194-198.pdf)

42. Закон про місцеве самоврядування в Україні. Науково-практичний коментар. – К.: 1999. – 397с.

43. Закон України «Про місцеві державні адміністрації» від 09.04.1999р. //Відомості Верховної Ради України. – 1999. – № 20. – 123 с.

44. Закон України «Про особисте селянське господарство», № 742 від 15.05.2003 р. [Електронний ресурс] / <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/742-15>

45. Закон України «Про туризм»: за станом на 09. 02. 2012 р. / Верховна Рада України. – Офіц. вид. – К.: Парлам. вид-во, 2012. – 32 с.

46. Законодавство України «Про туризм і готельну справу: зб. офіційних текстів законів станом на 15 лют. 2013 р. / упоряд. Ю. І. Руснак. – К.: Центр учбової літератури, 2013. – 241 с.

47. Заячківська Г. Туристичний імідж країни: суть і проблеми формування / Г. Заячківська // Вісник ТНЕУ. – 2011. – №3. – С. 16 – 22.

48. Зінько Ю.В. Сільський туризм : навч. посіб. / Ю.В.Зінько, М.И. Рутинський. – К. : Знання, 2006. – 271 с.

49. Золотарьов В.Ф. Державне регулювання економіки: навч. посіб. / В.Ф. Золотарьов, А.В.Бурковська. – Х.: Вид-во ХарРі НАДУ „Магістр”, 2003. – 248 с.

50. Івашина Л.П. Взаємодія органів державної влади у розвитку сільського зеленого туризму / Івашина Л.П. // Науковий журнал Класичного приватного університету «Держава та регіони. Серія: Державне управління» – 2017. – № 2 – С.44 – 49.

51. Івашина Л.П. Возможности развития экологического туризма: управленческий аспект / Івашина Л.П. // Сборник докладов международной студенческой научно-практической конференции «Студенческое научное творчество: международное партнёрство и перспективные технологии» 9–10 апреля 2010 г. – г. Усть-Каменогорськ – С. 147–150.

52. Івашина Л.П. Вплив інформаційних технологій на розвиток туристичних послуг в Україні / Івашина Л.П. // Матеріали круглого столу «Взаємозв'язок політики і управління: теоретичний і прикладний аспект» 03 червня 2016 р. – м. Дніпро – С. 59–61.

53. Івашина Л.П. Вплив органів державної влади на розвиток сільського зеленого туризму / Івашина Л.П. // «Взаємозв'язок політики і управління: теоретичний і прикладний аспект» 02 червня 2017р. – м. Дніпро – С. 76–78.

54. Івашина Л.П. Вплив освітнього туризму на підвищення іміджу вищого навчального закладу / Івашина Л.П., Медведєв І.А. // Збірник тез до XV Міжнародний науковий конгрес «Державне управління: стратегія реформ 2020» – 23 квітня 2015р. – м. Харків. – С. 175–177.

55. Івашина Л.П. Державне регулювання рекламної діяльності в розвитку сільського зеленого туризму/ Івашина Л.П. //Матеріали VIII наукової міжнародної конференції «Теорія та практика державної служби: стратегія реформ 2020» 11 листопада 2016р. – м. Дніпро – С. 106–108.

56. Івашина Л.П. Державне регулювання розвитку туристично–рекреаційних послуг в Україні / Івашина Л.П. // Матеріали Міжнародної науково–практичної конференції «Інновації як чинник суспільного розвитку: теорія та практика» 20–21 травня 2010 р. – м. Суми – С. 14–15.

57. Івашина Л.П. Довіра до влади як головна умова суспільного розвитку держави / Івашина Л.П. // Матеріали VII Всеукраїнської міжвузівської конференції студентів та молодих учених «Становлення державного адміністрування в Україні» 22 квітня 2016р. – м. Дніпро – С. 106–108.

58. Івашина Л.П. Ефективність взаємодії освіти і туризму на регіональному рівні / Івашина Л.П., Медведєв І.А. // Збірник тез до XIV Міжнародного наукового конгресу «Державне управління XXI століття: Від соціального діалогу до суспільного консенсусу». – 23 березня 2014р. – м. Харків. – С. 283–284.

59. Івашина Л.П. Інформаційне забезпечення розвитку туристичних послуг в Україні / Івашина Л.П. // Матеріали конференції «Сучасне навчальне обладнання: інновації, технології, досвід» 25–26 лютого 2010 р. – м. Суми – С. 33 – 34.

60. Івашина Л.П. Класифікація механізмів державного регулювання розвитку сільського зеленого туризму / Івашина Л.П. // Вісник Харківського Національного університету цивільного захисту України. Серія: Державне управління – 2017. – Випуск 2 (7) – С. 115–126.

61. Івашина Л.П. Организационно–управленческие возможности развития туризма на государственном уровне / Ивашина Л.П. // Сборник научных статей VII международной научно–практической конференции. «Проектирование модели менеджмента организации: научные и прикладные аспекты» 2 апреля 2010г. – г.Скатеринбург – С. 354–356.

62. Івашина Л.П. Особливості імідж-менеджменту територій на розвиток сільського зеленого туризму / Л.П.Івашина // Друковане фахове видання з економіки та державного управління "Інвестиції: практика та досвід" – 2017. – № 20 – С.72–76.

63. Івашина Л.П. Особливості підготовки фахівців у розвитку сільського зеленого туризму / Івашина Л.П. / Матеріали II Міжнародної науково–практичної конференції «Стан та перспективи сучасного туризму» 23 листопада 2016р. – м.Суми, СДПУ – С. 275–279.

64. Івашина Л.П. Перспективи розвитку екологічного туризму в сучасному суспільстві / Івашина Л.П. // Збірник тез до X Міжнародного наукового конгресу «Державне управління та місцеве самоврядування» 24 березня 2011 р. – м. Харків – С. 405–406.

65. Івашина Л.П. Перспективи розвитку наукового туризму студентської молоді / Івашина Л.П. // Всеукраїнський з міжнародною участю науковий освітній форум "Відкриті інновації як феномен глобально орієнтованого суспільства" – листопад 2013 р. – м. Суми, СОІППО. – С. 45–49.

66. Івашина Л.П. Перспективи розвитку сакрального туризму в Україні / Івашина Л.П. // Матеріали II Міжнародної науково–практичної конференції «Інновації як чинник суспільного розвитку: теорія та практика» 19–20 травня 2011 р. – м. Суми – С. 80–82.

67. Івашина Л.П. Перспективи розвитку туризму в Україні / Івашина Л.П. // Збірник тез до IX Міжнародного наукового конгресу «Державне управління та місцеве самоврядування» 26–27 березня 2009 р. – м. Харків. – С. 370–371.

68. Івашина Л.П. Перспективи розвитку туристичної освіти в Україні / Івашина Л.П. // Інформаційний, науково–методичний журнал "Освіта Сумщини". – № 2 (18), 2013. – Суми, СОІППО. –С. 5–8.

69. Івашина Л.П. Позитивні та негативні складові іміджу України: порівняльний аспект / Івашина Л.П., Медведєв І.А. // Збірник тез до XIII Міжнародного наукового конгресу «Державне управління: виклики XXI століття» 21–22 березня 2013р. – м. Харків. – С. 32–34.

70. Ивашина Л.П. Позитивные и негативные составляющие менеджера по туризму: сравнительный аспект / Ивашина Л.П. // Сборник научных статей III Международной научно–практической конференции Уральского государственного педагогического университета «Теория и практика

управления человеческим потенциалом в новых экономических условиях». – 2013г. – С. 303–306.

71. Івашина Л.П. Правове регулювання розвитку туристичних послуг в Україні / Івашина Л.П. // Збірник тез до X Міжнародного наукового конгресу «Державне управління та місцеве самоврядування» 26 березня 2010р. – м. Харків. – С. 97–98.

72. Івашина Л.П. Правовой механизм государственного управления в туристической отрасли: проблемы и перспективы /Ивашина Л.П. // Сборник научных статей «Образование в современном мире: проблемы миграции, управления и экономики, социального партнёрства» – г. Екатеринбург–Москва – С. 272–279.

73. Івашина Л.П. [Розвиток можливостей туристично–рекреаційних послуг на регіональному рівні](#) / Л.П.Івашина // Державне будівництво [Електронне видання]. – 2009. – № 1. – Режим доступу: <http://www.kbuapa.kharkov.ua/e-book/db/2009-1/index.html>

74. Івашина Л.П. Роль об'єднаних територіальних громад у розвитку сільського зеленого туризму / Л.П. Івашина // Збірник наукових праць ДРІДУ НАДУ «Державне управління та місцеве самоврядування». – 2017. – № 3 (34) – С. 143 – 148.

75. Івашина Л.П. Формування позитивного іміджу України засобами розвитку туристичної галузі / Івашина Л.П. // круглий стіл за темою «Актуальні проблеми державного управління в Україні». 12 червня 2014р. – Суми, СОШПО. – С.42–48.

76. Ілляшенко С. Аналіз потенціалу ринку туристичних послуг Сумської області / С. М. Ілляшенко, В. О. Щербаченко // Вісник СумДУ. Серія економіка. – 2010. – № 1. – С. 65–77.

77. Ільїна М. Теоретико–методологічні засади визначення поняття «сільські території» для потреб рекреаційної сфери / М. Ільїна [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://sophus.at.ua/publ/2014\\_05\\_22\\_23\\_kampodilsk/sekcija\\_1\\_2014\\_05](http://sophus.at.ua/publ/2014_05_22_23_kampodilsk/sekcija_1_2014_05)

\_22\_23/teoretiko\_metodologichni\_zasadi\_viznachennja\_ponjattja\_silski\_teritoriji\_dlj\_a\_potreb\_rekreacijnoji\_sferi/59-1-0-940

78. Квартальнов В.А. Туризм: ученик / В.А. Квартальнов. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 316 с.

79. Кирилюк Ф.М. Політологія: Навчально–методичний комплекс / Ф. М. Кирилюк, М.І. Обушний, М.І. Хилько // – К.: Здоров'я. – 2005. – 776 с.

80. Кифяк В.Ф. Організація туризму: навчальний посібник / В.Ф. Кифяк // – Чернівці: Книги – XXI, 2008. – 344с.

81. Клецова К.В. Формування компетенцій персоналу як основа забезпечення його конкурентоспроможності на ринку праці / К.В. Клецова // Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. – 2010. – №1 (143). Ч. I. – С. 144–151

82. Коберніченко Т.О. Сільський зелений туризм. Методичні рекомендації для господарів садиб / Т.О. Коберніченко, В.П. Васильєв, П.А. Горішевський, Ю.В. Зінько – К.: Аграрна освіта, 2005. – 80 с.

83. Ковалюк О.М. Фінансовий механізм організації економіки України (проблеми теорії і практики): Монографія / О.М. Ковалюк // – Львів: Видавничий центр Львівського національного університету ім. Івана Франка, 2002. – 396с.

84. Коніщева Н. Й. Механізми державного регулювання сфери туризму: сутність і шляхи удосконалення / Н. Й. Коніщева, А. М. Близнюк // Вісник ДІТБ. – 2007. – № 11. – С. 76–84.

85. Конституція України : закон України від 28.06.1996 р. № 254к/96–ВР станом на 01 червня 2014 р. [Електронний ресурс] // Законодавство України. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/254k/96-vr>.

86. Концепція Державної цільової програми розвитку туризму та курортів на період до 2022 року [Електронний ресурс] / Офіційний сайт Верховної Ради України. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/638-2013-p>



87. Коротич О.Б. Державне управління регіональним розвитком України: Монографія / О.Б.Коротич // – Харків: Видавництво Хар РІДУ НАДУ «Магістр», 2006. – 220с.

88. Косенко В.М. Трансформація організаційної структури функціонування сільського зеленого туризму // Матеріали конференції «Відпочинок в сільській місцевості в Україні в ХХІ столітті: проблеми та перспективи». – Переяслав–Хмельницький, 2000. – С. 30–32.

89. Костриця М.М. Сільський туризм: теорія, методологія, практика (етноісторичний туристичний кластер «Древлянська земля»): монографія / За наук. керівництвом і заг.ред. проф. С.І.Ходаківського, проф. Ю.С. Цаль–Цалка – Житомир: ЖДТУ, 2006. – 196с.

90. Котлер Ф. Маркетинг мест. / Ф. Котлер //С–Пб.: Стокгольм. шк. економ, 2005. –205с., с.105.

91. Коустра М. Внесок агро туризму у стійкий розвиток Європи / М. Коустра // Туризм сільський зелений. – 2007. – № 4. – С. 15.

92. Кравцов С.С. Концепція державного регулювання регулювання сільського зеленого туризму: [Монографія] / М.М.Туріянська, С.С.Кравцов. – Донецьк: Донецьк.інст.турист.бізнесу, 2014. – 194с.

93. Кудла Н. Є. Основи сільського туризму: наук.–теорет. аспект / Н. Кудла // – Дрогобич: 2006. – 62 с.

94. Кудла Н.Є. Про застосування комплексу маркетингових заходів у сільському туризмі / Н.Є. Кудла// Економіка України. – 2011. – №2. – С. 79–85.

95. Кудла Н.Є. Сільський туризм: основи підприємництва та гостинності: навч. посіб. / Н.Є.Кудла. – К.: «Центр учбової літератури», 2015. – 152с.].

96. Латинін М. А. Аграрний сектор економіки України: механізм державного регулювання : монографія / М. А. Латинін. – Х. : Вид–во ХарРІ НАДУ «Магістр», 2006. – 320 с.

97. Латинін М.А. Теоретичні підходи щодо визначення механізму державного регулювання розвитку аграрного сектора економіки України:

[Електронний ресурс] / М.А. Латинін // Державне управління: теорія та практика – 2005. – № 2 <http://www.academy.kiev.ua/ej2/txtsgaluz/05lmaseu.pdf>.

98. Лисенко Л. До визначення поняття «сільська територія» / Л. Лисенко // Актуальні проблеми державного управління : зб. наук. праць ОРІДУ НАДУ. – 2009. – № 2 (38). – С. 12 – 15.

99. Лихачов С. В. Щодо функцій органів місцевого самоврядування в Україні / С. В. Лихачов // Форум права. – 2010. – № 2. – С. 272–276 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nbu.gov.ua/e-journals/FP/2010-2/10lcvcvu.pdf>

100. Лужанська Т.Ю. Сільський туризм: історія, сьогодення та перспективи: навчальний посібник / Т.Ю. Лужанська, С.С. Махлинець, Л.І. Тебляшкіна // – К.: Кондор, 2008. – 385с.

101. Луценко С.М. Механізми інформаційного забезпечення державної влади в Україні: дисертація канд. наук з держ упр: 25.00.02 / С.М. Луценко // Класичний приватний ун-т – Запоріжжя – 2011 – 215 с.

102. Малік Л. М. Державне регулювання туристичної діяльності в сільській місцевості [Електронний ресурс] / Л.М. Малік // Режим доступу: <http://www.economu.nauka.com.ua/?op=1&z=2734>

103. Малік М. Й. До питання сталого розвитку сільських територій / М. Й. Малік // Економіка АПК. – 2008. – № 5. – С. 51 – 58.

104. Малиновський В.Я. Державне управління: Навчальний посібник / В.Я.Малиновський // . – Вид.2-ге, доп. та перероб. – К.: Атіка, 2003. – 576с.

105. Мамонова В. Методологія управління територіальним розвитком : монографія / В. В. Мамонова // – Х. : Вид-во ХарРІДУ «Магістр», 2006. – 196 с.

106. Матеріали Державного агентства України з туризму та курортів – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.tourism.gov.ua/ua>

107. Матеріали Офіційного сайту Співки сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.greentour.com.ua/ukrainian/news>

108. Мельник С.І. Соціально–економічні проблеми відтворення та ефективного використання ресурсного потенціалу села / С.І. Мельник // – К.: ІАЕ, 2004. – 428с.

109. Мілютіна К.Л. Теорія та практика психологічного тренінгу: навч. посіб. / К.Л. Мілютіна // – К.: МАУП, 2004. – 192с.

110. Місцеве самоврядування в Україні: історія, сучасність, перспективи розвитку / В. Кравченко, Н. Кравченко, В. Лисюченко, В. Негода, М. Пітцик. – К.: Арарат–Центр, 2000. – 22 с.

111. Місцеве самоврядування: поняття, терміни, визначення: Словник–довідник / сост.: О.Д. Лазор, О.Я. Лазор – К.: Дакор, 2004. – 336 с.

112. Михайліченко Г.І. Класифікація засобів розміщення туристів у сільській місцевості / Г.І. Михайліченко // Вісник КНТЕУ – 2003. – №6. – С.97–103.

113. Монастирський Г. Л. Організація управління та регулювання економічним і соціальним розвитком сільських поселень: дисертація канд. екон. наук: 08.02.03 / Г.Л. Монастирський // Львівський національний ун–т ім. Івана Франка. – Л., 2003.

114. Нижник Н.Р. Об'єкт державного управління / Н.Р. Нижник // Державне управління в Україні: наукові, правові, кадрові та організаційні засади: навч. посіб. / за заг. ред. Н.Р. Нижник, В.М. Олуйка. – Львів: Вид–во Нац. ун–ту „Львівська політехніка”, 2002. – С. 254–261.

115. Новий тлумачний словник української мови у 4 томах / Укладачі В. Яременко, О. Сліпушко. – К.: «Аконт». – 1998. – 910 с.

116. Ольшанский Д. В. Политико–психологический словарь. – М.: Академический Проект, 2002. – 576 с.

117. Оппельд Л.І., Гордіян А.О. Міжнародний досвід зеленого туризму в Україні: проблеми та перспективи / Л.І. Оппельд, А.О. Гордіян. // електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка» – 2014. – № 1. Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2667>].

118. Павлов О. І. Сільські території України: історична трансформація парадигми управління : монографія / О. І. Павлов // – Одеса : Астропринт – 2006. – 360 с.

119. Пітюлич М.М. Особливості функціонування сільського туризму в Україні та довід Європейських країн / М.М. Пітюлич, І.І.Михайлюк // Наук. вісн. Ужгород. ун-ту. Сер «Економіка» . – 2011. – С. 154–157.

120. Петранівський В. Туристичне краєзнавство: Навч. посіб. 2-ге вид., виправл. / В.Л. Петранівський, проф. Ф. Д. Заставний, М. Й. Рутинський. – К.: Знання. – 2008. – 575 с.

121. Покровский В. Малая медицинская энциклопедия в 6 томах / В. И. Покровский. // – М.: Советская энциклопедия. – 1991 – 1996. – 545 с.

122. Поленкова М. Наукові підходи до визначення еконо– мічного змісту категорії «сільська територія» / М. В. Поленкова // Вісник Чернігівського державного технологічного університету. Серія «Економічні науки». – 2011. – № 4 (54). – С. 272 – 277.

123. Положаєнко О. В. Сутність поняття «сільські території» та його визначення в юридичній літературі / О. В. Положаєнко, С. І. Марченко // Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2013. – Т. 1, Вип. 3. – С. 149 – 151.

124. Принципи Європейської хартії місцевого самоврядування: Навч. посіб. / М. Пітцик, В. Кравченко, Е.С. Моньо, Б. Фонтен, В. Черніков. – К.: Клевер, 2000. – С. 33.

125. Проект закону України «Про сільський аграрний туризм» від 29.04.2010 р  
[Електронний ресурс] / [http://volynradagrants.at.ua/load/zakonodavstvo/zakon\\_ukrajini\\_pro\\_silskij\\_agrarnij\\_turizm/1-1-0-2](http://volynradagrants.at.ua/load/zakonodavstvo/zakon_ukrajini_pro_silskij_agrarnij_turizm/1-1-0-2)

126. Проект Закону «Про сільський зелений туризм» [Електронний ресурс] / [http://tourlib.net/zakon/pro\\_siltur.htm](http://tourlib.net/zakon/pro_siltur.htm)

127. Проект Концепції розвитку сільських територій до 2030 року // [Саблук П.Т., Малік М.Й., Булавка О.Г. та ін.]. – К.: Ін-т аграрної економіки, 2007 – 47 с.

128. Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на період до 2020 року: Постанова Кабінету Міністрів України № 385 від 6 серпня 2014 року. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/385-2014-п>

129. Про місцеве самоврядування в Україні: Закон України від 21.05.1997 р. № 280/97-IV // Відомості Верховної Ради України. – 1997. – № 24. – Ст.170. – С. 379–432.

130. Про співробітництво територіальних громад: Закон України від громад : Закон України від 17 червня 2014 р. № 1508-VII станом на 17 червня 2014 р. [Електронний ресурс] // Офіційний сайт Верховної Ради України. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1508-18>.

131. Прокопа І. В. Сільські території України: дослідження і регулювання розвитку / І. В. Прокопа // Економіка України. – 2007. – № 6. – С. 50–59.

132. Про туризм: Закон України від 18 листопада 2003 р. № 1282-IV // ВВР України. – 2003. – №41. – Ст. 241.

133. Прушківський В.Г. Теоретичні підходи до визначення сільських територій / В.Г.Прушківський, В.І.Колесников // Проблеми економіки. – 2014. – № 4. – С.127–132. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pecon\\_2014\\_4\\_17](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pecon_2014_4_17)

134. Радченко В. П. Концепция маркетинга сельских территорий: принципы, инструментальный аппарат / В. П. Радченко ; ГОУ ВПО «РГПУ им. А. И. Герцена». – СПб. : Изд-во Политехнического университета, 2010. – 414 с.

135. Роглев Х.Й. Сільський туризм – перспективний напрямок розвитку туристичної індустрії України / Х.Й. Роглев // Туризм: теорія і практика. – 2005. – №1. – С.15–21.

136. Розвиток сільських територій України: науково-аналітична доповідь / В.В.Борщевський, Х.М.Притула, В.Є.Крупін, І.М.Куліш; НАН України.

Інститут регіональних досліджень; наук. ред. В.В.Борщевський. – Львів, 2011. – 60с.

137. Рутинський М.Й. Сільський туризм: навч. посіб. / М.Й. Рутинський, Ю.В. Зінько. – К.: Знання, 2006. – 271 с.

138. Саблук П. Т. Розвиток сільських територій – запорука відродження аграрної України / П. Т. Саблук // Вісник аграрної науки. – 2006. – № 5. – С. 21 – 23.

139. Сембай І. В. Функціонування сільськогосподарських підприємств у контексті розвитку сільських територій: авто– реф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / І. В. Сембай ; Львівськ. нац. аграрн. ун–т. – Львів, 2008. – 20 с.

140. Сільський зелений туризм. Білорусь [Електронний ресурс]. Режим доступу: [http://pidruchniki.com/2015073165657/turizm/silskiy\\_turizm\\_inshih\\_yevropeyskih\\_krayinah](http://pidruchniki.com/2015073165657/turizm/silskiy_turizm_inshih_yevropeyskih_krayinah)

141. Сільський зелений туризм. Деякі країни європейського союзу ближнього зарубіжжя [Електронний ресурс]. Режим доступу: [http://pidruchniki.com/2015073165652/turizm/silskiy\\_turizm\\_deyakh\\_krayinah\\_yevropeyskogo\\_soyuzu\\_blyznogo\\_zarubizhzhya](http://pidruchniki.com/2015073165652/turizm/silskiy_turizm_deyakh_krayinah_yevropeyskogo_soyuzu_blyznogo_zarubizhzhya)

142. Сільський зелений туризм. Німеччина [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://pidruchniki.com/2015073165653/turizm/nimechchina>

143. Сільський зелений туризм. Польща [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://pidruchniki.com/2015073165655/turizm/polscha>.

144. Сільський зелений туризм. Румунія [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://pidruchniki.com/2015073165658/turizm/ugorschina>

145. Сільський зелений туризм. Словаччина [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://pidruchniki.com/2015073165656/turizm/slovachchina>.

146. Сільський зелений туризм. Угорщина [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://pidruchniki.com/2015073165658/turizm/ugorschina>.

147. Сільський зелений туризм. Франція [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://pidruchniki.com/2015073165654/turizm/frantsiya>

148. Сільський сектор України на рубежі десятиліть: в 2 т. / Л.О.Шепотько, І.В. Прокопа, С.О.Гудзинський, В.Д. Яровий. – К.: Ін-т економіки НАН України, 2003. – Соціальні ресурси сільських територій. Т.2. – 2003. – 466с.

149. Славов В. П. Економіко–енергетична система сталого розвитку сільських територій / В. П. Славов, О. В. Коваленко // Вісник аграрної науки. – 2007. – № 9. – С. 68 – 71.

150. Словник іншомовних слів [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.jnsm.com.ua/cgi-bin/u/book/sis.pl?Qry=%CC%E5%F5%E0%ED%B3%E7%EC>

151. Словник української мови: в 11 томах. – Том 10, 1979. – с.86.

152. Соціально–економічний розвиток сільських територій [Текст] : навчально–методичний посібник для студентів економічного факультету напряму підготовки "Економіка підприємства" (ОКР "Бакалавр") / Національний університет біоресурсів і природокористування України ; уклад.: В. К. Терещенко, В. А. Ткачук, Н. В. Морозюк. – К. : Видавничий центр НУБіП України, 2010. – 94 с.

153. Сталий розвиток територіальної громади: управлінський аспект [монографія] / [Ю.О.Куц, В.В.Мамонова, О.К.Чаплигін та ін.]; за заг. ред.Ю.О.Куца, В.В.Мамонової ; Харківськ. регіон. ін-т держ. упр. – Х. : Магістр, 2008. – 236 с. – (Серія "Державне управління XXI століття").

154. Старостіна А. Міжнародний імідж країни: сутність, фактори формування, рівні сприйняття / А. Старостіна, В. Кравченко, Г. Личова // Маркетинг в Україні. – 2010. – №4. – С. 61.

155. Стеченко Д.М. Державне регулювання економіки: Навчальний посібник. – К.: Вікар, 2003. – 262с.

156. Стратегічне управління персоналом підприємства в умовах сучасного розвитку ринку праці: [монографія] / [І.Р. Бузько, О.В. Вартанова, Г.О. Надьон та ін.]. – Луганськ. – Вид-во СНУ ім. В.Даля. – 2009. – 304 с.

157. Сумщина туристична [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.tour.sumy.ua/history.php>
158. Ткаченко Т. І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія/ Т. І. Ткаченко. // 2-ге вид., випр. та доповн.. – К.: КНТЕУ, 2009. – 463 с.
159. Українське село запрошує: Каталог // Туризм сільський зелений. – 2000. – №1. – 32 с.
160. Українське село запрошує: Каталог // Туризм сільський зелений. – 2007. – №1. – 64 с.
161. Управління культури та туризму Сумської обласної адміністрації <http://sumytour.in.ua>
162. Устименко Л. М. Афанасьєв І. Ю. Історія туризму: Навчальний посібник / Л. М. Устименко, І. Ю. Афанасьєв. – 2-е вид., переробл. та доп. – К.: Альтерпрес. – 2008. – С. 354.
163. Федорчак О. Класифікація механізмів державного управління і2010 – A European Information Society for growth and employment / О. Федорчак // Наук. вісн. “Демократичне врядування” – Електронне наукове фахове видання ЛПІДУ НАДУ – 2008. – Вип. 1. – С. 5 – Режим доступу : [http:// www.nbu.gov.ua/e-journals/DeVr/2008-01/O\\_Fedorchak.pdf](http://www.nbu.gov.ua/e-journals/DeVr/2008-01/O_Fedorchak.pdf).]
164. Черная И. Маркетинг имиджа как стратегическое направление территориального маркетинга / И. П. Черная // Маркетинг в России и за рубежом. – 2002. – N 4. – С. 13–18.
165. Хмілярчук Н.С. Педагогічні умови організації навчальної практики майбутніх менеджерів туристичної сфери : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня. канд. пед. наук : спец 13.00.04 „Теорія і методика професійної освіти” / Н.С. Хмілярчук //– Вінниця, 2007. – 20 с.
166. Хуторской А. В. Ключевые компетенции как компонент личностно-ориентированной парадигмы образования / А. В Хуторской // Народное образование. – 2003. – № 2. – с.58–64.



167. Чкан А.С. Державне регулювання сфери туризму в Україні / А.С.Чкан // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету. – Економічні науки. – 2012. – №2(18), Том 3. – С.276–290.

168. Юрчишин В.В. Сільські території як системоутворюючі фактори розвитку аграрного сектору економіки / В.В.Юрчишин // Економіка АПК. – 2005. – №3. – С. 3–10.

169. Ashley C., Maxwell S. Rethinking rural development // Development policy review. – 2001. – N 19 (4). – P. 365 – 425.

170. EuroGites. Європейська федерація сільського зеленого туризму. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.eurogites.org>

171. Dictionary of Travel. Tourism and Hospitality / Ed. S. Medlik. – London: Butterworth–Heinemann Etd., 1993. – P. 43.

172. Ivashyna L. Influence of rural green tourism on formation of positive image of region / Ivashyna L. // Regional Development and Public Administration in the Context of General Tendencies of 21 century. – Eds. W. Szymańska. Słupsk : Publishing House “ADNDU”, 2015. – 238 p. – С.107–118.

173. Sierusienie Rigina Turystyka wiejska – perspektywiczne przedsiikbiorstwo usiugowe na Litwk // Problemy rozwoju turystyki wieskiej naWilecszczyźnie, Mazowszu i Podlasiu / Praca zbiorowa pod redakcj. Naukow. Z.J. Przychodzenia. – Tom V. – Warszawa: SGGW, 2003.– P. 70–78.

174. Vainiene I. Situation analysis and development system of rural tourism business // Paper for the 1st European Congress of Rural Tourism (Jaen, Spain, 3–5 October 2003) // 13 p. // [www.europeanrtcongress.org](http://www.europeanrtcongress.org).