

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ЕКОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

«ЗАТВЕРДЖЕНО»

на засіданні групи забезпечення
спеціальності

від «21» грудня 2020 року

Протокол № 6

Голова групи Губанова О.Р.

«УЗГОДЖЕНО»

Декан природоохоронного

факультету Чугай А.В.

СИЛЛАБУС

навчальної дисципліни
«СІЛЬСЬКИЙ ТУРИЗМ»

(назва навчальної дисципліни)

242 «Туризм»

(шифр та назва спеціальності)

Сталий туризм

(назва освітньої програми)

бакалавр

(рівень вищої освіти)

денна, заочна

(форма навчання)

III (IV – з/ф)

(рік навчання)

6

(семестр навчання)

4/120

(кількість кредитів ЄКТС/годин)

залік

(форма контролю)

Економіки природокористування. Сайт <http://dpt11s.odeku.edu.ua/>

(кафедра)

Одеса, 2020 р.

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Мета	Формування знань, умінь і навиків щодо основних положень сільського туризму, історії його розвитку, надання послуг в цій сфері та особливостей менеджменту та маркетингу агротуристичного господарства.
Компетентність	К37. Здатність до організації принципово нової форми туристичної діяльності, орієнтованої на пізнання природи, мінімізацію шкоди довкіллю та підтримку етнокультури.
Результат навчання	ПР30. Знати місце і роль галузі туризму в стратегії сталого розвитку територій, особливості туристичної діяльності в сільській місцевості.
Базові знання	<ul style="list-style-type: none"> • основні поняття та концепції сільського туризму; • види туризму у сільській місцевості; • економіка сільського туризму; • джерела фінансування та інвестиційна програма агротуристичного господарства; • організація та планування у сільському туризмі; • особливості менеджменту сільського туризму; • основи маркетингу агротуристичного господарства; • якість у сільському туризмі.
Базові вміння	<ul style="list-style-type: none"> • пояснювати вплив етнопсихологічного фактору на мотивацію вибору відпочинку у сільській місцевості; • організовувати складання і виконання програми обслуговування, а також надання додаткових послуг туристам у гостинних садибах (агрооселях).
Базові навички	<ul style="list-style-type: none"> • здатність аналізувати і розробляти конкурентні пропозиції щодо просування сільського туризму в Україні та розвитку його інфраструктури.
Пов'язані ссиллабуси	-
Попередня дисципліна	-
Наступна дисципліна	-
Кількість годин	лекції: 30 год.; практичні заняття: 15 год.; самостійна робота студентів: 75 год.
Заочна форма навчання	настанова лекція: 2 год.; самостійна робота студентів: 110 год.

2. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

2.1. Лекційні модулі

Код	Назва модуля та тем	Кількість годин	
		аудиторні	СРС
ЗМ-Л1	Сільський туризм як окрема форма рекреаційної діяльності. <ul style="list-style-type: none"> • Тема 1. Основні поняття та концепції сільського туризму. • Тема 2. Види туризму у сільській місцевості. • Тема 3. Економіка сільського туризму. • Тема 4. Джерела фінансування та інвестиційна програма агротуристичного господарства. 	4	25
		4	
		4	
		4	
ЗМ-Л2	Менеджмент та маркетинг сільського туризму. <ul style="list-style-type: none"> • Тема 5. Організація та планування у сільському туризмі. • Тема 6. Особливості менеджменту сільського туризму. • Тема 7. Основи маркетингу агротуристичного господарства. • Тема 8. Якість у сільському туризмі. 	4	25
		4	
		3	
		3	
Разом:		30	50

Консультації: Бунякова Юлія Ярославна, п'ятниця, 417 ауд. в 12.15–12.45.

Лекційні модулі (заочна форма)

Код	Назва модуля та тем	Кількість годин	
		аудиторні	СРС
ЗМ-Л1	Настановна лекція Сільський туризм як окрема форма рекреаційної діяльності. <ul style="list-style-type: none"> • Тема 1. Основні поняття та концепції сільського туризму. • Тема 2. Види туризму у сільській місцевості. • Тема 3. Економіка сільського туризму. • Тема 4. Джерела фінансування та інвестиційна програма агротуристичного господарства. 	2	50
ЗМ-Л2	Менеджмент та маркетинг сільського туризму. <ul style="list-style-type: none"> • Тема 5. Організація та планування у сільському туризмі. • Тема 6. Особливості менеджменту сільського туризму. 		30

	<ul style="list-style-type: none"> • Тема 7. Основи маркетингу агротуристичного господарства. • Тема 8. Якість у сільському туризмі. 		
	Разом:	2	80

Консультації: Бунякова Юлія Ярославна, за розкладом консультаційної сесії з 17.05 по 31.05.

2.2. Практичні модулі

Код	Назва модуля та тем	Кількість годин	
		аудиторні	СРС
ЗМ-П1	• Сільський туризм: сутність та визначення понять	8	10
ЗМ-П2	• <i>SWOT</i> -аналіз та створення бізнес-плану агротуристичного господарства	7	10
	Разом:	15	20

Консультації: Бунякова Юлія Ярославна, п'ятниця, 417 ауд. в 12.15–12.45.

Практичні модулі (заочна форма)

Код	Назва модуля та тем	Кількість годин	
		аудиторні	СРС
ЗМ-П1	• Сільський туризм: сутність та визначення понять		15
ЗМ-П2	• <i>SWOT</i> -аналіз та створення бізнес-плану агротуристичного господарства		10
	Разом:		25

Консультації: Бунякова Юлія Ярославна, за розкладом консультаційної сесії з 17.05 по 31.05.

2.3. Самостійна робота студента та контрольні заходи

Код модуля	Завдання на СРС та контрольні заходи	Кількість годин	Строк проведення
ЗМ-Л1	• Підготовка до лекційних занять	20	1 – 7 тиждень
	• Написання модульної тестової контрольної роботи (обов'язковий)	5	7 тиждень
ЗМ-Л2	• Підготовка до лекційних занять	20	8 – 15 тиждень
	• Написання модульної тестової контрольної роботи (обов'язковий)	5	15 тиждень
ЗМ-П1	• Підготовка до практичних занять	5	1 – 7 тиждень
	• Усне опитування за темою (обов'язковий)	5	7 тиждень
ЗМ-П2	• Підготовка до практичних занять	5	8 – 14 тиждень
	• Усне опитування за темою (обов'язковий)	5	14 тиждень
	Підготовка до залікової контрольної роботи	5	15 тиждень
	Разом:	75	

Самостійна робота студента та контрольні заходи (заочна форма)

Код модуля	Завдання на СРС та контрольні заходи	Кількість годин	Строк проведення
ЗМ-Л1	• Вивчення певних тем лекційного модуля	45	жовтень-грудень
	• Написання модульної тестової контрольної роботи (обов'язковий)	5	грудень
ЗМ-Л2	• Вивчення певних тем лекційного модуля	25	січень-березень
	• Написання модульної тестової контрольної роботи (обов'язковий)	5	березень
ЗМ-П1	• Вивчення певних тем практичного модуля	10	жовтень-лютий
	• Написання модульної тестової контрольної роботи (обов'язковий)	5	лютий
ЗМ-П2	• Вивчення певних тем практичного модуля	5	березень-травень
	• Написання модульної тестової контрольної роботи (обов'язковий)	5	травень
	Підготовка до залікової контрольної роботи	5	червень
	Разом:	110	

2.3.1. Методика проведення та оцінювання контрольного заходу для ЗМ-Л1, ЗМ-Л2.

Організація контролю знань студентів побудована за накопичувально-модульним принципом згідно вимог діючого в університеті Положення «Про проведення підсумкового контролю знань студентів».

З *теоретичного* курсу навчальної дисципліни студент повинен бути готовим відповідати на усні запитання лектора під час лекційних занять; надати письмові відповіді на 10 тестових запитань варіанту модульного контрольного завдання. Тестові завдання модульної контрольної роботи складені у тестовому вигляді закритого типу.

Формами контролю засвоєння теоретичних знань є усне опитування під час лекційних занять (поточний контроль), модульні контрольні роботи за кожним змістовним модулем (внутрішньо семестровий контроль), складання заліку (підсумкова атестація).

Варіанти модульної контрольної роботи містять десять запитань у тестовому вигляді. Кожна вірна відповідь оцінюється у 2,5 бали. Максимальна кількість балів за виконаний варіант кожної модульної контрольної роботи становить 25 балів. Максимальна кількість балів, яку студент може отримати з лекційної частини складає 50 балів.

Для заочної форми вивчення лекційного матеріалу оцінюється через відповіді на контрольні тестові завдання в системі е-навчання. Модульні контрольні роботи проводяться після опрацювання матеріалів тем лекційного модуля і складають по 25 балів для ЗМ-Л1 і ЗМ-Л2 відповідно, що дорівнює 50 балам за теоретичну частину.

2.3.2. Методика проведення та оцінювання контрольного заходу для ЗМ-П1, ЗМ-П2.

Формою контролю практичних модулів ЗМ-П1, ЗМ-П2 є усне опитування. За кожною темою викладач проводить семінарське заняття – форма навчального заняття, яка спрямована на закріплення студентами теоретичних знань отриманих на лекціях, та під час самостійного вивчення матеріалу дисципліни, на якому організує обговорення із студентами питань з тем, визначених силлабусом, формує у студентів вміння та навички застосування окремих положень навчальної дисципліни шляхом індивідуального та групового виконання відповідно сформованих завдань. Оцінювання за ЗМ-П1 охоплює опитування студентів щодо сутності та визначення понять в сільському туризмі, яке передбачає усний захист основних термінів та визначень і містить 10 контрольних запитань по 2,5 бали. ЗМ-П2 – передбачає створення бізнес-плану та *SWOT*-аналіз агротуристичного господарства, яке представляється студентом як творча робота, що виноситься на обговорення під час семінарського заняття, захист якої передбачає 10 контрольних запитань по 2,5 бали. За змістовними модулями ЗМ-П1 та ЗМ-П2 може бути нарахована максимальна кількість балів, яка складає по 25 балів відповідно. Всього за практичні заняття студент може отримати 50 балів.

Для заочної форми вивчення практичного матеріалу оцінюється через відповіді на контрольні тестові завдання в системі е-навчання. Модульні контрольні роботи проводяться після опрацювання матеріалів тем практичних модулів і містять десять запитань у тестовому вигляді. Кожна вірна відповідь оцінюється у 2,5 бали. Максимальна кількість балів за ЗМ-П1 і ЗМ-П2 становить по 25 балів відповідно. Максимальна кількість балів, яку студент може отримати з практичної частини складає 50 балів.

Загальна накопичувальна оцінка за опанування навчального матеріалу з дисципліни «Сільський туризм» для студентів-бакалаврів за спеціальністю 242 «Туризм» становить 100 балів.

Студент вважається допущеним до залікової контрольної роботи, якщо за теоретичні та практичні модулі він одержав не менше половини кількості балів ($\geq 50\%$), що відведені на них, тобто для денної та заочної форм навчання – не менше 25 балів для теоретичної та практичної частин відповідно.

Залікова контрольна робота з дисципліни «Сільський туризм» являє собою тестові завдання закритого типу, які потребують від студента вибору правильних відповідей з чотирьох запропонованих у запитанні. Тестові питання кожного варіанту формуються по всьому переліку сформованих у навчальній дисципліні знань (в першу чергу базові компоненти), а їх загальна кількість складає 20 завдань. Повна правильна відповідь на 1 тестове завдання оцінюється у 5 балів. Оцінка успішності виконання студентом цього заходу здійснюється у формі кількісної оцінки (бал успішності) та максимально складає 100 балів. Перехід від кількісної оцінки до якісної оцінки здійснюється за 4-х бальною системою відповідно до наступної шкали – за правильну відповідь: на 18–20 тестів (90–100%) – «відмінно»; на 15–17 тестів (74–89%) – «добре»; на 12–14 тестів (60–73%) – «задовільно»; на менш ніж 12 тестів (<60%) – «незадовільно».

3. РЕКОМЕНДАЦІ ДО САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ

3.1. Модуль ЗМ-Л1 «Сільський туризм як окрема форма рекреаційної діяльності».

3.1.1. Повчання

Вивчення даного теоретичного змістовного модуля передбачає закріплення знань студентів стосовно наступних питань, що сформовані за відповідними темами, а саме:

1. *Основні поняття та концепції сільського туризму.*
2. *Види туризму у сільській місцевості.*
3. *Економіка сільського туризму.*
4. *Джерела фінансування та інвестиційна програма агротуристичного господарства.*

Перша тема розкриває визначення сільського туризму на тлі сучасних тенденцій розвитку, його місця в системі наукових дисциплін. Розглядаються основи сільського туризму та етапи змін розвитку туризму на сільських територіях.

Друга тема розглядає основні види туризму у сільській місцевості.

Третя тема містить питання стосовно економічної складової сільського туризму; методів встановлення цін; бізнес-планування у сільському туризмі та SWOT-аналізу агротуристичної діяльності.

У четвертій темі розкриваються джерела фінансування у сільському туризмі та інвестиційна програма агротуристичного господарства.

Рекомендована література [1,2].

3.1.2. Питання для самоперевірки

1. *Охарактеризуйте етапи змін розвитку туризму на сільських територіях.*
2. *Скільки фаз розвитку туристичного простору ви знаєте?*
3. *Надайте характеристику фази розвитку.*
4. *Надайте характеристику фази зрілості.*
5. *В чому полягає суть фази спаду і фази реконструкції?*
6. *Надайте визначення поняттю «сільський туризм».*
7. *Що належить до найважливіших ознак сільського туризму?*
8. *Які цінні ознаки (вигоди) для господарства і села надає сільський туризм?*
9. *Джерелом яких цінних ознак (вигод) є сільський туризм для гостей чи туристів?*
10. *Із яких основних чинників розвитку складається сільський туризм?*
11. *Надайте визначення поняттю «агротуризм».*
12. *Які складові як явище містить агротуризм?*
13. *Наведіть три головні ознаки, які характерні для агротуризму і вирізняють його від загальноприйнятого.*

14. *Надайте визначення поняттю «агроекотуризм».*
15. *Наведіть особливі ознаки агроекотуризму.*
16. *Як визначають окупність надання агротуристичних послуг?*
17. *Що являють собою при економічних розрахунках частка постійних витрат і частка початкових витрат?*
18. *Що охоплює агротуристична послуга як продукт, який пропонується на ринку?*
19. *Які чинники зазвичай впливають на рівень цін?*
20. *В чому полягає суть ціноутворення на основі витрат?*
21. *В чому полягає суть ціноутворення з орієнтацією на попит?*
22. *В чому полягає суть ціноутворення з орієнтацією на конкурентів?*
23. *Яким чином можуть застосовуватись знижки з метою здобуття клієнтів?*
24. *Що являє собою бізнес-план?*
25. *За яких умов створення бізнес-плану є необхідним?*
26. *З яких елементів складається бізнес-план? Охарактеризуйте їх.*
27. *В чому полягає суть SWOT–аналізу агротуристичної діяльності?*
28. *Що виступає основним джерелом необхідного капіталу у сільському туризмі?*
29. *Що є джерелом внутрішнього і зовнішнього капіталу?*
30. *Що являють собою власний і позиченого капітал?*
31. *В чому полягає суть інвестиційної програми агротуристичного господарства?*

3.2. Модуль ЗМ-Л2 «**Менеджмент та маркетинг сільського туризму**».

3.2.1. Повчання

Вивчення даного теоретичного змістовного модуля передбачає закріплення знань студентів стосовно наступних питань, що сформовані за відповідними темами, а саме:

1. *Організація та планування у сільському туризмі.*
2. *Особливості менеджменту сільського туризму.*
3. *Основи маркетингу агротуристичного господарства.*
4. *Якість у сільському туризмі.*

Перша тема розкриває організацію сільського туризму, основні вимоги щодо облаштування агрооселі для прийому туристів, технологічні основи гостинності та особливості планування у сільському туризмі.

Друга тема присвячена менеджменту сільського туризму, управлінню іміджем сільської території і менеджменту людських ресурсів у сільському туризмі.

Третя тема розкриває сутність маркетингу сільського туризму; внутрішні й зовнішні чинники агротуристичної діяльності; цільові групи споживачів послуг

сільського туризму та елементи комплексу маркетингу у сфері агротуристичних послуг.

У четвертій темі розкриваються сутність якості продукту сільського туризму; категоризація сільської бази розміщення; якість як визначальний чинник пропозиції сільського туризму й гарантування безпеки у сфері сільського туризму
Рекомендована література [1,2].

3.2.2. Питання для самоперевірки

1. *Які чинники впливають на організацію сільського туризму?*
2. *Що можна віднести до найнесприятливіших обставин організації сільського туризму в українських селах?*
3. *Назвіть основні функції Співки сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні.*
4. *В чому полягають основні вимоги щодо облаштування агрооселі для прийому туристів?*
5. *В чому полягає суть технологічних основ надання послуг сільського туризму?*
6. *Надайте визначення поняттю «гостьовий цикл сільського туризму».*
7. *Надайте характеристику першій фазі гостьового циклу.*
8. *Надайте характеристику другій фазі гостьового циклу.*
9. *Надайте характеристику третій фазі гостьового циклу.*
10. *Надайте характеристику четвертій фазі гостьового циклу.*
11. *Надайте характеристику п'ятій фазі гостьового циклу.*
12. *Надайте характеристику шостій фазі гостьового циклу.*
13. *Надайте характеристику сьомій фазі гостьового циклу.*
14. *Надайте характеристику восьмій фазі гостьового циклу.*
15. *Надайте характеристику дев'ятій фазі гостьового циклу.*
16. *В чому полягають особливості планування у сільському туризмі?*
17. *Надайте визначення поняттю «планування».*
18. *Які основні методи планування в сільському туризмі Ви знаєте?*
19. *Назвіть основні напрями планування сільського туризму. На яких рівнях вони можуть відбуватись?*
20. *Що таке стратегічне планування?*
21. *В чому полягає мета менеджменту в сільському туризмі?*
22. *Що виступає основними чинниками підвищеної складності в управлінні сільським туризмом?*
23. *Сформулюйте основний постулат стратегічного управління.*
24. *Сформулюйте п'ять типів цілей стратегії сільського туризму.*
25. *Що можна віднести до побічних негативних ефектів сільського туризму?*
26. *В чому полягає мета управління іміджем сільської території?*
27. *В чому полягає суть менеджменту людських ресурсів в сільському туризмі?*
28. *В чому полягає сутність маркетингу сільського туризму?*

29. Охарактеризуйте основні етапи маркетингової діяльності у сільському туризмі.
30. Що належать до найважливіших виробничих внутрішніх чинників агротуристичної діяльності?
31. Охарактеризуйте зовнішні чинники, які зумовлюють розвиток сільського туризму.
32. Назвіть основні цільові групи споживачів послуг сільського туризму.
33. В чому полягають відмінності в очікуваннях для різних цільових груп?
34. З яких елементів складається комплекс маркетингу у сфері агротуристичних послуг?
35. Які умови впливають на якість продукту сільського туризму?
36. Які чинники виступають критеріями визначення якості продукту сільського туризму?
37. Скільки категорій містить «Українська гостинна садиба»?
38. Яким агротуристичним господарствам надається знак «Українська гостинна садиба»?
39. В чому полягають переваги категоризації у сільському туризмі?
40. Надайте визначення якості як визначальному чиннику пропозиції сільського туризму.
41. Наведіть основні розбіжності, які можуть виникати між сподіваннями гостей та фактично отриманим рівнем якості агротуристичного продукту.
42. Наведіть основні чинники потенційної небезпеки для клієнтів гостинної садиби.

3.3. Практичний модуль ЗМ-ПІ «Сільський туризм: сутність та визначення понять».

3.3.1. Повчання

Зміст практичної роботи передбачає вивчення теоретичного матеріалу, основні положення якого зводяться к наступному:

1. Визначення поняття «сільська місцевість», «сільська територія».
2. Трактуювання ключових понять сільського туризму.
3. Форми організації сільського дозвілля та туризму.

Головною рушійною силою бурхливого розвитку сільського туризму є швидко зростаючий попит на рекреацію на природі, що визначається збільшенням невідповідності середовища проживання сучасної людини її фізіологічним і психологічним потребам.

Визначення «сільські території» по-різному трактуються у країнах світу.

Відмінні за принципами організації форми сільського туризму історично розвиваються у різних країнах і районах Європи. В одних місцевостях сільський туризм доповнює певний профілюючий вид рекреаційної діяльності, в інших – виступає різновидом туризму. У екологічного, в третіх – є формою

високоприбуткового приватного підприємництва, і в цьому розумінні майже не відрізняється від звичної для Європи практики малого готельного бізнесу, а в ряді країн – має обмежений сезонний характер та виступає допоміжною формою діяльності у веденні родинного фермерського господарства тощо.

Визначення категорії «сільський зелений туризм» має, насамперед, проводитися з урахуванням концепції «сільська місцевість» й узгоджуватися з тим, який зміст ми вкладаємо в агрорекреаційну форму офіційного сільського господарства.

Більшість західних дослідників сільського зеленого туризму до сільських районів відносять території з менше ніж 10–20% земельних площ, вкритих забудовою. Типово сільські райони мають низьку щільність населення, що є результатом малих поселень. Програма сільського розвитку Організації економічної співпраці та розвитку використовує кілька серій показників, але надає перевагу такому критерію, як щільність населення 150 осіб на км². Середнє значення щільності сільського населення відрізняється між країнами через існування різної класифікації у різних державах.

Загалом, з визначень, що є, варто виділити дві думки:

1. Сільські поселення можуть бути різними за розмірами, але вони є малими (з населенням менше 10 000 мешканців).

2. Вони знаходяться переважно в районах з низькою щільністю населення.

Західні соціологи визначають чотири типи традиційного стилю життя у сільській місцевості:

1. Стиль розміреного укладу життя мешканців маленьких населених пунктів, які звикли більше контактувати з природою, ніж з людьми.

2. Стиль патріархального укладу життя, що базується на родинному фермерському (хутірному) господарстві, з консервативним дотриманням традицій побуту і землекористування.

3. Стиль урбанізаційного укладу життя мешканців селищ і сіл, розташованих у сфері впливу великих і середніх міст, яким притаманні маятникові трудові міграції чи заняття інтенсивним вузькоспеціалізованим агробізнесом для задоволення потреб міських ринків збуту агропродукції.

4. Стиль приміського життя, характерний для осіб, котрі мешкають у приміських зонах, цінують відкрите середовище та саму природу, але там не господарюють.

Таким чином, поняття «сільські території», як концепція, узагальнено характеризує відкритий простір з розрідженою системного розселення, малою щільністю населення та малими поселеннями із чисельністю до 10 000 осіб. Крім того, громади цих поселень зберігають тенденцію до традиціоналізму та певного консерватизму в культурі.

Згідно із словником британця С. Медліка, «сільський туризм (*rural tourism*) – це відпочинковий вид туризму, зосереджений на сільських територіях, який передбачає розвиток туристичних шляхів, місць для відпочинку, сільськогосподарських і народних музеїв, а також центрів з обслуговування туристів з провідниками та екскурсоводами».

Поняття «сільський туризм» часто ототожнюють з поняттям «агротуризм». Дійсно, між ними багато паралелей. Але, притримуючись прийнятої у світі класифікації, знак рівності між названими термінами ставити не можна. Поняття «сільський туризм» за змістовним наповненням значно ширше порівняно з поняттям «агротуризм». Іншими словами, можна стверджувати, що агротуризм є однією з найпоширеніших (особливо в країнах з фермерською організацією агробізнесу) форм сільського зеленого туризму.

Агротуризм (agritourism) – це відпочинковий вид туризму, зосереджений на сільських територіях, який передбачає використання сільського (фермерського) господарства з метою рекреації, освіти чи активного залучення до традиційних форм господарювання.

Поняття «сільський зелений туризм» близьке за змістом проведення дозвілля до поняття «екологічний туризм».

Екологічний туризм (екотуризм) – це пізнавальний і відпочинковий вид туризму, зосереджений на природних (мало змінених людиною) територіях, який передбачає заняття різними формами активної рекреації у природних ландшафтах без заподіяння шкоди навколишньому середовищу.

Синонімом поняття «екотуризм» є *зелений туризм (green tourism)* природничий туризм (*nature tourism*).

Від традиційного туризму екотуризм відрізняється такими ознаками:

- перевага природних, а не культурних об'єктів туризму;
- стійке природокористування;
- менша ресурсо- й енергоємність;
- особиста участь у соціально-економічному розвитку територій;
- екологічна освіта туристів.

Нині екотуризм найдинамічніше розвивається на територіях, що мають природничу цінність (національні та ландшафтні парки). Екотуризм спрямований на охорону природного й культурного середовища регіонів, які відвідуються туристами. Він передбачає, що учасники цих подорожей – люди з високою екологічною свідомістю. Отже, задоволення цього попиту і *успіх розвитку екотуризму залежить від якості навколишнього середовища*, оскільки туристами цінується саме його незайманість. Тому *екологічний фактор перетворюється на економічну категорію*, підтримка якості та непорушності навколишнього середовища (ознака стійкості) економічно вигідна.

Основна послуга сільського зеленого туризму – це надання туристам тимчасового проживання. Сільські споруди, облаштовані для прийому відвідувачів, в Україні прийнято називати *агрооселями*.

Агрооселя – це житлове приміщення, що знаходиться в сільській місцевості, містить не більше п'яти кімнат (залежно від категорії житла), пристосованих для проживання туристів, і належить на правах приватної власності господарю, який займається сільськогосподарською діяльністю або зайнятий у сфері обслуговування чи соціальній сфері села. Тобто поняття «агрооселя» не охоплює малих курортних котеджів, колиб, перебудованих для прийому туристів господарських приміщень тощо.

Агрозотель (агропансіонат) – це житлова будівля (група будівель) готельного типу, спеціально призначених для організації надання населенню рекреаційних послуг у сільській місцевості. Побудова й експлуатація сільськими підприємцями у курортно-рекреаційних районах України приватних відпочинкових агропансіонатів є перспективним висококонкурентним різновидом сільського зеленого туризму як виду основної діяльності.

Сільський турпродукт (комплекс послуг сільського туризму, агротурпакет послуг) – це сукупність послуг нічліжного, гастрономічного, екскурсійного й відпочинково-розважального обслуговування, які пропонує власник агрооселі (агропансіонату).

Згідно із Законом України «Про туризм», *туристичні послуги – послуги суб'єктів туристичної діяльності щодо розміщення, харчування, транспортного, інформаційно-рекламного обслуговування, а також послуги закладів культури, спорту, побуту, розваг тощо, спрямовані на задоволення потреб туристів.*

Послуги сільського туризму поділяють на основні та додаткові.

Основні послуги це переважно:

- послуги з організації перевезення туристів;
- послуги з організації розміщення туристів;
- послуги з організації харчування туристів.

До додаткових належать:

- послуги організації екскурсій;
- послуги із залучення туристів до сільськогосподарських робіт і народних промислів;
- послуги гідів, гідів-перекладачів;
- послуги залучення туристів до участі у народних обрядах і культових дійствах, а також сільських фестивалів, ярмарках й інших масових акціях;
- послуги прокату автомобілів, човнів, активно-туристичного спорудження;
- послуги подового обслуговування;
- право коригуватися приватними рекреаційними угіддями.

Додаткові послуги турист купує самостійно у місці перебування або вони включені у вартість турпакету.

Туристичний продукт агрогосподарства – сукупність послуг, якими може скористатися клієнт в агрооселі.

У загальній теорії маркетингу в значення терміна «продукт» входить усе, що становить предмет ринкового обміну. Його характер може бути як матеріальним, так і нематеріальним (предмети, ідеї, послуги тощо).

Найважливішими складниками сільського туристичного продукту є:

- *туристичні атракції місцевості* (наприклад, природне середовище, пам'ятки, цікаві архітектурні об'єкти, національні парки, ботанічні сади, торговельні центри, культурні та релігійні атракції, музеї, а також мешканці – їх культура і звичаї);

- *інфраструктура місцевості* (нічліжна база, гастрономічна база – ресторани, бари, кав'ярні, транспорт – таксі, автобуси, оренда автомобілів, торговельна мережа, заклади обслуговування тощо);
- *доступність місцевості* (кількість транспорту, а також інфраструктура дороги, аеропорти і порти, залізнична мережа).
- *імідж місцевості*, що існує у свідомості потенційних клієнтів і суттєво впливає на підсвідоме бажання відвідати саме її;
- *ціна*, яка залежить від багатьох чинників, як, наприклад, стандарт послуг, пора року, кількість транспорту тощо.

Рекреаційний потенціал сільського туризму – це сукупність природних, етнокультурних, розселенських та суспільно-демографічних ресурсів, а також наявної господарської і комунікаційної інфраструктури території, що служать чи можуть служити передумовами розвитку сільського туризму. Рекреаційний потенціал території – це багатоаспектне поняття, що охоплює весь комплекс життєдіяльності суспільства. При його визначенні необхідно враховувати економічний, екологічний і соціальний аспекти. Частина з них відноситься до туристичних ресурсів території, інша – до факторів, що впливають на розвиток сільського туризму в регіоні.

Рекреаційний потенціал території складається з трьох складових:

- ресурсної;
- інфраструктурної;
- іміджевої та соціально-політичної.

Кількісно агрорекреаційний потенціал території вимірюється як співвідношення між фактичною і максимально можливою чисельністю туристів, здатних відпочивати на цій території у визначений проміжок часу в урахуванням місткості та пропускнуго потенціалу наявних рекреаційних ресурсів та інфраструктури.

Пропускний потенціал сільського туризму – це те максимальне гостьове навантаження, яке може витримати той чи інший агротуристичний об'єкт (оселя, село, район) без істотних витрат для місцевих екоресурсів, негативного впливу на враження від поїздки і без виникнення соціально-економічних проблем у місцевого населення.

Пропускний потенціал можна поділити на три основні види:

1. Екологічний пропускний потенціал – це граничний рівень відвідуваності об'єкта чи місцевості, перевищення якого веде до неприйнятних незворотних екологічних наслідків у результаті дій (чи природних процесів життєдіяльності) самих туристів, або внаслідок функціонування інфраструктури, яка обслуговує сільський туризм.

2. Туристичний соціальний пропускний потенціал – це рівень відвідуваності (одночасної кількості туристів) села чи екоагрорекреаційної місцевості, перевищення якого психологічно погіршує враження від поїздки.

3. Місцевий соціальний пропускний потенціал – це рівень відвідуваності (одночасної кількості туристів) села чи сільської місцевості, перевищення якого

має, як правило, негативні наслідки для місцевої культури і погіршення взаємин місцевого населення з туристами.

Таким чином, пропускний потенціал обмежує розумний допустимий рівень використання ресурсного потенціалу території з позиції збереження, підтримки і відновлення природних властивостей екоагрорекреаційної місцевості.

Агрорекреаційні ресурси (ресурси сільського зеленого туризму) – це об'єкти та явища природного й антропогенного походження, які можна використовувати з метою відпочинку, оздоровлення і туризму у сільській місцевості кількісно обмеженого контингенту людей у фіксований час з допомогою наявних матеріальних можливостей.

Усі рекреаційно-туристичні ресурси поділяють на чотири складові: *природні, історико-етнокультурні, соціально-економічні та інформаційні ресурси.*

Природні агрорекреаційні ресурси – це навколишнє середовище з мережею сільських поселень, наявними природними об'єктами (річки, ставки, ліси), що мають рекреаційні властивості, та ареалами малозмінених людиною природних екосистем.

Історико-етнокультурні агрорекреаційні ресурси – це об'єкти та явища матеріальної і духовної культури життєдіяльності етносу на території його історичного розвитку. До цього виду ресурсів належать пам'ятки історії (фортеці, вали тощо), матеріальної етнокультури (традиційне бойківське, гуцульське житло, млини, колиби, продукція народних ремесел (ліжники, кераміка, різьба по дереву, вироби з лози тощо)), сакральної архітектури (монастирі, церкви, каплиці, старожитні пам'ятні хрести тощо), духовної етнокультури (побутові та культові обряди й народні традиції («Вертепи», «Івана Купала»)).

Соціально-економічні агрорекреаційні ресурси – це історично сформована система сільського розселення, типи і розміри поселень, традиції народної забудови, традиції аграрної культури місцевого населення, соціальний клімат на селі, ставлення до приїжджих тощо.

Інформаційні агрорекреаційні ресурси – це інформація про сільську територію, її історію, культуру, природу і людей, яку турист отримує в оператора сільського туризму (турфірми) чи збирає самостійно для того, щоб прийняти рішення й вибрати якийсь один з пропонованих варіантів відпочинку у сільській місцевості.

Агрорекреаційна інфраструктура – це сукупність об'єктів, що сприяють організації гостинності на селі.

Зазвичай, виділяють два види інфраструктурних об'єктів – так званий *виробничий та комунікаційний*. До *виробничої інфраструктури* входять заклади, які сприяють «виробленню» сільського турпродукту належного якісного рівня. Тобто до неї відносимо, передусім, наявність у сільській місцевості медичних закладів, авторемонтних майстерень, пунктів прокату туристичного спорядження тощо. *Комунікаційну інфраструктуру* утворюють усі залізничні магістралі, автомобільні шляхи, промарковані веломаршрути, побутові комунікації

(електроенергія, водопостачання, телефонний зв'язок), банківські філії тощо та їх якісний стан.

Нещодавно у практику світової туристичної індустрії ввійшло нове поняття – історико-культурна територія як об'єкт світової спадщини. Мережа цих об'єктів є основою «родзинкою» подорожей у рамках стійкого туризму.

Історико-культурна територія – це особливе цілісне просторове утворення, де в традиційному природному і соціально-культурному середовищі зберігаються цінні об'єкти історико-культурної спадщини людства.

Унікальність історико-культурної території визначається наявністю і поєднанням меморіальних, архітектурних, археологічних об'єктів, інженерних споруд, історичної забудови, традицій народних промислів і господарської діяльності, фольклору й обрядової національної культури, природних визначних пам'яток та історичних форм природокористування, що є винятковою історичною і культурною цінністю народу нашої країни, а також світової культурної спадщини. Чимало таких територій нараховується в Україні. Нині стоїть питання про їх активне залучення в програми агротуристичного обслуговування.

Для здійснення ефективного менеджменту і планування розвитку сільського зеленого туризму у регіоні необхідно бути досконало обізнаним з особливостями його територіальної й функціональної організації.

Територіальна організація сільського туризму – це система просторового взаєморозташування сільських населених пунктів, що надають агрорекреаційні послуги, по відношенню один до одного, а також щодо міст-центрів генерування споживачів агротуристичних послуг, сформованої транспортної інфраструктури території та об'єктів природної й етнокультурної спадщини регіону.

Рекомендована література [1–5].

3.3.2. Питання для самоперевірки

1. Дати визначення поняттю «сільська територія».
2. Дати визначення поняттю «сільський туризм».
3. Які види сільського туризму Ви знаєте?
4. В чому полягає відмінність агротуризму від екологічного туризму?
5. Що таке агрооселя?
6. Що належить до основних послуг сільського туризму?
7. Наведіть приклади додаткових послуг сільського туризму.
8. Що належить до найважливіших складників сільського туристичного продукту?
9. Дати визначення поняттю «рекреаційний потенціал сільського туризму».
10. Дати визначення поняттю «пропускний потенціал сільського туризму».

3.4. Практичний модуль ЗМ-П2 «*SWOT*-аналіз та створення бізнес-плану агротуристичного господарства».

3.4.1. Повчання

Перед тим як прийняти ствердне остаточне рішення щодо ведення агротуристичної діяльності з урахуванням накреслених планів розвитку господарства на тривалий період, необхідно провести ґрунтовний стратегічний аналіз господарства й наявних ресурсів та оцінити зовнішні чинники, які можуть мати вплив на плановані заходи.

Оцінку поточної й майбутньої позиції господарства можна здійснити за допомогою *SWOT*-аналізу. Назва методу походить від перших літер англійських слів: *S*–*Strengths*–сили; *W*–*Weaknesses*–небезпеки; *O*–*Opportunities*–можливості; *T*–*Threats*–слабкості. Цей метод стосовно сільського туризму полягає у нотуванні всіх сильних і слабких сторін селянського господарства, сім'ї, оточення та визначенні шансів і загроз розвитку діяльності.

Сильні сторони – це конкретні переваги об'єкта, які вирізняють його з-поміж інших, дають змогу легше реалізовувати визначені цілі та є джерелом додаткових можливостей та економії.

Слабкі сторони, на противагу сильним, – це ознаки господарства, які зумовлені його обмеженими можливостями (наприклад, обмежена житлова чи господарська площа, відсутність капіталу, відсутність досвіду надання агротуристичних послуг тощо).

Аналіз сильних і слабких сторін господарства має на меті визначити його позицію на конкурентному ринку. Він дає можливість ідентифікувати основні переваги господарства, а також виявляє його можливі недоліки, які можуть становити загрозу розвитку і бути слабким місцем щодо захисту від конкуренції. У результаті ідентифікації сильних і слабких сторін селянського господарства і його найближчого оточення отримаємо відповіді на запитання про те, що потрібно зробити, аби покращити становище серед аналогічних господарств, використовуючи його переваги; як усунути слабкі місця або зменшити силу їхнього впливу. Це дасть змогу з'ясувати, чи господарство має передумови діяльності на певному агротуристичному ринку.

Можливості (шанси) і *загрози* стосуються зовнішніх чинників, на які господарство не має жодного впливу або цей вплив дуже обмежений. Це, найчастіше, суспільні та політичні чинники (суспільно-політична система держави, законодавство), економічні й технологічні чинники (інвестиційна діяльність, інфляція, державна підтримка), ознаки ринку (попит, пропозиція, конкуренція, ціни, доходи, замінники). Аналіз можливостей і загроз має спонукати до стратегічного мислення, виваженості, обґрунтованості висунутих намірів, що в основному залежить від інтуїції та досвіду аналітика. Знання можливостей і загроз дає можливість здійснювати дії, які мають на меті використати перші й протидіяти другим. Однак дуже часто поодинокі агротуристичне господарство не в змозі протидіяти загрозам. Тоді воно має

підготуватися до них у такий спосіб, щоб їх негативні результати мали якнайменший вплив на господарство й планові заходи.

Протиставлення можливостей і загроз сильним й слабким сторонам селянського господарства визначає його стратегічну позицію, а також може бути джерелом виникнення нестандартних стратегічних намірів. У SWOT-аналізі не обов'язково вирізняти й описувати всі чинники; варто лише ідентифікувати ключові з них, що може мати вирішальний вплив на майбутнє агротуристичного господарства.

Рекомендована література [1–5].

3.4.2. Питання для самоперевірки

1. В чому полягає суть SWOT-аналізу?
2. Дати визначення зовнішніх чинників розвитку агротуристичного господарства.
3. Дати визначення внутрішніх чинників розвитку агротуристичного господарства.
4. Які переваги надає SWOT-аналіз власникові агрооселі?
5. Дати визначення бізнес-плану.
6. За яких умов створення бізнес-плану є необхідним?
7. З яких елементів складається бізнес-план?
8. Що містять основні структурні елементи бізнес-плану?
9. Яка інформація надається в короткому описі бізнес-плану?
10. Яку інформацію містить характеристика конкуренції у бізнес-плані?

4. ПИТАННЯ ДО ЗАХОДІВ ПОТОЧНОГО, ПІДСУМКОВОГО ТА СЕМЕСТРОВОГО КОНТРОЛЮ

4.1. Тестові завдання до модульної контрольної роботи модуля ЗМ-Л1

№	Питання	Джерело	Стор.
1.	Етапи змін розвитку туризму на сільських територіях– це:	1	14-16
2.	Скільки фаз розвитку туристичного простору ви знаєте?	1	14-16
3.	Фаза розвитку– це:	1	14-16
4.	Фаза зрілості– це:	1	14-16
5.	Фаза спаду – це:	1	14-16
6.	Фаза реконструкції– це:	1	14-16
7.	Сільський туризм– це:	1	16
8.	Яка фаза розвитку туризму на сільських територіях характеризується наступним чином: організаційний характер, планування агротуристичних послуг підготовка сільської місцевості до приймання туристів, невеликий фінансовий потенціал	1	14-16
9.	Яка фаза розвитку туризму на сільських територіях характеризується наступним чином: модернізація та пристосування приміщень та об'єктів до сільського туризму та будівництво нових, знакування маршрутів та об'єктів, упорядкування місцевості, інвестування у сферу розміщення, розвиток маркетингу та підтримка органів місцевого самоврядування	1	14-16

10.	Чим характеризується фаза зрілості у циклі розвитку туризму на сільських територіях	1	14-16
11.	Чим характеризується фаза спаду у циклі розвитку туризму на сільських територіях	1	14-16
12.	Який вид туризму відноситься до сільського	1	16-24
13.	Що належить до найважливіших ознак сільського туризму	1	16
14.	Які цінні ознаки (вигоди) для господарства і села надає сільський туризм	1	16
15.	Джерелом яких цінних ознак (вигод) є сільський туризм для гостей чи туристів	1	16
16.	Із яких основних чинників розвитку складається сільський туризм	1	10-16
17.	Агротуризм– це:	1	20
18.	До основних складових агротуризму належить	1	20-24
19.	До головних ознак, які характерні для агротуризму і вирізняють його від загальноприйнятого, належить	1	20-24
20.	Агрокотуризм– це:	1	24
21.	Особливі ознаки агрокотуризму– це:	1	24-27
22.	Окупність надання агротуристичних послуг визначається як	1	38
23.	Що являють собою при економічних розрахунках частка постійних витрат	1	38
24.	Що являють собою при економічних розрахунках частка початкових витрат	1	38
25.	До якої інфраструктури відноситься житловий будинок селянина	1	38-42
26.	Які об'єкти відносяться до дорожньої інфраструктури	1	38-42
27.	Які об'єкти відносяться до виробничої інфраструктури	1	38-42
28.	На рівень цін впливають	1	39
29.	Ціноутворення на основі витрат– це:	1	39-42
30.	Ціноутворення з орієнтацією на попит– це:	1	39-42
31.	Ціноутворення з орієнтацією на конкурентів– це:	1	39-42
32.	Що відноситься до цінової диференціація стосовно споживача	1	39-42
33.	Що відноситься до цінової диференціація стосовно виду розрахунку	1	39-42
34.	Що відноситься до цінової диференціація стосовно ознак продукту	1	39-42
35.	Зниження ціни за погіршення якості послуг підчас перебування гостей, вихід з ладу побутової техніки, погіршення санітарних умов, несприятливі погодні умови це цінова диференціація стосовно	1	39-42
36.	Зниження ціни за менш привабливі природні умови та туристичну інфраструктуру це цінова диференціація стосовно	1	39-42
37.	Бізнес-план– це:	1	42
38.	Бізнес-план є необхідним у випадку	1	42
39.	До елементів бізнес-плану не відноситься	1	42-47
40.	SWOT–аналіз агротуристичної діяльності– це:	1	47
41.	До основних джерел необхідного капіталу у сільському туризмі не належить	1	50-55
42.	Що є джерелом внутрішнього і зовнішнього капіталу	1	50-55
43.	Власний і позиченого капітал– це:	1	50-55

4.2. Тестові завдання до модульної контрольної роботи модуля ЗМ-Л2

№	Питання	Джерело	Стор.
1.	Інвестиційна програма агротуристичного господарства– це:	1	53-55
2.	До чинників, що впливають на організацію сільського туризму відносяться	2	76-89
3.	До найнесприятливіших обставин організації сільського туризму в українських селах відноситься	2	89-94
4.	До основних функцій Співки сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні не належать	2	89-94
5.	До основних вимог щодо облаштування агрооселі для прийому туристів не належать	2	89-94
6.	Суть технологічних основ надання послуг сільського туризму полягає у	2	94
7.	Гостьовий цикл сільського туризму– це:	2	102
8.	Перша фаза гостьового циклу– це:	1	14
9.	Шоста фаза гостьового циклу– це:	1	14
10.	Дев'ята фаза гостьового циклу– це:	1	14
11.	Планування у сільському туризмі полягають у	2	102
12.	Планування– це:	2	102
13.	Мета менеджменту в сільському туризмі полягає у	2	121
14.	До основних чинників підвищеної складності в управлінні сільським туризмом належать	2	121
15.	Стратегічне управління– це:	2	132
16.	До побічних негативних ефектів сільського туризму відносять	2	132
17.	Мета управління іміджем сільської території полягає у	2	132
18.	Суть менеджменту людських ресурсів в сільському туризмі полягає у	2	132
19.	Сутність маркетингу сільського туризму полягає у	1	55
20.	До найважливіших виробничих внутрішніх чинників агротуристичної діяльності належать	1	58
21.	До зовнішніх чинників, які зумовлюють розвиток сільського туризму, належать	1	58
22.	До основних цільових груп споживачів послуг сільського туризму відносяться	1	58-60
23.	Комплекс маркетингу у сфері агротуристичних послуг– це	1	66
24.	Які умови впливають на якість продукту сільського туризму	1	74
25.	Критеріями визначення якості продукту сільського туризму виступають чинники	1	81
26.	Скільки категорій містить «Українська гостинна садиба»?	1	74
27.	Яким агротуристичним господарствам надається знак «Українська гостинна садиба»?	1	76-81
28.	На якому етапі маркетингової діяльності проводиться оцінка попиту на послуги конкурентів, оцінка стану забезпечення ресурсами агротуристичних підприємств	1	55-58
29.	Що характерно на етапі маркетингової діяльності у сільському туризмі «Етап 1. Аналіз ринку послуг сільського туризму»	1	55-58
30.	Для якого сегменту туристичного ринку необхідні такі вимоги: затишний будинок із садом та впорядкованим городом, високий стандарт кімнат із санітарними зручностями для осіб з обмеженими можливостями, доступна медична допомога, увага господарів	1	60-62
31.	Для сегменту туристичного ринку «Закордонні туристи» необхідно виконати вимоги:	1	60-62
32.	Для сегменту туристичного ринку «Корпоративні групи, члени	1	60-62

	клубів» характерне:		
33.	Якщо садиба відповідає мінімальним вимогам та вимогам, що стосуються озеленення, паркування, мінімальних розмірів ліжок, навчання власників осіб вона отримує Категорію туристичного продукту «Українська гостинна садиба»	1	74
34.	Встановлення ціни залежно від пори року, сезону, дня тижня, тривалості перебування - це цінова диференціація стосовно	1	64
35.	До основних чинників потенційної небезпеки для клієнтів гостинної садиби відносять	1	86

4.3. Тестові завдання до модульних контрольних робіт модулів ЗМ-П1

№	Питання	Джерело	Стор.
1	Сільський туризм – це:	1	16
2	Відпочинковий туризм, що передбачає використання сільського (фермерського) господарства– це:	1	20
3	Сільська територія – це:	2	11
4	Агрооселя– це:	1	20
5	Найважливішими складниками сільського туристичного продукту є	1	38
6	Рекреаційний потенціал сільського туризму– це:	2	34-37
7	Пропускний потенціал сільського туризму– це:	2	34-37
8	До додаткових послуг сільського туризму належать	2	11-37
9	До основних послуг сільського туризму належать	2	11-37
10	Сільський турпродукт – це:	2	11-37
11	Послуги суб'єктів туристичної діяльності щодо розміщення, харчування, транспортного, інформаційно-рекламного обслуговування, а також послуги закладів культури, спорту, побуту, розваг тощо, спрямовані на задоволення потреб туристів – це:	2	76-94
12	Сукупність природних, етнокультурних, розселенських та суспільно-демографічних ресурсів, а також наявної господарської і комунікаційної інфраструктури території, що служать чи можуть служити передумовами розвитку сільського туризму – це:	2	76-94
13	Навколишнє середовище з мережею сільських поселень, наявними природними об'єктами, що мають рекреаційні властивості, та ареалами малозмінених людиною природних екосистем– це:	2	76-94
14	Земельна ділянка разом з розташованими на ній житловим будинком, господарсько-побутовими будівлями, наземними і підземними комунікаціями, багаторічними насадженнями – це:	2	76-94
15	Житлове приміщення, що знаходиться в сільській місцевості, містить не більше п'яти кімнат (залежно від категорії житла), пристосованих для проживання туристів, і належить на правах приватної власності господарю, який займається сільськогосподарською діяльністю або зайнятий у сфері обслуговування чи соціальній сфері села– це:	2	76-94
16	Який вид туризму відноситься до сільського	1	20
17	Особливі ознаки агроекотуризму– це:	1	20

4.4. Тестові завдання до модульних контрольних робіт модулів ЗМ-П2

№	Питання	Джерело	Стор.
1	Бізнес-план– це:	1	42
2	Бізнес-план є необхідним у випадку	1	42
3	До елементів бізнес-плану не відноситься	1	42-47
4	SWOT–аналіз агротуристичної діяльності– це:	1	47

5	До основних джерел необхідного капіталу у сільському туризмі не належить	1	50
6	Що є джерелом внутрішнього і зовнішнього капіталу	1	50-53
7	Власний і позиченого капітал– це:	1	50-53
8	До чинників, що впливають на організацію сільського туризму відносяться	1	58
9	Зовнішні чинники розвитку агротуристичного господарства– це:	1	58-50
10	Внутрішні чинники розвитку агротуристичного господарства– це:	1	58-50
11	До переваг, що надає SWOT–аналіз власникові агрооселі, належить	1	47-50
12	За яких умов створення бізнес-плану є необхідним	1	42-47
13	Бізнес-план дає можливість	1	42-47
14	Титульна сторінка бізнес-плану містить	1	42-44
15	Короткий опис бізнес-плану містить	1	44-45
16	Характеристика господарства у бізнес-плані містить	1	45
17	Характеристика конкуренції у бізнес-плані містить	1	45-46
18	Фінансовий аналіз бізнес-плану містить	1	45-47
19	Основним принципом агротуристичного бізнес-плану є	1	46-47

4.5. Тестові завдання до залікової контрольної роботи

№	Питання	Джерело	Стор.
1	Етапи змін розвитку туризму на сільських територіях– це:	1	14-16
2	Скільки фаз розвитку туристичного простору ви знаєте?	1	14-16
3	Фаза розвитку– це:	1	14-16
4	Фаза зрілості– це:	1	14-16
5	Фаза спаду – це:	1	14-16
6	Фаза реконструкції– це:	1	14-16
7	Сільський туризм– це:	1	16
8	Яка фаза розвитку туризму на сільських територіях характеризується наступним чином: організаційний характер, планування агротуристичних послуг підготовка сільської місцевості до приймання туристів, невеликий фінансовий потенціал	1	14-16
9	Яка фаза розвитку туризму на сільських територіях характеризується наступним чином: модернізація та пристосування приміщень та об'єктів до сільського туризму та будівництво нових, знакування маршрутів та об'єктів, упорядкування місцевості, інвестування у сферу розміщення, розвиток маркетингу та підтримка органів місцевого самоврядування	1	14-16
10	Чим характеризується фаза зрілості у циклі розвитку туризму на сільських територіях	1	14-16
11	Чим характеризується фаза спаду у циклі розвитку туризму на сільських територіях	1	14-16
12	Який вид туризму відноситься до сільського	1	16-24
13	Що належить до найважливіших ознак сільського туризму	1	16
14	Які цінні ознаки (вигоди) для господарства і села надає сільський туризм	1	16
15	Джерелом яких цінних ознак (вигод) є сільський туризм для гостей чи туристів	1	16
16	Із яких основних чинників розвитку складається сільський туризм	1	10-16
17	Агротуризм– це:	1	20
18	До основних складових агротуризму належить	1	20-24

19	До головних ознак, які характерні для агротуризму і вирізняють його від загальноприйнятого, належить	1	20-24
20	Агроекотуризм– це:	1	24
21	Особливі ознаки агроекотуризму– це:	1	24-27
22	Окупність надання агротуристичних послуг визначається як	1	38
23	Що являють собою при економічних розрахунках частка постійних витрат	1	38
24	Що являють собою при економічних розрахунках частка початкових витрат	1	38
25	До якої інфраструктури відноситься житловий будинок селянина	1	38-42
26	Які об'єкти відносяться до дорожньої інфраструктури	1	38-42
27	Які об'єкти відносяться до виробничої інфраструктури	1	38-42
28	На рівень цін впливають	1	39
29	Ціноутворення на основі витрат– це:	1	39-42
30	Ціноутворення з орієнтацією на попит– це:	1	39-42
31	Ціноутворення з орієнтацією на конкурентів– це:	1	39-42
32	Що відноситься до цінової диференціація стосовно споживача	1	39-42
33	Що відноситься до цінової диференціація стосовно виду розрахунку	1	39-42
34	Що відноситься до цінової диференціація стосовно ознак продукту	1	39-42
35	Зниження ціни за погіршення якості послуг підчас перебування гостей, вихід з ладу побутової техніки, погіршення санітарних умов, несприятливі погодні умови це цінова диференціація стосовно	1	39-42
36	Зниження ціни за менш привабливі природні умови та туристичну інфраструктуру це цінова диференціація стосовно	1	53-55
37	Бізнес-план– це:	2	76-89
38	Бізнес-план є необхідним у випадку	2	89-94
39	До елементів бізнес-плану не відноситься	2	89-94
40	SWOT–аналіз агротуристичної діяльності– це:	2	89-94
41	До основних джерел необхідного капіталу у сільському туризмі не належить	2	94
42	Що є джерелом внутрішнього і зовнішнього капіталу	2	102
43	Власний і позиченого капітал– це:	1	14
44	Інвестиційна програма агротуристичного господарства– це:	1	14
45	До чинників, що впливають на організацію сільського туризму відносяться	1	14
46	До найнесприятливіших обставин організації сільського туризму в українських селах відноситься	2	102
47	До основних функцій Спілки сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні не належать	2	102
48	До основних вимог щодо облаштування агрооселі для прийому туристів не належать	2	121
49	Суть технологічних основ надання послуг сільського туризму полягає у	2	121
50	Гостьовий цикл сільського туризму– це:	2	132
51	Перша фаза гостьового циклу– це:	2	132
52	Шоста фаза гостьового циклу– це:	2	132
53	Дев'ята фаза гостьового циклу– це:	2	132
54	Планування у сільському туризмі полягають у	1	55
55	Планування– це:	1	58
56	Мета менеджменту в сільському туризмі полягає у	1	58
57	До основних чинників підвищеної складності в управлінні сільським	1	58-60

	туризмом належать		
58	Стратегічне управління– це:	1	66
59	До побічних негативних ефектів сільського туризму відносять	1	74
60	Мета управління іміджем сільської території полягає у	1	81
61	Суть менеджменту людських ресурсів в сільському туризмі полягає у	1	74
62	Сутність маркетингу сільського туризму полягає у	1	76-81
63	До найважливіших виробничих внутрішніх чинників агротуристичної діяльності належать	1	55-58
64	До зовнішніх чинників, які зумовлюють розвиток сільського туризму, належать	1	55-58
65	До основних цільових груп споживачів послуг сільського туризму відносяться	1	60-62
66	Комплекс маркетингу у сфері агротуристичних послуг– це	1	60-62
67	Які умови впливають на якість продукту сільського туризму	1	60-62
68	Критеріями визначення якості продукту сільського туризму виступають чинники	1	74
69	Скільки категорій містить «Українська гостинна садиба?»	1	64
70	Яким агротуристичним господарствам надається знак «Українська гостинна садиба»?	1	86
71	На якому етапі маркетингової діяльності проводиться оцінка попиту на послуги конкурентів, оцінка стану забезпечення ресурсами агротуристичних підприємств	1	53-55
72	Що характерно на етапі маркетингової діяльності у сільському туризмі «Етап 1. Аналіз ринку послуг сільського туризму»	2	76-89
73	Для якого сегменту туристичного ринку необхідні такі вимоги: затишний будинок із садом та впорядкованим городом, високий стандарт кімнат із санітарними зручностями для осіб з обмеженими можливостями, доступна медична допомога, увага господарів	2	89-94
74	Для сегменту туристичного ринку «Закордонні туристи» необхідно виконати вимоги:	2	89-94
75	Для сегменту туристичного ринку «Корпоративні групи, члени клубів» характерне:	2	89-94
76	Якщо садиба відповідає мінімальним вимогам та вимогам, що стосуються озеленення, паркування, мінімальних розмірів ліжок, навчання власників осіб вона отримує Категорію туристичного продукту «Українська гостинна садиба»	2	94
77	Встановлення ціни залежно від пори року, сезону, дня тижня, тривалості перебування - це цінова диференціація стосовно	2	102
78	До основних чинників потенційної небезпеки для клієнтів гостинної садиби відносять	1	14

5. ЛІТЕРАТУРА ДЛЯ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Основна література

1. Кудла Н.Є. Сільський туризм: основи підприємництва та гостинності. Навчальний посібник. – К.: «Центр учбової літератури», 2015.–152 с.
2. Рутинський М.Й., Зінько Ю.В. Сільський туризм: Навчальний посібник. - К.: Знання, 2006. – 271 с.
3. <http://www.greentour.com.ua/>
4. <http://www.tourism.gov.ua>
5. www.library-odeku.16mb.com

Додаткова література

1. Холловой Дж. К., Тейлор Н. Туристический бизнес: Пер. с 7-го англ. Изд. – К.: Знання, 2007. – 798с.
2. Мальська М.П. Худо В.В. Туристичний бізнес. Підручник. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 368 с.
3. Кіптенко Н.І. Менеджмент туризму: навчальний посібник.–К.: Академвидав, 2012. – 416 с.
4. Храбовченко В.В. Экологический туризм: Учебно-методическое пособие. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 208 с.
5. Кекушев В.П., Сергеев В.П., Степаницкий В.Б. Основы менеджмента экологического туризма: Учебное пособие. - М.: МНЭПУ, 2001. – 60 с.
6. Економіка туризму: теорія та практика: підручник / М. П. Мальська, М.Й. Рутинський, С.В. Білоус, Н.Л. Мандюк – К.: «Центр учбової літератури», 2014. – 544 с.
7. Менеджмент туризма: учебник / А. Д. Чудновский, Н. В. Королев, Е.А. Гаврилова, М. А. Жукова, Н. А. Зайцева. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 576 с.
8. Закон України «Про туризм» від 8 листопада 2003 року №1282-IV. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.zakon.rada.gov.ua>.
9. Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 16 березня 2017 року № 168-р. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.zakon.rada.gov.ua>.