

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний університет «Запорізька політехніка»

Факультет будівництва, архітектури та дизайну
(повне найменування інституту, факультету)

Кафедра підприємництва, торгівлі та біржової діяльності
(повне найменування кафедри)

Пояснювальна записка

до дипломного проекту (роботи)

магістр

(ступінь вищої освіти)

на тему: «Зелений туризм як сучасна форма організації малого бізнесу»

Виконала: студентка 2 курсу, групи БАД 312м

Спеціальності 073 «Менеджмент»

Освітня програма (спеціалізація)

Управління проектами

Донченко О.М.

Керівник Севастьянов Р.В.

(ПРІЗВИЩЕ та ініціали)

Рецензент Нацова М. І.

(ПРІЗВИЩЕ та ініціали)

2023

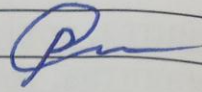
Факультет будівництва, архітектури та дизайну
Кафедра підприємництва, торгівлі та біржової діяльності
Ступінь вищої освіти магістр
Спеціальність 073 « Менеджмент»
Освітня програма (спеціалізація) Управління проектами

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри ПТБД
_____ А.М. Ткаченко
« » 20 року

ЗАВДАННЯ НА ДИПЛОМНИЙ ПРОЄКТ (РОБОТУ) СТУДЕНТКИ

Донченко Ольги Миколаївни

1. Тема проекту (роботи) Зелений туризм як сучасна форма організації малого бізнесу
керівник проекту (роботи) к.е.н. доц. Севастьянов Родіон Вікторович
затверджені наказом закладу вищої освіти від 28 вересня 2023 року № 374
2. Строк подання студентом проекту (роботи) 01 грудня 2023 року
3. Вихідні дані до проекту (роботи) нормативно-правові документи, збірники наукових праць, монографії, навчальні посібники, наукові статті, статистичні дані щодо обґрунтування теми роботи та проекту створення суб'єкту малого бізнесу у сфері зеленого туризму
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) Зелений туризм, як мотивуючий чинник до організації сучасного малого бізнесу при реалізації суспільством цілей сталого економічного розвитку; Дослідження міжнародного досвіду розвитку сфери зеленого туризму в європейських країнах; Проект створення суб'єкту малого бізнесу у сфері зеленого туризму
5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень, кількість слайдів, плакатів)

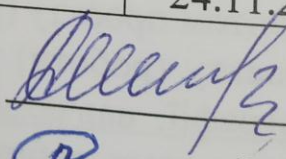
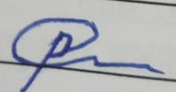
6. Консультанти розділів проекту (роботи)		Підпис, дата	
Розділ	ПРИЗВИЩЕ, ініціали та посада консультанта		
1-3	СЕВАСТЬЯНОВ Р.В., к.е.н., доц.		
Нормо-контроль	БОБКО Н.А.		

7. Дата видачі завдання «28» вересня 2023 року.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів дипломного проекту (роботи)	Строк виконання етапів проекту (роботи)	Примітки
1	Закріплення та узгодження завдання	28.09.2023	
2	Підбір статистичних матеріалів	03.10.2023	
3	Підготовка першого розділу	10.10.2023	
4	Підготовка другого розділу	24.10.2023	
5	Підготовка третього розділу	10.11.2023	
6	Подання на кафедру та нормо-контроль	24.11.2023	

Студентка
Керівник проекту (роботи)

 Ольга ДОНЧЕНКО
 Родіон СЕВАСТЬЯНОВ

РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка до кваліфікаційної роботи магістра: 111 с., 23 табл., 76 джерел.

Об'єктом дослідження є сфера зеленого туризму, як сучасна форма організації малого бізнесу.

Метою дипломної роботи є аналіз світових тенденцій для розуміння сутності поняття зеленого туризму і стану його розвитку в Україні та Запорізькій області, визначення ключових чинників розвитку малого бізнесу у цій сфері, в тому числі у післявоєнний період відновлення України, аналіз досвіду європейських країн по розвитку сфери зеленого туризму та систематизація комплексу заходів по створенню сприятливих умов для стрімкого розвитку малого бізнесу у цій сфері, обґрунтування проекту створення суб'єкту малого бізнесу у сфері зеленого туризму.

Методи дослідження. Методологічною основою дослідження є діалектичний метод і системний підхід до вивчення процесу організації малого бізнесу у сфері зеленого туризму. В ході написання даної роботи також були використані наступні наукові методи: емпіричні (спостереження, опис, порівняння), аналіз, синтез, узагальнення, індукція, дедукція, пояснення, абстрагування.

ЗЕЛЕНИЙ ТУРИЗМ, АГРОТУРИЗМ, ФЕРМЕРСЬКИЙ ТУРИЗМ, ОСОБИСТЕ СЕЛЯНСЬКЕ ГОСПОДАРСТВО, ФЕРМЕРСЬКЕ ГОСПОДАРСТВО, СІЛЬСЬКІ ТЕРИТОРІЇ, СТАЛИЙ РОЗВИТОК, АГРОТЕРАПІЯ, ГАРДЕНОТЕРАПІЯ.

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ, СИМВОЛІВ, ОДИНИЦЬ, СКОРОЧЕНЬ ТА ТЕРМІНІВ

ООН – Організація Об'єднаних Націй

ВПО – внутрішньо переміщена особа

КОПФГ – класифікація організаційно-правових форм господарювання

КВЕД – класифікатор видів економічної діяльності

ФГ – фермерське господарство

АЕС – атомна електростанція

ЧАЕС – Чорнобильська атомна електростанція

АТО – антитерористична операція на сході України

ДКХП – Довідник кваліфікаційних характеристик професій працівників

% – відсоток

га – гектар

грн – гривня

дол. США – долар США

міс – місяць

год – година

тис. – тисяча

млрд. – мільярд

шт – штук

км – кілометр

км² – квадратний кілометр

м² – квадратний метр

ЗМІСТ

ВСТУП.....	9
РОЗДІЛ 1. ЗЕЛЕНИЙ ТУРИЗМ, ЯК МОТИВУЮЧИЙ ЧИННИК ДО ОРГАНІЗАЦІЇ СУЧАСНОГО МАЛОГО БІЗНЕСУ ПРИ РЕАЛІЗАЦІЇ СУСПІЛЬСТВОМ ЦІЛЕЙ СТАЛОГО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ.....	13
1.1. Світові тенденції розвитку зеленого туризму, як альтернативного виду масовому туризму.....	13
1.2. Сутність та стан розвитку зеленого туризму в Україні.....	16
1.3. Сучасний стан ринку зеленого туризму в Україні та Запорізькій області.....	21
1.4. Ключові чинники розвитку малого бізнесу у сфері зеленого туризму в Україні.....	26
1.5. Розвиток зеленого туризму, як сучасної форми організації малого бізнесу у післявоєнний період відновлення України.....	32
Висновки до розділу 1.....	37
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ МІЖНАРОДНОГО ДОСВІДУ РОЗВИТКУ СФЕРИ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В ЄВРОПЕЙСЬКИХ КРАЇНАХ.....	40
2.1. Напрямки розвитку сфери зеленого туризму у Нідерландах, Норвегії і Данії.....	40
2.2. Фінляндія як приклад автентичної концепції у розвитку сфери зеленого туризму.....	51
2.3. Дослідження іспанського досвіду розвитку підприємств у сфері зеленого туризму.....	55
2.4. Особливості шведського досвіду у розвитку сфери зеленого туризму.....	60
Висновки до розділу 2.....	65
РОЗДІЛ 3. ПРОЕКТ СТВОРЕННЯ СУБ'ЄКТУ МАЛОГО БІЗНЕСУ У СФЕРІ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ.....	69

3.1. Обґрунтування створення агротуристичного господарства як напрямку організації малого бізнесу у сфері зеленого туризму в Україні.....	69
3.2. Опис проекту організації суб'єкту малого бізнесу у сфері зеленого туризму.....	94
3.3. Економічна доцільність реалізації проекту.....	101
Висновки до розділу 3.....	110
ВИСНОВКИ	111
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	118

ВСТУП

Актуальність теми: З 24 лютого 2022 року на територію України почалося повномасштабне військове вторгнення російської федерації, яке відбувається і по сьогоднішній день. Багато галузей економіки України переживають складні часи та експерти різняться в думках щодо подальшого розвитку подій, але збігаються в одному - складності спрогнозувати подальший вплив військової агресії на всі сфери політичного, економічного та соціального життя в країні. Але всі ми впевнені в перемозі України. Після завершення війни Україна стикнеться з необхідністю прискореного якісного стрибка в ситуації наздоганяючого розвитку, та нам вкрай буде потрібно скоротити свій шлях спроб і помилок, користуючись найбагатшим світовим досвідом у всіх сферах життя, насамперед провідних європейських країн - лідерів, що піднялися за короткий термін після катастрофи Другої світової війни.

У глобалізованому світі провідні держави вже багато років тому надали належну оцінку перевагам розвитку різних видів туристичної діяльності, адже туризм сприяє диверсифікації економіки та підвищує її інвестиційну привабливість, збереженню та розвитку культурного потенціалу, збереженню екологічно безпечного довкілля, веде до гармонізації відносин між народами [1].

Україна – держава з великим природним, аграрним потенціалом та значною кількістю проактивного населення, що зумовлює необхідність в період повоєнного відновлення її економіки та сільських територій розуміти сучасні світові тренди у сфері зеленого туризму, актуальний стан розвитку цього туристичного напрямку в Україні і опановуючи ефективні приклади європейських країн щодо підтримки та умов організації малого бізнесу у цій сфері, розпочати втілення у життя сучасних проектів організації малого бізнесу у сфері зеленого туризму.

Значний внесок у дослідження проблеми розвитку зеленого туризму, сільського зеленого туризму в Україні та міжнародного досвіду організації зеленого туризму зробили такі вітчизняні вчені як Андренко І.Б. [2, с. 127],

Збарський В.К. [3], Рутинський М.Й., Зінько Ю.В. [4], Шевчук А.В. [5], Нездоймінов С.Г. [6] та інші.

Метою дипломної роботи є: аналіз світових тенденцій для розуміння сутності поняття зеленого туризму і стану його розвитку в Україні та Запорізькій області, визначення ключових чинників розвитку малого бізнесу у цій сфері, в тому числі у післявоєнний період відновлення України, аналіз досвіду європейських країн по розвитку сфери зеленого туризму та систематизація комплексу заходів по створенню сприятливих умов для стрімкого розвитку малого бізнесу у цій сфері, обґрунтування проекту створення суб'єкту малого бізнесу у сфері зеленого туризму.

Відповідно мети дослідження роботи можна виділити наступні завдання:

1. Розглянути світові тенденції розвитку зеленого туризму.
2. Дослідити сутність зеленого туризму та стан його розвитку в Україні.
3. Проаналізувати ринкові пропозиції у сфері зеленого туризму в Україні та Запорізькій області
4. Сформулювати ключові чинники розвитку малого бізнесу у сфері зеленого туризму в Україні.
5. Дослідити міжнародний досвід розвитку сфери зеленого туризму в європейських країнах.
6. Систематизувати комплекс заходів по створенню сприятливих умов для стрімкого розвитку малого бізнесу у сфері зеленого туризму.
7. Обґрунтувати проект створення суб'єкту малого бізнесу у сфері зеленого туризму з визначенням економічної доцільності його реалізації.

Об'єкт дослідження: сфера зеленого туризму, як сучасна форма організації малого бізнесу.

Предмет дослідження: сутність зеленого туризму, актуальний стан його розвитку в Україні та Запорізькій області, ефективний досвід європейських країн в організації та розвитку малого бізнесу у сфері зеленого туризму, шляхи подальшої ефективної організації малого бізнесу в цій сфері в Україні.

Методи дослідження. Методологічною основою дослідження є діалектичний метод і системний підхід до вивчення процесу організації малого бізнесу у сфері зеленого туризму. В ході написання даної роботи також були використані наступні наукові методи: емпіричні (спостереження, опис, порівняння), аналіз, синтез, узагальнення, індукція, дедукція, пояснення, абстрагування.

Інформаційною основою дослідження стали спеціальна наукова та довідкова література, нормативно-правові акти чинного законодавства України, офіційний акти Генеральної Асамблеї ООН, звіти міжнародних організацій та експертних досліджень, проект нормативного правового акту, внесений у встановленому порядку на розгляд Верховної Ради України, статистичні збірники та оприлюднені дані неурядових організацій, інформаційні ресурси мережі Інтернет, власні спостереження, інтерв'ю, дослідження та розробки автора роботи.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в теоретичному обґрунтуванні проекту створення суб'єкту малого бізнесу (агротуристичного господарства), як сучасної форми організації малого бізнесу у сфері зеленого туризму.

В процесі дослідження отримані такі наукові результати:

1. Розглянуто світові тенденції розвитку зеленого туризму та сформовано авторське визначення сутності поняття «зелений туризм».
2. Розглянуто сучасний стан та визначені ключові чинники розвитку малого бізнесу у сфері зеленого туризму в Україні,
3. Проаналізовано міжнародний досвід європейських країн в організації та розвитку малого бізнесу у сфері зеленого туризму.
4. Обґрунтовано проект створення суб'єкту малого бізнесу у сфері зеленого туризму та доцільність його реалізації.
5. Сформульовано комплекс пропозицій по створенню сприятливих умов для подальшого стрімкого розвитку малого бізнесу у сфері зеленого туризму.

Практичне значення одержаних результатів. Дипломна робота містить результати досліджень та розрахунків, спрямовані на її практичне застосування у житті зацікавленими особами, що мають намір започаткувати малий бізнес у сфері зеленого туризму.

Структура роботи. Робота складається із вступу, трьох розділів, дванадцяти підрозділів, висновків, списку використаних джерел.

РОЗДІЛ 1. ЗЕЛЕНИЙ ТУРИЗМ, ЯК МОТИВУЮЧИЙ ЧИННИК ДО ОРГАНІЗАЦІЇ СУЧАСНОГО МАЛОГО БІЗНЕСУ ПРИ РЕАЛІЗАЦІЇ СУСПІЛЬСТВОМ ЦІЛЕЙ СТАЛОГО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

1.1. Світові тенденції розвитку зеленого туризму, як альтернативного виду масовому туризму

Розвиток туризму на сучасному етапі у світі характеризується динамічністю, видовим різноманіттям та інноваційним підходом до задоволення потреб сучасних людей, що підлаштовується під мотиви та цілі їх вибору певних подорожей, можливостей відпочинку. Все більше людей, переходять від типового масового туризму до альтернативного (спеціалізованого) туризму, в тому числі зеленого туризму, що зумовлено, але не виключно, наступними факторами:

1. Втомиленість від масового туризму.
2. Прагнення туристів до задоволення індивідуальних потреб (соціальних, пізнавальних, естетичних, рекреаційних тощо).
3. Турист є усвідомленою та відповідальною людиною, яку турбують екологічні проблеми, що спричиняє масовий туризм.
4. Короткострокова самоізоляція від галасливою цивілізації.
5. Можливість віддаленої роботи.
6. Наслідки звичок, набутих за час карантину та самоізоляції, в період активної фази пандемії, спричинена вірусом SARS-CoV-2.
7. «Повернення до свого коріння».
8. Зміна оточення, здійснення власного «перезавантаження» та/або «зарядження» позитивом, незабутніми враженнями, що спонукають до осмислення ідей, прояву креативності, виходу з «глухого кута» у особистих, професійних, інших взаємовідносинах.
9. Фокусування уваги на підтриманні свого здоров'я (у всіх його складових: фізичного, психічного, соціального та духовного).

10. Знайти свій поклик або сенс свого життя.
11. Гармонізація відносин «людина – природа - спільнота».
12. Зміцнення родини та родинних стосунків.
13. Пошук приязної атмосфери для самовираження.
14. Зацікавленість.

Цей перелік можна продовжувати безкінечно, бо у кожній людині є свої унікальні потреби.

Коронавірусна хвороба спричинена вірусом SARS-CoV-2, що розпочалася у містах Ухань та Хубей Китайської народної республіки, та була визнана Всесвітньою організацією охорони здоров'я 11 березня 2020 року пандемією [7] за декілька років змінила спосіб життя, роботи та подорожей людей, їх вимоги, очікування та уподобання від туристичних мандрівок. Тому, потрібно розуміти тенденції, що змінюються, нову поведінку споживачів після пандемії та інших бурхливих подій, що відбулися та відбуваються за останні 3 роки.

За даними дослідження «Trending in travel» щодо нових споживчих тенденцій в подорожах і туризмі у 2021 році та у перспективі, проведеного під егідою The World Travel & Tourism Council (неурядової добровільної організації, заснованої у 1990 році, як всесвітня рада з подорожей та туризму, що відіграє значну роль у забезпеченні сталого розвитку в світі та завдяки своїм дослідженням допомагає державам кількісно визначити прямий і загальний вплив подорожей і туризму на їх економіки, підвищити обізнаність про тенденції майбутнього розвитку галузі), пауза в подорожах надихнула 83% мандрівників зробити екологічні подорожі пріоритетом у майбутньому [8, с. 15].

Актуальні тенденції свідчать про те, що споживачі втомилися бронювати занадто далеко, побоюючись, введення обмежень на подорожі, а тому внутрішній туристичний ринок відновлюється та буде лідирувати щонайменше у короткостроковій та середньостроковій перспективі. Кількість мандрівників, що прагнуть поєднувати роботу, навчання та відпочинок у світі зростає. Споживачі шукають ближче, всередині своїх країн подорожі та місця

перебування, які вони можуть використовувати навіть як «дім», оскільки працюючи віддалено можуть залишатися на довше у пункті перебування, ніж зазвичай раніше. Під впливом періоду дії карантину та ізоляції туристи тепер віддають перевагу подорожам до менш людних і навіть незайманих місць. Зросла зацікавленість у зеленому туризмі в будь-якій сільській місцевості. Зміна пріоритетів людини у бік хвилювання за своє фізичне здоров'я, зростання зацікавленості споживачів у покращенні та підтримання гарного психічного здоров'я та загального самопочуття також спонукало більше споживачів шукати оздоровчі враження. Туристи готові витратити більше часу та грошей на особистий догляд за своїм станом.

Одним з новітніх мотивів обрання подорожей у сільську та/або природну місцевість, є підтримка туристом своєю подорожжю місцевих громад (так би мовити «філантуризм»). Мандрівники все більше виявляють бажання зменшити свій слід на території перебування, а натомість збільшити свій соціально-економічний внесок [8, с. 12].

Тому, експерти, що здійснюють дослідження розвитку сфери туризму у світі сходяться на думці щодо необхідності підтримки ефективного управління дестинаціями (територіями, які турист вибирає для відвідання) та здійснення інвестицій в державне, приватне та громадське партнерство з метою стабільного розвитку природного туризму в довгостроковій перспективі, важливості підтримки та постійної роботи державного та приватного секторів з питань інформування туристів про варіанти відпочинку, які є більш «сталими», що можливо призведе до взяття споживачами на себе більшої відповідальності щодо обрання варіантів подорожей у майбутньому.

1.2. Сутність та стан розвитку зеленого туризму в Україні

В той час, коли в розвинених країнах світу зелений туризм у всіх своїх проявах з кожним роком набуває все більшої популярності, вважається одним із найважливіших засобів стимулювання економічного і соціального розвитку

регіонів на принципах сталості, в Україні, як частині світової та європейської спільноти, зокрема, це явище впродовж більш ніж 25 років знаходиться на стадії зародження, не дивлячись на те, що наша країна посідає одне з провідних місць в Європі за рівнем забезпеченості природними та історико-культурними ресурсами. За даними Світового економічного форуму, Україна у 2015 році використовувала менш ніж третину від наявного свого туристичного та рекреаційного потенціалу. Хоча, за експертними оцінками, при повноцінному розкритті українського туристичного потенціалу надходження до бюджетів усіх рівнів можуть становити приблизно стільки ж (близько 10 млрд. дол. США на рік), скільки отримують країни, спів вимірні з Україною за туристично-рекреаційним потенціалом [9, с. 26-27].

Стаття 6 Закону України «Про туризм» від 15.09.1995 року № 324/95-ВР містить норму – проголошення, а саме «держава проголошує туризм одним з пріоритетних напрямів розвитку економіки та культури і створює умови для туристичної діяльності. Основними пріоритетними напрямами державної політики в галузі туризму є удосконалення правових засад регулювання відносин у галузі туризму; забезпечення становлення туризму як високорентабельної галузі економіки України, заохочення національних та іноземних інвестицій у розвиток індустрії туризму, створення нових робочих місць; розвиток в'їзного та внутрішнього туризму, сільського, екологічного (зеленого) туризму» [10].

Однак, згідно аналітичної доповіді «Економіка регіонів у 2015 році»: нові реалії і можливості в умовах започаткованих реформ» Національного інституту стратегічних досліджень станом, на 2015 рік розвиток туризму розглядався в Україні як другорядний, а дії влади щодо його організаційно-економічної підтримки були безсистемними. В регіонах України розвивався переважно виїзний туризм (що сприяло розвитку іноземних туристичних компаній), частково – «зелений», рекреаційний та культурно-історичний туризм. Серед низки системних проблем розвитку туристичної та рекреаційної сфери в

Україні зазначена недосконалість вітчизняного законодавства щодо ведення туристичного бізнесу [9, с. 27].

Для розуміння сутності зеленого туризму в Україні потрібно, перш за все, дослідити трактування його поняття (визначення терміну) у чинному законодавстві України. Так, Закон «Про туризм» не містить визначення терміну «зелений туризм», але у статті 4 зазначається існування серед інших таких видів туризму, як екологічний (зелений) та сільський [10].

Стаття 1 Закону України «Про особисте селянське господарство» від 15 травня 2003 року № 742-IV містить поняття особистого селянського господарства відповідно до якого майно особистого селянського господарства може використовуватися, у тому числі й у сфері сільського зеленого туризму. Діяльність, пов'язана з веденням особистого селянського господарства, не відноситься до підприємницької діяльності. Стаття 3 цього Закону передбачає, що його дія поширюється на фізичних осіб, яким у встановленому Законом порядку передано у власність або оренду земельні ділянки для ведення особистого селянського господарства [11].

Згідно проекту Закону «Про сільський та сільський зелений туризм» №5206 (актуальний стан проходження: опрацьовується в комітеті Верховної Ради України), внесеного за ініціативою Народного депутата України М. Заремського 05.03.2021 р., пропонуються вживати терміни в такому значенні: сільський туризм – відпочинковий вид туризму, що передбачає тимчасове перебування туристів у сільській місцевості (селі); сільський зелений туризм – відпочинковий від сільського туризму, пов'язаний з перебуванням туристів в власному житловому будинку сільського господаря, окремому (гостьовому) будинку або на території особистого селянського (фермерського) господарства; екотуризм – вид сільського туризму, що передбачає відвідування туристами територій, що мають природничу, культурологічну, етнографічну цінність [12].

Таким чином, в існуючому українському правовому полі нормативно не визначений термін «зелений туризм», а ознака «зелений» притаманна і екологічному (зеленому), і сільському (зеленому) туризму.

Проект Закону «Про сільський та сільський зелений туризм» № 5206 не вирішує проблему невизначеності та недосконалості законодавства, а, на думку автора, лише ускладнює її, не відповідає українським реаліям, пов'язаних в тому числі з відкриттям 01 липня 2021 року ринку землі в Україні та світовим тенденціям розвитку туристичного бізнесу у цій сфері. Також, на даний час в Україні не уніфіковані і характерні відмінності між термінами «сільський туризм», «сільський (зелений) туризм», «зелений туризм», «екотуризм», «агротуризм», тощо, вживаними до екоорієнтованого напрямку туризму. А тому виникає плутанина через їх взаємодоповнюваність та взаємозалежність.

Чітка нормативно-правова база щодо визначення організаційних умов та порядку надання послуг у сфері зеленого туризму також відсутня.

Для подальшого розуміння сутності цього напрямку діяльності в туристичній сфері, вважаємо за доцільне застосовувати спільну ознаку – зелений туризм та звернути погляд для визначення його сутності на інші джерела.

Приведемо декілька визначень поняття «зелений туризм», що знаходимо у наукових працях вітчизняних науковців та у відкритих інформаційних джерелах:

Зелений туризм— це відвідування туристичних об'єктів у період вегетації флори [13].

Зелений туризм – складова частина індустрії туризму, яка виробляє і продає свій турпродукт і одержує від цього прибуток, або як туристичну діяльність в сільській місцевості, яка приносить прибуток для збереження природного середовища, а також для поліпшення життєвого рівня місцевого населення [14].

Зелений туризм слід розглядати як такий вид туризму, що передбачає тимчасове перебування особи в екологічно чистому середовищі з метою рекреації, відпочинку, природоохоронної діяльності, задоволення інших супровідних потреб [15].

Туризм зелений – діяльність, яка проходить в контакті з природою, проживанням у таборах чи сільській місцевості та пов'язана з сільськогосподарськими роботами, знайомством з життям сільських мешканців, пішохідними екскурсіями, вивченням флори і фауни тощо [16].

Зелений туризм – спрямована мандрівка в сільську місцевість з метою ознайомлення з місцевою культурою та історією природного середовища, яка не порушує цілісності екосистеми, при цьому робить охорону природних ресурсів вигідною для сільських мешканців [17].

Екотуризм (синонімом є зелений туризм) – це подорожі в місця з відносно недоторканою природою, які не ведуть до порушення цілісності екосистем, з метою одержати уявлення про природні та культурно-етнографічні особливості цієї території, що створює такі економічні умови, коли охорона природи стає вигідною місцевому населенню. Дослідники зазначають, що значної популярності набуває підхід, який до зеленого туризму відносить відпочинок на природі на територіях, змінених людиною, що характерно для США і країн Західної Європи, де практично не збереглися первинні ландшафти, а висока потреба спілкування з природою задовольняється населенням із так званою вторинною природою. Такий туризм зараховується до розряду екологічного, а його значення стає в деяких регіонах вирішальним для охорони і відновлення середовища, народних традицій і екологізації економічного розвитку [18, с. 20-21].

В працях науковців, періодичних виданнях, доповідях, дослідженнях, експертних думках додатково можемо знайти поняття «агротуризм», «агроекотуризм», «фермерський туризм», «природничий туризм», «етнографічний туризм», «органічний туризм», тощо. Часто такі поняття, як «сільський туризм», «зелений туризм», «агротуризм», «екотуризм» вживають як синоніми.

На нашу думку, зелений туризм – це комплексний термін, що застосовується до будь-якої форми організації діяльності у сфері екоорієнтованого туризму, яка ґрунтується на принципах сталого розвитку та

враховує необхідність збереження природного або зміненого діяльністю людини навколишнього середовища, етнографічної та культурної спадщини, самобутніх традицій місцевого населення, соціально-економічного розвитку місцевих територій та добробуту місцевого населення, підприємців, зацікавлених в розвитку даної сфери туризму, задоволення індивідуальних потреб відвідувачів (туристів), формування позитивного туристичного іміджу місцевих громад.

Свідомо не використовую термін сільське населення відносно України. Бо, сільське населення – це населення, яке проживає у сільських населених пунктах. До сільських населених пунктів належать села і селища.

Даний термін, на думку автора, не відповідає реаліям у повній мірі. Фактично проживати та мати місце реєстрації проживання в селі – це різні речі. Доволі часто за місцем реєстрації проживання «сільськими мешканцями» стають формально особи, що мають «корисні приватні інтереси», а в дійсності вони залишаються проживати без реєстрації у містах та проблеми села «їх не стосуються».

Дискусії з приводу визначень сутності понять, особливостей та проблематики діяльності у сфері зеленого туризму прогнозуються довготривалими, якщо держава не перегляне відношення до пріоритетів своєї державної регіональної політики, не уніфікує значення, особливості та правила ведення діяльності, а місцеві територіальні громади при реалізації своїх стратегій розвитку територій приділять не «формальну», а дійсну значну увагу та підтримку розвитку екоорієнтованого напрямку туризму на своїх територіях, в тому числі на партнерських умовах з громадянами та представниками малого бізнесу.

Потрібно не брати за взірець та не переписувати норми законодавства певних країн, а використовуючи багаторічний досвід множинності країн, реалізовані у світі ефективні бізнес-моделі та інновації в сфері зеленого туризму, створити унікальну «українську модель зеленого туризму»,

життєздатну, гнучку, прийнятну та зрозумілу, закріпивши її відповідним законом та прибравши всі нормативні протиріччя.

1.3. Сучасний стан ринку зеленого туризму в Україні та Запорізькій області

Відповідно до статті 4 Закону України «Про туризм» організаційними формами туризму є міжнародний і внутрішній туризм. Залежно від категорій осіб, які здійснюють туристичні подорожі (поїздки, відвідування), їх цілей, об'єктів, що використовуються або відвідуються, чи інших ознак існують такі види туризму: дитячий; молодіжний; сімейний; для осіб похилого віку; для осіб з інвалідністю; культурно-пізнавальний; лікувально-оздоровчий; спортивний; екологічний (зелений); сільський; самодіяльний; тощо [10].

В оприлюдненій офіційній статистичній інформації відсутні окремі показники за видами туризму, окрім показників за його нижчезазначеними організаційними формами (таблиця 1.1).

Таблиця 1.1 – Динаміка кількості туристів, обслугованих туроператорами та турагентами (тис. осіб)

Вид туризму	2015	2017	2018	2019	2020
Виїзні туристи	1647	2290	4024	5525	2126
Внутрішні туристи	357	477	457	520	222

Джерело: [19, с.150]

Достеменна інформація щодо показників у сфері сільського, екологічного (зеленого), інших видів екоорієнтованого туризму протягом 2019 – 9 місяців 2023 років – відсутня.

Тож, визначити загальну кількість особистих-селянських господарств, фермерських господарств, інших суб'єктів малого бізнесу на території України

та по регіонах, які надають послуги у сфері зеленого туризму, сільського зеленого туризму, інших видів туризму зеленого спрямування неможливо, бо домінуюча їх частина не була зареєстрована належним чином, тим більше в період дії на території України військового стану. З огляду на кількість розміщених на різних платформах пропозицій, західні регіони України (Закарпатська, Івано-Франківська, Львівська області) займають провідні позиції у пропонуванні туристам відпочинку, який можна віднести до сфери сільського зеленого туризму і це цілком обґрунтовано вигідним географічним становищем, наявністю рекреаційних ресурсів, активним будівництвом в останні двадцять років приватними особами власних садиб, агроготелів у сільській місцевості, територіальною віддаленістю до районів, де ведуться активні бойові дії. Центральні і південні регіони України (Київська, Вінницька, Полтавська, Одеська області) демонстрували тенденцію розвитку завдяки своїм природним, історичним ресурсами, проведенню ярмарок та фестивалів.

В 1996 році була створена Всеукраїнська громадська неприбуткова організація «Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні», місією якої визначено об'єднати господарів садиб та туристів на найпотужніших комунікаційних та маркетингових платформах, створити туристам привабливу та якісну альтернативу при виборі відпочинку у вигляді сільського зеленого туризму і допомогти господарям садиб досягти сталого розвитку.

Згідно реєстру членів спілки зеленого туризму України, що веде вищезазначена організація на території Запорізької області у сфері зеленого туризму, її членами були (таблиця 1.2).

Таблиця 1.2 – Перелік членів спілки зеленого туризму України по Запорізькій області

№ п/п	Назва та місцезнаходження	Номер сертифікату	Сертифікат стандарту "Українська гостинна садиба"
1	Перлина степу Мелітопольський район Запорізька область (тимчасово окупована територія)	377	чинний до 24.03.2024
2	На хуторі сmt Кирилівка Запорізька область	не чинний	не діє з 05.03.2019
3	Активний відпочинок "Свобода" Запорізька область	не чинний	не має
4	У Яковенко Запорізька область	не чинний	не діє з 05.11.2018
5	Гостини у Валентини Запорізька область	не чинний	не діє з 15.09.2018
6	Дивосвіт Запорізька область	214	не діє з 16.05.2019
7	Рей Кларк	не чинний	не має
8	Савон Єлизавета Владіславівна	не чинний	не має
9	Муральова Ірина Іванівна	не чинний	не має
10	Садиба для маломобільних людей село Геленджик, Запорізького району Запорізької області.	214	базовий рівень чинний до 30.12.2024

Джерело: авторська розробка згідно відкритих даних [20]

На території Широківської територіальної громади Запорізького району Запорізької області у 2023 працюють садиби сільського туризму «АКВАЗОО & ХУТОР ПЕТЕРСОНА», розташовані в с. Петропіль та с. Червоний Яр відповідно (в 15 км. від міста Запоріжжя та 45 км від м. Дніпро відповідно). Концепція даних DESTINATIONS: родинний відпочинок, екскурсії для школярів, проведення різноманітних урочистостей, бізнес-зустрічей, національних свят, розважальних програм, ремісничих майстер-класів, контактне спілкування з тваринами, українська кухня, спілкування із сільгосптехнікою в музеї АФ «СЛАВУТИЧ», проживання в гостьових кімнатах [21]. Дані туристичні об'єкти

працюють лише у вихідні дні (субота, неділя з 10.00 до 17.00). Вхід платний, вартість квитків для дітей – 200 грн., для дорослих – 250 грн. При участі у запланованих заходах вартість встановлюється окремо.

На території Долинської територіальної громади Запорізького району Запорізької області у 2023 працює Маєток Villa Del Vino – родинна виноробня, розташована в с. Бабурка в 2 км. на південь від межі міста Запоріжжя. Основні пропозиції дестинації: дегустація автентичного вина власного виробництва (380 грн.), насолода пейзажем зі ставком, зоопарк, ресторан (страви за особливими рецептами місцевих продуктів: равлики, крафтові сири, свіжоспечений хліб), басейн, участь в культурних заходах (концерти, корпоративні евенти, розважальні програми), чани, ночівля у будиночках для гостей (від 1800 грн. на добу), прокат шезлонгів (600/700 грн.), бунгало (1600/1800 грн.) [22].

Ситуацію, що складається у сфері зеленого туризму в Україні в реальному часі можна охарактеризувати за принципом «ті, хто хочуть – не можуть, ті хто може – не хочуть». Ринок туристичних послуг у сфері зеленого туризму майже повністю знаходиться в тіні, окрім того, частина території України окупована загарбниками. Дослідити та обрахувати достеменні показники цього сегменту ринку туристичних послуг на даний час не уявляється можливим.

В ретроспективі бачимо, що невеликий Запорізький регіональний ринок сільського зеленого туризму до 2022 року мав тенденцію до скорочення. Станом на 2023 рік можна стверджувати, що ринок зеленого туризму в Запорізькій області слабо насичений пропозиціями для туристів (особливо з низьким та середнім доходом).

У порівнянні з європейським ринком пропозицій у сфері зеленого туризму, український ринок пропозицій – слабо розвинений.

На думку експертів у туристичній сфері, південь України як туристичний напрямок тимчасово втрачений, а в Карпатах він якщо й не зростає, то принаймні залишається на тому ж рівні. Є впевненість, що після Перемоги і

українці, й іноземці будуть мати бажання побувати у місцях, де наш народ героїчно виборював свободу. Постконфліктний «туризм пам'яті» з часом змішується з іншими напрямками – культурним, гастрономічним, спортивним, гірським, морським, зеленим та іншими видами туризму. Одне з ключових завдань для всіх – знайти нові інструменти та підходи, знайти інвесторів, втілити інновації [23, 24].

1.4. Ключові чинники розвитку малого бізнесу у сфері зеленого туризму в Україні

Дослідники факторів розвитку зеленого туризму у всіх його проявах умовно поділяють їх на зовнішні та внутрішні. До зовнішніх факторів розвитку відносять географічне положення регіону, зовнішньополітичні відносини між країнами, міжнародний розподіл праці, рівень цін, співвідношення валют демографічний фактор (зростання населення, щільність, рівень урбанізації) рівень розвитку транспортної інфраструктури, рівень соціально-економічного розвитку країни, віддаленість від точок напруження на політичній мапі світу.

До внутрішніх факторів розвитку сільського зеленого туризму відносять природно-кліматичні умови країни, потенціал природних ресурсів; економічну та політичну ситуація в країні; рівень розвитку продуктивних сил, рівень добробуту і попит населення.

У рамках 70 сесії Генеральної Асамблеї Організації Об'єднаних Націй, 25 вересня 2015 року прийнята резолюція (підсумковий документ саміту ООН) № 70/1 «Перетворення нашого світу: Порядок денний у сфері сталого розвитку до 2030 року», що позиціонується як план дій для людей, планети та процвітання, який реалізовуватимуть усі країни та всі зацікавлені сторони, що діятимуть на засадах співробітництва і партнерства. План містить Сімнадцять цілей сталого розвитку і 169 завдань, що забезпечують зрівноваження трьох вимірів сталого розвитку: економічного, соціального та екологічного [25].

Принципи сталого розвитку впливають і на туристичну галузь, що спостерігається особливо в європейських країнах, які вже тривалий час розвивають туризм в контексті концепції сталого розвитку, а саме пропагування ідеї досягнення гармонії між людьми і природою; знаходження взаємовигідних точок дотику між екологією та економікою через сприяння розвитку малих і середніх підприємств, як основи створення робочих місць у туристичній сфері та вирішення регіональних проблем, екологічного виховання та проведення змістовного дозвілля, що зумовлює невимушене знайомство людей з місцевою культурою, традиційними ремеслами, фольклором, способами виробництва продукції, тощо.

Як зазначено у пункті 22 Резолюції ООН №70/1 на своєму шляху до сталого розвитку кожна країна стикається з особливими викликами [25, с. 7].

Протягом 2016 року в Україні започатковано інклюзивний процес адаптації цілей сталого розвитку. Кожну глобальну ціль було розглянуто з урахуванням специфіки національного розвитку. За результатами консультацій зроблено висновок, що національні цілі сталого розвитку слугуватимуть основою для інтеграції зусиль, спрямованих на забезпечення економічного зростання, соціальної справедливості та раціонального природокористування. Міністерством економічного розвитку і торгівлі України за координації Наталі Горшкової підготовлено Національну доповідь «Цілі Сталого Розвитку: Україна», яка надає бачення орієнтирів досягнення Україною Цілей Сталого Розвитку, затверджених на Саміті ООН у 2015 році. Як зазначено в доповіді, досягнення Цілей сталого розвитку потребує глибоких соціально-економічних перетворень в Україні [26, с. 7]. Щодо цілі №2 подолання голоду, розвитку сільського господарства зазначено, що аграрний сектор є чи не єдиним локомотивом української економіки. Українська аграрна продукція займає провідні позиції на глобальних ринках за обсягами експорту олії соняшникової, кукурудзи, насіння олійних культур, ячменю, пшениці, тощо. У той же час визначені основні проблеми розвитку аграрного сектору економіки, серед яких зазначені – скорочення чисельності населення, яке проживає в сільській

місцевості, в цілому та зайнятих у сільськогосподарському виробництві, відсутність у сільськогосподарських товаровиробників мотивації до дотримання агроекологічних вимог, непоінформованість значної частини сільськогосподарських товаровиробників про кон'юнктуру ринків та умови ведення бізнесу в галузі; незавершеність земельної реформи. Запропоновані рекомендації щодо досягнення Україною до 2030 року цілі № 2, серед яких: завершення процесу створення цивілізованого ринку земель сільськогосподарського призначення; стимулювання створення малих господарств (площа до 50 га), зокрема сімейних ферм, через удосконалення правової бази та забезпечення сприятливих економічно-організаційних та соціальних умов їх діяльності; виділення на підтримку сільгоспвиробництва не менше одного відсотка від обсягу валового випуску продукції сільського господарства, спрямувавши їх на пріоритетне фінансування інноваційно-інвестиційних проектів та стимулювання розвитку малого підприємництва; збільшити частку сільськогосподарських угідь під органічним виробництвом у загальній площі сільськогосподарських угідь України.

Також, при розгляді інших цілей, встановлено існування потреби у створенні сприятливого середовища для розвитку ділової активності та бізнесових ініціатив жінок, розширення грантових форм підтримки та програм мікрокредитування жіночого підприємництва [26, с. 19-23; 44].

На підставі вищенаведеного можна зробити висновок, що перехід до сталого розвитку є одним із ключових пріоритетів економічної політики України, як країни – члена ООН. Підтвердження цьому ми знаходимо у нормативно-правовому акті голови нашої держави – Указі Президента України «Про Цілі сталого розвитку України на період до 2030 року» від 30 вересня 2019 року № 722/2019, в якому національними інтересами України є сталий розвиток економіки, громадянського суспільства і держави для досягнення зростання рівня та якості життя населення, які забезпечуються дотриманням цілей сталого розвитку України на період до 2030 року. До цілей серед іншого віднесені: сприяння сталому розвитку сільського господарства; сприяння

благополуччю для всіх у будь-якому віці; зупинка процесу втрати біорізноманіття. Цілі сталого розвитку України на період до 2030 року є орієнтирами для розроблення проектів прогнозних і програмних документів, проектів нормативно-правових актів з метою забезпечення збалансованості економічного, соціального та екологічного вимірів сталого розвитку України [27].

З 24 лютого 2022 року триває військова агресія російської Федерації проти України. Країна живе в умовах воєнного стану. На сьогодні неможливо оцінити завдану внаслідок повномасштабного російського вторгнення реальну шкоду фізичному та психічному здоров'ю громадян, соціуму загалом, екології, українській економіці. Із досвідом війни зіткнулось все населення України. Населення країни поділилось на тих, хто залишився в Україні за адресою свого проживання або внутрішньо переміщених осіб та громадян, що виїхали за кордон, як біженці і користуються програмою тимчасового захисту, наданою їм іншими державами. На кінець червня 2023 року понад 8 млн. українців жили за межами держави, що фактично становить понад 20% від усього населення України. З них у Європі – близько 6 млн. українців, в тому числі у Польщі – 22%, Німеччині – 14,6%, Чехії – 7,9%, Італії – 5%, Іспанії – 3,4% та в інших державах [28]. Але незалежно від цього поділу, місцезнаходження відносно українського кордону, люди живуть у стані підвищеної тривожності та постійного емоційного дискомфорту, що негативно відображається на їх фізичному і психічному здоров'ї.

Спосіб життя пересічної людини, що живе в Україні або поза її межами, особливо зараз, вимагає та у невизначеному майбутньому вимагатиме максимальної енергії, постійного контролю та уваги. При тривалому позбавленні відпочинку виникає синдром хронічної втоми – хвороби, яку на думку лікарів, досить складно вилікувати. Відпочинок – це не неробство. Відпочинок – це інша частина роботи людини: робота з відновлення сил та енергії. Правило живих систем: якщо жива система енергії і сил отримує

менше, ніж віддає – така система скоро стане мертвою. Якщо енергії і сил прибуває більше, ніж убуває – жива система продовжує жити і радіти [29].

Більшість експертів, науковців, інших дослідників даної теми вважають, що зелений туризм, у всіх його можливих назвах-синонімах, що можна знайти у різних джерелах сприятиме перш за все вирішенню соціальних проблем у сільській місцевості.

З врахуванням реальної дійсності, панування зараз у свідомості людей відчуття приналежності та любові до України, в процесі проведених автором роботи особистих спостережень, інтерв'ю, автором запропоновано провідну роль серед ключових чинників розвитку малого бізнесу у сфері зеленого туризму віддати встановленню та задоволенню попиту, що обумовлений індивідуальними потребами людей, серед яких є актуальними:

1) «Знайомство з рідною Батьківщиною або Батьківщиною українців» (глибше пізнання свого краю, його природної, культурної, етнографічної дивовижності та різноманітності, місцевих традицій, особливостей прояву гостинності, тощо);

2) «Я їду додому» (зміщення фокусу зору людини, що декілька років вимушено провела за кордоном з чергової подорожі за кордон на внутрішні подорожі, в тому числі подорожі «пам'яті», до маловідомих або інших місць, про які українці лише отримували інформацію з різних інформаційних джерел, але особисто не бачили);

3) Отримання анімалотерапевтичних, агротерапевтичних, гардено-терапевтичних ефектів від спілкування з навколишнім середовищем, емоційного задоволення для поліпшення свого фізичного та психічного здоров'я;

4) «Перезавантажувальні» подорожі з метою регенерації енергетичної сили людини у чистому середовищі, розслаблення, отримання відчуття максимально приязної атмосфери, турботи та любові, можливості щирого спілкування, самовираження, «відкриття» себе, своїх скритих здібностей іншим

людям, що сприятиме знаходженню нових сенсів свого життя та відновленню у людей відчуття щастя;

5) Спільне дозвілля родин, робочих колективів, що тривалий час знаходилися в розлуці, інших груп осіб, об'єднаних загальними інтересами, метою, тощо;

6) Еколого-освітні, просвітницькі подорожі, особливо для дітей, що знаходяться у першому (з 3 до 8 років) та другому періоді дитинства (з 8 до 12 років);

7) Подорожі «Наодинці з собою»;

8) Самореалізація та/або організація власної справи у сфері зеленого туризму.

Організація та розвиток малого бізнесу у сфері зеленого туризму, перш за все, вирішить певні проблеми окремої людини, її післявоєнне відновлення, сприятиме у м'якій формі та заохочуватиме дітей дізнатися про різні місця, види діяльності, опанувати живу комунікацію з людьми, біокомунікацію з рослинами та тваринами. Дитинство – це вік становлення ініціативності та креативності, вік, коли діти щиро мріють і мрії можуть мати нематеріальний характер, а не лише бажання отримати черговий «хіт продаж – трендове барахло».

Автор роботи вважає, що лише як наслідок вищезазначеного, будуть вирішуватися соціально-економічні проблеми, що існують у сільській місцевості.

Потрібно зрозуміти, що не лише первинне «дике» природне середовище, а у більшій мірі створені будь-якою натхненою людиною, командою одностудців за межами міст природні, культурні, рекреаційні та інші атракції, їх різноманітність та ексклюзивність, високий сучасний освітній та комунікаційний рівень власників, персоналу таких об'єктів, отриманий внаслідок «персональних інвестицій в свій інтелектуальний капітал» або централізованого впровадження спеціальних освітніх програм для місцевого населення, адаптованих до особливостей регіонів України, урізноманітнюють

концепції туристичних послуг та їх креативність, зумовляють задоволення індивідуальних потреб людей, які вирішать спробувати такий вид відпочинку, отримають позитивні враження, поширять їх серед необмеженого кола осіб та стануть постійними клієнтами суб'єктів малого бізнесу у сфері зеленого туризму.

1.5. Розвиток зеленого туризму, як сучасної форми організації малого бізнесу у післявоєнний період відновлення України

Відродження сільських територій, їх розвиток вимагає прискореного формування багатогалузевої і багатофункціональної структури сільської економіки – це загальновідомий факт.

Подальша відсутність стимулів для повернення родин у сільську місцевість, для обрання молоддю сільської місцевості місцем свого проживання та/або місцем своєї самореалізації, загострить складну соціально-демографічну ситуацію, що створить значні перешкоди для нормалізації процесів відновлення територій, перезавантаження напрямів економічної діяльності на селі з врахуванням останніх світових тенденцій.

За даними Державної служби України з питань геодезії, картографії та кадастру (таблиці 1.3-1.4):

Таблиця 1.3 – Дані щодо кількості та стану земель в Україні на 01 січня 2016 року (тис. га)

Усього земель	603354,9	100%
сільськогосподарські угіддя	42726,4	70,8%
ліси та інші лісовкриті площі	10633,1	17,17%
забудовані землі	2552,9	4,3%
інші землі	1033,8	1,7%

Джерело: [30, с. 185]

Таблиця 1.4 – Дані щодо кількості та стану земель в Україні на 01 січня 2020 року (тис.га)

Усього земель	603354,9	100%
сільськогосподарські угіддя	41310,9	68,5%
ліси та інші лісовкриті площі	10686,8	17,17%
забудовані землі	3767,5	6,2%
інші землі	1200,5	2,0%

Джерело: [19, с. 160]

Таким чином, спостерігаємо зменшення сільськогосподарських угідь на початок 2020 року у порівнянні з 2016 роком на 1415,5 тис.га або (- 2,3%), в той час, коли площа забудованих земель зросла з 2552,9 тис.га до 3767,5 тис.га або (+1,9%), також зросла площа інших земель на 0,3%, що може свідчити про тенденцію до зміни у подальшому цільового призначення сільськогосподарської землі та використання її у інших напрямках діяльності.

Вибірка кількості зареєстрованих на 01 січня по рокам фермерських господарств та приватних підприємств без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим і м. Севастополя свідчить про наступне (таблиця 1.5):

Таблиця 1.5 – Кількість зареєстрованих фермерських господарств та приватних підприємств на 01 січня кожного року

Найменування ОПГ	2016	2018	2022	2023	Різниця р.5 – р.2 у %
Фермерське господарство	43743	45035	48868	49,6	+13
Приватне підприємство	201788	200295	199963	199,9	-1

Джерело: [19, С 216],[31, С.16]

Вибірка загальної кількості зареєстрованих юридичних осіб та у сфері сільського господарства на 01 січня року, без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим і м. Севастополя, показує (таблиця 1.6):

Таблиця 1.6 – Кількість зареєстрованих юридичних осіб на 01 січня 2018 та 01 січня 2022 років

	2018	2022	% відхилення
Усього юридичних осіб	1235024	1437009	+16
Сільське, лісове та рибне господарство	65185	75740	+16

Джерело: [19, с. 218]

Незважаючи на зменшення обсягу площі сільськогосподарських угідь, яка офіційно зазначена органами статистики станом на 01.01.2020 року, до початку повномасштабного вторгнення російської федерації на територію України, станом на 01.01.2022 рік спостерігалася стійка тенденція як до збільшення кількості юридичних осіб, віднесених за основним видом діяльності до сфери сільського, лісового та рибного господарства, так і за організаційно-правовою формою – до фермерських господарств.

Післявоєнне подолання Україною економічної кризи та перехід до сталого розвитку пов'язаний не лише з відновленням інфраструктури її територій, а й з досягненням певного ступеня задоволеності населення своїм життям, переважанням позитивних емоцій в настроях людей. На думку автора, комбінація сільського господарства з розвитком напряму зеленого туризму (агротуризму, фермерського туризму, органічного туризму, тощо) може зробити вагомий внесок у досягнення комплексного оздоровлення соціуму, екології та економіки. Для початку підприємницької діяльності такого бізнесу не потрібні надто великі інвестиції. Тим більше, що відповідно до Постанови КМУ «Про затвердження Порядку використання коштів, передбачених у державному бюджеті для надання підтримки фермерським господарствам» від 15.08.2004 р. № 1102 держава розрізняє та фінансово підтримує виробничу діяльність фермерських господарств та диверсифікацію їх виробництва [32].

Збільшення кількості фермерських господарств, як створених юридичних осіб, обумовлено проявленням саме ініціативи громадян щодо здійснення підприємницької діяльності у сфері малого бізнесу на власних або орендованих

земельних ділянках та припиненням орендних відносин з великими аграрними підприємствами. При сприянні державою та місцевими громадами отриманню інформації та інструментів щодо диверсифікації своєї діяльності, особливо молоді, вважаємо що фермери з ентузіазмом візьмуться до розробки проектів у сфері зеленого туризму, що також сприятиме їх внутрішній самореалізації.

Ми живемо у тяжкі для країни часи і адекватно оцінюємо ступінь матеріальних і моральних збитків від російської агресії, першочерговість вирішення питань, але, після перемоги і скасування в Україні військового стану, серед інших пріоритетних завдань по відновленню країни, потрібно:

1. В найкоротші терміни організувати проект щодо проведення комплексного дослідження незалежною експертною групою актуальних специфічних запитів людей для обрання виду відпочинку.

2. Створити унікальну «українську модель зеленого туризму», закріпивши її відповідним законом та прибравши всі нормативні протиріччя та невизначеності.

3. Надати зацікавленим громадянам, в незалежності від їх віку (обмеження щодо якого спостерігається в Україні), які виявили бажання почати справу у сфері зеленого туризму, можливість доступу до відвідування освітніх та/або тематичних безкоштовних курсів, в тому числі на освітніх платформах, стажування для перейняття досвіду в межах/ за межами держави за фінансової підтримки стейкхолдерів.

4. Сприяти створенню агротуристичних господарств у сільській місцевості (за межами міста) без прив'язки «в межах села, селища, тощо» та використання ними для цих цілей земель сільськогосподарського призначення відмінних від ОСГ за цільовим призначенням (наприклад для ведення товарного сільськогосподарського виробництва, для ведення фермерського господарства).

5. Не вводити зобов'язання забезпечувати наявність садиби та проживання в ній саме господаря та його родини, що в сучасних умовах можна розглядати як елемент «кріпацтва», а не креативності.

6. «Тримати руку на пульсі» взаємодії міжнародних спільнот, урядів, багатосторонніх фінансових установ, партнерів з розвитку та інвесторів приватного сектору, що реалізують нові інвестиційні стратегії у туристичну індустрію на принципах сталого розвитку.

7. Сприяти формуванню нового вектору у суспільній думці щодо широкого кола можливостей для власної професійної реалізації та/ або відпочинку за містом, просуванні у медіа та соціальних мережах вдалих історій першопрохідників у цій сфері, розвитку національних туристичних інформаційно-комунікаційних технологій.

8. Не заважати, не хейтити, а допомагати власними зусиллями у пропагуванні «зеленого» світогляду та сталого розвитку, зруйнуванні стереотипних думок людей щодо «неможливості відпочинку у сільській місцевості, бо то тяжка фізична праця у родичів на городі або у стайні».

9. Популяризувати зелений туризм у всіх його проявах через особисті історії.

Висновки до розділу 1

В розвинених країнах світу зелений туризм у всіх своїх проявах з кожним роком набуває все більшої популярності, вважається одним із найважливіших засобів стимулювання економічного і соціального розвитку регіонів на принципах сталості.

Принципи сталого розвитку впливають не тільки на великі промислові комплекси, але і на малий бізнес. Підприємницька діяльність у сфері зеленого туризму у світі спрямована на пропагування ідеї досягнення гармонії між людьми і природою (знаходження взаємовигідних точок дотику між екологією та економікою, екологічного виховання та проведення змістовного дозвілля.)

У порівнянні з європейським ринком пропозицій у сфері зеленого туризму, український ринок пропозицій – слабо розвинений. Невеликий Запорізький регіональний ринок сільського зеленого туризму до 2022 року мав

тенденцію до скорочення. Станом на 2023 рік можна стверджувати, що ринок зеленого туризму в Запорізькій області слабо насичений пропозиціями для туристів (особливо з низьким та середнім доходом).

Недосконалість вітчизняного законодавства щодо ведення бізнесу у сфері зеленого туризму та подальше не вирішення цього питання на державному рівні, а також на місцевому рівні при розробці ефективних стратегій розвитку територій місцевими громадами буде сприяти лише подальшим довготривалим дискусіям з приводу визначень сутності понять, особливостей та проблематики діяльності у сфері зеленого туризму.

Автор вважає, що зелений туризм – це комплексний термін, що застосовується до будь-якої форми організації діяльності у сфері екоорієнтованого туризму, яка ґрунтується на принципах сталого розвитку та враховує необхідність збереження природного або зміненого діяльністю людини навколишнього середовища, етнографічної та культурної спадщини, самобутніх традицій місцевого населення, соціально-економічного розвитку місцевих територій та добробуту місцевого населення, підприємців, зацікавлених в розвитку даної сфери туризму, задоволення індивідуальних потреб відвідувачів (туристів), формування позитивного туристичного іміджу місцевих громад.

Потрібно не брати за взірець та не переписувати норми законодавства інших країн, а використовуючи багаторічний досвід множинності країн, реалізовані у світі ефективні бізнес-моделі та інновації в сфері зеленого туризму, створити унікальну «українську модель зеленого туризму», життєздатну, гнучку, прийнятну та зрозумілу, закріпивши її відповідним законом та прибравши всі нормативні протиріччя.

Подальша відсутність стимулів для повернення родин у сільську місцевість, для обрання молоддю сільської місцевості місцем свого проживання та/або місцем своєї самореалізації, загострить складну соціально-демографічну ситуацію, що створить значні перешкоди для нормалізації процесів відновлення

територій, перезавантаження напрямів економічної діяльності на селі з врахуванням останніх світових тенденцій.

Комбінація сільського господарства з розвитком напряму зеленого туризму може зробити вагомий внесок у досягнення комплексного оздоровлення соціуму, екології та економіки.

Збільшення кількості фермерських господарств, як створених юридичних осіб, обумовлено проявленням саме ініціативи проактивних громадян щодо здійснення підприємницької діяльності у сфері малого бізнесу на власних або орендованих земельних ділянках та припиненням орендних відносин з великими аграрними підприємствами. При сприянні державою та місцевими громадами отриманню інформації та інструментів щодо диверсифікації своєї діяльності, особливо молоді, фермери з ентузіазмом візьмуться до розробки проектів у сфері зеленого туризму, що також сприятиме їх внутрішній самореалізації.

Післявоєнне подолання Україною економічної кризи та перехід до сталого розвитку пов'язаний не лише з відновленням інфраструктури її територій, а й з досягненням певного ступеня задоволеності населення своїм життям, переважанням позитивних емоцій в настроях людей.

Встановлення, розуміння та задоволення попиту, що обумовлений індивідуальними потребами та настроями людей, здійснені у більшій мірі обізнаними та креативними, натхненими людьми, командами однодумців, що підтримуватимуться на державному та місцевих рівнях, іншими зацікавленими особами, зумовить задоволення їх проектними розробками індивідуальних потреб людей, які вирішать спробувати такий вид відпочинку, поширити свої позитивні враження серед необмеженого кола осіб та зробити своїм свідомим вибором повторні подорожі.

РОЗДІЛ 2 ДОСЛІДЖЕННЯ МІЖНАРОДНОГО ДОСВІДУ РОЗВИТКУ СФЕРИ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В ЄВРОПЕЙСЬКИХ КРАЇНАХ

2.1. Напрямки розвитку сфери зеленого туризму у Нідерландах, Норвегії і Данії

При започаткуванні або диверсифікації видів діяльності малого бізнесу у сфері зеленого туризму важливо звернути увагу на досвід європейських країн на цьому шляху.

Так, післявоєнне подолання країнами економічних криз, перехід до сталого розвитку, пов'язаний не лише з відновленням або осучасненням інфраструктури, а й з досягненням певного ступеня задоволеності населенням цих країн своїм життям, присутності почуття вагомої соціальної підтримки та переважанням позитивних емоцій в настроях людей.

Наразі, під егідою ООН у рамках глобальної ініціативи «Мережа рішень сталого розвитку» (UN Sustainable Devel) понад 10 років функціонує міжнародний дослідницький проект World Happiness Report [33] – рейтинг країн світу за рівнем щастя, який вимірює показник національного рівня щастя (national happiness) населення у країнах світу за допомогою опитувань щодо задоволеності людей своїм життям, використовуючи шість головних факторів, які допомагають пояснити різницю в рівнях щастя: соціальна підтримка, дохід, здоров'я, свобода, щедрість та відсутність корупції. Дослідження проводяться дослідницькими центрами при Колумбійському університеті «Інститут Землі» (EarthInstitute) та «Центр сталого розвитку» (Center for Sustainable Development). Рейтинг з'явився в часи, коли міжнародні організації в порівняльних дослідженнях досягнень країн стали все більше уваги приділяти нематеріальній складовій, розвитку поглядів, що важливим для подальшого розвитку є показники, які пов'язані з тріадою концепції «сталого розвитку». Уряди розвинутих країн все частіше використовують цей аналіз, як орієнтир для удосконалення державного управління. Рейтинг включає 149 країн.

В таблиці 2.1 наведено рейтинг країн-лідерів та України за критерієм національного рівня щастя «World Happiness Report» у 2022 р.

Таблиця 2.1 – Місце країн-лідерів та України у рейтингу за критерієм національного рівня щастя «World Happiness Report» у 2022 р. [34]

Місце в рейтингу	Країна	Індекс щастя
1	Фінляндія	7,821
2	Данія	7,636
3	Ісландія	7,557
4	Швейцарія	7,512
5	Нідерланди	7,415
98	Україна	5,084

Джерело: авторська розробка.

Звіт «World Happiness Report 2023» містить усереднені показники вимірювання критерію національного рівня щастя за період 2020-2022 роки. Звернемо увагу на цей рейтинг (таблиця 2.2).

Таблиця 2.2 – Рейтинг країн-лідерів та України за критерієм національного рівня щастя «World Happiness Report» з усередненими показниками за період 2020-2022 роки [33]

Місце в рейтингу	Країна	індекс щастя
1	Фінляндія	7,804
2	Данія	7,586
3	Ісландія	7,530
4	Ізраїль	7,473
5	Нідерланди	7,403
6	Швеція	7,395
7	Норвегія	7,315
92	Україна	5,071

Джерело: авторська розробка.

Вищезазначені рейтинги показують стійкі лідерські позиції у країн Північної Європи. Фінляндія шостий рік поспіль залишається на першому місці рейтингу, а Нідерланди – на п'ятому місці.

Дослідники помітили, що навіть у ці важкі роки позитивні емоції залишаються вдвічі більш поширеними в цих країнах, ніж негативні, а почуття позитивної соціальної підтримки вдвічі сильніше, ніж відчуття самотності.

Звернемо увагу на місце України в рейтингу. Парадоксально, але у 2015 році Україна посідала 111 місце, 2016 – 123 місце, 2017 – 132 місце, 2018 – 138 місце, 2019 – 133 місце, 2021 – 110 місце, у розпал війни 2022 року – 98 місце цього рейтингу [35]. Як зазначено у «World Happiness Report 2023», протягом 2022 р., в Україні різко зросла доброзичливість. Незважаючи на масштаби страждань і шкоди в Україні, оцінка життя у вересні 2022 залишилися вище, ніж після 2014 року, і вона обумовлена сильнішим сенсом, спільною метою та довірою до українського керівництва [33, с. 3].

Особисто для себе, як українки, я можу розцінити цей висновок, як великий шанс до позитивних змін кожного українця, суспільства в цілому та перегляду пріоритетів подальшого економічного розвитку з долученням до вирішення цього питання широкого кола громадськості.

Зелений туризм вважається перспективним напрямом економічної діяльності в країнах ЄС для організації малого бізнесу та розвитку регіонів. За підрахунками експертів Європейського банку реконструкції та розвитку, облаштування в місті вихідця з сільської місцевості в 20 разів дорожче, ніж створення умов для його життя і роботи в селі, тому розвитку цього напрямку економічної діяльності надається вагома державна підтримка. Окрім цього, уряди країн, особливо Північної Європи (Фінляндії, Норвегії, Нідерландів, Данії), розуміють, що економічно ефективно сприяти умовам для підтримки доброго психічного здоров'я і запобігання виникненню психічних захворювань у людей, в незалежності від місць їх проживання. Особливості організації діяльності у сфері зеленого туризму притаманні кожній європейській країні.

Королівство Нідерланди є цікавим прикладом ефективного розвитку зеленого туризму, що використовується як спосіб розвитку сільської інфраструктури, залучення інвестицій та покращення життя місцевих мешканців.

Нідерланди є неофіційною столицею зеленого туризму. В Амстердамі знаходиться штаб-квартира ЄСЕАТ. Це громадська організація, створена у 1994 році, що координує у Європі співпрацю невеликих туристичних бізнесів та є провідною європейською організацією у сфері малого сталого туризму у 20 країнах Європи. Організація надає туристу сервіс зі знаходження офіційно позначених об'єктів для відпочинку та має інформаційно – комунікаційні технології поєднання власників об'єктів відпочинку, туроператорів і мандрівників особисто або через центральну систему бронювання подорожей.

Крім того, ЄСЕАТ відіграє важливу роль у розвитку різних туристичних проектів, як посередник між ідеєю проекту та ринком, допомагаючи у вирішенні питань «зустрічі» малого бізнесу у сфері зеленого (сталого) туризму та ринку, допомагає місцевим органам влади та неурядовим організаціям у більш стійкому маркетингу управління туристичними напрямками [36]. Нідерландці розуміють та підтримують ідею про те, що на своїй землі ми повинні дбайливо використовувати всі природні ресурси (за принципом цінуй все, що у тебе є), і це повністю відбивається у концепції зеленого туризму. Особливості кожного приміського регіону оптимально використовуються у туристичних цілях.

Причинами інтенсивного розвитку зеленого туризму в Нідерландах є так звана "втеча" від напруженого ритму міського життя, можливість зануритись у сільський побут, можливість розслабитись, прагнення до відпочинку на природі й спілкування із світом живого, родинний відпочинок. Зелений туризм не обмежується лише переглядом природних пам'яток, а й супроводжується активним відпочинком та пропагуванням здорового способу життя. Велика кількість сімейних фермерських господарств поєднують традиційне товарне сільськогосподарське виробництво з веденням малого туристичного бізнесу.

Кожен бажаючий може активно відпочити та спробувати себе в ролі аграрія у квітникарстві, овочівництві, тваринництві в залежності від напрямку діяльності фермерів. Все виробництво таких маленьких ферм – органічне. Малі підприємці знаходять свою нішу на ринку і отримують прибуток, надаючи якісний сервіс. Держава не вимагає від фермерів лише виробництва сільськогосподарської продукції на власній землі, а навпаки підтримує розширення ними видів діяльності, в тому числі у сфері зеленого туризму.

Таблиця 2.3 – Узагальнена характеристика туристичних пропозицій у сільській місцевості в Нідерландах станом на 2023 р.

Місце розташування	Сільська місцевість
Локації, що пропонуються до відвідування та відпочинку	Створені людиною сади, ставки, приватні парки різної тематики, садиби з присадибними ділянками, тваринницькі ферми, теплиці, тощо
Перелік пропозицій та заходів на території туристичного об'єкту	Затишні садиби, ставки, луки, квіти, сади, спілкування зі свійськими тваринами, веганське або органічне харчування, здійснення допомоги по господарству, прийняття участі у цікавих заходах, семінарах та курсах на природі, майстер-класах, натуропатичних процедурах, духовних майстернях, придбання в фермерських магазинах широкого асортименту власних органічних продуктів, додаткова оренда зрубів, наметів, тощо, прогулянки на човнах, природне плавання, прокат велосипедів, каное, інших знарядь для активного відпочинку, відкриті спортивні споруди (тенісні корти, спортивні майданчики для командних ігор)
Зручності та заходи поблизу туристичного об'єкту	Туристичні стежки Прогулянки на природі з гідом Відкритий/ критий басейн Широкий вибір культурних і кулінарних поїздок, екскурсії до пам'яток історії, старовинних маленьких міст.

Джерело: авторська розробка на підставі дослідження пропозицій, розміщених на веб-сайті www.eceat.org

У рамках зеленого туризму в країні активно розвиваються такі напрями психосоціальної реабілітації як агротерапія та гарденотерапія. Агротерапія базується на агротерапевтичних ефектах від вирощування та догляду за сільськогосподарськими рослинами. Локаціями для агротерапії можуть служити тепличні комплекси, поля зі спеціалізацією для вирощування зерна,

овочів та інших культур, присадибні ділянки, тощо. Гарденотерапія є спорідненою до агротерапії методикою, але базується на використанні терапевтичних ефектів від взаємодії людини з окремими типами рослин та комплексно в рамках паркових та лісопаркових зон. Універсальним видом рослин для використання в рамках агротерапії чи гарденотерапії є зелень (мікрозелень) та квіти [37].

Королівство Норвегія охороняє природу суворими законами і правилами, але природа є доступною кожному завдяки новаторському екологічному врядуванню. Так, серед важливих законів щодо державної політики у сфері захисту природи та культурної спадщини є Закон «Про відпочинок на природі» 1957 року, Закон «Про культуру», Закон «Про спадщину». Крім того, Норвегія підтримує низку міжнародних конвенцій про біологічне різноманіття, збереження дикої природи та морських ресурсів, питання клімату та охорони культурної і природної спадщини [38, с. 2-3].

Норвезька асоціація трекінгу (скорочено DNT) є найбільшою організацією відпочинку на природі в Норвегії. Протягом 150 років вона працює над популяризацією подорожей та покращенням умов для всіх, хто насолоджується широким вибором туристичних місць країни, в тому числі надає послуги бронювання спеціалізованого житла (приміщення), об'єднує людей для участі у волонтерських заходах, що мають на меті підтримання порядку у цих приміщеннях для відпочинку та наявності всього необхідного для розміщення відвідувачів і гостей, а також залучити всіх охочих до виконання волонтерських функцій. в тому числі з прокладання маршрутів (розмітки шляхів), проведення екскурсій, фотографування, виконання столярних робіт, тощо. Волонтерам пропонуються завдання, що позиціонуються як захоплюючі виклики в приємній компанії.

Людей закликають бути креативними, об'єднуватися в групи або клуби за регіональною ознакою, розробляти нові туристичні заходи, якщо їх щось не задовольняє з наявними туристичними пропозиціями, пройти курси екскурсоводів або стати лідером туру DNT. Широко використовується

комплекс маркетингових інструментів для залучення та утримання споживачів послуг у цій сфері, навіть якщо ти особисто працюєш в ній. Наприклад, як бонус, членам DNT пропонуються знижки на проживання та харчування в усіх приміщеннях туристичних товариств, розташованих по всій країні, яких налічується понад 580 штук. Діти та молодь отримують 50% знижки ціни проживання в них. При відвіданні більш ніж 100 приміщень особа отримує спеціальний бонус – позолочений ключ, що ненав'язливо змушує її займатися колекціонуванням подорожей). Відпочинок у приміщеннях зможуть знайти всі – родина, дружня компанія, романтична пара, наодинці. Дана організація також підтримує мережу маркованих пішохідних стежок приблизною протяжністю 22000 км і 7000 км розмічених лижних трас [39].

Крім того, важкі часи пандемії та спад у сфері туризму у 2020-2022 роках обумовлювали прояв креативності у реалізації нових можливостей відпочинку та зміні тенденцій. Останнім часом в Норвегії зростає тенденція серед туристів відвідувати маленькі або унікальні місця та ночувати максимально близько до незайманої природи. Одна з конструкцій, яка використовується для такого роду наближений до природи – Birdbox (скринька для птахів) являє собою збірне приміщення з якісних матеріалів, в дизайні, що забезпечує сучасний комфорт з мінімальним втручанням в природу, яке можна розмістити в її унікальних місцях. На сайті [/www.birdbox.no/home](http://www.birdbox.no/home) охочі можуть переглянути вид (екстер'єр, інтер'єр) даного приміщення, їх розташування у різних регіонах Норвегії та забронювати для подорожі. Серед дизайнерських новацій є розробка сучасної компактної конструкції – «офісу на природі» з метою зосередження людини на самоті. Обґрунтування даної розробки: наука показує, що перебування в оточенні рослин, дерев і природи покращує психічне здоров'я, продуктивність і здатність до навчання, тому конструкцію рекомендовано розміщувати в саду, лісі чи будь-якому надихаючому середовищі. Завдяки одному великому вікну спереду, здається, що ви працюєте надворі, одночасно перебуваючи у безпечному місці. Також, пропонуються

варіанти конструкцій для прояву фантазії - домашній офіс, студія йоги, кімната для хобі, додаткова спальня [40].

Норвезьке суспільство любить активний відпочинок, все більше туристів прагнуть отримати унікальні враження від природи обираючи зелені напрямки для подорожі. Менеджмент туристичної галузі намагається знайти правильний баланс між туристичними пропозиціями та захистом природи. Вважають, що дизайн мислення, інноваційна архітектура та електрифікація подорожей є частиною норвезького майбутнього зеленого туризму.

Королівство Данія – одна з найбільш інтенсивних «сільськогосподарських» країн в світі. Сьогодні лише 14% з її загальної земельної площі віднесена до дикої природи та майже дві третини площі її території (42 394 кв.км), зайнято інтенсивним землеробством. Національні парки займають лише 2317 кв.км. у загальній площі. Після 2010 року в Данії точилися політичні дискусії щодо обрання національних стратегій для збереження природи та біорізноманіття. Державна політика у сфері охорони природи стала продовженням політики ООН і цілей ЄС, що вказує на відданість Данії своїм міжнародним зобов'язанням. Через зміцнення у населення почуття спільності, публічного діалогу у данського суспільства є чітке бажання зробити природу та сільську місцевість однією з найважливіших місць для відвідування туристами, що має також економічне підґрунтя – створення тисяч робочих місць. Але не все так безхмарно. Зі сторони великих агропромислових бізнес-структур та фермерських організацій, що використовують монофункціональні методи виробництва, існує сильна опозиція діяльності громадських організацій, волонтерів та інших об'єднань, що ініціюють прориви в екологічній політиці.

Тим не менш, найзначнішим сегментом туризму є прибережний і природний туризм, що визначається як туризм за межами чотирьох головних міст: Копенгагену, Орхусу, Оденсе та Ольборгу.

За даними вебсайту VisitDenmark, що просуває Данію, як напрямок для туризму, чистий оборот від національних та іноземних візитів до узбережжя Данії та природних глибинок у сільській місцевості становить понад 8,5

мільярдів євро щорічно. Прибережний та природний туризм становили понад 70% від загальної кількості 56 мільйонів зареєстрованих ночівель у 2019 році. Близько половини з них – внутрішні споживачі послуг, що робить туризм не просто експортним підприємством. Данські представники малого бізнесу у сфері зеленого туризму, як і в інших скандинавських країнах, роблять ставку на креативність, інноваційність у розвитку екоорієнтованого туризму. Серед пропозицій до відвідання можна знайти як котеджі у класичних селах та маленьких старих містечках, так і дикі кемпінги, будиночки, укриття в лісі, що гармонійно межують з оточуючим середовищем. При бажанні туристи можуть пожити у таборі залізного віку «Земля легенд» в Західній Зеландії, повністю відчувши на собі побут пращурів або по-справжньому відчутти данську культуру провівши відпустку з родиною в орендованому традиційному фургоні, запряженого кіньми, кочуючи сільською місцевістю та зупиняючись в місцевих селах. У сільській місцевості Лолланна туристи можуть орендувати скляну хатинку з панорамним видом на поля, ліс і небо з комфортного ліжка, отримуючі унікальні враження від дикої природи під час вітру, сонячного світла чи дощу, відчувши обійми природи [41].

Діапазон пропозицій послуг вражає від найпростіших маркованих стежок-маршрутів і наметів від негоди до вражаючих креативних центрів для відвідувачів та інсталяцій – і це є національним орієнтиром.

Фокус зору суспільства переключений з використання узбережжя Данії лише для риболовлі та інших супутніх промислів на пропонування туристам узбережжя, як товару для природних вражень. Відразу відчувається співпраця між органами державної влади, приватними і громадськими стейкхолдерами, підприємцями та ентузіастами. Даний напрямок туризму розвивається не хаотично, а завдяки продуманих стратегій розвитку та забезпечення на законодавчому рівні участі громадськості в процесах планування. Варто зазначити, що фінансову підтримку проектам у сфері природного туризму надають приватні фонди, наприклад асоціація «Realdania» підтримує проекти розвитку у забудованому середовищі, а фонд «Nordea Foundation» – пропонує

декілька стратегічних фінансувань проектів розвитку туризму на узбережжі для підтримки фізичної та культурної активності, сприяння заходам громадського здоров'я [42].

Крім того, Данія була першою країною, яка розробила та запровадила національні правила органічного землеробства і систему його перевірки. У 2011 році на державному рівні був прийнятий План дій «Danmark's Organic» відповідно до якого ставилася амбітна мета подвоїти до 2020 року органічно оброблену сільськогосподарську площу угідь відраховуючи від рівня 2007 року. Серед ключових заходів цього Плану було стимулювання попиту на органічні продукти споживачів, приватних і громадських закладів харчування (від шкільних і лікарняних їдальнь до ресторанів), екологічне маркування продукції, підтримка фермерів у переході на органічне виробництво, в тому числі через освітні заходи, тренінги, що зумовлюють прийняття іншого світогляду щодо бережливого землеробства, наповнення новими ідеями (наприклад консультативний сервіс Lean Farming® навчає і консультує як одну людину, так і фермерську команду). Близько 466 ферм у Данії займаються агротуризмом. Агротуризм розуміється як територія перетину сільського господарства та туризму, що включає екологію, сільське господарство, місцеву гастрономію та звичаї, притаманних певному регіону. Відвідувачі отримують можливість побачити та відчувати новітні технології та ноу-хау в сільському господарстві.

За результатами виконання плану дій «Danmark's Organic» площа органічного землеробства зросла у 2018 році на 57 відсотків, а ємність продажів органічної продукції у магазинах – збільшилася більш ніж удвічі. Данські експерти вважають, що у Данії – 13 відсотків – найвищий органічний вміст частки ринку в супермаркетах і такий результат не стався раптом. Це результат плідної співпраці між далекоглядними фермерами, організаціями та політиками, що перетворило Данію на провідну країну світу з органіки [43].

Органи державної влади, місцеві громади, інші стейкхолдери, підприємці Данії у своїй взаємодії намагаються шукати синергії між туризмом і

природоохоронними зусиллями, створювати умови для змін в управлінні сільською місцевістю, методах землеробства з можливостями для перетворення старих сільськогосподарських угідь на нові природні середовища, розвивати інфраструктуру та інформаційно-комунікаційні технології у цій сфері, екологічну свідомість населення, сподіваючись на перспективи для нової парадигми планування з використанням стратегії дизайнерського втручання для гармонізації відносин людини і природного середовища.

2.2. Фінляндія, як приклад автентичної концепції у розвитку сфери зеленого туризму

Вивчаючи досвід Фінляндії зроблено висновок, стосовно того що Фінляндія, як соціально-орієнтована держава Північної Європи, багато уваги приділяє збереженню природи. Населення пишається природою своєї країни, вважаючи, що зв'язок із природою сприяє їх добробуту. Близько 12% усіх природних угідь Фінляндії – це різні види природоохоронних територій: суворі заповідники, приватні та громадські природоохоронні території та національні парки. Перші національні парки та заповідники були засновані у 1938 р., деякі з них були втрачені внаслідок війни. Друга хвиля розбудови національних парків почалася у 1956 році і сьогодні існує 40 національних парків, що знаходяться у державній власності. Управління цими об'єктами та їх інфраструктурою здійснює Державне підприємство Metsähallitus, що входить до сфери управління Міністерства сільського і лісового господарства Фінляндії. Спочатку парки розглядалися як природоохоронні території, але у другій половині XX століття акцент перемістився від збереження природи до поєднання природи з туризмом. Потрібна була допоміжна інфраструктура, щоб полегшити відвідування та одночасно захистити природне середовище від відвідувачів. Були розроблені марковані стежки з мостами, мережі диких хижин, сухих туалетів і спеціально споруджені місця для розведення багаття. Дане державне підприємство має свої веб-сайти, що містить повну інформацію та вказівки

щодо кодексу поведінки відвідувачів на території парку, порядку перебування за принципом «не залишати слідів». Статистика відвідувачів за рік на цих сайтах по 40 національним паркам – майже 4 мільйони відвідувань у 2020 році. У 2021 році збільшено втричі фінансування ремонту інфраструктури національних парків для ще більшого залучення зростаючої кожного року кількості подорожуючих на умовах зеленого туризму зараз і у майбутньому. Національною стратегією Фінляндії на період з 2019–2028 роки у сфері туризму є підтримка та розвиток сталого туризму. З цією метою для всіх стейкхолдерів у сфері туризму розроблена безкоштовна програма Sustainable Travel Finland (STF), в рамках якої компанії проходять покроково курс, що включає аналіз свого поточного стану через самооцінку програми STF, розробку плану розвитку відповідно до міжнародних стандартів сталого розвитку, отримання конкретного інструментарію відповідно критеріям розвитку сталого туризму для полегшення впровадження рішень у повсякденне життя регіону чи компанії. За результатами вжиття дій, які хоча б мінімально відповідають критеріям цієї програми компанія або туристично приваблива територія (дестинація) отримують на 2 роки маркування STF, укладають договір про етичне використання маркування за умовами якого беруть на себе зобов'язання регулярно актуалізувати свої компетентності у сфері сталого туризму, переглядати план розвитку та план дій, здійснювати моніторинг показників і оновлювати маркування, отримуючи відповідний сертифікат. Весь курс дотримується однієї концептуальної схеми – він завжди пристосований до конкретних потреб регіону. До вересня 2023 року 367 компаній, які пропонують понад 1000 подорожей у Фінляндії, вже отримали знак STF. В жовтні 2023 року запущена нова цифрова платформа програми STF – STF Hub, скориставшись якою зацікавлена особа може подати заявку на участь у програмі STF, зареєструвавшись у STF Hub [44].

Населення Фінляндії обізнані про позитивний ефект від проведення часу на природі. Прогулянка лісом заспокоюють нервову систему, знижують артеріальний тиск і покращують функції імунної системи. Тому, для

подорожуючих пропонується активне проведення часу на природі та підтримання фізичного здоров'я: піші або вело прогулянки, походи, катання або біг на лижах, ковзанах, бобслей, споглядання північного сяйва, знайомство з гастрономічними традиціями, купання в ополонці, сауна – невід'ємна частина фінської культури та повсякденного життя, перезавантаженням тіла і душі від отримання позитивних емоцій, отримання відчуття безмежного щастя. Для підсилення цього ефекту фіни є професіоналами в створенні гармонічного з природою сучасного дизайну будь-яких архітектурних форм та інтер'єрів приміщень. Крім того, фіни підтримують мало масштабну туристичну забудову, яка, як не дивно, створює більше місткості, ніж великі готелі та курорти.

Відкриті домівки з місцем для багаття в дикій природі є найпоширенішими типами осель для безкоштовного користування або на умовах оренди. Вони призначені для ночівлі під час походу. Інші типи помешкань – це відкриті будиночки (не є закритими стінами з усіх боків), намети, що підходять для короткої зупинки та відпочинку протягом дня. Усі відкриті хатинки призначені лише для окремих осіб і невеликих груп. Дуже показово, що правила поведінки відвідувачів застосовуються до всіх видів домівок в незалежності від умов їх оплатності: домівку потрібно залишити в тому ж стані в якому було знайдено, в тому числі нарубати дрова для наступних відвідувачів [45].

Осередок громадської організації ЕСЕАТ в Фінляндії підтримує та розвиває сталу туристичну мережу. Особлива увага приділяється екологічній та культурній стійкості туристичних послуг, що підтримують органічне сільське господарство, стале землекористування, захист природи та навколишнього середовища, а також захист культурної спадщини та традиційних сільських ландшафтів. Як і в Нідерландах, організація надає туристу сервіс зі знаходження офіційно позначених об'єктів для відпочинку та має інформаційно комунікаційні технології поєднання власників об'єктів відпочинку і

мандрівників особисто або через центральну систему бронювання подорожей у Фінляндії.

Таблиця 2.4 – Узагальнена характеристика туристичних пропозицій у сільській місцевості в Фінляндії станом на 2023 р.

Місце розташування	Сільська місцевість
Локації, типи приміщень, що пропонуються до відпочинку	Екологічно відповідальні пансіонати, маленькі готелі, приватні котеджі, апартаменти, квартири, кемпінги, інші види стаціонарних та модульних приміщень з/без встановленням мінімального строку оренди, розташованих біля національних парків, на березі водойм, території органічних ферм або ферм у стилі ретро, тощо.
Перелік пропозицій та заходів на території туристичного об'єкту	Розміщення, можливість органічного харчування, спілкування зі свійськими тваринами, здійснення допомоги по господарству, придбання фермерських органічних продуктів, додаткова оренда зрубів, наметів, тощо, прогулянки на човнах, сауна, дозвіл на риболовлю, пляж біля ставка/озера, прокат велосипедів, інших знарядь для активного відпочинку.
Зручності та заходи поблизу туристичного об'єкту	Національні парки, інші природоохоронні приватні та громадські території, що включають всю необхідну інфраструктуру. Прогулянки на природі з гідом. Мисливські угіддя, риболовля. Збір ягід. Курсові центри.

Джерело: авторська розробка на підставі аналізу даних, що містять на веб-сайті <https://luomumatkailu.fi/en/eceat-finland> [46]

Малий бізнес Фінляндії у сфері зеленого туризму пропонує повсякденне життя у тиші і спокої серед чистого природного середовища з автентичним вживанням у фінські традиції, культуру побуту та мобільність, що забезпечується власними м'язами туристів.

2.3. Дослідження іспанського досвіду розвитку підприємств у сфері зеленого туризму

Іспанія є популярною країною регіону Середземномор'я з багатовіковою історією розвитку сільського господарства, культури та регіональних традицій, що вплинуло на особливості розвитку діяльності малого бізнесу у сфері зеленого туризму. Ця європейська країна, серед інших країн Європи, має найбільшу кількість біосферних заповідників – 34, коли в Данії та Нідерландах, до прикладу, лише по одному.

В країні динамічно розвивається сільське господарство, агротуризм і екотуризм, що мають сталий туристичний напрям. Ці види туризму об'єднують все, що пов'язано з сільською місцевістю, сільським середовищем, природою та повагою до неї. Більшість агротуристичних об'єктів розташовані поблизу або в межах різних національних парків. Крім того, велика кількість середньовічних замків, фортів, розташованих по всій Іспанії, дозволило багатьом селищам різних іспанських провінцій, серед яких такі як Сарагоса, Астурія, Аліканте, перетворитися на центри туристичного тяжіння.

Домінуючим видом зеленого туризму в Іспанії є агротуризм.

Агротуризм по-іспанські – це форма сільського туризму, де туристи розміщуються на невеликих органічних фермах або в сільських будинках (*casa rural*). Фермери та місцеве сільське населення, усвідомлюють, що для систематичного соціально-економічне покращення умов життя та навколишнього середовища, своєю діяльністю потрібно сприяти диверсифікації доходів від сільського господарства через модель сталого туризму в сільській місцевості. Ця концепція агротуризму заснована на прийомі туристів на самих фермах, без обов'язкової прямої потреби в розміщенні на ночівлю та обов'язковості участі туриста в активних виробничих процесах, але має на меті показати туристу щоденну діяльність ферми, яка функціонує з ним або без нього, а турист лише за бажанням інтегрується у контекст її повсякдення. Модель класичного масового сільського туризму вважається застарілою.

Агротуризм сприяє взаємозв'язку між стійким сільським господарством і відповідальним туризмом, перетворюючи фермерів на учасників власного розвитку та сприяючи проектам і ініціативам для боротьби з опустелюванням сільських територій.

До принципів, на яких ґрунтуються агротуристичні пропозиції відносять:

- 1) Етика – перш за.
- 2) Тріада складових: сільське господарство – туризм – природа.
- 3) Фермер пропонує унікальний тип прийому туристів на принципах взаємної поваги та інформативності, виступає за те, щоб про його професію та про його оточення стало відомо.
- 4) Фермер гарантує якість продукції власного виробництва.
- 5) Агротуристичну діяльність проектують і організовують саме ті, хто цим живе.
- 6) Співпраця з місцевими діячами культури та мистецтва збагачує місцеву туристичну динаміку завдяки анімаційним та демонстраційним заходам, пов'язаними з місцевими ресурсами та професіями.
- 7) Агротуризм підтримує життя в сільській місцевості, популяризує модель сталого розвитку територій, зберігає місцеву самобутність та заохочує активну участь місцевого населення [47].

Споживачі агротуристичних пропозицій в Іспанії насолоджуються прямим контактом не тільки з природою, але й повністю занурюються в традиції та сільський спосіб життя фермерської родини, комунікують з місцевим сільським населенням, відвідують природні території. Туристи зсередини відчують процеси виробництва у сільському господарстві, в тому числі отримання продукції тваринництва чи рослинництва, знайомляться «з перших рук» з місцевою гастрономією, що сприяє економічному покращенню середовища існування та більшій обізнаності туристів про навколишнє середовище. Основна відмінність агротуризму в Іспанії від традиційного сільського туризму полягає в тому, що в традиційному сільському житті немає туристичних пропозицій або заходів, які б доповнювали перебування в житлі.

Таблиця 2.5 – Узагальнена характеристика туристичних пропозицій у сільській місцевості в Іспанії станом на 2023 р.

Місце розташування	Сільська місцевість
Локації, типи приміщень, що пропонують до відпочинку	В залежності потреб туриста: - маленькі готелі, сільські будинки, органічні ферми, сільські апартаменти, кемпінги, школи-ферми для дітей, ферми - екомузеї (бюджетно); - туризм в безлюдних селах, відреставровані старовинні будинки або перетворені тваринницькі приміщення на сільське житло (бюджетно); - замки, розкішні вілли та замські будинки, побудовані у місцях з вражаючою природною красою (дорого, «ціна не важлива»).
Зручності та заходи поблизу туристичного об'єкту	Національні парки; Біосферні заповідники; Інші природоохоронні зони; Пам'ятки середньовічної історії та культури; Розважальні центри; Аквапарки; Яхт-клуби; Оригінальні свята та фестивалі (наприклад, фестиваль пастухів на озерах Ковадонга з показами мастифів, Свято вина у Льейді); Прокат автомобілей, човнів, катерів; Дайвінг.
Зручності та заходи поблизу туристичного об'єкту	Національні парки, біосферні заповідники, інші природоохоронні приватні та пам'ятки середньовічної історії та культури, розважальні центри, аквапарки, яхт-клуби, оригінальні свята та фестивалі (наприклад, фестиваль пастухів на озерах Ковадонга з показами мастифів, Свято вина у Льейді); прокат автомобілей, човнів, катерів; дайвінг
Перелік пропозицій та заходів на території туристичного об'єкту	В залежності від потреб туриста: - занурення в роботу фермерів та виконання типових завдань у сільському господарстві: годівля тварин, доїння корів і кіз, випас худоби, збирання яєць, катання на конях, робота в оливкових гаях, в сільськогосподарських садах зі збирання апельсинів та інших фруктів, оранжереях, участь у зборі винограду та виготовленні вина або сидру, отримання іншого досвіду повсякденного життя фермерської сім'ї; - сади, перетворені з сільськогосподарських на рекреаційні, зосереджені головним чином на отриманні відвідувачами сенсорних насолод; - природничі класи для дітей (спостереження за птахами, земноводними, дослідження ґрунту, маршрути околицями, технологія приготування сидру, садові технології, екологічні освітні ігри); - сезонні майстер-класи та професійні майстер-класи (кулінарні, виготовлення мила, ароматичних олій, прикрас, тощо); - ексклюзивне натуропатичне лікування, найкращі зручності, розкішні деталі екстер'єру та інтер'єру; - типовий перелік додаткових опцій у місці перебування: відкритий басейн, дитячий майданчик, прокат велосипедів, тераси для відпочинку з гарним видом на природні пейзажі, сніданок або повний пансіон з продуктів місцевого виробництва, веганська кухня, винний льох та сеанси дегустації, кулінарні майстер-класи, майстер-класи з виготовлення мила, ароматичних олій, прикрас, приладдя для барбекю, гамаки, шезлонги, тощо; за відгуками туристів ексклюзивна пропозиція – бездоганна увага з боку власників об'єктів.

Джерело: авторська розробка на основі аналізу даних веб-сайтів www.agroturismoespana.com . [49] та www.ecotur.es [47]

Власники ферм, сільських будинків в Іспанії мають свої асоціації, серед завдань яких є здійснення категоризації сільських будинків залежно від рівня наданих послуг і контролю за дотриманням їх відповідності вимогам асоціацій. Підприємці, фермери пропонують широкий асортимент пропозицій місць для відпочинку у сільській місцевості по всій країні.

Добре налагоджені інформаційно-комунікаційні сервіси. Наприклад, веб-сайти «agroturismoespana.com», «ecotur.es» сприяють туристам в ознайомленні з концепціями та пропозиціями та з можливістю бронювання місць.

Фонд Екоагротуризму (Fundacion Ecoagroturismo), з місцезнаходженням в Астурії, є афілійованим членом міжнародної громадської організації ЕСЕАТ. Це надає їм право використовувати бренд ЕСЕАТ виключно у своїй країні, прямий доступ до маркетингової діяльності ЕСЕАТ та доступ до стійких систем вимірювання якості туристичних послуг ЕСЕАТ, обмін досвідом та інформацією з усіма членами організації, участь у розробці та інноваційних проектах ЕСЕАТ по всьому світу [48]. Екотуризм по-іспанськи – це форма екологічного туризму, коли турист відвідує природні території, насолоджується фауною, флорою, ландшафтом, спілкується з місцевим населенням та намагається якомога менше змінювати природне середовище, де він подорожує. Метою екотуризму є максимальне зменшення негативного впливу людини на соціокультурне та природне середовище.

2.4. Особливості шведського досвіду у розвитку сфери зеленого туризму

За останні 50 років у сільській місцевості Швеції, як і в інших розвинених країнах, відбулися структурні зміни в результаті економічних, політичних, соціальних і технологічних змін. Комерціалізація сільського господарства, зміни в технологіях вирощування сільськогосподарських культур, її переробки, а також глобальні політичні та економічні зміни – все це сприяло зміні соціальних, культурних та економічних умов життя шведського населення у сільській місцевості у бік його погіршення (зменшення доходів, можливостей

працевлаштування, закриття магазинів і шкіл, відносно скорочення асортименту послуг і громадського розвитку місцевих територій). Такі умови призвели до зниження привабливості сільських територій, молоді групи сільського населення почали високими темпами мігрувати у міста, залишаючи в селах старіючі покоління населення. За даними статистичного управління Швеції, оприлюдненими у 2002 році кількість ферм скоротилася з приблизно 117900 у 1980 році до 76 800 у 2000 році.

Це все зумовило політичну реакцію уряду Швеції з метою розробки плану дій з протидії урбанізації, відновлення сільських територій та запровадження нових моделей економічної діяльності з метою диверсифікації видів діяльності в сільській місцевості. Було здійснено припущення про те, що розвиток фермерського туризму може бути засобом пом'якшення структурних проблем сільських районів Швеції.

Тому, в той час як фермерський туризм має понад столітню традицію застосування в Іспанії, Франції, Німеччині, Австрії, у Швеції він розвинувся порівняно недавно в більш широкому масштабі, як один з засобів подолання структурних проблем сільських територій, отримання економічних вигід іншими зацікавленими особами (місцеві громади, громадський транспорт, банки, тощо). Крім того, такий вид туризму розглядали як стійкий, бо він є соціально вмотивованою діяльністю, яка не створює нових залежностей і не порушує місцеві економічні системи, вплив на навколишнє середовище є незначним, а споживання енергії знаходиться в межах стійкості.

Державна підтримка фермерського туризму та сприяння його активного розвитку була обумовлена в тому числі наміром досягнення таких результатів: підвищення добробуту фермерів, «м'яке» перешкодження міграції та закриттю ферм, сталий розвиток сільських територій. Фермерський туризм був концептуалізований як «альтернативне фермерське підприємство», що включає одну з кількох потенційних форм диверсифікації фермерського малого бізнесу.

Сучасні тенденції вказують на зростання популярності фермерського туризму в Швеції. Сьогодні фермерський туризм є визнаним засобом

диверсифікації сільського господарства та сільської економіки, роблячи її менш вразливою до ринкової нестабільності. Будучи гнучким підприємством, фермерський туризм може розширюватися та скорочуватися відповідно до вимог ринку. Цей напрямок забезпечує роботою особливо жінок (наприклад дружин та інших родичок фермерів). Існує думка, що жінки стануть активними учасниками збереження традиційних, сільськогосподарських і природничих приватних дестинацій у фермерському туризмі.

Одним із важливих аспектів фермерського туризму в Швеції вважають його позитивну роль у наданні знань туристам про виробництво їжі та природні процеси в цілому. Це підвищує їх інтерес до навколишнього середовища та сприяє критичному ставленню людей до «сучасного стилю» життя. Вважаються важливими для дітей контакти з тваринами, розвиток через емпатію дітей до тварин їх бажання піклуватися про них. Проведені дослідження показали, що тварини позитивно впливають на здоров'я та благополуччя як дітей, так і дорослих. Таким чином, фермерський туризм виглядає ідеальним способом викликати інтерес до тварин і природи.

За підтримки Національного агентства з сільського господарства Швеції та союзу фермерів у 1989 році була заснована фермерська громадська організація. З розвитком діяльності цієї організації вона має національне управління, що відповідає за організацію національного та міжнародного маркетингу, збір статистичних даних, опрацювання інформації та співпрацю з органами влади та іншими організаціями, а також незалежні регіональні осередки, які на умовах самоврядування здійснюють підтримку, моніторинг і контроль за діяльністю фермерських господарств в кожному регіоні. Фермер, що виявив бажання займатися фермерським туризмом з відносно невеликими матеріальними зусиллями та стати членом громадської організації повинен виконати певний алгоритм дій, а саме:

- 1) отримати від громадської організації інформаційний пакет, який містить важливу інформацію, необхідну для початку діяльності у сфері

фермерського туризму, включаючи вимоги до стандартів якості, правовий статус, страхування та маркетинг;

2) оплатити вартість контрольного візиту представників організації на ферму;

3) стати членом громадської організації національного та/або регіонального масштабу, сплативши членські внески

4) сплатити вартість маркетингових послуг з просування туристичного продукту фермерського господарства;

5) підтримувати щорічно внесками статус свого членства в громадській організації.

У 1989 році членами цієї громадської організації були лише 9 ферм, але з кожним роком організація стрімко розвивалася. В 2001 році близько 490 фермерських господарств стали здійснювати агротуристичну діяльність.

Фермерський туризм у Швеції значною мірою базується на іміджі кращого соціального та фізичного світу, тому прихильність шведів до відпочинку на фермі висока.

Фермерський маркетинг у Швеції: життя в сільській місцевості протистоїть утилітарним і матеріалістичним цінностям міст і втілює ті якості, яких не вистачає міському суспільству: чисту природу, здоров'я, хорошу їжу, спокій і тишу, соціальну взаємодію, прийнятні ціни та дружнє до дітей середовище. Сільська місцевість означає кращий фізичний і соціальний світ. Фото фермерських господарств містять світлини фермера та його родини, ілюструють ідилічні фермерські будинки, дітей з літніми квітами на головах, аукціони в фермерських будинках, роботу на полях за допомогою коней, дітей з коровами, домашню їжу, тварин, тощо. Тобто, фотографії в каталогах сприяють залученню клієнтів, «пропонуючи» йому особисті стосунки, єдність з природою, здоровий спосіб життя без стресу та традиційні цінності. Реклама умисно збуджує у клієнтів образи «певної відсталості сільського способу життя», хоча тим самим репрезентує напрям антимодерності.

Фермерський туризм у Швеції є виключно малим бізнесом. На ферму допускається не більше восьми ліжок у чотирьох кімнатах. Шведські фермери пропонують три різні варіанти розміщення: житло з власною кухнею, ліжко та сніданок і кемпінг. Ночівля та сніданок є найпопулярнішим формами розміщення на фермі. За дотриманням вимог щодо кількості туристів на DESTИНАЦІЯХ суворо стежать, в тому числі органи влади (поліція, департамент охорони здоров'я), що у разі встановлення порушення вимог змінять її правовий статус. Цільовою аудиторією фермерського туризму є сім'ї з дітьми, літні пари, працівники, які шукають тимчасове недороге житло, іноземці. [50]

Таблиця 2.6 – Узагальнена характеристика туристичних пропозицій у сільській місцевості в Швеції станом на 2023 р.

Місце розташування	Сільська місцевість
Локації, типи приміщень, що пропонуються до відпочинку	В залежності потреб туриста: - фермерський котедж, відреставровані ферми та господарські будівлі 19 століття (комора, стайня, тощо)
Перелік пропозицій та заходів на території туристичного об'єкту	В залежності від потреб туриста: коні та інші тварини, сад з барбекю, оранжереєю та місцем для ігор, випас овець на навколишніх пасовищах, участь у молочному виробництві
Зручності та заходи поблизу туристичного об'єкту	Риболовля, збір ягід та грибів, човни, транспортні прогулянки, парки дикої природи, аквапарки, торгові центри, пішохідні стежки, плавання в озері (морі), екскурсії з гідом

Джерело: авторська розробка на основі аналізу даних веб-сайту www.farmstaysweden.com [51]

Додатковими мотивами для початку малого бізнесу у Швеції виділяють:

1) бажання фермера скористатися порожніми будівлями або кімнатами на території ферми, що не використовуються у сільському господарстві, а отриманий дохід від туристичної діяльності в тому числі розподілити на ремонт цих приміщень;

2) соціальний мотив (характерно зав'язування позитивних відносин між туристами та фермерами. Обидві сторони зацікавлені в соціальних контактах, і тому фермери, як правило, дуже охоче показують, пояснюють і «виховують» туристів. Такі тісні контакти з клієнтами є ключовими для малого бізнесу у цій

сфері, бо «емоційно прив'язує» клієнтів до дестинації та фермера особисто. Дослідники пояснюють відкритість фермерів до соціальних контактів, також і такими причинами, як неможливість фермеру покинути тимчасово своє господарство через щоденне піклування про тварин. Як наслідок, їхній особистий досвід подорожей часто незначний і туризм розглядається як можливість фермеру дізнатися в ході особистого спілкування від туристів багато цікавого про зовнішній світ. Тому і фермер, і турист несуть один одному соціальну користь, крім того, інтерес туристів сприяють підвищенню самооцінці фермерів [50].

Фермерський туризм в Швеції вважають стійким, оскільки він має невеликі масштаби та існує невеликий ризик негативних екологічних або соціально-економічних наслідків при продовженні його зростання.

Висновок до розділу 2

Особливості організації діяльності малого бізнесу у сфері зеленого туризму притаманні кожній з розглянутих європейській країн. Без діалогу на національному та регіональних рівнях всіх зацікавлених осіб: органів державної влади та місцевих громад, громадських організацій та волонтерів, підприємців та ентузіастів, приватних фондів фінансової підтримки, державної підтримки розвитку проектів у сфері зеленого туризму, незалежних експертних досліджень та розробки плану дій з реальними вихідними даними, застосування новаторських методів управління, креативного мислення та інших заходів, такого б результату й годі було б очікувати в цих країнах.

Тому потрібно звернути особливу увагу на чинники, що сприяли динамічному розвитку малого бізнесу у сфері зеленого туризму в «щасливих» європейських країнах:

1. Розвиток зеленого туризму не декларувався, а втілювався у життя, як спосіб розвитку сільської інфраструктури, залучення інвестицій та покращення життя місцевих мешканців.

2. Були створені громадські організації, проекти, що реально допомагають ентузіастам та початківцям у сфері малого бізнесу, фермерам та іншим особам у вирішенні питань організації та «зустрічі» малого бізнесу і ринку у сфері зеленого туризму, а місцевим органам влади та неурядовим організаціям у більш стійкому маркетингу управління туристичними напрямками.

3. Держави переглянули вимоги до фермерів щодо виробництва сільськогосподарської продукції на власній землі, та всіляко підтримують розширення ними видів діяльності, в тому числі у сфері зеленого туризму, що сприятиме переходу фермерських господарств на органічне землеробство.

4. Запобігання лобіюванню інтересів великих агропромислових бізнес-структур, що використовують монофункціональні методи виробництва при прийнятті важливих нормативних документів, що регулюють діяльність малого бізнесу, в тому числі фермерських господарств у сфері зеленого туризму.

5. Розроблені заходи новаторського екологічного врядування для популяризації подорожей у сільські місцевості, започатковані об'єднання людей для участі у волонтерських заходах з облаштування локацій малого бізнесу у сфері зеленого туризму, підтримання порядку на них для відпочинку, і це не вважається тіньовим «наймом» працівників, а розуміється як внесок ними у свій майбутній відпочинок на локаціях на пільгових умовах.

6. Частиною майбутнього зеленого туризму вважається дизайн мислення та інноваційна архітектура, що дозволить креативити архітекторам та дизайнерам, втілювати їх конструктивні рішення модульних або інших збірних приміщень, що забезпечують сучасний комфорт з мінімальним втручанням в природу, та є більш екологічними, ніж капітальне будівництво чи реконструкція садиб, облаштування будівлями та спорудами відокремлених фермерських господарств, тощо.

7. Національний орієнтир держав у сфері зеленого туризму – наявність широкого діапазону пропозицій послуг від найпростіших маркованих стежок-

маршрутів і затишних укриттів до вражаючих креативних центрів для відвідувачів та інсталяцій.

8. Фокус зору суспільства переключений з використання природних ресурсів лише для багатофункціонального сільського господарства та інших супутніх галузей економіки на збільшення показнику пропонування туристам цього ж ресурсу, як товару для природних вражень.

9. Підприємці, фермери та інші особи, що мають бажання започаткувати малий бізнес у сфері зеленого туризму мають можливість отримувати фінансову підтримку від приватних фондів, через грантові програми та на інших підставах на пільгових умовах або без зобов'язання повернення коштів.

10. Розвиваються інформаційно-комунікаційні технології у цій сфері, нова парадигми планування з використанням стратегії дизайнерського втручання для гармонізації відносин людини і природного середовища.

11. Втілюються безкоштовні освітні програми, пристосовані до конкретних потреб окремих регіонів, зі сталого розвитку у сфері зеленого туризму, організації малого бізнесу, що допомагають охочим здійснити самооцінку своїх можливостей, отримати конкретний інструментарій відповідно критеріям розвитку сталого туризму для полегшення впровадження управлінських рішень у повсякденне життя компанії.

12. Зростається у свідомості населення відчуття, що зв'язок із рідною природою сприяє їх добробуту.

13. Обмежено зловживання поняттям малий бізнес, шляхом визначення нормативно граничних норм перебування кількості осіб на туристичних локаціях, в садибах, інших приміщеннях, в залежності від обрання ними подорожей екоорієнтованого спрямування.

РОЗДІЛ 3 ПРОЕКТ СТВОРЕННЯ СУБ'ЄКТУ МАЛОГО БІЗНЕСУ У СФЕРІ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ

3.1. Обґрунтування створення агротуристичного господарства як напрямку організації малого бізнесу у сфері зеленого туризму в Україні

Історія України свідчить про активний розвиток у другій половині XVII – першій половині XVIII ст. в сільській місцевості господарств фермерського типу, виникнення яких історики пов'язують з козацькими землеволодіннями. Козацтво, освоюючи землі південного регіону, перетворювалося в типових фермерів. Господарська діяльність велася на власній чи орендованій землі з використанням праці членів родини або найманих працівників. За її результатами утверджувався новий спосіб діяльності, зароджувалася модель нових суспільних відносин, що базувалися на вільному підприємництві. Кандидат історичних наук О. М. Апанович зазначала, що "на Запорізькій Січі, де ніколи не було кріпацтва, уперше в Європі склалася прогресивна форма багатогалузевого господарства фермерського типу".

Однак, в радянський період історії України з 1928 по 1933 роки радянською владою була проведена кампанія з колективізації селянських господарств, в тому числі шляхом експропріації майна, порушення політичних, соціально-економічних прав селян, що отримало назву «розкуркулення». В результаті цих заходів, на території України були тотально винищені приватні селянські господарства фермерського типу.

З оголошенням 24 серпня 1991 року незалежності України та прийняттям Президентом України Указу « Про порядок паювання земель, переданих у колективну власність сільськогосподарським підприємствам і організаціям» від 8 серпня 1995 року N 720/95» [52].

В країні розпочалася земельна реформа, яка триває досі та постійно зазнає трансформацій, в тому числі відносно інтересів громадян України, починаючи з етапу відновлення підприємництва у сільській місцевості через

процес розпаювання землі та отримання членами колективних (державних) сільськогосподарських підприємств сертифікатів на право на земельну частку (пай), наступного виділення землі в натурі та отримання державного акту на право приватної власності на землю (іншого право встановлювального документу) та/або отримання безоплатно землі в граничних розмірах з підстав, передбачених статтею 121 Земельного кодексу України, земельних ділянок (в тому числі для ведення фермерського господарства, для ведення особистого селянського господарства до 2 гектарів) [53], що зумовлює здійснення особою в порядку передбаченого законом права власності (володіння, користування, розпорядження) на землю.

Одним з завдань земельної реформи на сучасному етапі є забезпечення реалізації конституційних прав громадян на вільне розпоряджання своєю власністю, в тому числі через запровадження прозорого ринку земель сільськогосподарського призначення, що зумовлено негативними наслідками довготривалої заборони на купівлю-продаж сільськогосподарських земель , негативним міграційним сальдо сільського населення; недоотримання власниками земель орендної плати за свої землі; виснаження ґрунтів; розвитку тіньової економіки та недоотримання доходів бюджету по всій країні [54].

Вищезазначені негативні наслідки повністю підтверджуються щоденною реальністю. З кожним днем покоління первинних власників сільськогосподарських земель, що були народжені в період з 1925 року та набули право власності на землю в перше десятиліття незалежності нашої країни поступово вмирає. Нажаль, починаючи з 1994 року активного відновлення фермерства серед цих осіб та ефективного власного використання землі на засадах підприємництва не відбулося. Земля неодноразово передавалася в оренду сільськогосподарським підприємствам на тривалий строк, що зумовило появу по всій території України агрохолдингів та інших великих сільськогосподарських підприємств та як наслідок призвело до деформування аграрного ринку України по структурі сільськогосподарського виробництва. Аграрний ринок, що має сировинний характер, представлений по

структурі виробництва великими, середніми та малими підприємствами з банком орендованої землі від 100 га, що спеціалізуються на вирощуванні зернових, зернобобових та технічних високорентабельних й швидкоокупних сільськогосподарських культур; дрібні підприємства, фермери та особисті селянські господарства населення зайняті на виробництві трудомісткої продукції тваринництва, вирощуванні плодовоовочевих та ягідних культур [55].

Кількість сільськогосподарських виробників, що займаються основною діяльністю згідно КВЕД 01.11. «Вирощування зернових культур (крім рису), бобових культур і насіння олійних культур» є домінуючою як в Україні, так і в Запорізькій області зокрема.

Оренда землі і сьогодні залишається основним інструментом власника щодо розпорядження землею, а орендна плата є його мізерним додатковим доходом, яким він залишається постійно невдоволеним.

2021 рік, це не лише рік відкриття ринку сільськогосподарських земель в Україні для фізичних осіб, а це й рік з якого, на нашу думку, будуть масово переукладатися сільськогосподарськими підприємствами договори оренди землі на новий строк, з наполяганням на зазначенні в договорі такої суттєвої умови, як умова щодо поновлення договору після закінчення строку, на який його укладено, використовуючи норму частини 2 Стаття 126⁻¹ Земельного кодексу України, відповідно до якої поновленням договору вважається поновлення договору без вчинення сторонами договору письмового правочину про його поновлення в разі відсутності заяви однієї із сторін про виключення з Державного реєстру речових прав на нерухоме майно відомостей про поновлення договору. Вчинення інших дій сторонами договору для його поновлення не вимагається [53].

Необізнаність власників земельних ділянок про такі тонкощі оренди при укладенні договорів на новий строк, а також пасивна поведінка щодо власного активу призведе у майбутньому до безкінечної оренди землі, а необтяжуючим виходом для власника буде лише її продаж орендарю (підприємствам, що

набудуть права бути покупцем землі з 01 січня 2024 року) або «близьким особам» в орбіті орендаря.

На зміну первинним власникам землі в порядку спадкування, отримання дару, з інших підстав приходять їх діти, онуки, інші особи. Громадяни продовжують набувати право власності на землю за рішеннями територіальних громад, на підставі цивільно-правових договорів. І ці особи є переважно молодими або середнього віку людьми, що можливо позбавлені страху започаткування власної справи.

Тому, зараз в Україні існує другий шанс на відновлення фермерства чи ведення малого бізнесу в інших організаційно-правових формах на сільських територіях, що сприятиме переходу України до сталого розвитку в післявоєнний період. І цей шанс у часі буде дуже коротким. Тому, проактивним власникам землі та особам, які мають намір започаткувати власну справу у сільській місцевості, в тому числі в сфері зеленого туризму, потрібно якнайшвидше звільнити від оренди свою власність та, використовуючі державні програми підтримки розвитку власної справи, інші програми фінансової підтримки, що реалізуються вітчизняними та зарубіжними організаціями, приватними особами, на партнерських умовах, спробувати започаткувати малий бізнес, в тому числі у сфері зеленого туризму.

До проактивних власників землі, належить і автор цієї роботи, бо проактивність – це здатність вільно розпоряджатися свободою вибору, бути ефективним; відповідальним за власне життя, свої досягнення та помилки [56].

Проект автора роботи передбачає створення агротуристичного фермерського господарства, як форми підприємницької діяльності громадянина, який виявив бажання здійснити диверсифікацію сільськогосподарського виробництва для досягнення синергетичного ефекту через надання послуг у сфері зеленого туризму (агротуризму), здійснення соціальних заходів з пропагування населенню принад сучасного «сільського стилю життя».

Концепція проекту:

Ідея проекту в тім, щоб одночасно з вирощуванням квітів, інших декоративних та багаторічних рослин (у значенні термінів, передбачених Законом України «Про насіння і садивний матеріал» [57] надавати послуги у сфері зеленого туризму (агротуризму) з організації короткострокового відпочинку та часу дозвілля осіб, пов'язаних з їх відвіданням, перебуванням на локації та використанням майна господарства для відпочинку.

За задумом – це місце для поціновувачів рослин, естетики, гарних фото світлин, релаксації, відновлення психоемоційного стану, для сімейного, романтичного дозвілля, спілкування та інтеграції людей, зокрема, людей, що фізично та психоемоційно переживають наслідки військової агресії російської федерації проти України, у природне та суспільне середовище, завдяки перебуванню у якому люди отримують можливість:

- отримати агротерапевтичні ефекти від спостереження та добровільного долучення до вирощування, догляду за рослинами, будь-якої іншої творчої взаємодії з рослинами, іншими об'єктами та між собою під час відвідання запропонованих локацій, використання локацій для агротерапії і гарденотерапії особливо для дітей, осіб похилого віку, учасників бойових дій, інших осіб, постраждалих від збройного конфлікту;

- отримати ефект гармонізації особистості через насолоду від власних відчуттів, іншого позитивного впливу на організм сенсорних локацій;

- відновити бажання чуттєвих радощів життя, відчуття щастя та спокою;

- відчувати натхнення для облаштування власного життєвого простору (сенсорна самоосвіта);

- забезпечити знайомство та взаємодію дітей (особливо народжених з 12.03.2020 року, після оголошення у світі пандемії через інфекційну хворобу Covid-19 та запровадження в Україні карантину, в період військової агресії російської федерації проти України з 24.02.2022 року) з прекрасним світом рослин, різноманітними ароматами, звуками, кольорами, формами та текстурою рослин, садових матеріалів, до яких можна доторкнутися пальчиками;

- забрати з собою гарний настрій та приємні спогади, а можливо й мету – зробити щасливими інших людей, комфортнішим свій життєвий простір;
- зрозуміти, що запорізька земля – це необроблений алмаз, який спільними зусиллями може перетворитися на «український діамант», а тому не потрібно «шукати світами» комфортний для життя та відпочинку простір.

В програму цього проекту входить:

- використання земельних ділянок для вирощування квітів, декоративних рослин та багаторічних насаджень;
- створення ексклюзивної естетики (гармонійного агрокультурного ландшафту) шляхом використання земельної ділянки, як агрорекреаційного ресурсу (залучення клієнтів до традиційних форм господарювання, самоосвіти, оздоровлення у сільській місцевості);
- «розбудова» центру для регенерації енергетичної сили людини у чистому середовищі, створення максимально приязної атмосфери, можливості щирого спілкування, насолоди квітковою розкішшю і ароматами, птахами, сенсорного сприйняття чуттєвих радощів життя, кольорів, звуків, смаків, форм, що сприяє бажанню людей жити «на повну», любити, народжувати дітей, ідеї, плідно працювати;
- використання локацій для агротерапії і гарденотерапії (відпочинок серед рослин, спостереження, догляд, створення флористичних експозицій), особливо для дітей, осіб похилого віку, учасників бойових дій, інших осіб, постраждалих від збройного конфлікту;
- розробка розвиваючих програм, ігор, вікторин, тощо для дітей різних вікових груп, направлених на знайомство з світом рослин;
- надання площадки для роботи психологів, реабілітаційних психологів, соціальних працівників, фізіотерапевтів, лікарів-натуропатів, тренерів для проведення на локації різних заходів (сеансів, медитацій, йоги, різних видів оздоровчої гімнастики, натуропатичних процедур, тощо);
- надання площадки іншим фахівцям для презентації туристам своїх навичок, в тому числі у сфері роботи з рослинами (агрономам, флористам,

ландшафтним дизайнерам), фотографам, різьбярам по дереву, майстрам у сфері декоративно-орнаментального народного малярства, авторам-виробникам крафтових продуктів харчування, напоїв та речей, митцям з метою проведення заходів на території локації (в тому числі фотосесій, тематичних зустрічей, курсів на природі, майстер-класів, конкурсів, поетичних та музичних «вечорів», тощо), що сприятиме знайомству та спілкуванню людей, їх самоосвіті, самопізнанню, розкриттю почуттів, талантів, іншу взаємодію у невимушеній атмосфері локацій.

Як результат – через розслаблення і гарний настрій людини формується позитивний погляд на життя, відновлюється активна життєва позиція, життя наповнюється новими враженнями, людина отримує емоційне задоволення, покращується її загальне самопочуття.

У своїй книзі «Щастя: уроки нової науки» почесний професор економіки Лондонської школи економіки, керівник центру економічного розвитку Річард Лейярд зазначив: «Загальна мета – щасливіше суспільство, але ми досягаємо цього лише тоді, коли люди роблять одне одного щасливим (і не тільки себе)» [58].

Цей проект принесе соціальну та економічну користь не лише засновнику суб'єкту малого бізнесу, його працівникам, а й всім його потенційним клієнтам, що отримають позитивних враження, залученим фахівцям для їх популяризації та здійснення надалі професійної діяльності, майстрам крафтової продукції, місту Запоріжжя, Широківській територіальній громаді Запорізького району Запорізької області для виконання нею «Стратегії сталого розвитку Широківської громади на період на 2021-2028 роки», що була прийнята 03.12.21 року на пленарному засіданні сімнадцятої позачергової сесії Широківської сільської ради VIII скликання, а саме участь у реалізації однієї з визначених стратегічних цілей: високоякісний спеціалізований туризм регіонального значення, який розвивається на основі місцевих ресурсів та традицій, з бережним ставленням до природи. Вільний час – тільки в Широківській громаді [59].

Окремий цілісний ринок, який можна співвіднести зі спрямуванням даного проекту та дослідити його ємність в Україні відсутній.

Цільовий ринок за проектом – регіональний ринок споживчих послуг.

Таблиця 3.1 – Характеристика регіонального ринку споживчих послуг за проектом (географічний фактор)

№ з/п	Найменування ознаки	Характеристика	Примітка
1	2	3	4
1	Регіон України	Запорізька область	
2	Географічне розташування регіону	Розташована у південно-східній частині України і межує з Херсонською, Дніпропетровською, Донецькою областями. Територія - 27,2 тис. кв. км, що становить 4,5% території України.	Займає вигідне економіко-географічне положення [60]
3	Природно-кліматична зона	Клімат – помірно-континентальний, характеризується чітко означеною посушливістю. Середньорічні температури: літня + 22 С, зимова - 4,5 С. На рік у середньому припадає 225 сонячних днів, рівень опадів становить 448 мм. Область поділяється на три природно-сільськогосподарські зони: зону степу (50,8%), степну посушливу (34,8%) та сухостепну (14,4 %) зони.	Такі кліматичні умови максимально сприяють розвитку сільського господарства, курортів та туризму [60]
4	Природно-сільськогосподарські зони регіону	Запорізька область поділяється на три природно-сільськогосподарські зони: зону степу (50,8%), степну посушливу (34,8%) та сухостепну (14,4%) зони. Для області характерний рівнинний ландшафт [60]	
5	Транспортна інфраструктура	Має розвинену транспортну систему, до якої входить: 1) мережа автомобільних доріг загального користування складає 6989,2 км, із них державних 1865,1 км та місцевих 5124,1 км. Запорізький район Запорізької області віднесено до районів із найбільшим забезпеченням автомобільних доріг з твердим покриттям . 2) мережа залізничних шляхів, вокзали та станції, що забезпечують в тому числі пасажирські перевезення у дальньому сполученні. Відстань від м. Запоріжжя до: столиці України - м. Києва: залізницею – (за одним джерелом - 658 км, за другим джерелом	Через обласний центр та територію Запорізького району Запорізької області проходять дороги державного значення: 1)міжнародна автомобільна дорога М-18 Харків-Сімферополь-Алушта-Ялта – 2)національна автомобільна дорога державного значення Н 08 Бориспіль — Кременчук — Дніпро — Запоріжжя —

Продовження таблиці 3.1

1	2	3	4
		715 км), шосейними дорогами - 618 км.; міста Дніпро: залізницею – (126 км) шосейними дорогами – 85 км. (траса Н08). 3)Міжнародний аеропорт “Запоріжжя” (OZH) – найсучасніше летовище південно-східної України. 19 жовтня 2020 року відкрито новий термінал аеропорту площею 12 542 м2 , що дозволяє приймати 400 пасажирів на годину [61].	Пологи — Маріуполь 3) національна автомобільна дорога державного значення Н-15 Запоріжжя-Донецьк, яка сполучає два обласні центри - Запоріжжя та Донецьк. у Запорізькому аеропорті виконували польоти такі авіакомпанії, як МАУ; Мотор Січ; Azur Air [62].
6	Структура розселення регіону	Високо урбанізований регіон (рівень урбанізації області на 01.01. 2019 року = 77,3 %), Система розселення - моноцентрична з домінуванням обласного центру – м. Запоріжжя. 62 % населення Запорізької області (м. Запоріжжя та 4 міста обласного значення) мешкає на 2,3 % території області.	В обласному центрі - м. Запоріжжя сконцентрований соціально-економічний, інноваційнокреативний, управлінський та інформаційний потенціал регіону [63, с. 48]
7	Густота населення	Середня густота населення складає 63,4 особи/км2, обласний центр м. Запоріжжя домінує в регіоні за густотою населення. [63, с. 49-50]	
8	Чисельність наявного населення на 01.01.2022 р. В тому числі: міського сільського	1638,5 тис 1269,9тис або 77,5 % 368,6 тис або 22,5 % [63]	Понад 20 % працівників від загальної чисельності населення зайнято в аграрному секторі
9	Міграційний рух населення регіону	Прибуло – 13302, вибуло - 15209	Міграційне скорочення населення за 2021 рік на (-1907 осіб)
10	Кількість ВПО зареєстрованих - в Запорізькій області -в Дніпропетровській області	227456 осіб 468 404 осіб	Станом на 11.09.2023 рік спостерігається тенденція до зростання кількості ВПО [64]

Продовження таблиці 3.1

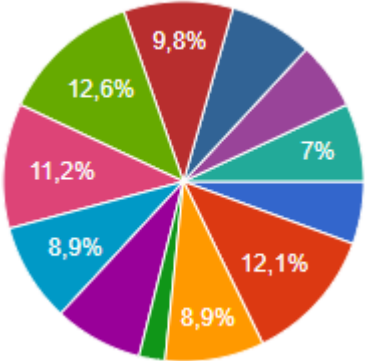
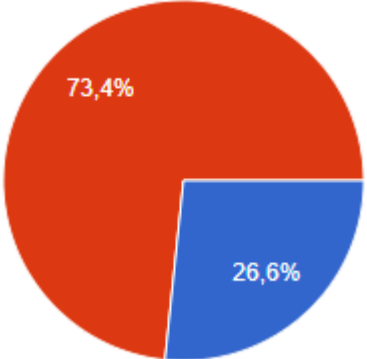
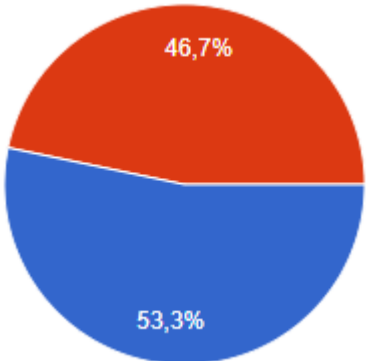
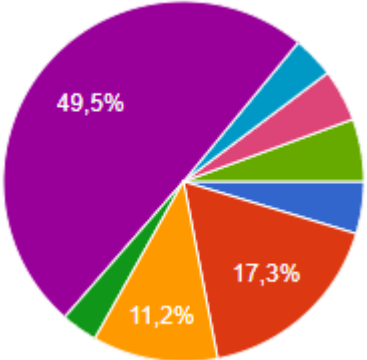
1	2	3	4
11	Середня заробітна плата у регіоні за статистичними показниками	На 01.01.2022р. - 14510,00 грн [65]	4 місце серед регіонів України
12	Середня заробітна плата у регіоні	На 01.10.2023 р.- 15206,00 грн.	розрахована на основі даних вакансій та резюме кандидатів [66]
13	Структура комерційної діяльності регіону	у структурі підприємств за видами економічної діяльності у 2018 році найвищу частку займали підприємства оптової та роздрібної торгівлі (26,6%), сільськогосподарські (19%) та промислові (14%) підприємства	із загальної кількості малих підприємств у 2018 році 87,4% становили мікропідприємства [63]

Джерело: авторська розробка.

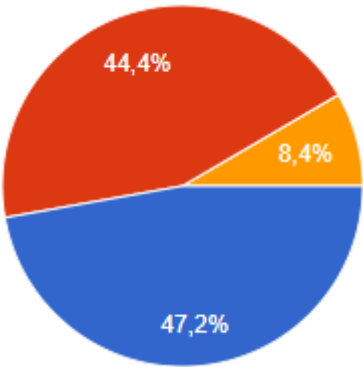
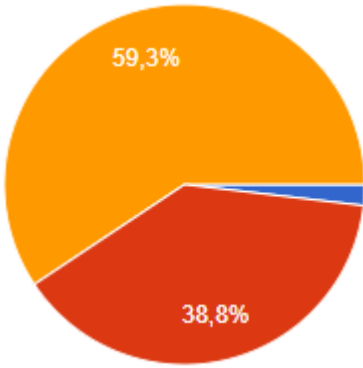
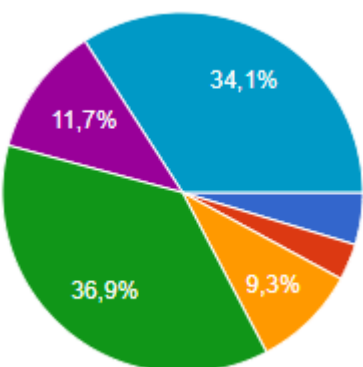
Для попереднього аналізу профілю потенційного споживача послуг у сфері зеленого туризму автором проекту проведено особисті інтерв'ю та опитування (анкетування) 214 пересічних громадян – мешканців міста Запоріжжя за розробленою формою анкети.

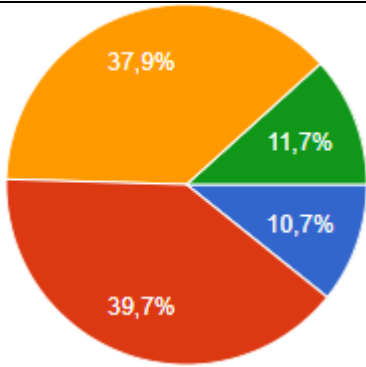
Опитування осіб проведено за віковими групами (з кроком 5 років) починаючи з віку 10 + (згідно ст. 31 Цивільного кодексу України фізичні особи, які не досягли 14 років - малолітні особи, мають право самотійно вчиняти дрібні побутові правочини, що задовольняють побутові потреби особи, відповідають її фізичному, духовному чи соціальному розвитку та стосується предмета, який має невисоку вартість) [67].

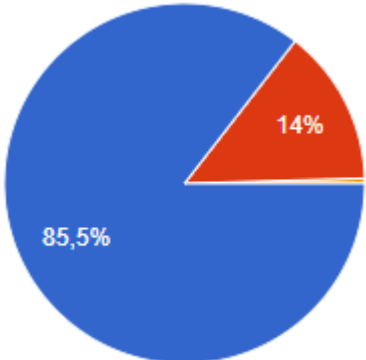
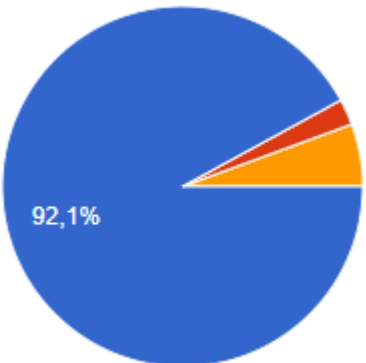
Таблиця 3.2 - Результати проведеного опитування

Вкажіть ваш вік		9,8 % (51-55 років) 12,6 % (46-50 років) 11,2 % (41-45 років) 8,9 % (36-40 років) 8,9 % (21-25 років) 12,1 % (16-20 років) 7 % (66+) 29,5 % (інший вік)
Зазначте вашу стать		73,4 % жінка 26,6 % чоловік
Ваш сімейний стан		46,7 % неодружений 53,3 % одружений
Зазначте тип вашої діяльності:		49,5 % найманий працівник 17,3 % студент 11,2 % пенсіонер 22 %, в тому числі школяр, домогосподарка, безробітний, підприємець, інше.

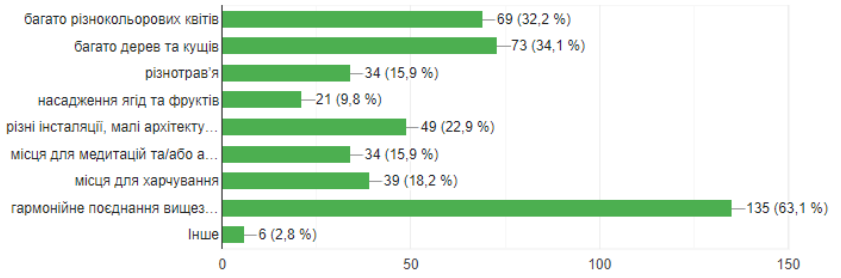
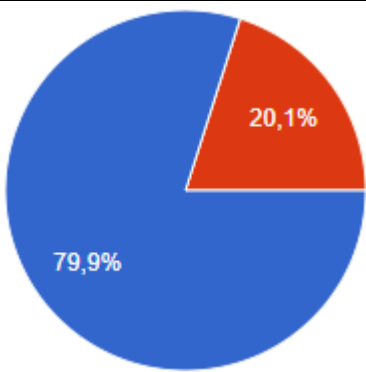
Продовження таблиці 3.2

Рівень вашого доходу (довідково: Реальна середня зарплата у 2023 р. коливається від 15 тис. грн до 18,3 тис. грн.)	 A pie chart with three segments: a large blue segment at the bottom labeled 47,2%, a large red segment at the top left labeled 44,4%, and a small orange segment at the top right labeled 8,4%.	47,2 % низький 44,4 % середній 8,4 % вищий за середній
На вашу думку, відпочинок має бути	 A pie chart with three segments: a large orange segment at the top labeled 59,3%, a large red segment at the bottom labeled 38,8%, and a very small blue segment on the right labeled 1,9%.	59,3 % не має бути повністю пасивним, але й активності не повинні вимагати багато зусиль 38,8 % активним 1,9 % пасивним
Де або як вам подобається відпочивати (у вихідні та свята, у відпустці)	 A pie chart with six segments: a large blue segment at the top labeled 34,1%, a large green segment at the bottom left labeled 36,9%, a purple segment at the top left labeled 11,7%, an orange segment at the bottom right labeled 9,3%, a small red segment at the bottom labeled 8, and a small blue segment on the right labeled 8.	34,1 % туристичні подорожі в межах України або за кордон 36,9 % походи або поїздки на природу, в парки, інші зелені міські або приміські зони 11,7 % зелений туризм 9,3 % перебування вдома на дивані, перегляд ТБ, комп'ютерні ігри 8 % інше в тому числі кіно, театри, заклади харчування

Чи достатньо, на вашу думку, в м. Запоріжжі та приміській зоні належним чином облаштованих «зелених» зон (парків, садів, скверів, бульварів, набережних тощо) зоні для комфортного та різноманітного відпочинку людей.	 <table><tr><th>Відповідь</th><th>Відсоток</th></tr><tr><td>є, але не комфортні та необлаштовані належним чином</td><td>37,9 %</td></tr><tr><td>ні</td><td>39,7 %</td></tr><tr><td>так</td><td>10,7 %</td></tr><tr><td>не можу відповісти</td><td>11,7 %</td></tr></table>	Відповідь	Відсоток	є, але не комфортні та необлаштовані належним чином	37,9 %	ні	39,7 %	так	10,7 %	не можу відповісти	11,7 %	37,9 % є, але не комфортні та необлаштовані належним чином 39,7 % ні 10,7 % так 11,7 % не можу відповісти
Відповідь	Відсоток											
є, але не комфортні та необлаштовані належним чином	37,9 %											
ні	39,7 %											
так	10,7 %											
не можу відповісти	11,7 %											

Життя людини без емоцій неможливе. Спостерігаючи за природою, рослинами (наприклад квітами), тваринами, ви відчуваєте:	 <table><tr><th>Відповідь</th><th>Відсоток</th></tr><tr><td>позитивні емоції (задоволення, радість, захват, розчулення тощо)</td><td>85,5 %</td></tr><tr><td>нейтральні емоції (байдужість, споглядання, цікавість тощо)</td><td>14 %</td></tr><tr><td>негативні емоції (незадоволення, сум, роздратування, огиду тощо)</td><td>0,5 %</td></tr></table>	Відповідь	Відсоток	позитивні емоції (задоволення, радість, захват, розчулення тощо)	85,5 %	нейтральні емоції (байдужість, споглядання, цікавість тощо)	14 %	негативні емоції (незадоволення, сум, роздратування, огиду тощо)	0,5 %	85,5 % позитивні емоції (задоволення, радість, захват, розчулення тощо) 14 % нейтральні емоції (байдужість, споглядання, цікавість тощо) 0,5 % негативні емоції (незадоволення, сум, роздратування, огиду тощо)
Відповідь	Відсоток									
позитивні емоції (задоволення, радість, захват, розчулення тощо)	85,5 %									
нейтральні емоції (байдужість, споглядання, цікавість тощо)	14 %									
негативні емоції (незадоволення, сум, роздратування, огиду тощо)	0,5 %									
Чи хотіли б ви відвідувати та відпочивати протягом дня в облаштованій таким чином зеленій зоні, яка позитивно впливає на ваше самопочуття та психоемоційний стан, активує всі органи чуття: зір, нюх, слух, смак, дотик, де ви могли б отримати можливість пізнати світ рослин та/або долучитися до догляду за ними, релаксувати в активній або пасивній формі та/або знайомитися з місцевими традиціями та культурою, ремеслами, спілкуватися або займатися медитацією.	 <table><tr><th>Відповідь</th><th>Відсоток</th></tr><tr><td>так</td><td>92,1 %</td></tr><tr><td>мені байдуже або ні</td><td>7,9 %</td></tr></table>	Відповідь	Відсоток	так	92,1 %	мені байдуже або ні	7,9 %	92,1 % так 7,9 % мені байдуже або ні		
Відповідь	Відсоток									
так	92,1 %									
мені байдуже або ні	7,9 %									

Продовження таблиці 3.2

Зелені зони будуть позитивно впливати на мене, якщо там буде: (можна обрати кілька варіантів)	 <table><tr><th>Фактор</th><th>Кількість</th><th>Відсоток</th></tr><tr><td>багато різнокольорових квітів</td><td>69</td><td>32,2 %</td></tr><tr><td>багато дерев та кущів</td><td>73</td><td>34,1 %</td></tr><tr><td>різнотрав'я</td><td>34</td><td>15,9 %</td></tr><tr><td>насадження ягід та фруктів</td><td>21</td><td>9,8 %</td></tr><tr><td>різні інсталяції, малі архітекту...</td><td>49</td><td>22,9 %</td></tr><tr><td>місця для медитацій та/або а...</td><td>34</td><td>15,9 %</td></tr><tr><td>місця для харчування</td><td>39</td><td>18,2 %</td></tr><tr><td>гармонійне поєднання вищез...</td><td>135</td><td>63,1 %</td></tr><tr><td>Інше</td><td>6</td><td>2,8 %</td></tr></table>		Фактор	Кількість	Відсоток	багато різнокольорових квітів	69	32,2 %	багато дерев та кущів	73	34,1 %	різнотрав'я	34	15,9 %	насадження ягід та фруктів	21	9,8 %	різні інсталяції, малі архітекту...	49	22,9 %	місця для медитацій та/або а...	34	15,9 %	місця для харчування	39	18,2 %	гармонійне поєднання вищез...	135	63,1 %	Інше	6	2,8 %
Фактор	Кількість	Відсоток																														
багато різнокольорових квітів	69	32,2 %																														
багато дерев та кущів	73	34,1 %																														
різнотрав'я	34	15,9 %																														
насадження ягід та фруктів	21	9,8 %																														
різні інсталяції, малі архітекту...	49	22,9 %																														
місця для медитацій та/або а...	34	15,9 %																														
місця для харчування	39	18,2 %																														
гармонійне поєднання вищез...	135	63,1 %																														
Інше	6	2,8 %																														
Чи готові ви платити за відвідування зелених зон, які позитивно впливають на ваше самопочуття та психоемоційний стан?	 <table><tr><th>Відповідь</th><th>Відсоток</th></tr><tr><td>Так</td><td>79,9 %</td></tr><tr><td>Ні</td><td>20,1 %</td></tr></table>	Відповідь	Відсоток	Так	79,9 %	Ні	20,1 %	79,9 % так 20,1 % ні																								
Відповідь	Відсоток																															
Так	79,9 %																															
Ні	20,1 %																															

Джерело: авторська розробка

В ході опитування за віковою ознакою прийняли участь більш-менш рівномірні групи людей, думки яких враховані при створенні портрету споживача послуг, що описуються у даному проекті.

Таблиця 3.3 - Портрет споживача послуг за проектом:

Ознака	Опис
вік	25+
стать, перебування у шлюбі/ парі	жінка (в незалежності від перебування у шлюбі чи парі), чоловік (одружений або у парі)
Склад сім'ї	сім'ї-одиначки, "стандартні"
Життєвий цикл сім'ї	1) сім'ї з маленькими дітьми до 10 років; 2) подружжя або пари , що перебувають у фактичних шлюбних відносинах «зі стажем» 3) неповна сім'я (мати з дітьми)

Продовження таблиці 3.3

Рівень доходу	середній та вищий за середній без умов низький, за умови що ціна доступна, «адекватна» окрім осіб, що мають статус безробітного, серед яких, чоловіки під час опитування вказали про відмову собі у платному відпочинку лише по причині відсутності зараз доходу, хоча в іншому мають всі потреби та риси споживача даних послуг. окрема думка жінки у віці 40+ зі статусом безробітної, що підлягає увазі – «ми сплачуємо податки і міська влада повинна безкоштовно облаштовувати такі місця»
Рівень освіти	не суттєво
Національність	не суттєво
Релігійні переконання	не суттєво
Сфера професійної діяльності (осіб, що взяли участь в опитуванні)	студенти, службовці державних установ та органів місцевого самоврядування; наймані працівники у сферах освіти, культури, медицини, торгівлі, юстиції, енергетики та промисловості, сільського господарства, послуг, пенсіонери.
Первинна потреба послуги	Повноцінний відпочинок тіла, розуму і духу та час на відновлення життєвих сил - базова потреба споживача, як людини та живої істоти.
Бажаний тип відпочинку	1.змішаний (не має бути повністю пасивним, але й активності без зусиль) 2.активний
Бажаний спосіб відпочинку	1.туристичні подорожі 2.походи або поїздки на природу, в парки, інші зелені міські або приміські зони 3.зелений туризм
Мотивація споживача	Короткостроковий відпочинок – на свіжому повітрі (не вдома та/або іншому закритому просторі) з метою отримання позитивних емоцій .

Продовження таблиці 3.3

Вторинні потреби споживача, що впливають на вибір послуги	1. Індивідуальні (внутрішні): - Комфорт (територіальна доступність, екстер'єр локації для забезпечення естетичного сприйняття локації, побутові зручності) - Спілкування (з партнером / -ами по відпочинку, персоналом, потреба у зовнішніх комунікаціях) - Душевна насолода (емоційне задоволення, зняття стресів, естетична насолода оточуючим середовищем) Фізичне задоволення несексуального характеру (брейнгазм) через автономну сенсорну меридіональну реакція на різні звуки, дотики, смаки, спостереження за рухами об'єктів у зовнішньому середовищі, що допомагає отримати ефект розслаблення, умиротвореного стану. [68] - Розваги (активні та пасивні, в тому числі участь у запропонованих заходах) - Пізнання (самоосвіта, саморозвиток, розкриття та пізнання почуттів, взаємодія) 2. Потреби, що формуються суспільством: - Вартість відпочинку - Традиції відпочинкової комунікації з дітьми, батьками, іншими людьми - Модний тренд на обрання способу відпочинку
Мотив вибору послуги	Сигналом до відпочинку служить фізична та/або моральна втома в т.ч. від важкої роботи, нервової обстановки, розумової напруги, тяжкої нудьги, горя, тощо. На вибір послуги впливають первинна та вторинні потреби споживача окремо або у їх поєднанні. Наприклад: Спілкування з навколишнім середовищем, привід зустрітися з близькими, друзями на нейтральній території, «зарядити батарейки», вийти з приміщення та відпочити від правила «двох стін» на відкритому просторі, здоровий спосіб життя, потреба у спокої, рекомендації лікаря

Продовження таблиці 3.3

Життєвий цикл послуги	Концепція такого відпочинку актуальна в житті людини з постійною періодичністю (вихідні, свята, відпустка), бо більшість опитаних обрали бажаним місцем та способом відпочинку походи або поїздки на природу, у зелені зони (36,9%), зелений туризм (11,7%). *спостерігається тенденція до зростання у майбутньому показника зеленого туризму при більшій обізнаності громадян про такий вид спеціалізованого туризму, його можливостям та відходу від пострадянського стереотипу «сільського відпочинку», що навіть у молодого покоління асоціюється, як важка праця по вирощуванню продукції плодоовочівництва для особистого вживання родини та догляду за свійськими тваринами для отримання м'ясо-молочної продукції.
Поведінковий фактор	залежно від наявності попереднього досвіду споживання подібних послуг, реакцій на послугу: більшість - потенційні користувачі, новачки меншість – досвідчені користувачі
Емоційне ставлення до послуги	позитивне
Ступінь готовності придбати послугу	цікавиться послугою бажає купити послугу не готовий купити послугу зараз у зв'язку з низьким доходом

Джерело: авторська розробка

Таким чином, основними споживачами послуг у сфері зеленого туризму за проектом прогнозуються люди у віці 25+ , переважно у шлюбі або парі та/або жінки - одначки з середнім та низьким рівнем доходу, частка якого може бути використана ними без надмірного обтяження власного бюджету на придбання вхідного квитка на туристичну локацію.

За задумом, дана локація буде наповнена квітами, декоративними рослинами, іншими рослинами, що будуть зростати на ній. Тому потрібно звернути увагу і на той факт, що до 2022 року експерти відмічали зміни у вподобаннях та поведінці покупців квітів та декоративних рослин. Українці стали більше подорожувати, працювати за кордоном, тому смаки щодо декоративних рослин наближаються до європейських. Більшість експертів прогнозують ріст та розвиток ринку квітів, декоративних рослин для озеленення у всіх категоріях , збільшення масштабів озеленення великих та менших міст, приватних територій, присадибних ділянок [69].

Місцеві сільськогосподарські товаровиробники у промислових масштабах вирощуванням квітів у формі розсади або у горщиках для вуличного озеленення не займаються. На роздрібних, стихійних ринках Запоріжжя розсада однорічних (дворічних) квітів або квіти у горщиках переважно представлені виробництвом мілких виробників, для яких вирощування квітів не є професійною діяльністю (домашніх господарств населення), а здійснюється з метою отримання додаткового доходу родини. За власними спостереженнями весняний сезон 2023 року був слабким за пропозиціями по кількості та асортименту квітів, деякі мілкі виробники призупинили або припинили свою діяльність, з огляду на побоювання щодо нестабільної ситуації в Україні, Запорізькому регіоні під час дії військового стану, евакуації родин в інші регіони. У садових крамницях та кіосках однорічні квіти у горщиках були представлені мінімально, як не основний товар.

В Запорізькому регіоні малий бізнес у сфері зеленого туризму (зі спрямуванням діяльності згідно концепції проекту) не представлений. Частково концептуальними конкурентами слід вважати суб'єктів малого бізнесу, що здійснюють діяльність у Дніпропетровській та Київській областях, а саме:

Таблиця 3.4 - Концептуальні конкуренти

Найменування суб'єкта малого бізнесу та характеристика діяльності	Сильні сторони	Слабкі сторони
BERRY LAND (Ягідна країна) (Відстань до міста Запоріжжя: Автошлях М18 -130,8 км., Автошлях Н08-145,3 км.) Концепція – тематичний парк, полунична ферма. Цінова політика: Літній сезон: діти до 4 років – безкоштовно, інші – 250 грн. на день. У вартість входить екскурсія на поле ягід, перебування протягом дня на території парку, користування пляжем, басейном, гойдалками,	оригінальна концепція проведення вихідного дня : поєднання екскурсії на поля з ягодами та овочами з активним відпочинком на локаціях парку, відпочинок для всієї родини і в літку, і в взимку, доглянута територія, різноманітня розваг для дітей, дитяча анімація, креативний персонал, костюмовані програми, забезпечення просування в соціальних мережах, співробітництво з туристичними фірмами,	великий попит споживачів на продукт компанії не обмежується власником щодо кількості одночасного перебування людей протягом дня на території, що зумовлює роздратування споживачів від відсутності затишного комфорту за чималу вартість квитка, брак обладнання для відпочинку, черги, відсутність тіні. В зв'язку

батутами. У грудні- січні 2023 пропонується платна програма «Лапландія berryland», в яку входить 3 годинна екскурсія вхідний квиток : дорослі – 500 грн., діти : 520-560 грн. Діє знижка 10 % для 5 категорій громадян. Додаткові платні опції: трансфер, комплексний обід, продукція власного виробництва, сувеніри.	активна маркетингова політика, пропозиції асортименту продукції власного виробництва	з цим деякі споживачі не мають бажання повернутися з повторним візитом. Складено за відгуками [70]
--	---	---

Окремо слід приділити увагу ТОВ «ДОБРОПАРК», що розташований в с. Мотижин, Макарівський район, Київська область (польові умови) 29 км Житомирської траси. Відстань до м. Києва – 50 км, до м. Запоріжжя: автошлях Н01 – 605 км. Це проект ландшафтного парку сім'ї Добруцьких загальною площею 360 гектарів. Парк заснований у 2019 році та відкрито до відвідання у 2020 році, знаходиться у стадії реалізації. Концепція: Створюємо пам'ятний досвід для гостей, і невтомно працюємо незважаючи ні на що, аби наша подія залишалася родзинкою української туристичної галузі.

Пропозиції:

- Квиток на платне відвідання території парку протягом одного дня у 2023 році за ціною: дорослий – 200 грн., дитячий – 100 грн., сімейний (2 дорослих +1 дитина) -400 грн., сімейний (2 дорослих + 2 дитини) – 500 грн. Безкоштовне відвідання: Діти до 5 років; Діти з інвалідністю з дитинства (до 18 років); Діти-сироти (до 16 років). Пільгова категорія (100 грн): пенсіонери; військовослужбовці строкової служби; учасники Великої Вітчизняної війни; учасники бойових дій; інваліди I та II групи; учасники ліквідації наслідків аварії на ЧАЕС I категорії; учасники АТО.

Знижки вартості квитка: - 10% при оплаті картою Visa, - 30% при оплаті картою Raiffeisen Bank.

Вхідний квиток надає право проходу та прогулянки територією Добропарку, його вартість не включає в себе вартість додаткових послуг/товарів, що надаються/продаються окремо на території Добропарку.

Головні події сезону року:

1. Весняний фестиваль (парад тюльпанів) - проходить з 25 квітня по 20 травня кожного року.

2. Сезон лаванди триває з середини червня (3 локації загальною площею 10 га) – локація переважно пропонується для фотосесій, тематичних фотозон, романтичних вечорів лавандовому полі для особливих подій, ярмарок для хенд - мейдмайстрів, продаж букетів лаванди, ароматних саше, лавандової кави та лимонадів.

3. Сезон гортензій (25 сортів) та багаторічних декоративних трав триває із 1 серпня до 15 жовтня.

Додаткові платні послуги/товари, що надаються/продаються окремо на території Добропарку.

4. Відкритий басейн розміром 26х6 м без підігріву (ціна у 2023 році разом з входом на територію парку:

Для дорослого – 500 грн. на вихідні і свята та 350 грн. в будні; Для дітей до 9 років – 300 грн на вихідні і свята та 200 грн. в будні дні; Для дітей до 3 років – безкоштовно; Учасники бойових дій – 300 грн. на вихідні та свята та 200 грн. в будні дні.

5. Оренда модульних UTH будиночків 2 моделей з коливанням цін в залежності, від моделі, кількості осіб та дня неділі:

Для 2 осіб - від 2200 грн. до 2960 грн. за добу (Заїзд з 14:00, виїзд до 12:00).

До 4 осіб – від 2660 грн. до 3340 грн. за добу (Заїзд з 14:00, виїзд до 12:00).

6. фуд-корт (асортимент пропонується орендарями – закладами харчування та не контролюється ТОВ «ДОБРОПАРК»).

7. Оренда електровелосипедів з розрахунку за 1 годину.

8. Атракціони: Карусель та колесо огляду – 100 грн.

9. В сезон лаванди з 15 червня до 31 липня для фотографів, що бажають забронювати локацію для фото / відеозйомки діють правила та умови, в т.ч. з

диференційованою вартістю оренди локації лаванди: 1 фотограф + 1 модель – 1000 грн/год, 1 фотограф + 2-3 моделі – 1500 грн/год, 1 фотограф + 4 моделі – 2000 грн/год для помічника фотографа, візажиста чи водія – вхід за ціною квитка.

10. Оренда глемпів 2/4 місних з коливанням цін від 1500 грн. до 2500 грн в залежності від наповнення, кількості осіб та дня неділі.

Заїзд з 14:00, виїзд до 12:00 [71].

Сильні та слабкі сторони визначені на підставі власних спостережень під час перебування на локації ТОВ «ДОБРОПАРК» в травні 2023 року.

Сильні сторони: відсутність серйозних конкурентів на ринку, активна маркетингова політика, просування послуг з застосування соціальних мереж, розміщення відеоматеріалів на відеохостингу YOUTUBE, залучення представників засобів масової інформації, медійних осіб до привернення уваги потенційних споживачів, проведення культурно-суспільних та ділових заходів на своїй території, міжнародне партнерство, розширення спектру додаткових платних послуг оренди, що надаються з застосуванням світових трендів відпочинку на природі – глемпінгу, який є новим видом відпочинку в Україні, співпраця з туристичними агенціями.

Слабкі сторони: надто велика територія відкрита для платного відвідання, але не закінчена по проекту, що зумовлює її не облаштованість належним чином для комфортного відпочинку (недостатність тіні, затишку, місць для сидіння, доріжок для використання велосипедів, електросамокатів, одночасне проведення поряд з відпочиваючими будівельних робіт, відсутність достатньої кількості вбиральнь, місць по догляду за маленькими дітьми. Відсутність інформаційних табличок щодо найменувань рослин та їх характеристик не сприяє розширенню обізнаності відвідувачів. Локації є віддаленими одна від одної на значні відстані, що зумовлює значну фізичну втому відвідувачів, особливо дітей, які купили квиток лише на відвідання парку, чисельна необмеженість відвідувачів, що зумовлює незручності особливо під час проведення суспільно-культурних заходів. Відсутність пропозицій дитячого

меню (дітям до 8 років) за принципами здорового харчування та корисності. Середній чек розрахований на споживача з середнім або вищим за середній дохід. Слабкий розвиток логістики (у зв'язку з віддаленістю місцезнаходження, споживачі переважно відвідують парк на власному транспортному засобі або у складі туристичних груп вихідного дня, маленька територія для паркування автомобілей. В ході особистого спілкування з іншими клієнтами парку, які мають досвід відвідання аналогічних об'єктів, наприклад королівського парку квітів «Keukenhof» у Нідерландах, ними відмічається низький рівень просування ознак і властивостей, які вирізняють українську спільноту й українську культуру з-поміж інших аналогічних об'єктів на території інших держав.

Таким чином, у післявоєнній найближчій перспективі ринок послуг у сфері зеленого туризму з короткострокового відвідання споживачами туристичних об'єктів – локацій та використанням майна суб'єктів малого бізнесу з метою відпочинку буде мати значний нереалізований попит у Запорізькій області.

3.2. Опис проекту організації малого бізнесу у сфері зеленого туризму

Реалізації проекту планується здійснювати шляхом утворення юридичної особи – фермерського господарства (далі – ФГ, агротуристичне господарство, компанія) зі статутним капіталом: 100 000 (Сто тисяч) гривень.

Фермерське господарство віднесено до окремої організаційно - правової форми господарювання – КОПФГ 110 [72].

Форма власності - приватна.

Обрані види економічної діяльності згідно КВЕД:

01.19.Вирощування інших однорічних і дворічних культур

01.30 Відтворення рослин

93.29. Організування інших видів відпочинку та розваг

55.30.Надання місць кемпінгами та стоянками для житлових автофургонів і причепів

47.76. Роздрібна торгівля квітами, рослинами, насінням, добривами, домашніми тваринами та кормами для них у спеціалізованих магазинах.

Для цілей Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» [73].

ФГ належатиме до мікропідприємств за ознаками: на дату складання річної фінансової звітності за рік, що передує звітному, балансова вартість активів - до 350 тисяч євро включно; чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) - до 700 тисяч євро включно; середня кількість працівників - до 10 осіб включно.

Правовою основою здійснення підприємницької та іншої діяльності ФГ є Закон України «Про фермерське господарство» від 19.06.03 р. № 973-IV [74], відповідно до якого трудові відносини у фермерському господарстві базуються на праці його членів.

Головою фермерського господарства є його засновник. Голова ФГ – є одночасно керівником і членом ФГ.

Функції керівника :

- 1) представляє ФГ перед органами державної влади, підприємствами, установами, організаціями та окремими громадянами чи їх об'єднаннями.
- 2) укладає від імені ФГ угоди та вчиняє інші юридично значимі дії відповідно до законодавства України.
- 3) письмово доручає виконання своїх обов'язків одному з членів господарства або особі, яка працює за контрактом.
- 4) створює безпечні умови праці для членів господарства і громадян, які уклали трудовий договір (контракт), забезпечує дотримання вимог техніки безпеки, виробничої гігієни та санітарії, пожежної безпеки.
- 5) обрання форми організації бухгалтерського обліку та відповідальність за її організацію.
- 6) має інші повноваження відповідно до статуту ФГ.

Заробітна плата голові ФГ не нараховуватиметься, так само як і іншим членам. Трудові відносини членів фермерського господарства будуть регулюватися Статутом. Члени ФГ самостійно сплачуватимуть за себе ЄСВ, якщо тільки вони не будуть звільнені від сплати ЄСВ відповідно до пункту 5¹) частини першої статті 4 Закону України «Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування» [75].

З огляду на вищенаведене, до штатного розпису фермерського господарства не включені два члени ФГ (подружжя).

Фермерське господарство має право залучати до роботи в ньому інших громадян за трудовим договором (контрактом), перелік яких входить до штатного розпису.

Виробнича потреба залучення інших громадян за трудовим договором, на підставі якої формуватиметься штатний розпис ФГ при реалізації проекту наступна:

Таблиця 3.5 – Опис найманих працівників

№ з / п	Найменування посад	Кількість працівників	Назва структурного підрозділу	Код КП	Примітка
1.	Садівник	2	Виробництво	6113	ДКХП випуск 2 (робітники)

Облік трудової діяльності найманих працівників буде здійснюватися відповідно до законодавства України про працю, в тому числі з питань оплати праці і тривалості щорічної відпустки.

Виробнича потреба у найманих працівниках у перші роки реалізації проекту має чіткий сезонний характер.

Сезонними вважаються роботи, які внаслідок природних і кліматичних умов виконуються не цілий рік, а протягом певного періоду (сезону), що не перевищує шести місяців.

Трудовий договір буде укладатися на строк, який не перевищуватиме тривалості сезону (шести місяців), про що будуть попереджені робітники.

Заробітна плата за проектом – 8100 грн на місяць.

Робітники підзвітні та виконують виробничі завдання голови фермерського господарства.

Штат ФГ планується поступово збільшувати при поетапній реалізації даного проекту.

Фермерське господарство буде розташовуватися на північному заході Запорізької області на правому березі річки Дніпро, в безпосередньому передмісті міста Запоріжжя (1,5 км. від інформаційно-вказівного знаку початок населеного пункту «Запоріжжя» у бік міста Дніпро) за межами населених пунктів на території Широківської територіальної громади Запорізького району Запорізької області уздовж автошляху національного значення Н-08, що з'єднує Бориспіль, Київ, Дніпро, Запоріжжя та Маріуполь. Близькість до двох міжнародних аеропортів – Запоріжжя (38 км) і Дніпра (70 км).

Для заснування фермерського господарства засновник та інші члени ФГ мають в наявності на праві приватної власності земельні ділянки для ведення особистого селянського господарства та ведення товарного сільськогосподарського виробництва, що розташовані на території Широківської територіальної громади Запорізького району Запорізької області, з них 6 га будуть використовуватися на умовах довгострокової оренди (до 50 років), як центральна локація для повної реалізації концепції проекту.

Реалізація проекту почнеться у 2 половині 2024 року.

Строк окупності проекту складає 3 роки.

Для відкриття та повноцінної діяльності компанії згідно визначеного задуму проекту необхідно виконання наступних дій:

- створення фермерського господарства, формування статутного капіталу, здійснення інших обов'язкових дій, пов'язаних з державною реєстрацією створення та початку діяльності юридичної особи;

- укладення договорів оренди землі та державна реєстрація виникнення іншого речового права;
- планування локацій насаджень та інших виробничих ділянок, наземних та підземних комунікацій (за необхідності), перенесення в натуру;
- підключення до електромережі та облаштування системи зрошення локації, каналізації та видалення відходів;
- щорічне придбання посадкового матеріалу, засобів захисту рослин, добрив для догляду за рослинами;
- придбання предметів садового інтер'єру;
- придбання / оренда садового та іншого інвентарю, обладнання;
- набір персоналу для сезонних робіт та оплата заробітної плати, інших обов'язкових платежів;
- рекламні заходи.

Потреба у фінансуванні реалізації проекту шляхом залучення коштів (на умовах гранту, спонсорства, тощо) складає 1223000 гривень.

Місія бренду: Допоможемо відчувати смак до життя.

Цінності бренду:

- ми не лише вирощуємо рослини, а й «вирощуємо» почуття радості у людей від спілкування з ними;
- ми в міру своїх сил щиро та з любов'ю сприяємо людині відчувати стан щастя;
- ми розраховуємо на захопленість справою кожним членом команди та будемо намагатися захопити людей ідеями створення власного гармонійного середовища.

Стратегією є всебічний розвиток компанії, яка популяризує унікальні можливості фізичного та емоційного відпочинку людей, побудованого навколо світу рослин, традиційної культури сільської праці, з метою швидкого зайняття ведучих позицій на ринку послуг зеленого туризму та впізнаваності бренду.

Заходи з просування послуг поділяються на 2 етапи:

1. До початку створення бізнесу (протягом 2023- перша половина 2024 року):

- Засновник особисто здійснює привернення уваги людей до ідеї створення бізнесу шляхом облаштування безкоштовних квіткових локацій біля власного будинку у місті Запоріжжя для відпочинку, фотосвітлин, спілкування.

- Засновник особисто здійснює спілкування з людьми, з'ясовуючи їх потреби, особливості життя, враження від побаченого та власних почуттів, їх пропозиції.

- Засновник презентує свої ідеї широкому колу людей, іншим стейкхóлдерам, в тому числі бере активну участь у заходах , таких як консультації, круглі столи, екскурсії, тренінги, вебінари, конференції, семінари, акції, тощо, щодо розвитку зеленого туризму в Україні у всіх його проявах, диверсифікації сільського туризму, розвитком інвестиційної діяльності у цьому напрямку, психологічних проблем, з якими стикаються українці під час військового стану.

- Засновник ділиться з аудиторією в соціальних мережах контентом, тематично пов'язаним з майбутнім бізнесом.

2. Після створення бізнесу (2025 - 2026 роки):

- створення профілю компанії в Google;

- запрошення до співпраці громадських активістів, місцевих митців, діячів культури та освіти, авторитетних людей, що користуються загально визнаною довірою та пошаною в суспільстві;

- відеомаркетинг (використання тематичних, персоналізованих та закулісних коротких відео в соціальних мережах Facebook, Instagram, через сервіси Tik Tok/ Youtube;

- збільшення активної аудиторії в акаунті Instagram шляхом живого контакту з підписниками, сторітелінгу, опитувань, тощо;

- колаборації з авторитетними людьми в соціальних мережах, на яких підписана цільова аудиторія (спільні прямі ефіри, спільні публікації, тощо);

- розробка та підтримка власного сайту;

- зовнішня реклама у м. Запоріжжя та передмісті (біл-борди), що розміщується на спеціальних тимчасових і стаціонарних конструкціях - рекламоносіях, розташованих на відкритій місцевості;
- розміщення реклами у громадському транспорті м. Запоріжжя та приміському транспорті;
- внутрішній маркетинг (індивідуальна робота щодо особистої зацікавленості членів команди у отриманні споживачами максимального задоволення від придбання товарів та послуг);
- соціально-етичний маркетинг за принципом «не нашкодь».

Заплановані маркетингові витрати протягом строку реалізації проекту: 1 рік – 20000 грн., 2 рік – 30000 грн., 3 рік-30000 грн. Всього – 80000 грн.

3.3. Обґрунтування доцільності реалізації проекту

В кількісному виразі послуги у сфері зеленого туризму обраховуються виходячи з вартості одного квитка на відвідання протягом 1 дня туристичної локації , що дорівнюватиме 200 гривень.

В зв'язку з яскраво вираженою сезонністю послуг (травень – вересень кожного року, що зумовлено часом квітування рослин та їх активного росту, кліматичними умовами регіону до розрахунків мінімально прийнято 150 календарних днів повноцінної роботи з травня по вересень кожного року. З щорічним розвитком пізнаваності бренду планується щорічне поступове збільшення кількості туристів за один день перебування на локації.

Для забезпечення реалізації проекту створення суб'єкту малого бізнесу та його стратегічного розвитку потрібні залучені грошові кошти у розмірі 1223000 грн.

Дохід від надання послуг у сфері зеленого туризму розраховано виходячи з фіксованої ціни вхідного квитка на локацію на 1 день – 200 грн.

Таблиця 3.6 – Надходження по рокам періоду реалізації проекту, грн.

№ п/п./	надходження	1 рік	2 рік	3 рік	Всього за 3 роки
1	інвестиції	1223000			1223000
2	Доходи від реалізації послуг	240000	840000	2400000	3480000
3	Всього за рік	1463000	840000	2400000	4703000

Вищезазначену суму фінансування 1223000 гривень планується витратити на проведення комплексу робіт по облаштуванню локації для надання послуг у сфері зеленого туризму (в т.ч. виконання робіт з буріння, облаштування та введення в експлуатацію свердловини, системи зрошення локації та забезпечення її електричною енергією, закупівлею інших основних засобів).

Таблиця 3.7 – Витрати по рокам періоду реалізації проекту, грн.

№ п./п.	Витрати	1 рік,	2 рік,	3 рік,	Всього за 3 роки
1	Посадковий матеріал	80000	116000	105000	301000
2	Електропостачання	21000	16000	27500	64500
3	Транспортні послуги	1500	2000	2000	5500
4	Капітальні інвестиції	1000000			1000000
5	Витрати на збут	20000	30000	30000	80000
6	Оренда землі	7000	7000	7000	21000
7	Плата за воду для зрошення	10000	36000	20000	66000
8	Інші постійні витрати	6950	9000	9600	25550
9	Витрати на оплату праці	48600	103553	103553	255706
10	ЄСВ , 22%	10692	22781,67	22781,67	56255,34
11	Адміністративні витрати	25000	55500	54500	135000
12	Всього за рік, грн.	1230742	397834,67	381934,67	2010511,34

Таблиця 3.8 – Основні прогностні показники діяльності агротуристичного господарства за період трьох років реалізації проекту

Показники	Одиниці вимірювання	1 рік	2 рік	3 рік
Виручка від реалізації	Тис.грн	240	840	2400
Прибуток від реалізації	Тис.грн.	-991	442	2018
Собівартість наданих послуг та робіт	Тис.грн.	1231	398	382
Середньодобова кількість відвідувачів	Осіб	20	28	80
Кількість днів роботи локації	Календарні дні	60	150	150
Кількість туристів впродовж року	Осіб	1200	4200	12000

Таблиця 3.9 - Проектні показники туристичної діяльності

№ п/п	Показники	Роки			Разом
		1	2	3	
1	Обсяг реалізації, од.	1200	4200	12000	17400
2	Ціна продажів, грн.	200	200	200	200
3	Виручка від реалізації, тис. грн..(п. 1 x п. 2)	240	840	2400	3480
4	Змінні витрати по формуванню турпродукту, тис, грн	192	326	311	
5	Загальна сума змінних витрат, тис. грн.				829
6	Середні змінні витрати, тис. грн. (п. 4/п. 1)	160	78	26	
7	Середня величина покриття, грн. (п. 2 - п. 6)	40	122	174	
8	Постійні витрати за звітний період, тис. грн.				1170
9	Постійні витрати, тис. грн. (п. 4 x п. 8 / п. 5)	271	460	439	1170
10	Середні постійні витрати, грн. (п. 9/п. 1)	226	110	37	
11	Повна собівартість од. турпродукту, грн.. (п. 10 +п. 6)	386	188	63	
12	Витрати, тис. грн. (п. 4 + п. 9)	463	786	750	
13	Прибуток від реалізації, тис.грн. (п. 3-п. 12)	-223	54	1650	1481
14	Прибуток від реалізації одного турпродукту (п.2 - п. 11)	-186	12	137	

Для узгодження часового й грошового вимірів планових показників, прийнято використовувати метод дисконтування. В даному випадку його доцільно також використати з огляду на відсутність стійких фінансових даних у суб'єкта. Даний метод дозволить з'ясувати прибутковість інвестицій. Використавши його ми зможемо спрогнозувати свій дохід і надійність інвестиції, а також оцінити витрати.

Застосуємо наступну формулу:

$$NPV = \sum_{t=0}^n \frac{CF_t}{(1 + R)^t}$$

CF_t - cash flow, грошовий вхідний чи вихідний потік за період t,

R - ставка дисконтування (коефіцієнт, що застосовується для визначення поточної вартості грошових потоків, які прогнозуються на майбутнє або прибутковість), приймаємо на рівні 10%

t - номер періоду часу,

n - кількість періодів.

Таблиця 3.9 – Розрахунок накопиченого дисконтованого грошового потоку за проектом, грн

Рік реалізації проекту	CF, грошовий потік	Накопичений грошовий потік	Дисконтований грошовий потік	Накопичений дисконтований грошовий потік
1	- 1223000	- 1223000		
2	54000	-1169000	49091 = (54000/1.1)	49091
3	1650000	481000	1363636= (1650000/1.21)	1363636+49091= 1412727

Таблиця 3.10 – Показники накопиченого і дисконтованого грошових потоків за проектом, грн.

№	Показники	Грн.	Роки отримання доходу			Разом,грн
			1	2	3	
1	Інвестиційні витрати	1223000				
2	Чисті грошові доходи			54000	1650000	1704000
3	Коефіцієнт дисконтування		1	0,9	0,83	
4	Дисконтований грошовий дохід			49091	1363636	1412727

Інвестиційний проект вважається ефективним, якщо сума дисконтованих потоків від його реалізації перевищує суму початкових інвестицій (тобто настає окупність проекту). Проект окупиться за 3 роки.

За ставку дисконтування приймаємо максимальний прогнозний рівень інфляції. В такому випадку позитивний NPV говорить про те, що рентабельність ваших вкладень вище інфляції.

$$NPV = -1223000 + 49091 + 1363636 = 189727 \text{ грн.}$$

Для визначення коефіцієнту (індексу) рентабельності інвестицій (PI) застосуємо наступну формулу:

$$PI = NPV / I,$$

де NPV (Net Present Value) – чиста поточна вартість інвестицій, грн.;

I – сума інвестицій в проект, грн.;

PI (Profitability Index) – коефіцієнт (індекс) рентабельності інвестицій.

Якщо $PI > 1$, проект має сенс реалізовувати, $PI < 1$, проект не слід реалізовувати.

$$\text{Розрахунок } PI = 1412727 \text{ грн.} / 1223000 \text{ грн.} = 1,15.$$

Висновок: проект має сенс реалізовувати.

Внутрішня норма рентабельності за 3 роки складе 9,51% (IRR).

Реалізація проекту відбуватиметься в умовах підвищеної невизначеності.

В залежності від причин виникнення будуть існувати:

Зовнішні непередбачувані ризики:

1) військово-політичні (військовий стан, оголошений на загальнодержавному рівні у зв'язку з військовою агресією російської федерації проти України та включення всієї території Запорізького району Запорізької області до переліку територій можливих бойових дій [76];

2) можливість непередбачуваних ризиків: ворожі атаки, блокади, дії іноземного ворога, загальна військова мобілізація, активні військові дії, оголошена війна, введення тривалої комендантської години, тощо);

3) ризик скоєння кримінальних злочинів (акти тероризму, диверсії, злочини проти власності , в тому числі умисне чи необережне знищення або пошкодження майна, захоплення майнового комплексу підприємства, інші протиправні дії третіх осіб);

4) природні форс-мажорні обставини: небезпечні вітри, зливи, град, тривалі низькі температури, заморозки, землетрус, посуха, просідання і зсув ґрунту, інші стихійні лиха, епіфітотії;

5) форс-мажорні обставини, викликані рішеннями органів державної влади, місцевого самоврядування, контролюючих органів, тощо: оголошення карантину у зв'язку з епідемією, обмеження імпорту, зміни у сфері оподаткування (відміна податкових пільг, зміна податкового законодавства, рішення державної податкової служби відносно ФГ), тривалий розгляд та надання процедурних рішень, дозволів, тощо при оформленні ФГ права водокористування, створення відокремленої фермерської садиби, зміни цільового призначення земельних ділянок, тощо;

6) техногенні форс-мажорні обставини: пожежа, аварія, аварія з викидом небезпечних радіоактивних речовин (близькість Запорізької АЕС, розташованої у м. Енергодар Запорізької області), вибух;

7) інші ризики: відсутність достатньої кількості споживачів продукції і послуг (термінова евакуація).

Зовнішні передбачувані ризики:

1) ринкові ризики: валютний ризик, в умовах нестабільності курсу національної валюти, що значно збільшує потенційні втрати від курсових різниць в результаті збільшення постачальниками договірних цін на насіння, засоби захисту рослин, добрива, обладнання, які є переважно імпортним товаром, поява конкуренції, зміна вимог споживачів та кон'юнктури ринку;

2) операційний ризик (неможливість підтримки робочого стану локацій насаджень, споруд через тривалу відсутність електроенергії та/або води).

Внутрішні ризики:

1) організаційні: зрив строків проведення щорічного оновлення локації рослинами, нестача робочої сили, затримки поставки посадкового матеріалу та інших матеріалів, що використовуються в рослинництві, помилки у складанні бюджету, неефективна стратегія постачання та збуту, (негативні відгуки споживачів);

2) технічні ризики: несправність обладнання, хвороби та загибель рослин, відсутність водопостачання для зрошення локації.

Для мінімізації вищезазначених ризиків потрібно здійснювати їх постійний моніторинг протягом всього строку реалізації проекту з метою прийняття ефективних рішень та завчасної розробки заходів до настання ризикових подій, особливо передбачуваних.

Залежно від суттєвості ризиків для проекту серед заходів, направлених на їх мінімізацію є:

1) відтермінування початку реалізації проекту;

2) резервування коштів на покриття непередбачених витрат;

3) нейтралізація ризиків (укладення договорів постачання, з умовою значної відповідальності за зрив виконання зобов'язань та/або можливості односторонньої відмови від договору без відшкодування контрагенту збитків, отримання поворотної фінансової допомоги, наявність декількох варіантів щодо постачальників аналогічних товарів/ послуг, заходи правового характеру (оскарження рішень, дій, бездіяльності третіх осіб), створення резерву робочої

сили, налагодження швидкого сервісного обслуговування обладнання спеціалізованими організаціями), взаємовигідне партнерство з іншими суб'єктами господарювання, розташованими на території регіону, що просувають ідеї зеленого, зеленого (сільського), агротуризму, інших альтернативних видів туризму, інші партнерські угоди з зацікавленими особами.

Висновки до розділу 3

Запропонований автором проект створення суб'єкту малого бізнесу у сфері зеленого туризму передбачає використання земельної ділянки для створення локації у сфері зеленого туризму (агротуризму) - гармонійного агрокультурного ландшафту, що містить квіткові та багаторічні насадження. для застосування в якості агрорекреаційного ресурсу з метою залучення споживачів послуг до відпочинку, прийняття ними участі у традиційних формах господарювання, самоосвіті, оздоровленні в сільській місцевості, «розбудові» центру для регенерації енергетичної сили людини у чистому середовищі, створення максимально приязної атмосфери, можливості щирого спілкування, насолоди квітковою розкішшю і ароматами, сенсорного сприйняття чуттєвих радощів життя, що сприяє бажанню людей жити «на повну», використання локації для агротерапії і гарденотерапії, особливо відносно дітей, осіб похилого віку, учасників бойових дій, інших осіб, постраждалих від збройного конфлікту; надання площадки для роботи психологів, реабілітаційних психологів, соціальних працівників, фізіотерапевтів, лікарів-натуропатів, тренерів для проведення сеансів, медитацій, йоги, різних видів оздоровчої гімнастики, натуропатичних процедур, тощо); надання площадки агрономам, флористам, ландшафтним дизайнерам, фотографам, митцям, авторам - виробникам крафтових продуктів харчування, напоїв та речей, тощо з метою проведення інших заходів на території локації.

Автором проведено наукові дослідження, проаналізовано отримані результати, на підставі яких обґрунтовано доцільність створення суб'єкту малого бізнесу у сфері зеленого туризму. Очікуваний термін окупності складає 3 роки.

ВИСНОВКИ

В розвинених країнах світу зелений туризм у всіх своїх проявах з кожним роком набуває все більшої популярності, вважається одним із найважливіших засобів стимулювання економічного і соціального розвитку регіонів на принципах сталості.

Принципи сталого розвитку впливають не тільки на великі промислові комплекси, але і на малий бізнес. Підприємницька діяльність у сфері зеленого туризму у світі спрямована на пропагування ідеї досягнення гармонії між людьми і природою (знаходження взаємовигідних точок дотику між екологією та економікою, екологічного виховання та проведення змістовного дозвілля).

У порівнянні з європейським ринком пропозицій у сфері зеленого туризму, український ринок пропозицій - слабо розвинений. Невеликий Запорізький регіональний ринок сільського зеленого туризму до 2022 року мав тенденцію до скорочення. Станом на 2023 рік можна стверджувати, що ринок зеленого туризму в Запорізькій області слабо насичений пропозиціями для туристів (особливо з низьким та середнім доходом).

Недосконалість вітчизняного законодавства щодо ведення бізнесу у сфері зеленого туризму та подальше не вирішення цього питання на державному рівні, а також на місцевому рівні при розробці ефективних стратегій розвитку територій місцевими громадами буде сприяти лише подальшим довготривалим дискусіям з приводу визначень сутності понять, особливостей та проблематики діяльності у сфері зеленого туризму.

Автор вважає, що зелений туризм – це комплексний термін, що застосовується до будь-якої форми організації діяльності у сфері екоорієнтованого туризму, яка ґрунтується на принципах сталого розвитку та враховує необхідність збереження природного або зміненого діяльністю людини навколишнього середовища, етнографічної та культурної спадщини, самобутніх традицій місцевого населення, соціально-економічного розвитку

місцевих територій та добробуту місцевого населення, підприємців, зацікавлених в розвитку даної сфери туризму, задоволення індивідуальних потреб відвідувачів (туристів), формування позитивного туристичного іміджу місцевих громад.

Потрібно не брати за взірць та не переписувати норми законодавства інших країн, а використовуючи багаторічний досвід множинності країн, реалізовані у світі ефективні бізнес-моделі та інновації в сфері зеленого туризму, створити унікальну «українську модель зеленого туризму», життєздатну, гнучку, прийнятну та зрозумілу, закріпивши її відповідним законом та прибравши всі нормативні протиріччя.

Подальша відсутність стимулів для повернення родин у сільську місцевість, для обрання молоддю сільської місцевості місцем свого проживання та/або місцем своєї самореалізації, загострить складну соціально-демографічну ситуацію, що створить значні перешкоди для нормалізації процесів відновлення територій, перезавантаження напрямів економічної діяльності на селі з врахуванням останніх світових тенденцій.

Комбінація сільського господарства з розвитком напряму зеленого туризму може зробити вагомий внесок у досягнення комплексного оздоровлення соціуму, екології та економіки.

Збільшення кількості фермерських господарств, як створених юридичних осіб, обумовлено проявленням саме ініціативи проактивних громадян щодо здійснення підприємницької діяльності у сфері малого бізнесу на власних або орендованих земельних ділянках та припиненням орендних відносин з великими аграрними підприємствами. При сприянні державою та місцевими громадами отриманню освіти, інформації та інструментів щодо диверсифікації своєї діяльності, особливо молоді, фермери з ентузіазмом візьмуться до розробки проєктів у сфері зеленого туризму, що також сприятиме їх внутрішній самореалізації.

Післявоєнне подолання Україною економічної кризи та перехід до сталого розвитку пов'язаний не лише з відновленням інфраструктури її

територій, а й з досягненням певного ступеня задоволеності населення своїм життям, переважанням позитивних емоцій в настроях людей.

Встановлення, розуміння та задоволення попиту, що обумовлений індивідуальними потребами та настроями людей, здійснені у більшій мірі обізнаними та креативними, натхненими людьми, командами однодумців, що підтримуватимуться на державному та місцевих рівнях, іншими зацікавленими особами, зумовить задоволення їх проектними розробками індивідуальних потреб людей, які вирішать спробувати такий вид відпочинку, поширити свої позитивні враження серед необмеженого кола осіб та зробити своїм свідомим вибором повторні подорожі.

Особливості організації діяльності малого бізнесу у сфері зеленого туризму притаманні кожній з розглянутих європейській країні. Без діалогу на національному та регіональних рівнях всіх зацікавлених осіб: органів державної влади та місцевих громад, громадських організацій та волонтерів, підприємців та ентузіастів, приватних фондів фінансової підтримки, державної підтримки розвитку проектів у сфері зеленого туризму, незалежних експертних досліджень та розробки плану дій з реальними вихідними даними, застосування новаторських методів управління, креативного мислення та інших заходів, такого б результату й годі було б очікувати в цих країнах.

Тому потрібно звернути особливу увагу на чинники, що сприяли динамічному розвитку малого бізнесу у сфері зеленого туризму в «щасливих» європейських країнах:

1. Розвиток зеленого туризму не декларувався, а втілювався у життя, як спосіб розвитку сільської інфраструктури, залучення інвестицій та покращення життя місцевих мешканців.

2. Були створені громадські організації, проекти, що реально допомагають ентузіастам та початківцям у сфері малого бізнесу, фермерам та іншим особам у вирішенні питань організації та «зустрічі» малого бізнесу і ринку у сфері зеленого туризму, а місцевим органам влади та неурядовим

організаціям у більш стійкому маркетингу управління туристичними напрямками.

3. Держави переглянули вимоги до фермерів щодо виробництва сільськогосподарської продукції на власній землі, та всіляко підтримують розширення ними видів діяльності, в тому числі у сфері зеленого туризму, що сприятиме переходу фермерських господарств на органічне землеробство.

4. Запобігання лобіюванню інтересів великих агропромислових бізнес-структур, що використовують монофункціональні методи виробництва при прийнятті важливих нормативних документів, що регулюють діяльність малого бізнесу, в тому числі фермерських господарств у сфері зеленого туризму.

5. Розроблені заходи новаторського екологічного врядування для популяризації подорожей у сільські місцевості, започатковані об'єднання людей для участі у волонтерських заходах з облаштування локацій малого бізнесу у сфері зеленого туризму, підтримання порядку на них для відпочинку, і це не вважається тіньовим «наймом» працівників, а розуміється як внесок ними у свій майбутній відпочинок на локаціях на пільгових умовах.

6. Частиною майбутнього зеленого туризму вважається дизайн мислення та інноваційна архітектура, що дозволить креативити архітекторам та дизайнерам, втілювати їх конструктивні рішення модульних або інших збірних приміщень, що забезпечують сучасний комфорт з мінімальним втручанням в природу, та є більш екологічними, ніж капітальне будівництво чи реконструкція садиб, облаштування будівлями та спорудами відокремлених фермерських господарств, тощо.

7. Національний орієнтир держав у сфері зеленого туризму - наявність широкого діапазону пропозицій послуг від найпростіших маркованих стежок-маршрутів і затишних укриттів до вражаючих креативних центрів для відвідувачів та інсталяцій.

8. Фокус зору суспільства переключений з використання природних ресурсів лише для багатофункціонального сільського господарства та інших

супутніх галузей економіки на збільшення показнику пропонування туристам цього ж ресурсу, як товару для природних вражень.

9. Підприємці, фермери та інші особи, що мають бажання започаткувати малий бізнес у сфері зеленого туризму мають можливість отримувати фінансову підтримку від приватних фондів, через грантові програми та на інших підставах на пільгових умовах або без зобов'язання повернення коштів.

10. Розвиваються інформаційно-комунікаційні технології у цій сфері, нова парадигми планування з використанням стратегії дизайнерського втручання для гармонізації відносин людини і природного середовища.

11. Втілюються безкоштовні освітні програми, пристосовані до конкретних потреб окремих регіонів, зі сталого розвитку у сфері зеленого туризму, організації малого бізнесу, що допомагають охочим здійснити самооцінку своїх можливостей, отримати конкретний інструментарій відповідно критеріям розвитку сталого туризму для полегшення впровадження управлінських рішень у повсякденне життя компанії.

12. Зростається у свідомості населення відчуття, що зв'язок із рідною природою сприяє їх добробуту.

13. Обмежено зловживання поняттям малий бізнес, шляхом визначення нормативно граничних норм перебування кількості осіб на туристичних локаціях, в садибах, інших приміщеннях, в залежності від обрання ними подорожей екоорієнтованого спрямування.

В Україні зараз існує другий шанс на відновлення фермерства чи ведення малого бізнесу в інших організаційно-правових формах на сільських територіях, в тому числі у сфері зеленого туризму, що сприятиме переходу України до сталого розвитку в післявоєнний період. І цей шанс у часі буде дуже коротким. Тому, проактивним власникам землі та особам, які мають намір започаткувати власну справу у сільській місцевості в сфері зеленого туризму, потрібно якнайшвидше звільнити від оренди свою власність та, використовуючі державні програми підтримки розвитку власної справи, інші програми фінансової підтримки, що реалізуються вітчизняними та зарубіжними

організаціями, приватними особами, на партнерських умовах, спробувати започаткувати малий бізнес, в тому числі у сфері зеленого туризму.

Представлений автором роботи проект створення суб'єкту малого бізнесу у сфері зеленого туризму передбачає формування ексклюзивної естетики (гармонійного агрокультурного ландшафту) шляхом використання земельної ділянки, як агрорекреаційного ресурсу, «розбудову» центру для регенерації енергетичної сили людини у чистому середовищі, використання локацій для агротерапії і гарденотерапії, надання площадки фахівцям для презентації туристам своїх навичок, тощо, сприятиме знайомству та спілкуванню людей, їх самоосвіті, самопізнанню, розкриттю почуттів, талантів, іншій взаємодії у невимушеній атмосфері локацій. Як результат - через розслаблення і гарний настрій у людини формуватиметься позитивний погляд на життя, відновлюватиметься активна життєва позиція, людина отримає емоційне задоволення.

Автором проведено необхідні дослідження, проаналізовані отримані результати, на підставі яких обґрунтовано доцільність створення суб'єкту малого бізнесу у сфері зеленого туризму та економічну ефективність реалізації даного проекту.

Цей проект принесе соціальну, екологічну та економічну користь не лише засновнику суб'єкту малого бізнесу, його працівникам, а й всім його потенційним клієнтам, що отримають позитивні враження, залученим фахівцям для їх популяризації та здійснення надалі професійної діяльності, місту Запоріжжя, Широківській територіальній громаді Запорізького району Запорізької області, іншим зацікавленим особам.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Мамотенко Д., Бут Т. Перспективні напрями підвищення туристичної привабливості регіонів України. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2019. Вип. 2 (19). С. 218-229.
2. Андренко І.Б. Міжнародний досвід організації зеленого туризму. Туризм як національний пріоритет: колективна монографія за редакцією І.М. Писаревського. Харків: ХНАМГ, 2010. С. 127-145.
3. Збарський В.К., Грибова Д.В. Сільський зелений туризм як форма малого підприємництва сільського населення. Збірник наукових праць ТДАТУ імені Дмитра Моторного (економічні науки). 2020. №1(41). С. 125-131.
4. Рутинський Й.В., Зінько Ю.В. Зелений туризм. К.: Знання, 2008. 272 с.
5. Шевчук А.В. Зелений туризм як середовище інноваційної діяльності. Інноваційна економіка. 2017. Вип. 9-10 (71). С. 28-33.
6. Нездоймінов С.Г. Туризм як фактор регіонального розвитку: методологічний аспект та практичний досвід. Одеса: Астропринт, 2009. 304 с.
7. Пандемія коронавірусної хвороби 2019. Вікіпедія. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D0%B0%D0%BD%D0%B4%D0%B5%D0%BC%D1%96%D1%8F_%D0%BA%D0%BE%D1%80%D0%BE%D0%BD%D0%B0%D0%B2%D1%96%D1%80%D1%83%D1%81%D0%BD%D0%BE%D1%97_%D1%85%D0%B2%D0%BE%D1%80%D0%BE%D0%B1%D0%B8_2019 (дата звернення: 03.10.2023)
8. Trending in Travel: Emerging consumer trends in Travel & Tourism in 2021 and beyond. World Travel and Tourism Council and Trip.Com Group. 2021. 27 p.
9. Економіка регіонів у 2015 році: нові реалії і можливості в умовах започаткованих реформ. К.: НІСД, 2015. 92 с.
10. Про туризм: Закон України № 324/95-ВР від 15.09.1995. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 11.10.2023)

11. Про особисте селянське господарство: Закон України № 742-IV від 15.05.2003. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/742-15#Text> (дата звернення: 11.10.2023)
12. Проект Закону про сільський та сільський зелений туризм. URL: <https://itd.rada.gov.ua/billInfo/Bills/CardByRn?regNum=5206&conv=9> (дата звернення: 12.10.2023)
13. Екотуризм. Вікіпедія. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%95%D0%BA%D0%BE%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC#%D0%97%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B9_%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC (дата звернення: 12.10.2023)
14. Марчишин, Н., Островська, Н. Зелений туризм в Україні: становлення, розвиток і перспективи. *Social Work and Education*. 2022. Vol. 9, No. 4. P. 542-550.
15. Богатирьова, Г.А., Головань М.Г., Горіна Г.О., Літвінова-Головань О.П., Коптева Т.С., Снігур К.В. Спеціалізований туризм: навч. посіб. Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2021. 173 с.
16. Матвієнко А.Т. Зелений туризм як напрямок вирішення проблеми зайнятості сільського населення в Україні. *Економічний вісник університету*. 2014. Вип. № 22/1. С. 95-99.
17. Самолюк Н.М. Сільський туризм як перспективний напрям самозайнятості сільського населення. *Соціально-трудові відносини: теорія та практика*. 2012. №2 (4). С.180-186.
18. Рутинський М.Й., Зінько Ю.В. Сільський туризм: навч. посібник. К.: Знання, 2006. 271 с.
19. Статистичний щорічник України 2021 / за ред. І.Є. Вернера. Київ: Державна служба статистики України, 2022. 444 с.
20. Візія, місія. ГО «Спілка сільського зеленого туризму України». URL: https://www.greentour.com.ua/vision_mission (дата звернення: 16.10.2023).

21. Аквазоо & Хутір Петерсона. Діти в місті. URL: <https://zaporizhzhia.dityvmisti.ua/akvazoo-hutor-petersona/> (дата звернення: 16.10.2023)
22. Villa del vino – большой обзор. Di.yanch. URL: [tiktok.com/@di.yanch/video/7275359570321493254](https://www.tiktok.com/@di.yanch/video/7275359570321493254) (дата звернення: 20.10.2023)
23. Танасійчук О. Український туризм після перемоги буде іншим. Укрінформ. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-world/3680587-ukrainskij-turizm-pisla-peremogi-bude-insim.html> (дата звернення: 23.10.2023)
24. Куценко А. Чому після війни попит на агротуризм збільшиться. Київщина. URL: <https://kyivregiontours.gov.ua/blog/comu-pisla-vijni-popit-na-agroturizm-zbilsitsya> (дата звернення: 23.10.2023)
25. Перетворення нашого світу: Порядок денний у сфері сталого розвитку до 2030 року. Резолюція, прийнята Генеральною асамблеєю ООН 25 вересня 2015 року. Організація об'єднаних націй. URL: <https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/migration/ua/Agenda2030-UA.pdf> (дата звернення: 16.10.2023)
26. Цілі сталого розвитку: Україна. Національна доповідь. Урядовий портал. URL: <https://www.kmu.gov.ua/storage/app/sites/1/natsionalna-dopovid-csr-Ukrainy.pdf> (дата звернення: 16.10.2023)
27. Про Цілі сталого розвитку України на період до 2030 року: Указ Президента України № 722/2019 від 30 вересня 2019 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/722/2019#Text> (дата звернення: 16.10.2023)
28. Вдовиченко В. Жити за кордоном чи повертатися в Україну? На що розраховувати біженцям у державах ЄС. LB.ua. URL: https://lb.ua/world/2023/08/15/570035_zhiti_kordonom_chi_povertatisya.html (дата звернення: 23.10.2023)
29. Здоровий спосіб життя. Харківська обласна бібліотека для дітей. URL: <http://bibl.kharkiv.ua/nauka-vidpochinku> (дата звернення: 23.10.2023).
30. Статистичний щорічник України за 2016 рік: статистичний збірник. Київ: Державна служба статистики України.

URL: https://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/Arhiv_u/01/Arch_zor_zb.htm (дата звернення: 20.10.2023)

31. Україна у цифрах 2022: статистичний збірник. Київ: Державна служба статистики України. URL: https://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2023/zb/08/zb_Ukraine_in_figures_22.pdf (дата звернення: 20.10.2023).

32. Про затвердження Порядку використання коштів, передбачених у державному бюджеті для надання підтримки фермерським господарствам: Постанова Кабінету Міністрів України № 1102 від 25 серпня 2004 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1102-2004-%D0%BF#Text> (дата звернення: 23.10.2023)

33. World Happiness Report 2023. World Happiness Report. URL: <https://worldhappiness.report/> (дата звернення: 30.10.2023)

34. Happiest Countries Prove Resilient Despite Overlapping Crises. World Happiness Report. URL: <https://worldhappiness.report/news/happiest-countries-prove-resilient-despite-overlapping-crises/> (дата звернення: 30.10.2023)

35. Як змінювалось місце України в світових рейтингах в 2015-2020 роках. Слово і діло. URL: <https://www.slovoidilo.ua/2021/01/05/infografika/suspilstvo/yak-zminyuvalosya-misce-ukrayiny-svitovyx-rejtynhax-2015-2020-rokax> (дата звернення: 30.10.2023)

36. Sustainable Rural Tourism. URL: <http://www.eceat.org/> (дата звернення: 31.10.2023)

37. Мосаєв Ю. В., Дерев'янка Н.П., Григоренко О.С. Методичний посібник з питань впровадження гарденотерапії в Україні. Запоріжжя: ГО «НАМ НЕ БАЙДУЖЕ», 2020. 40 с.

38. Norway. Sustainable Tourism in the North. URL: <https://natnorth.is/visions/norway> (дата звернення: 31.10.2023)

39. The Norwegian Trekking Association. Den Norske Touristforening. URL: <https://www.dnt.no/english> (дата звернення: 01.11.2023)

40. Studypod. Livit. URL: <https://www.studypod.no/#learn> (дата звернення: 03.11.2023)

41. 17 Unusual Place to Stay in Denmark. Visit Denmark. URL: <https://www.visitdenmark.com/denmark/accommodation/unusual-places> (дата звернення: 03.11.2023)
42. Denmark. Sustainable Tourism in the North. URL: <https://natnorth.is/visions/denmark> (дата звернення: 03.11.2023)
43. Denmark's Organic Action Plan. Agroecology Info Pool. URL: https://www.agroecology-pool.org/wp-content/uploads/2018/10/Denmark_final-1.pdf (дата звернення: 06.11.2023)
44. Sustainable Travel Finland. Visit Finland. URL: <https://www.visitfinland.fi/en/liiketoiminnan-kehittaminen/vastuullinen-matkailu/sustainable-travel-finland> (дата звернення: 06.11.2023)
45. Finland. Sustainable Tourism in the North. URL: <https://natnorth.is/visions/finland> (дата звернення: 07.11.2023)
46. ECEAT Finland. Finnish Agrotourism Association. URL: <https://luomumatkailu.fi/en/eceat-finland> (дата звернення: 07.11.2023)
47. Casa Rural Granja. Ecotur. URL: <https://www.ecotur.es/agroturismo-casa-rural-granja> (дата звернення: 07.11.2023)
48. Sustainable Rural Tourism. ECEAT International. URL: <http://www.eceat.org/index.php/public/en/29#spain> (дата звернення: 09.11.2023)
49. Holiday Cottages, agrotourism and farm stays in Spain. AgroturismoEspana.Com. URL: <https://agroturismoespana.com/en/> (дата звернення: 07.11.2023)
50. Gössling S., Mattsson S. Farm tourism in Sweden. Structure, Growth, Characteristics. Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism. 2002. 2(1). P. 17-30.
51. A Selection of Our Farms. Bo pa Lantgard. URL: <https://www.farmstaysweden.com/> (дата звернення: 08.11.2023)
52. Про порядок паювання земель, переданих у колективну власність сільськогосподарським підприємствам і організаціям: Указ Президента України

№ 720/95 від 08.08.1995. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/720/95#Text> (дата звернення: 10.11.2023)

53. Земельний кодекс України: Закон України № 2768-III від 25.10.2001. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2768-14#Text> (дата звернення: 10.11.2023)

54. Земельна реформа. Урядовий портал. URL: <https://www.kmu.gov.ua/diyalnist/reformi/ekonomichne-zrostannya/zemelna-reforma> (дата звернення: 13.11.2023)

55. Особливості функціонування аграрного сектора економіки України в умовах війни. Національний інститут стратегічних досліджень. URL: <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/ekonomika/osoblyvosti-funktsionuvannya-ahrarnoho-sektora-ekonomiky-ukrayiny-v-umovakh> (дата звернення: 13.11.2023)

56. Проактивний. Словник.UA. URL: <https://slovnyk.ua/index.php?swrd=%D0%9F%D0%A0%D0%9E%D0%90%D0%9A%D0%A2%D0%98%D0%92%D0%9D%D0%98%D0%99#:~:text=%D0%9F%D0%A0%D0%9E%D0%90%D0%9A%D0%A2%D0%98%D0%92%D0%9D%D0%98%D0%99%2C%20%2D%D0%B0%2C,%D0%BD%D0%B0%D1%81%D1%82%D1%80%D1%96%D0%B9%2C%20%D1%81%D0%B2%D0%BE%D1%97%20%D0%B4%D0%BE%D1%81%D1%8F%D0%B3%D0%BD%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F%20%D1%82%D0%B0%20%D0%BF%D0%BE%D0%BC%D0%B8%D0%BB%D0%BA%D0%B8>. (дата звернення: 13.11.2023)

57. Про насіння і садивний матеріал: Закон України № 411-IV від 26.12.2002. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/411-15#Text> (дата звернення: 13.11.2023)

58. Лейард Річард. Yalta European Strategy. URL: <https://yes-ukraine.org/ua/yes-annual-meetings/2019/Participants/leyard> (дата звернення: 14.11.2023)

59. Стратегія місцевого соціально-економічного розвитку Широківської об'єднаної територіальної громади Миколаївської області на період до 2027

року. Широківська громада. URL: <https://shirokivska.gromada.org.ua/strategiya-rozvitku-shirokivskoi-otg-16-58-19-11-08-2021/> (дата звернення: 14.11.2023)

60. Географічне положення та населення. Запорізька обласна державна адміністрація. URL: <https://www.zoda.gov.ua/article/57> (дата звернення: 14.11.2023)

61. Транспортна інфраструктура та інфраструктура зв'язку. Запорізька обласна державна адміністрація. URL: <https://www.zoda.gov.ua/images/article/original/000044/44850/transport.pdf> (дата звернення: 14.11.2023)

62. Про нас. Zaporizhzhia International Airport. URL: <https://ozh.aero/about-us/> (дата звернення: 14.11.2023)

63. Стратегія регіонального розвитку Запорізької області на період до 2027 року. Запорізька обласна державна адміністрація. URL: https://www.zoda.gov.ua/files/WP_Article_File/original/000130/130216.pdf (дата звернення: 14.11.2023)

64. Стала відома статистика кількості ВПО в Україні: оновлені цифри. Київ 24 News. URL: <https://kyiv24.news/news/stala-vidoma-statystyka-kilkosti-vpo-v-ukrayini-onovleni-czyfry> (дата звернення: 15.11.2023)

65. Середня зарплата в Україні. Мінфін. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/labour/salary/average/> (дата звернення: 15.11.2023)

66. Статистика зарплат. Work.UA. URL: <https://www.work.ua/stat> (дата звернення: 15.11.2023)

67. Дрібний побутовий правочин. Kodeksy.com.ua. URL: https://kodeksy.com.ua/dictionary/d/dribnij_pobutovij_pravochin.htm (дата звернення: 16.11.2023)

68. Хаєм Н. Брейнгазм – що відбувається в нашому мозку? BBC News Україна. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/vert-fut-43048936> (дата звернення: 16.11.2023)

69. Ринок квітів та декоративних рослин в Україні (скорочений звіт). Agroberichten Buitenland. URL: <https://www.agroberichtenbuitenland.nl/binaries/agroberichtenbuitenland/documenten/publicaties/2019/04/17/ua-psd-ornamental->

study/Ornamental_Market+Study_SHORT-UA+final.pdf (дата звернення: 16.11.2023)

70. Berry Land (Ягідна країна). UAOTZYV.COM. URL: <https://uaotzyv.com/dnipropetrovsk/berry-land-288450> (дата звернення: 17.11.2023)

71. Добропарк. Dobropark.com. URL: <https://dobropark.com/> (дата звернення: 17.11.2023)

72. Про затвердження національних стандартів України, державних класифікаторів України, національних змін до міждержавних стандартів, внесення зміни до наказу Держспоживстандарту України від 31 березня 2004 р. № 59 та скасування нормативних документів: Наказ Державного комітету України з питань технічного регулювання та споживчої політики № 97 від 24.05.2004. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0097609-04#n34> (дата звернення: 17.11.2023)

73. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України № 996-XIV від 16.07.1999. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14#Text> (дата звернення: 17.11.2023)

74. Про фермерське господарство: Закон України №973-IV від 19.06.2003. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/973-15#Text> (дата звернення: 17.11.2023)

75. Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування: Закон України № 2464-VI від 08.07.2010. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2464-17#Text> (дата звернення: 17.11.2023)

76. Про затвердження Переліку територій, на яких ведуться (велися) бойові дії або тимчасово окупованих Російською Федерацією: Наказ Міністерства з питань реінтеграції тимчасово окупованих територій України № 309 від 22.12.2022. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1668-22#n15> (дата звернення: 17.11.2023)