

stan. It is stated that China has significant influence and ties with the countries of South Asia and can influence on resolving conflicts. In particular, China's role and place in the conflict is determined by its response to the fightings and terrorists' acts by Pakistan and India. China is reacting negatively to these actions, as a third party, of the conflict. Official Beijing has repeatedly insisted on a peaceful settlement of all disputes in its statements, The article also analyzes the attitude of Pakistan and India to China's involvement in the conflict. While Pakistan is certainly not opposed to Chinese support, India opposes any action, and especially does not support the Chinese initiative of the CPEC, as it believes that this economic corridor threatens Indian security in both economic and military-political terms. At the same time, China does not always act consistently, but flexibly responds to the changing situation both in the region and in the middle of the country.
Key words: Pakistan, India, China, conflict, cooperation, CPEC.

Матеріал надійшов до редакції 10.11.2021 р.

УДК 338.48-44(430)

Наталія Коцан,

доктор географічних наук, професор,
завідувач кафедри міжнародних відносин і регіональних студій,
Волинський національний університет імені Лесі Українки,
ORCID ID

Kotsan.natalia@vnu.edu.ua;

Юлія Соловенюк,

студентка 1 курсу магістратури,
Волинський національний університет імені Лесі Українки,
Yulia101999@gmail.com

DOI 10.29038/2524-2679-2021-02-90-100

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА РЕГУЛЮВАННЯ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В НІМЕЧЧИНІ

За сучасних умов сільський зелений туризм у Німеччині є одним із найбільш розвинутих у світі. Успіх цієї галузі тісно пов'язаний з особливостями державного регулювання. Важливим фактором також виступають

організації на державному, регіональному, локальному та сублокальному рівнях. Німеччині притаманна унікальна спеціалізація агроосель. Країна є прикладом успішного подолання кризи сфери туризму, спричиненої пандемією, завдяки стимулюванню сільського зеленого туризму. У статті розкрито сутність явища сільського зеленого туризму як одного з пріоритетних та перспективних напрямів на сучасному етапі розвитку. Досліджено загальний стан сучасного сільського зеленого туризму і його роль у розв'язанні актуальних та невідкладних соціально-економічних проблем, спричинених глобальною пандемією. Показано особливості організації сільського зеленого туризму Німеччини. Доведено, що державні, регіональні та локальні організації стимулюють розвиток галузі. Наголошено на позитивних і негативних моментах регулювання цієї сфери. На прикладі Німеччини зроблено висновок, що сільський зелений туризм є невід'ємним атрибутом життя сучасного суспільства, а також вагомим фактором розвитку депресивних сільських територій, тому держава, що зацікавлена в розвитку туризму й економіки загалом, має створювати сприятливі умови для цієї галузі.

Ключові слова: сільський зелений туризм; Німеччина; регулювання; організація; розвиток села; агрооселя.

1. ВСТУП

Постановка проблеми. Роль туристичної індустрії за останні десятиліття значно зросла, адже сьогодні туризм є не лише способом відпочинку й проведення дозвілля, а й одним із вагомих джерел поповнення бюджетів регіонів. Одночасно з розвитком туристичної галузі сформувалися нові форми туризму, які з часом зайняли свої ніші на туристичному ринку. Однією з форм туризму є сільський зелений туризм – напрям у туристичній галузі, що відкриває перспективи для розв'язання низки проблем розвитку сільських територій [7].

Можливість задоволення туристично-рекреаційних потреб переважно міського населення, що проживає в умовах урбанізованого середовища, у районах зі складною екологічною ситуацією, зумовила помітний інтерес до сільського зеленого туризму. Тому вивчення сутності сільського зеленого туризму, дослідження його сучасного стану та організаційних форм, виявлення проблем і формування заходів для їх вирішення на прикладі Німеччини зумовлюють актуальність цього дослідження й потребують поглиблених наукових досліджень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми розвитку сільського зеленого туризму стосуються роботи багатьох науковців і

практиків. Для написання статі ми використали матеріали провідних дослідників галузі сільського зеленого туризму М. Й. Рутинського, Ю. В. Зінько, Т. О. Коберніченко, В. П. Васильєва, В. Ф. Кифяка, О. В. Заставецької, І. Г. Денисюк, С. П. Кузика, Г. Б. Головка, Н. Є. Кудли, Т. Ю. Лужанської, В. П. Васильєва, П. А. Горішевського та ін. Особливу увагу приділено працям М. Й. Рутинського і Ю. В. Зінько, у яких висвітлено сільський зелений туризм як окрему форму рекреаційної діяльності та описано європейський досвід організації сільського зеленого туризму [7; 8]. Організаційно-економічні й екологічні аспекти діяльності агротуристичних господарств розглянуто в працях Н. Є. Кудли [2] Проте активний розвиток цих видів туризму вимагає продовження досліджень їхніх особливостей.

Мета роботи – дослідження особливостей організації та регулювання сфери сільського зеленого туризму в Німеччині.

2. РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

За визначенням експертів ВТО [9], сільський зелений туризм – найдинамічніший сектор світового туристичного господарства. Сільський зелений туризм – це проведення вільного часу в сільському середовищі, якому притаманна відповідна забудова, сільський побут, мальовничий ландшафт і т. ін. Туристичні заняття у вигляді пішохідних і кінних прогулянок, спортивних й оздоровчих подорожей (навіть полювання та рибальство) відбуваються в сільській місцевості серед живої зеленої природи. Це діяльність, поєднана із сільськогосподарськими роботами, знайомством із життям невеликих поселень, пішими екскурсіями, вивченням флори й фауни, заняттям річковим спортом і т. ін. [8]. Послуги сільського зеленого туризму надаються в сільських (зелених) садибах, фермерських господарствах, а також в особистих селянських господарствах.

У Німеччині, незважаючи на потужну підтримку з боку держави і Європейського Союзу, проблеми села залишаються до кінця нерозв'язаними. Це й укрупнення агробізнесу, і високий рівень безробіття (особливо серед жінок, до 30 %), і міграція працездатного населення із сіл, і низький рівень доходу, зміна зовнішнього вигляду сіл, утрата «сільської філософії». Сільський туризм дає імпульс розвитку сільських регіонів за рахунок створення нового специфічного сектору економіки, допомагає зупинити деградацію сільських регіонів, розвивати інфраструктуру села, зберегти й відтворити культурну спадщину, самобутність регіонів;

передбачає проживання та відпочинок у сільській місцевості, знайомство із сільськогосподарським виробництвом, ремеслами й промислами.

Туристи в Німеччині все частіше вибирають екотуризм, оскільки люди замислюються про необхідність захисту навколишнього середовища. Цей вид туризму ще називають м'яким туризмом. Популярнішими стають відпустку без автомобілів і біоготелі. Готелі, підтримують розвиток м'якого, екологічного туризму, змінили обладнання з метою економічного енерго- й водоспоживання [7].

У Німеччині сільський зелений туризм розглядається в рамках концепції «сталого розвитку» сільської місцевості та курується Міністерством сільського господарства, що сприяє сталому розвитку цієї галузі.

Німеччина має давні традиції сільського туризму (який називається тут найчастіше, у дослівному перекладі, «відпочинок на фермі»). Для німецької моделі характерне проживання й харчування в будинку фермера, а також заняття сільськогосподарською діяльністю (робота на полях, догляд за худобою). [2]

Агрооселі в Німеччині поділяються на такі категорії, як:

1. «Відпустка на сільському подвір'ї» – агрооселя, де функціонує сільське господарство, пропонується ознайомлення з тваринами, садибою, тобто сільським способом життя.

2. «Туризм у сільському господарстві» – це агрооселя без сільського подвір'я з тваринами, але якій притаманний близький до навколишнього середовища характер.

3. «Сільські пансіонати» – поділені на категорії, які застосовують і для готелів – це агрооселя в сільській місцевості, що не передбачена для активного відпочинку на природі. [1]

Важливим є факт існування в країні спеціалізації сільських садиб (агроосель), згідно з якою вони розподілені на шість категорій, для кожної з котрих розроблено спеціальний знак [1]: Bauernhof – селянська/фермерська садиба, Erlebnishof – пригодницька садиба, Fischerhof – рибна садиба, Obsthof – фруктові садиба, Reiterhof – кінна садиба та Winzerhof – винна садиба.

У Німеччині існує багато організацій, які активно займаються підтримкою й розвитком цього виду туризму на всіх рівнях.

На державному рівні за розвиток сільського туризму, як і всього туризму загалом, відповідає Міністерство навколишнього середовища, охорони природи і ядерної безпеки, а також Міністерство економіки. [5]

На регіональному рівні діють дослідні інститути, котрі займаються дослідженням стану, перспектив і ринку сільського туризму в землях (у складі Міністерства сільського господарства й лісництва).

На локальному рівні – у кожному районі діють інформаційні центри туризму при районних адміністраціях, які надають інформацію на своїх офіційних WEB-сторінках про туризм у районі, приділяючи багато уваги й сільському туризму. Розвиток інтернету дуже сприяв поширенню та популяризації сільського туризму, зараз десь до половини потенційних туристів у Німеччині отримують інформацію про відпочинок і замовляють місця саме через інтернет. Існує багато фірм й організацій, що рекламують сільський туризм лише в інтернеті, тобто не маючи мережі офісів. [5]

Дуже важливою організацією для фермерів-надавачів послуг сільського зеленого туризму є відділ домашнього господарства в сільськогосподарській службі району. Цей відділ є інформаційним, консультаційним та освітнім центром для власників агроосель. Через нього проходить також державна підтримка фермерів (наприклад видача пільгових кредитів). Більшість власників агроосель вважають, що саме ця організація є однією з найбільш дієвих і потрібних у цій сфері [3].

Найпотужнішими організаціями в цій сфері є Німецьке сільськогосподарське товариство (16 000 членів) та Асоціація «Відпочинок на фермі» (2500 ферм). Загальну схему основних державних і недержавних організацій, які займаються питаннями сільського туризму на різних рівнях, показано в табл.1 (на прикладі Тюрингії).

На сублокальному рівні діють лише недержавні організації – подібні до локальних центрів туристичні інформаційні служби, які є набагато ефективнішими в галузі промоції сільського туризму та його реклами. Найчастіше це приватні публічні організації, членами яких є фермери, котрі платять щорічні внески – досить високі, близько 200 євро, інтереси яких у галузі сільського туризму представляють товариства [3].

Таблиця 1

Загальна схема взаємодії організацій сільського зеленого туризму Німеччини на різних рівнях (на прикладі Тюрингії)

Державні організації	Національний рівень		Недержавні організації
	Міністерство економіки; Міністерство сільського господарства;	Асоціація фермерів; Німецьке сільськогосподарське товариство; Головний офіс сільського туризму; Приватні комерційні організації;	

Закінчення таблиці 1

Державні організації	Регіональний рівень		Недержавні організації
	Міністерство економіки, транспорту та технологій Тюрингії; Міністерство сільського господарства і лісівництва Тюрингії; Міністерство регіонального розвитку та екології Тюрингії;	Асоціація фермерів; Німецьке сільськогосподарське товариство; Головний офіс сільського туризму; Приватні комерційні організації;	
	Локальний рівень		
	Сільськогосподарська служба (відділ домашнього господарства); Туристична адміністрація в районі й гемайнді.	Філія асоціації «Відпочинок на фермі»; Приватні комерційні організації; Групи самопомоги фермерів.	

Найпотужнішими є такі три організації в Німеччині, відомі на всю країну й поза її межами:

1. Німецьке сільськогосподарське товариство – засноване ще в 1885 р., має близько 15 тис. членів, займається всіма аспектами сільського господарства, але велику сферу діяльності становить саме сільський туризм. Проводить також сертифікацію сільських осель за своїми критеріями.

2. Асоціації «Відпочинок на фермі» є відділами загальної Асоціації фермерів Німеччини й займаються винятково питаннями сільського туризму. У Тюрингії ця асоціація є надзвичайно відомою та потужною (2 тис. ферм є її членами).

3. Головний офіс сільського туризму відзначається тим, що інформація про агрооселі для користувачів є платною й більш відомою в північних та центральних регіонах Німеччини [6].

Між усіма організаціями існує певна конкуренція, яку можна вважати корисною, оскільки вона стимулює організації покращувати якість послуг і реклами. Багато дрібних організацій, які займаються рекламою сільського туризму, існують в інтернеті. Найчастіше вони провадять свою діяльність лише онлайн і не мають мережі офісів. Деякі з них досить великі й відомі.

Деякі такі організації презентують якийсь неадміністративний регіон (наприклад рекламують сільський туризм в Альпах).

Громадськими організаціями в галузі сільського туризму також можна назвати самостворювані групи самодопомоги. Вони найчастіше утворюються на локальному рівні із самих фермерів, які пропонують сільський туризм, обмінюються досвідом і надають консультації. Конкуренції при цьому не виникає, бо серед фермерів панує атмосфера підтримки й співробітництва (наприклад направляють один до одного відпочивальників, коли їхня власна оселя вже зайнята) [6].

Загалом, потрібно відзначити, що мережа організації сільського туризму є справді різноманітною й широкою, тому ані реклама, ані консультації з питань такої діяльності не є проблемними. Можна припустити, що ефективність діяльності недержавних організацій визначається тим, що вони отримують реальний прибуток від своєї діяльності.

Основними позитивними моментами державного регулювання сільського зеленого туризму Німеччини є:

1) чітке визначення й розмежування двох типів сільського туризму як діяльності: підприємницької та підсобного господарства: при наданні до восьми ліжок діяльність ферми вважають підсобною, а понад восьми ліжок – підприємницькою. Ці типи діяльності, відповідно, по-різному оподатковуються;

2) наявність страхувань, які захищають права та майно господарів і туристів. Такі страхування укладають майже всі підприємства сільського зеленого туризму, оскільки платежі в них є не надто високими, порівняно з витратами у випадку непередбачуваної ситуації;

3) розумна податкова політика. Для господарів існує неоподаткований мінімум прибутку від сільського туризму (близько 24 000 євро на рік), що стимулює розвиток маленьких агроосель і приваблює стартапи;

4) контракт, який захищає права й обумовлює обов'язки господаря та туристів. Він укладається обов'язково зі всіма туристами, навіть якщо вони приїхали лише на один день;

5) правова консультація, яку можна отримати під час реєстрації агрооселі й під час діяльності. Консультацію надають у місцевому відділі сільського господарства, який займається питаннями сільського туризму [5].

У Німеччині взагалі не існує закону або законодавчого документа про сільський зелений туризм, тобто, ця діяльність є настільки визначеною й

сформованою, що виникає мало суперечливих запитань у цій галузі. Однак негативним моментом, є те, що Законодавчі акти в галузі сільського туризму зосереджені лише на окремих аспектах регулювання діяльності цього типу (підприємницька чи підсобне господарство), регулювання забудови, харчової та гігієнічної безпеки тощо.

Загалом у Німеччині досить мала частина так званого «чорного» й «сірого» ринку послуг сільського зеленого туризму (близько 10–15 %). Господарі почуваються спокійно та захищено, коли діють легально. Це пояснюється добре розробленим і прозорим механізмом реєстрації й ведення такого бізнесу, хоча велику роль відіграє також багаторічний накопичений досвід у цій галузі [4].

Зважаючи на кризу, спричинену пандемією, яка найбільш негативно відобразилася на туризмі, уряди багатьох країн намагаються стимулювати національну туристичну галузь, яка в різних європейських країнах становить від 9 до 23 % ВВП. Так, згідно з доповіддю МБРР, уряд Німеччини запровадив бюджетне стимулювання туристичної галузі, доходи якої в країні становлять 23 % ВВП. Зокрема, на пряму рекапіталізацію з метою забезпечення платоспроможності компаній виділено 100 млрд євро, на підтримку ліквідності турфірм – 400 млрд євро, на рефінансування галузі – 100 млрд євро. Крім того, запроваджено відтермінування податкових платежів та скорочення авансових податкових платежів, корпоративних податків і податків на торгівлю, скасовано правозастосовні заходи/штрафи у випадках прострочки з оплати, а також авансові платежі податку на прибуток, корпоративний податок на прибуток і податок на торгівлю. Для підтримки ринку зайнятості німецький уряд розширив доступ до короткострокової допомоги в разі втрати роботи, збільшив дотації для програми виплат на утримання дитини для батьків із низьким рівнем доходів, спростив формальності для підтримки найманих працівників і розширив програми компенсації соціальної допомоги. Зазначимо, що в цьому випадку інформаційною базою слугували статистичні відомості, які були оприлюднені Всесвітньою радою з туризму та подорожей (WTTC) [10] і Німецьким туристичним союзом [11].

Отже, сільський зелений туризм позитивно впливає на відродження, збереження й розвиток місцевих народних звичаїв, промислів, пам'яток історико-культурної спадщини, а також є стимулювальним фактором економіки, особливо в кризовий період. Зелений туризм переслідує головну мету – сформувати новий туристичний продукт, який виходить

за рамки традиційного уявлення про туристичну пропозицію і який би враховував природне середовище, історико-культурну специфіку регіонів, а також давав змогу істотно урізноманітнити традиційні пропозиції у сфері туризму.

3. ВИСНОВКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Отже, у процесі проведеного дослідження окреслено особливості організації сільського зеленого туризму Німеччини, а саме традиції облаштування агроосель та активне відтворення життя сільських жителів у садибах. З'ясовано, що державні, регіональні та локальні організації стимулюють розвиток галузі.

Можна стверджувати, що державне регулювання сфери сільського зеленого туризму в Німеччині чинить позитивний вплив на розвиток галузі. Загалом обґрунтовано, що позитивний вплив розвитку зеленого туризму полягає в таких положеннях: підвищення рівня зайнятості населення у сфері обслуговування та сфері послуг; зростання добробуту сільського населення; нагромадження державного бюджету; залучення інвестиційних ресурсів; розвиток підприємницької діяльності тощо.

Отже, розвиток сільського зеленого туризму має значні перспективи, адже Німеччина забезпечена природними, рекреаційними ресурсами, що сприятиме розвитку економіки сільських регіонів, розв'язанню соціальних проблем.

Можна зробити висновок про те, що сільський зелений туризм Німеччини перебуває на дуже високому рівні, розвивається разом зі світовими тенденціями й напрямками, але водночас має свою специфіку. Досвід Німеччини свідчить, що держава, котра зацікавлена в розвитку туристичної галузі, повинна створювати умови для цієї галузі як усередині країни, так і за кордоном, при цьому державне фінансування спрямовуватиметься не лише на рекламні заходи, але й на дослідження ринку, інформування та освіту працівників туристичної індустрії, яка повинна відповідати загальносвітовим стандартам.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Васильєв, В. П. (2009). Світовий досвід організації сільського туризму: метод. рек./ Горішевський П. А., Зінько Ю. В., Рутинський М. Й. Одеса, 56 с.
2. Кудла, Н. Є. (2015). Сільський туризм: основи підприємництва та гостинності. Київ: ЦУЛ, 2152 с.

3. Парфіненко, А. Ю. (2013). *Особливості формування та реалізації туристичної політики держави: міжнародний, національний, регіональний досвід*: монографія / кол. авт., за ред. А. Ю. Парфіненка. Харків: ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 280 с.
4. Пилипенко, Г. М., Прушківська, Е. В., Кусакова, Ю. О. *Компаративний аналіз розвитку зеленого туризму України та світі*. URL: https://ev.nmu.org.ua/docs/2016/3/EV20163_145-153.pdf
5. Посохов, І. С. (2015). Історія розвитку туризму у Німеччині: досвід для України. *Гілея: науковий вісник*, 99, с. 56–60, URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=24171458>
6. Пугач, Н. А. (2014). Інформаційно-консультаційне забезпечення розвитку сільського туризму. *Економіка АПК*, 9, с. 62–68.
7. Рутинський, М. Й., Зінько, Ю. В. (2006). *Сільський туризм*. Київ: Знання, 271 с.
8. Рутинський, М. Й., Зінько, Ю. В. (2008). *Зелений туризм*. Київ: Знання, 271 с.
9. *The Gulf Cooperation Council (GCC) Outbound Travel Market with Special Focus on Europe as a Tourism Destination: Всесвітня туристична організація (UNWTO)*. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284420131>
10. *Travel and Tourism, Economic impact 2020, Germany, WTTC*. URL: <https://wtcc.org/Portals/0/Documents/Press%20Releases/Germany%20looks%20set%20to%20lose%2038%20billion%20from%20missing%20tourists%20and%20visitors%20due%20to%20pandemic%20says%20WTTC.pdf?ver=2020-10-26-143856-420>
11. *Zahlen-Daten-Fakten 2020, Deutscher Tourismusverband*. URL: <https://www.deutschertourismusverband.de/service/coronavirus/dtv-forderungen.html>

RURAL GREEN TOURISM ORGANIZATIONAL AND REGULATION FEATURES IN GERMANY

Today rural green tourism in Germany is one of the most developed in the world. The success of this industry is closely linked to the government regulation peculiarities. Organizations at the state, regional, local and sub-local levels are also an important factor. Germany has a unique specialization of agrohouses. The country is an example of successful tourism crisis overcoming caused by the pandemic by promoting rural green tourism. The article reveals the essence of the rural green tourism phenomenon as one of the priority and promising areas at the present stage of development. The general state of modern rural green tourism and its role in solving urgent and urgent socio-economic problems caused by the global pandemic are studied. Features of the organization of rural green tourism of Germany are shown. It is proved that state, regional and local organizations stimulate the development of the industry. The positive and negative aspects of the regulation of this sphere are emphasized. The example of Germany concludes

that rural green tourism is an integral attribute of modern society, as well as an important factor in the development of depressed rural areas, so the state, interested in tourism and the economy in general, should create favorable conditions for this industry.

Key words: Rural green tourism; Germany; regulation; organization; rural development; agro-village.

REFERENCES

1. Vasiliev, V. P., Gorishevsky, P. A., Zinko, Yu. V., Routine, M. Y. (2009). *World experience in the organization of rural tourism: guidelines*. Odessa, 56 p.
2. Kudla, N. E. (2015). *Rural tourism: the basics of entrepreneurship and hospitality*. Kyiv: TsUL, 152 p.
3. Parfinenko, A. Yu. (2013). *Peculiarities of formation and realization of tourist policy of the state: international, national, regional experience: monograph / col. ed., ed. A. Yu. Parfinenko*. Kharkiv: VN Karazin KhNU, 280 p.
4. Pylypenko, G. M., Prushkivska, E. V., Kusakova, Y. O. *Comparative analysis of the development of green tourism in Ukraine and the world*. URL: https://ev.nmu.org.ua/docs/2016/3/EV20163_145-153.pdf
5. Posokhov, I. S. (2015). History of tourism development in Germany: experience for Ukraine. *Gileya: scientific bulletin*, 99, p. 56–60. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=24171458>
6. Pugach, N. A. (2014). Information and consulting support for the development of rural tourism. *Economics of agro-industrial complex*, 9, p. 62–68.
7. Rutinsky, M. J., Zinko, Y. V. (2006). *Rural tourism*. Kyiv: Znannia, 271 p.
8. Rutinsky, M. J., Zinko, Y. V. (2008). *Green tourism*. Kyiv: Znannia, 271 p.
9. The Gulf Cooperation Council (GCC). *Outbound Travel Market with Special Focus on Europe as a Tourism Destination: World Tourism Organization (UNWTO)*. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284420131>
10. *Travel and Tourism, Economic impact 2020, Germany, WTTC*. URL: <https://wttc.org/Portals/0/Documents/Press%20Releases/Germany%20looks%20set%20to%20lose%2038%20billion%20from%20missing%20tourists%20and%20visitors%20due%20to%20pandemic%20says%20WTTC.pdf?Ver=2020-10-26-143856-420>
11. Zahlen-Daten-Fakten 2020, *Deutscher Tourismusverband*. URL: <https://www.deutschertourismusverband.de/service/coronavirus/dtv-forderungen.html>

Матеріал надійшов до редакції 05.12.2021 р.