

*Міністерство освіти і науки України
Львівський національний університет ветеринарної медицини та
біотехнологій імені С.З. Гжицького*

Факультет менеджменту, бізнесу та публічного адміністрування

Кафедра туристичного бізнесу та гостинності

«ОРГАНІЗАЦІЯ АГРОТУРИСТИЧНИХ ГОСПОДАРСТВ»

**Методичні рекомендації та завдання до
практичних занять і самостійної роботи**

**для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня
денної та заочної форм навчання спеціальності
242 «Туризм і рекреація»**

Липчук. В.В., Липчук Н.В. «Організація агротуристичних господарств»
Методичні рекомендації та завдання до практичних занять і самостійної роботи
для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня денної та заочної
форм навчання спеціальності 242 «Туризм і рекреація». Львів, 2025. 58с.

Рецензент: доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економіки підприємства, інновацій та дорадництва в АПК імені І.В. Поповича Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Гжицького **Музика Павло Михайлович**

Погоджено навчально-методичною комісією спеціальності 242 «Туризм і рекреація»

протокол № 3 від 03 серпня 2025 р.

Схвалено вченою радою факультету менеджменту, бізнесу та публічного адміністрування

протокол № 1 від 28 серпня 2025 р.

ВСТУП

Агротуризм - це одна з форм сільського туризму, спосіб раціонального використання природних умов місцевості. Його соціально-економічне значення та ренесанс в післяпандемійний період вказують на значимість розвитку цієї форми підприємництва на селі, що передбачає набуття відповідних знань та вмінь слухачами спеціальності «Туризм і рекреація».

Предметом вивчення навчальної дисципліни є організація та управління діяльністю агротуристичного господарства.

Мета навчальної дисципліни - ознайомлення студентів із соціально-економічним значенням, розвитком і промоцією агротуризму, правовими, фінансовими і організаційними передумовами надання агротуристичних послуг.

Завдання навчальної дисципліни:

- формування теоретичних знань про сутність, зміст і структуру агротуризму як складової сільського та екологічного туризму, його роль у сталому розвитку сільських територій;
- ознайомлення студентів із законодавчими, економічними та соціальними основами організації агротуристичних господарств в Україні та за кордоном;
- вивчення основ функціонування агротуристичного бізнесу, його інфраструктури, матеріально-технічного забезпечення, кадрових та фінансових аспектів;
- розвиток умінь і навичок планування, організації та управління агротуристичною діяльністю, зокрема підготовки господарства до прийому туристів, формування програми перебування та обслуговування гостей;
- формування компетенцій з маркетингу агротуристичних послуг: розробка бренду, просування агросадиби, використання цифрових технологій у рекламі та продажу туристичних продуктів;
- дослідження ринку агротуристичних послуг, визначення рівня попиту, аналіз конкурентного середовища та оцінка потенціалу розвитку регіонів для ефективного функціонування агротуристичних господарств;
- ознайомлення з досвідом успішних агротуристичних господарств України та світу для формування практичних моделей їх організації та управління;

- виховання екологічної свідомості та відповідального ставлення до природних і культурних ресурсів, що використовуються в агротуризмі;
- розвиток творчого мислення студентів щодо створення інноваційних агротуристичних продуктів, використання місцевих традицій, ремесел і гастрономії як елементів туристичної привабливості;
- формування практичних навичок складання бізнес-плану агротуристичного господарства, розрахунку його економічної ефективності, оцінки ризиків і шляхів їх мінімізації.

ТЕМА 1

Основні засади дослідження дисципліни «Організація агротуристичних господарств»

1. Предмет вивчення курсу «Організація агротуристичних господарств»

Предметом вивчення дисципліни «Організація агротуристичних господарств» є система знань, методів, підходів і практичних інструментів, що забезпечують створення, функціонування та розвиток господарств, орієнтованих на надання туристичних послуг у сільській місцевості. Ця дисципліна поєднує елементи економіки, менеджменту, маркетингу, туризмознавства, а також соціології й культурології.

Її мета полягає у формуванні у студентів цілісного уявлення про принципи організації агротуристичної діяльності, особливості управління агрооселями та ефективне використання природно-культурного потенціалу села.

Вивчення курсу дозволяє зрозуміти механізми перетворення сільського домогосподарства на конкурентоспроможний туристичний об'єкт, який забезпечує додаткові доходи та сприяє розвитку регіональної економіки.

До предмета дисципліни також належить аналіз правових, фінансових і соціальних аспектів ведення агротуристичного бізнесу, питання екологічної стійкості та збереження культурної спадщини. Дисципліна вивчає способи формування туристичного продукту, технологію прийому відвідувачів, забезпечення якості послуг, а також організацію взаємодії між суб'єктами туристичної діяльності - власниками агроосель, туристами, місцевою владою та громадами.

У результаті опанування курсу студенти повинні засвоїти понятійно-категоріальний апарат агротуризму, отримати практичні навички планування господарства, розробки бізнес-плану та стратегії його просування на ринку.

Таким чином, предмет дисципліни формує комплексне розуміння процесів організації агротуристичної діяльності як форми сталого розвитку сільських територій.

2. Загальні поняття сільського туризму та агротуризму

Сільський туризм - це вид рекреаційної діяльності, який передбачає тимчасове перебування туристів у сільській місцевості з метою відпочинку, оздоровлення, ознайомлення з природним і культурним середовищем.

Агротуризм, своєю чергою, є однією з його форм і зосереджується безпосередньо на участі туристів у сільськогосподарських роботах, знайомстві з традиційним укладом життя, дегустації місцевих продуктів та пізнанні сільської культури.

Основна відмінність агротуризму від звичайного відпочинку на селі полягає у взаємодії відвідувачів з агровиробничим процесом - наприклад, доглядом за тваринами, участю у зборі врожаю, приготуванні традиційних страв або ознайомленні з народними ремеслами. Така форма туризму не лише приносить задоволення мандрівникам, але й створює додану вартість для місцевих жителів, сприяє розвитку мікропідприємництва та збереженню нематеріальної культурної спадщини.

Сільський та агротуризм мають спільні риси - орієнтацію на екологічність, автентичність і сталий розвиток. Вони сприяють диверсифікації сільської економіки, дозволяють створювати робочі місця та зменшують міграційний відтік населення. Крім того, агротуризм є засобом міжкультурної комунікації, адже туристи отримують безпосередній досвід життя у сільському середовищі, знайомляться з місцевими традиціями, кухнею та звичаями.

Отже, поняття агротуризму поєднує рекреаційні, економічні та освітньо-культурні аспекти, утворюючи нову форму підприємництва, що базується на принципах гармонійної взаємодії людини з природою та місцевою спільнотою.

3. Агротуризм як форма сільського бізнесу

Агротуризм є однією з найперспективніших форм малого сільського бізнесу, оскільки поєднує господарську діяльність із туристичною. Для власників агроосель це можливість використовувати наявні ресурси - землю, будівлі, господарський інвентар, знання та традиції - для створення туристичного продукту з мінімальними інвестиціями. Такий бізнес має високу соціальну

значущість, адже сприяє самозайнятості населення, розвитку місцевих громад і підвищенню рівня добробуту сільських родин.

Агротуристичний бізнес базується на принципах сталого розвитку - тобто передбачає збереження природного середовища, культурної автентичності та традиційного способу життя. Він дає змогу створювати унікальні пропозиції для туристів: участь у фермерських роботах, відпочинок на природі, дегустації локальних продуктів, майстер-класи з ремесел. Водночас агротуризм формує новий тип підприємця - власника, який мислить не лише як фермер, а й як менеджер і маркетолог.

Як форма бізнесу, агротуризм вимагає планування, розробки бізнес-плану, вивчення попиту, створення бренду господарства та активного просування через сучасні цифрові інструменти. При цьому успіх діяльності залежить від якості послуг, гостинності та вміння створювати позитивні емоції у гостей.

У глобальному вимірі агротуризм розглядають як чинник розвитку сільських територій, підвищення конкурентоспроможності регіонів і збереження культурної ідентичності.

Таким чином, агротуризм - це не лише форма підприємництва, а й інструмент соціально-економічного відродження українського села.

Питання для дискусії

1. У чому полягає специфіка агротуризму як виду сільського туризму?
2. Чи можна вважати агротуризм інструментом відродження українського села?
3. Як змінюється мотивація туристів, що обирають відпочинок у сільській місцевості?
4. Яке значення має інтеграція місцевої громади у розвиток агротуристичних господарств?
5. Чим відрізняється агротуризм від екотуризму та зеленого туризму?
6. Наскільки актуальним є впровадження навчальної дисципліни «Організація агротуристичних господарств» у сучасних освітніх програмах?

7. Яку роль відіграють цифрові ресурси та інтернет-платформи у популяризації сільського туризму?

Практичні завдання

Завдання 1.

Підготуйте короткий опис (до 1 сторінки) власного бачення агротуристичного господарства, враховуючи природно-культурні ресурси певного села або регіону.

Завдання 2.

Проаналізуйте 2-3 вебсайти або сторінки у соцмережах, присвячені агротуризму (наприклад, українські агросадиби), і визначте, які маркетингові елементи сприяють привабливості пропозиції.

Кейс “Від ідеї до агросадиби”

Уявіть, що мешканці села вирішили створити агротуристичне господарство. Вони мають стару садибу, фруктовий сад і кілька гектарів землі. Запропонуйте, які кроки потрібно здійснити для започаткування бізнесу (документи, маркетинг, організація прийому туристів, співпраця з місцевою владою). Оцініть можливі ризики і шляхи їх подолання.

Питання для самостійної роботи

1. Дайте визначення поняттю «агротуризм» і розкрийте його основні ознаки.
2. Які фактори впливають на формування попиту на агротуристичні послуги?
3. У чому полягає різниця між поняттями «сільський туризм» і «агротуризм»?
4. Визначте завдання дисципліни «Організація агротуристичних господарств».
5. Охарактеризуйте історію становлення агротуризму в Україні.
6. Які економічні та соціальні переваги може принести розвиток агротуризму для громади?
7. Наведіть приклади використання природних і культурних ресурсів у сільському туризмі.
8. Які основні джерела інформації та літератури можна використати для вивчення агротуризму?

9. Поясніть значення агротуристичного бізнесу у системі сталого розвитку сільських територій.
10. Як агротуризм сприяє формуванню позитивного іміджу України як туристичної держави?

ТЕМА 2

Особливості здійснення агротуристичної діяльності та надання агротуристичних послуг

1. Сутність та характеристика понять «агротуристична діяльність», «агротуристична послуга», «агротуристичне підприємництво» та «агротуристичний продукт»

Агротуристична діяльність - це специфічна форма господарської активності, спрямована на організацію туристичного відпочинку у сільській місцевості з використанням природних, культурних і господарських ресурсів. Її сутність полягає у поєднанні елементів туризму, гостинності та фермерського господарювання. Основна мета цієї діяльності - забезпечення туристів якісними послугами проживання, харчування, дозвілля, ознайомлення з традиційним сільським укладом життя. Вона формує комплексний туристичний продукт, що базується на автентичності, екологічності та взаємодії між людьми.

Поняття «агротуристична послуга» охоплює конкретні дії або результати діяльності, які задовольняють потреби туристів під час перебування на селі. Це може бути організація проживання в агрооселі, харчування домашніми продуктами, участь у фермерських роботах, майстер-класи з ремесел чи дегустації місцевої кухні. Послуги в агротуризмі мають не лише рекреаційний, а й пізнавальний та емоційний характер.

Термін «агротуристичне підприємництво» означає вид малого бізнесу, що об'єднує туристичну та сільськогосподарську діяльність у межах одного господарства. Це підприємництво соціально орієнтоване: воно сприяє зайнятості населення, підтримці села, розвитку місцевої економіки.

«Агротуристичний продукт» - це сукупність усіх послуг і вражень, які отримує турист під час перебування на сільській території. Він включає

проживання, харчування, дозвілля, культурні події, контакти з природою та людьми.

Таким чином, агротуристична діяльність - це системна взаємодія між господарем і туристом, у результаті якої створюється унікальний досвід пізнання сільського життя, що поєднує економічні, культурні та емоційні складові.

2. Суб'єкти агротуристичної діяльності

Суб'єктами агротуристичної діяльності є всі учасники процесу організації та надання послуг у сфері агротуризму. До основних належать власники агроосель або сільських садиб, які безпосередньо забезпечують прийом туристів і пропонують їм послуги проживання, харчування, розваг і пізнання сільського життя. Вони виступають як підприємці, менеджери, господарі та носії місцевої культури одночасно.

Другу групу суб'єктів становлять споживачі - туристи, які шукають відпочинок у сільській місцевості, прагнуть автентичності, спокою, спілкування з природою. Їхні потреби визначають напрямок розвитку агротуристичних господарств.

Важливими суб'єктами також є місцеві громади, оскільки саме вони формують соціально-культурне середовище, підтримують інфраструктуру та сприяють розвитку туризму через створення умов для інвестицій, маркетингових ініціатив і збереження культурної спадщини.

До системи суб'єктів входять також туристичні оператори, агенції, державні та регіональні установи, які координують розвиток галузі, регулюють стандарти якості, розробляють програми підтримки малого бізнесу.

Окрім того, важливу роль відіграють громадські організації, асоціації агротуризму, освітні заклади та наукові установи, які займаються підготовкою кадрів, консалтингом і дослідженням тенденцій ринку. Таким чином, система суб'єктів агротуристичної діяльності є багаторівневою, інтегруючи приватний, громадський і державний сектори, що спільно забезпечують сталий розвиток туризму на селі.

3. Потреби та цілі споживачів агротуристичних послуг

Потреби споживачів агротуристичних послуг формуються під впливом соціально-економічних, культурних і психологічних чинників. Сучасний турист прагне відпочинку, який поєднує спокій, автентичність, природу та нові враження. Основною мотивацією є бажання віддалитися від міського шуму, знайти гармонію та відчувати контакт із природою.

Для багатьох туристів агротуризм - це спосіб уповільнитися, переосмислити цінності, насолодитися простими радощами життя. Вони шукають екологічно чисте середовище, натуральну їжу, можливість поспілкуватися з господарями, взяти участь у приготуванні страв чи ремеслах.

Крім рекреаційних потреб, важливими є освітні та культурні цілі: дізнатися більше про традиції, історію, культуру села. Для сімей з дітьми це ще й виховна можливість - показати дітям природу, тварин, працю на землі.

Певна частина споживачів орієнтується на активний відпочинок: кінні прогулянки, веломаршрути, збирання ягід, участь у святах і фестивалях. Інші цінують тишу, медитацію, відновлення емоційного балансу.

З економічного погляду, споживачі також прагнуть оптимального співвідношення ціни та якості, тому перевагу надають господарствам із доступними, але якісними послугами.

У підсумку, агротуризм задовольняє комплексні потреби людини - рекреаційні, культурні, емоційні, пізнавальні, соціальні - і формує унікальний туристичний досвід, орієнтований на гармонію з природою та місцевою культурою.

4. Державне регулювання агротуристичної діяльності в Україні

Державне регулювання агротуризму в Україні спрямоване на створення правових, економічних і соціальних умов для розвитку цього виду підприємництва. В основі регулювання лежать норми Закону України «Про туризм», «Про особисте селянське господарство» та низка підзаконних актів, які визначають порядок надання туристичних послуг, оподаткування та стандарти якості.

Держава відіграє роль координатора, стимулюючи розвиток агротуристичних ініціатив через програми підтримки малого бізнесу, гранти, консультації та

пільгове кредитування. Важливу роль відіграє Міністерство аграрної політики, яке у співпраці з Міністерством культури та туризму реалізує проекти з популяризації сільського туризму.

На регіональному рівні підтримка здійснюється через місцеві адміністрації, центри зайнятості, аграрні палати та туристично-інформаційні центри.

Ключовим завданням держави є формування правового поля, яке б спрощувало реєстрацію суб'єктів агротуристичної діяльності, знижувало податкове навантаження й заохочувало легалізацію бізнесу.

Важливими напрямками регулювання також є розробка стандартів безпеки, сертифікація послуг, розвиток інфраструктури та просування українського агротуризму на міжнародному ринку.

Таким чином, ефективна державна політика у сфері агротуризму сприяє не лише розвитку бізнесу, а й соціально-економічному піднесенню сільських регіонів, збереженню культурної спадщини та інтеграції України в європейський туристичний простір.

5. Особливості агротуризму в кризовий період (під час пандемії COVID-19 та війни)

Кризові події, такі як пандемія COVID-19 та війна, суттєво вплинули на розвиток агротуризму в Україні. З одного боку, вони створили серйозні виклики - зниження потоку туристів, обмеження пересування, проблеми з логістикою. З іншого - відкрили нові можливості для локального туризму, який став безпечнішою альтернативою масовим подорожам.

Під час пандемії спостерігався зріст попиту на відпочинок у сільській місцевості, де туристи могли уникнути скупчень людей, забезпечити соціальну дистанцію та перебувати на природі. Це стало поштовхом до розвитку мікроосель, екологічних господарств, кемпінгів.

В умовах війни агротуризм виконує не лише економічну, а й соціальну функцію. Частина агроосель приймає внутрішньо переміщених осіб, забезпечує їх проживанням і харчуванням, що підтримує місцеві громади.

Крім того, агротуризм стає інструментом психологічної реабілітації, допомагає людям відновлювати сили, знижувати рівень стресу, відчувати

підтримку спільноти. Багато господарів перейшли на цифрові канали комунікації, використовуючи соціальні мережі для залучення клієнтів, проведення онлайн-екскурсій, продажу продукції.

Отже, навіть у кризові часи агротуризм демонструє гнучкість, здатність до адаптації й важливу роль у відродженні економічного та соціального потенціалу українського села.

Питання для дискусії

1. Які риси відрізняють агротуристичну діяльність від традиційного сільського господарства?
2. Чому агротуризм вважають поєднанням підприємництва і культурної місії?
3. Які критерії визначають якість агротуристичних послуг?
4. Які бар'єри стримують розвиток агротуристичного підприємництва в Україні?
5. Як впливає державне регулювання на розвиток агротуристичних господарств?
6. Які вимоги до підготовки персоналу та власників агросадиб для якісного обслуговування туристів?
7. Як змінюються очікування споживачів агротуристичних послуг під впливом цифровізації та нових трендів у туризмі?

Практичні завдання

Завдання 1.

Складіть перелік основних послуг, які може надавати агротуристичне господарство (проживання, харчування, участь у сільськогосподарських роботах, екскурсії, відпочинок на природі). Поясніть, які з них можуть бути базовими, а які - додатковими.

Завдання 2.

Проаналізуйте вимоги чинного законодавства України щодо ведення сільського зеленого туризму. Визначте, які державні або місцеві програми підтримують розвиток агротуризму.

Кейс “Сільська садиба як підприємство гостинності”.

Власники невеликої агросадиби планують розширити перелік послуг: облаштувати дегустаційну залу, організовувати майстер-класи з випікання хліба і створити міні-зоопарк. Оцініть, які кроки потрібно зробити для реалізації цих ідей. Сформулюйте рекомендації з точки зору безпеки, законодавства, маркетингу та підвищення конкурентоспроможності.

Питання для самостійної роботи

1. Дайте визначення понять «агротуристична діяльність» і «агротуристична послуга».
2. Які основні суб'єкти агротуристичної діяльності?
3. Охарактеризуйте структуру агротуристичного підприємства.
4. Назвіть основні потреби та мотиви споживачів агротуристичних послуг.
5. Визначте, які види діяльності може включати агротуризм (освітній, рекреаційний, гастрономічний, екологічний тощо).
6. Яке місце агротуризму у стратегії сталого розвитку сільських територій?
7. Розкрийте роль локальної культури і традицій у формуванні агротуристичного продукту.
8. Які чинники впливають на конкурентоспроможність агротуристичних господарств?
9. Проаналізуйте приклади державної підтримки агротуризму в Україні чи за кордоном.
10. Оцініть значення державного регулювання та сертифікації для підвищення якості агротуристичних послуг.

ТЕМА 3

Агротуристичне господарство: суть, умови і принципи діяльності

1. Поняття «агротуристичного господарства» та «агротуристичного комплексу»

Агротуристичне господарство - це особлива форма підприємницької діяльності, яка базується на використанні ресурсів сільського середовища для

організації туристичного відпочинку, оздоровлення та пізнання сільського способу життя. На відміну від звичайного фермерського господарства, воно поєднує виробництво сільськогосподарської продукції з наданням послуг у сфері гостинності, харчування, рекреації та дозвілля. Основним завданням агротуристичного господарства є створення унікального туристичного продукту, який дозволяє поєднати природну автентичність, національні традиції та комфорт сучасного відпочинку.

Термін «агротуристичне господарство» охоплює різні типи сільських об'єктів - приватні садиби, мініферми, екооселі, що надають послуги проживання, екскурсій, дегустацій локальних продуктів чи участі туристів у сільських роботах. Такі господарства виступають не лише економічними суб'єктами, а й культурними осередками, які сприяють збереженню народних ремесел, традиційної архітектури та гастрономічної спадщини.

Поняття «агротуристичний комплекс» має ширше значення. Це система об'єднаних між собою елементів, що забезпечують повний цикл агротуристичної діяльності: від організації проживання й харчування до проведення екскурсій, майстер-класів, фестивалів чи маршрутів місцевими пам'ятками. До складу комплексу можуть входити кілька господарств, об'єднаних спільною інфраструктурою та маркетинговою стратегією.

Основною перевагою агротуристичного комплексу є його здатність формувати синергію між учасниками - фермерами, підприємцями, громадами. Це сприяє розвитку локальної економіки, створенню робочих місць і залученню інвестицій у сільську місцевість.

Таким чином, агротуристичне господарство виступає базовою одиницею сільського туризму, а агротуристичний комплекс - вищим рівнем його організаційної структури, що інтегрує природні, соціальні та економічні ресурси у єдину систему сталого розвитку території.

2. Види та основні характеристики агроосель

Агрооселя - це житлова одиниця або невеликий гостьовий будинок у сільській місцевості, що надає туристам послуги проживання, харчування та відпочинку з

елементами автентичної культури. Вона є основним структурним елементом агротуристичного господарства й формує безпосереднє уявлення туриста про сільський стиль життя. Залежно від рівня комфорту, спеціалізації та цільової аудиторії, агрооселі поділяються на кілька типів.

Перший тип - *традиційні агрооселі*, які зберігають народний стиль архітектури, старовинні інтер'єри та побутові звичаї. Їхня привабливість полягає у можливості відчувати автентичність і долучитися до національної культури.

Другий тип - *сучасні або модернізовані агрооселі*, де автентичний стиль поєднано із сучасним комфортом (санвузол, Wi-Fi, побутова техніка). Вони орієнтовані на туристів, які цінують зручність, але хочуть зберегти зв'язок із природою.

Окремо виділяють *екологічні агрооселі*, які дотримуються принципів сталого розвитку: використовують енергію сонця, сортування відходів, біопродукти, локальні матеріали. Також поширені *тематичні оселі* - наприклад, «молочна ферма», «кінна садиба» чи «етнооселя», де турист бере участь у конкретному виді діяльності.

Основні характеристики агрооселі - це її розташування (у мальовничій місцевості), функціональна структура (житлові та господарські приміщення, подвір'я, сад, город), умови проживання, наявність автентичного декору, якість харчування та рівень сервісу. Важливою рисою є атмосфера гостинності, індивідуальний підхід до кожного гостя, залучення туристів до культурного життя громади.

Таким чином, агрооселі різняться за комфортом, спеціалізацією та цільовими орієнтирами, але їх об'єднує спільна мета - забезпечити туристам якісний відпочинок у природному середовищі з можливістю пізнати сільський спосіб життя, зберігаючи при цьому традиції та культуру місцевості.

3. Умови та принципи діяльності надавачів агротуристичних послуг

Діяльність надавачів агротуристичних послуг базується на комплексі умов, що забезпечують ефективне функціонування господарства та високий рівень задоволення потреб туристів. Передусім важливими є природно-географічні

умови: екологічно чисте довкілля, мальовничі краєвиди, сприятливий клімат, наявність водойм, лісів чи історико-культурних пам'яток поблизу. Важливу роль відіграють також соціально-економічні умови - стан інфраструктури, дороги, транспортне сполучення, доступ до медичних і комунальних послуг.

До основних принципів діяльності надавачів агротуристичних послуг належать: *гостинність, автентичність, екологічність, безпека, якість обслуговування та соціальна відповідальність*. Принцип гостинності означає щирість і доброзичливість господаря, створення атмосфери довіри та домашнього затишку. Автентичність передбачає збереження традиційної архітектури, місцевих кулінарних рецептів, народних свят і ремесел. Екологічність - це дбайливе ставлення до природи, використання натуральних матеріалів і ресурсозбереження.

Важливо також дотримуватися принципу безпеки: забезпечення санітарно-гігієнічних умов, пожежної безпеки, наявність аптечки та інструктажу для гостей. Якість обслуговування включає чистоту приміщень, своєчасність послуг, комунікабельність персоналу. Соціальна відповідальність виявляється у підтримці місцевих виробників, створенні робочих місць, збереженні культурного спадку громади.

Надавачі агротуристичних послуг повинні дотримуватись вимог чинного законодавства, реєструвати діяльність, сплачувати податки, вести облік доходів і витрат. Не менш важливо застосовувати сучасні технології - просування у соцмережах, онлайн-бронювання, участь у туристичних виставках.

Таким чином, ефективність діяльності агротуристичного господарства залежить від поєднання сприятливих умов і дотримання базових принципів сталого розвитку, що дозволяє поєднати економічну вигоду з культурною місією і турботою про довкілля.

Питання для дискусії

1. У чому полягає відмінність між агротуристичним господарством і сільською садибою?

2. Які чинники визначають успішність функціонування агротуристичного комплексу?
3. Чому важливо дотримуватися принципів екологічності та автентичності в агротуризмі?
4. Які труднощі виникають у процесі створення агротуристичного господарства на українських територіях?
5. Як соціальні та культурні особливості місцевої громади впливають на діяльність агроосель?
6. Чи можна вважати агротуризм інструментом диверсифікації сільського господарства?
7. Як поєднати економічну вигоду агротуризму з екологічною та культурною стійкістю?

Практичні завдання

Завдання 1.

Розробіть короткий опис (паспорт) агротуристичного господарства:

- назва та місцезнаходження;
- форма власності;
- основні послуги;
- ресурси (земля, житло, транспорт, працівники);
- можливості для відпочинку, харчування, дозвілля. Поясніть, як це

господарство відповідає принципам сталого розвитку.

Завдання 2.

Складіть перелік обов'язкових умов, які потрібно забезпечити для легального функціонування агротуристичного господарства (реєстрація, санітарні вимоги, безпека, пожежна інспекція, страхування).

Кейс “Агрооселя як сімейний бізнес”.

Родина Поповичів вирішила відкрити агрооселю на базі своєї ферми, де вирощують овочі, тримають тварин і мають великий сад. Планують приймати туристів на вихідні та організовувати кулінарні майстер-класи. Визначте, які ресурси вони вже мають і яких бракує для повноцінного старту. Запропонуйте три принципи, яких їм слід дотримуватися, щоб забезпечити успіх бізнесу.

Питання для самостійної роботи

1. Розкрийте сутність понять «агротуристичне господарство» та «агротуристичний комплекс».
2. Які основні ознаки відрізняють агротуристичне господарство від фермерського підприємства?
3. Опишіть основні види агроосель та їх характеристики.
4. Поясніть, які природні, соціальні та економічні умови є передумовами розвитку агротуристичного господарства.
5. Визначте роль господаря агрооселі у забезпеченні якості послуг.
6. Які принципи діяльності є ключовими для сталого розвитку агротуризму?
7. Охарактеризуйте механізм взаємодії між місцевою владою, громадою та власниками агросадиб.
8. Поясніть значення екологічної відповідальності в діяльності агротуристичних підприємств.
9. Проаналізуйте приклади успішних агротуристичних господарств України.
10. Як поєднання традицій, природних ресурсів і підприємництва формує унікальний агротуристичний продукт?

ТЕМА 4

Основи складання бізнес-плану агротуристичного господарства

1. Поняття та сутність бізнес-плану, цілі його розробки

Бізнес-план агротуристичного господарства - це комплексний документ, що відображає всі ключові аспекти створення, розвитку та управління підприємством у сфері сільського туризму. Він слугує стратегічним і тактичним інструментом для планування діяльності, прогнозування доходів і витрат, оцінки ризиків і ефективності управлінських рішень. Суть бізнес-плану полягає в систематизації інформації про ресурси, інфраструктуру, послуги та маркетингові заходи, які будуть реалізовані у господарстві. Цей документ дає змогу власникам

агроосель чітко визначити цілі підприємства, його фінансову і економічну стратегію, а також очікувані результати діяльності.

Основні цілі розробки бізнес-плану включають залучення інвестицій, отримання кредитів, підготовку до участі у грантових програмах та демонстрацію потенційної ефективності бізнесу іншим зацікавленим сторонам.

Бізнес-план також слугує інструментом внутрішнього управління, дозволяючи контролювати виконання запланованих заходів і своєчасно коригувати стратегію розвитку господарства. Він допомагає оцінити доцільність інвестицій у нові послуги, інноваційні технології чи розвиток інфраструктури. Крім того, бізнес-план дозволяє систематизувати маркетингову політику, врахувати попит і потреби цільової аудиторії, визначити конкурентні переваги та сформувати унікальний туристичний продукт.

У сучасних умовах розвитку агротуризму бізнес-план є обов'язковим документом для будь-якого господарства, яке прагне до стабільного зростання, адаптації до ринкових умов та забезпечення сталого доходу. Цей інструмент дозволяє поєднати економічну доцільність із культурно-туристичною привабливістю, створюючи комплексний план розвитку, який враховує сезонність, регіональні особливості та потреби споживачів.

Таким чином, бізнес-план є не лише технічним документом, а й стратегією довгострокового розвитку, що враховує фінансові, організаційні, маркетингові та соціальні аспекти агротуристичного господарства.

2. Види бізнес-планів

Існує кілька класифікацій бізнес-планів, які визначаються за метою, глибиною опрацювання та обсягом інформації. Основними видами є стратегічні, тактичні, інвестиційні та оперативні бізнес-плани.

Стратегічний бізнес-план передбачає довгострокові перспективи розвитку господарства, визначає місію, цілі та ключові стратегії. Він містить аналіз ринку, прогноз доходів та витрат, визначає основні напрями розвитку туристичного продукту.

Тактичний бізнес-план фокусується на середньострокових завданнях і конкретних проектах, що реалізуються в господарстві протягом 1-3 років. Він включає детальну інформацію про маркетингові кампанії, розвиток послуг, підготовку персоналу та залучення локальних партнерів.

Інвестиційний бізнес-план розробляється з метою залучення фінансування та демонстрації доцільності інвестицій. Він включає фінансові прогнози, розрахунок окупності проекту, аналіз ризиків і показники ефективності.

Оперативний бізнес-план детально описує щоденні операції та організаційні процеси, необхідні для ефективного управління господарством. Також можна виділити бізнес-плани за форматом: письмові, презентаційні та інтерактивні електронні документи. Вибір конкретного виду бізнес-плану залежить від мети його розробки та цільової аудиторії: інвестори, державні органи, внутрішнє управління або участь у грантових програмах. Для агротуристичних господарств важливо поєднувати елементи стратегічного та інвестиційного планування, оскільки це забезпечує баланс між розвитком туристичного продукту і фінансовою стабільністю.

3. Загальна методологія розробки бізнес-плану

Методологія розробки бізнес-плану агротуристичного господарства передбачає поетапне опрацювання інформації та системний підхід.

Перший етап - збір даних про ринок, цільову аудиторію, конкурентів та регіональні особливості. Важливо дослідити попит на туристичні послуги, сезонність і тенденції розвитку агротуризму.

Другий етап - визначення цілей господарства, його місії, конкурентних переваг і стратегічних пріоритетів.

Третій етап - розробка організаційної структури, визначення ресурсів (людських, матеріальних, фінансових) та планування діяльності.

Четвертий етап - фінансове планування, яке включає розрахунок доходів, витрат, прогнозування прибутку, визначення окупності проекту та аналіз ризиків.

П'ятий етап - маркетингове планування, що передбачає розробку стратегії просування послуг, використання каналів комунікації, оцінку ефективності рекламних заходів.

Шостий етап - оцінка ризиків і підготовка заходів щодо їх мінімізації.

У процесі розробки важливо дотримуватися логіки: від загальної концепції до детальних фінансових розрахунків і організаційних аспектів. Методологія також передбачає постійний перегляд та коригування бізнес-плану з урахуванням змін ринку, кліматичних умов, сезонності та соціально-економічної ситуації в регіоні.

Системний підхід дозволяє забезпечити прозорість і наочність плану, а також підвищує його довіру серед потенційних інвесторів і партнерів.

4. Структура, логіка розробки та оформлення бізнес-плану

Структура бізнес-плану агротуристичного господарства зазвичай включає титульну сторінку, зміст, резюме проекту, опис господарства, маркетинговий розділ, організаційний план, фінансові розрахунки та додатки. Резюме містить короткий опис ідеї, основні цілі, очікувані результати та ключові показники ефективності. Розділ про господарство охоплює інформацію про розташування, ресурсну базу, наявну інфраструктуру та послуги, що надаються. Маркетинговий розділ містить аналіз ринку, цільової аудиторії, конкурентів, а також план рекламних заходів і стратегій залучення туристів. Організаційний план включає опис структури управління, персоналу, функцій та відповідальності. Фінансовий розділ охоплює прогноз доходів і витрат, розрахунок окупності, джерела фінансування та аналіз ризиків. Додатки можуть містити карти, фото, графіки, договори, ліцензії та інші документи, що підтверджують інформацію. Логіка оформлення передбачає послідовність: від загальної концепції та обґрунтування до конкретних фінансових і організаційних деталей. Важливо дотримуватися чіткої структури, наочності викладу, використання таблиць і графіків для ілюстрації даних, а також забезпечити стиль викладу, зрозумілий як для інвесторів, так і для внутрішніх користувачів. Візуальне оформлення має бути акуратним, із зрозумілими заголовками, підпунктами та інфографікою, що допомагає швидко оцінити ключові аспекти проекту.

5. Організація роботи над бізнес-планом

Організація роботи над бізнес-планом включає визначення етапів розробки, розподіл обов'язків серед членів команди та контроль якості підготовки матеріалів.

Перший крок - збір і аналіз необхідної інформації про ринок, конкурентів, регіональні особливості та потреби туристів.

Другий крок - формування концепції та цілей господарства, визначення пріоритетів та стратегії розвитку.

Третій крок - підготовка окремих розділів бізнес-плану: маркетинг, організаційний план, фінанси. Важливо призначити відповідальних осіб за кожен розділ і встановити терміни виконання.

Четвертий крок - узгодження та інтеграція розділів у єдиний документ, перевірка на логічність, послідовність і повноту інформації.

П'ятий крок - фінальна редакція та оформлення бізнес-плану, підготовка додатків та презентаційної версії для потенційних інвесторів. Процес роботи передбачає регулярні наради та обговорення, врахування коментарів та рекомендацій експертів. Ключовим є також контроль за дотриманням термінів і забезпеченням достовірності інформації.

Ефективна організація роботи над бізнес-планом дозволяє створити документ, який не тільки відповідає стандартам, а й є практичним інструментом для розвитку та управління агротуристичним господарством.

Питання для дискусії

1. Навіщо агротуристичному господарству потрібен бізнес-план?
2. Які відмінності між бізнес-планом для традиційного бізнесу і для агротуристичного господарства?
3. Як можна оцінити реалістичність і життєздатність бізнес-плану?
4. Чи можна створити успішне агротуристичне господарство без залучення інвестицій?
5. Які ризики слід враховувати при плануванні діяльності агрооселі?

6. Які переваги має електронний (цифровий) бізнес-план у сучасному агротуризмі?
7. Як бізнес-план сприяє розвитку місцевої громади та створенню робочих місць?

Практичні завдання

Завдання 1.

Розробіть структуру бізнес-плану для умовного агротуристичного господарства. Обов'язкові розділи:

- ✓ резюме (короткий опис ідеї);
- ✓ опис підприємства;
- ✓ ринковий аналіз (попит, конкуренти, споживачі);
- ✓ маркетингова стратегія;
- ✓ план надання послуг;
- ✓ фінансовий розрахунок;
- ✓ ризики та шляхи їх мінімізації.

Завдання 2.

Складіть фінансову таблицю витрат і доходів агротуристичного господарства на перший рік діяльності (виходячи з власної концепції). Порада: врахуйте оренду, ремонт, обладнання, оплату праці, рекламу, податки, сезонність.

Кейс “Агрооселя у Карпатах”.

Родина Коваленків вирішила створити агрооселю на базі старої садиби в Івано-Франківській області. Вони планують надавати послуги проживання, організовувати катання на конях і кулінарні майстер-класи.

Визначте, які пункти бізнес-плану будуть для них найважливішими. Запропонуйте три маркетингові інструменти для просування їхньої садиби. Сформулюйте коротке фінансове резюме з орієнтовним терміном окупності.

Питання для самостійної роботи

1. Поясніть сутність бізнес-плану як основного інструменту організації підприємницької діяльності.

2. Розкрийте цілі та завдання складання бізнес-плану агротуристичного господарства.
3. Опишіть основні види бізнес-планів (інвестиційний, стратегічний, короткостроковий).
4. Визначте логіку розробки бізнес-плану: від ідеї до реалізації.
5. Які методи використовуються для аналізу ринку в агротуризмі?
6. Як розрахувати точку беззбитковості агротуристичного господарства?
7. Поясніть, як проводиться SWOT-аналіз при складанні бізнес-плану.
8. Яке значення має грамотне оформлення бізнес-плану для залучення партнерів та інвесторів?
9. Проаналізуйте приклад реального бізнес-плану української агрооселі (з відкритих джерел).
10. Які помилки найчастіше допускають підприємці під час підготовки бізнес-плану?

ТЕМА 5

Екологічний туризм у структурі сільського туризму

1. Сутність і особливості екологічного туризму

Екологічний туризм, або екотуризм, є сучасною формою рекреаційної діяльності, що поєднує пізнання природи, збереження довкілля та розвиток місцевих громад. Його сутність полягає у відповідальному ставленні до навколишнього середовища, коли туристи не лише споживають ресурси, а й сприяють їхньому відновленню. На відміну від масового туризму, екотуризм орієнтований на малі групи відвідувачів і гармонійне співіснування людини з природою.

Основними рисами екотуризму є освітній, природоохоронний та соціальний характер. Туристи отримують нові знання про флору, фауну, екосистеми, традиційні способи господарювання. Особливість цього виду полягає в тому, що він передбачає мінімальне втручання у природне середовище.

Екотуризм формує у людини екологічну культуру - усвідомлення відповідальності за стан природи, розуміння ролі сталого розвитку.

З організаційного боку, він охоплює такі форми, як: *екостежки, походи, спостереження за птахами, фотосафарі, участь у природоохоронних акціях, зелені школи, відвідування заповідників і національних парків.*

Сільський екотуризм передбачає проживання у фермерських садибах, де туристи можуть скуштувати екологічно чисті продукти, дізнатися про традиційні методи землеробства й догляду за тваринами.

Особливістю екотуризму є його некомерційний пріоритет - головна мета полягає не у прибутку, а у формуванні сталого розвитку територій.

Екотуризм має і - він сприяє емоційному розвантаженню, відновленню психологічну функцію внутрішньої гармонії, зменшенню стресу.

Отже, сутність екологічного туризму полягає у поєднанні відпочинку з екологічною свідомістю, що робить його важливим елементом сучасної туристичної системи, особливо в умовах кліматичних змін і деградації природних ресурсів.

2. Основні принципи екотуризму та його місце в сільському господарстві

Принципи екотуризму базуються на концепції сталого розвитку, що передбачає збалансування економічних, соціальних та екологічних інтересів.

Першим принципом є збереження природного середовища - будь-яка туристична діяльність не повинна порушувати екологічну рівновагу.

Другий принцип - освітня спрямованість: турист повинен не лише милуватися природою, а й навчатися її цінувати.

Третій - економічна вигода для місцевої громади: кошти, які надходять від екотуризму, повинні залишатися на місцях і сприяти покращенню умов життя селян.

Четвертий - культурна повага до місцевих традицій: розвиток туризму не має знищувати автентичність, а навпаки - підтримувати її.

У сільських регіонах України екотуризм тісно поєднаний із фермерським господарством, лісовим і пасовищним землекористуванням. Фермери стають провідниками екоцінностей, демонструючи екологічні способи ведення

господарства - компостування, використання відновлюваних джерел енергії, вирощування органічної продукції.

Важливим аспектом є екологічна сертифікація садиб, яка підтверджує дотримання стандартів чистоти, утилізації відходів та енергоефективності.

У системі сільського туризму екотуризм займає центральне місце, адже він поєднує економічний розвиток із природоохоронною діяльністю. Багато громад створюють еко-маршрути: «Стежка Карпатського туману», «Поліська зелена дорога», «Дніпровські плавні». Такі ініціативи залучають туристів, але не перевантажують екосистему.

Екотуризм виступає своєрідною відповіддю на кризу довіри до масового туризму, який часто призводить до руйнування ландшафтів.

Таким чином, його принципи - це основа відповідального господарювання, що перетворює село на простір гармонії між людиною та природою.

3. Перспективи розвитку екологічного туризму в Україні

Україна має унікальні природні передумови для розвитку екологічного туризму: різноманітні ландшафти, багатий біорізноманітний світ, розгалужену мережу заповідників і національних парків.

Сьогодні цей напрям набуває особливого значення у контексті глобальних викликів - зміни клімату, урбанізації, війни та зростання попиту на безпечний, локальний відпочинок.

Перспективи розвитку полягають у створенні екотуристичних кластерів, що об'єднують садиби, фермерські господарства, освітні центри та природоохоронні організації.

Важливим напрямом є цифровізація екотуризму - створення онлайн-карт, мобільних додатків, віртуальних турів, які полегшують планування маршрутів. Розвиток екоосвіти для власників садиб сприятиме підвищенню якості послуг свідомості туристів.

Україна також має потенціал для розвитку транскордонного екотуризму - співпраця з Польщею, Словаччиною, Румунією дозволить створювати спільні маршрути Карпатського регіону. Серед викликів залишаються: нестача

інфраструктури, слабка реклама, відсутність єдиних стандартів якості та недостатня підтримка держави. Однак позитивні тенденції - поява екоферм, проєктів «зеленої садиби», фестивалів сталого туризму - свідчать про зростання інтересу суспільства до цього напрямку.

З розвитком волонтерських програм («еко-табори», «зелений патруль») екотуризм перетворюється не лише на форму відпочинку, а й на рух за відновлення природи.

Отже, перспективи екологічного туризму в Україні безпосередньо залежать від рівня екосвідомості громад і підтримки з боку держави. Його подальше розширення може стати запорукою сталого розвитку сільських територій, економічної стабільності й збереження національної природної спадщини.

Питання для дискусії

1. Чому маркетинг є ключовим чинником успіху агротуристичного господарства?
2. Які відмінності має маркетинг у сільському туризмі порівняно з традиційним туристичним бізнесом?
3. Як агротуристичне господарство може створити власний бренд і підвищити впізнаваність?
4. Чи варто невеликим агрооселям використовувати платну рекламу в інтернеті?
5. Яку роль відіграють соціальні мережі в просуванні агротуризму?
6. Як правильно визначити цільову аудиторію агротуристичного продукту?
7. Які інструменти маркетингу дозволяють збільшити кількість постійних клієнтів?

Практичні завдання

Завдання 1.

Складіть *маркетинговий паспорт агротуристичного господарства*, який міститиме:

- ✓ назву господарства;

- ✓ опис основних послуг;
- ✓ портрет цільового клієнта;
- ✓ конкурентні переваги;
- ✓ канали комунікації (соцмережі, сайт, реклама);
- ✓ пропозицію лояльності (знижки, подарунки, бонуси).

Завдання 2. Розробіть *просту маркетингову кампанію* для агрооселі:

1. Назва кампанії.
2. Головна ідея (емоційне повідомлення клієнтам).
3. Формат реклами (відео, фото, історії у Facebook або Instagram).
4. Очікуваний результат (кількість бронювань, нових підписників, впізнаваність).

Кейс “Садиба у стилі еко-комфарту”

Агрооселя « Два сусіди » розташована на Закарпатті. Господарі вирощують органічні продукти, проводять майстер-класи з приготування сиру та запрошують туристів на вихідні. Проте кількість гостей знизилася через відсутність реклами та слабку онлайн-присутність. Запропонуйте три інструменти для просування (наприклад: Instagram Reels, партнерство з блогерами, участь у виставках). Сформулюйте коротке рекламне повідомлення (до 30 слів), яке підкреслить унікальність господарства. Визначте, який тип клієнтів є основним для цієї агрооселі (молоді пари, сім'ї з дітьми, корпоративні клієнти тощо).

Питання для самостійної роботи

1. Розкрийте поняття маркетингу в агротуристичному господарстві.
2. Опишіть головні завдання маркетингової діяльності у сфері сільського туризму.
3. Які етапи проходить маркетингове дослідження ринку агротуризму?
4. Як визначити конкурентні переваги агротуристичного продукту?
5. Охарактеризуйте особливості цінової політики в агротуризмі.
6. Визначте роль емоційного брендингу у просуванні сільських господарств.
7. Як працюють канали дистрибуції у сфері агротуризму (турагентства, онлайн-платформи, соцмережі)?

8. Розкрийте значення відгуків і репутації у маркетинговій стратегії агрооселі.
9. Наведіть приклади успішних маркетингових кампаній українських агротуристичних господарств.
10. Як впровадження digital-маркетингу впливає на привабливість сільських територій?

ТЕМА 6

Оцінка туристичної привабливості села та його околиць

1. Вплив елементів інфраструктури на розвиток агротуризму

Інфраструктура є базовою умовою ефективного функціонування агротуристичної діяльності, адже саме вона забезпечує зручність, безпеку та доступність туристичних послуг. У контексті сільського туризму під інфраструктурою розуміють сукупність об'єктів і систем, які створюють комфортні умови для проживання, харчування, пересування, відпочинку та дозвілля туристів. До таких елементів належать транспортні шляхи, комунікації, житлові об'єкти, заклади харчування, медичні пункти, заклади культури, об'єкти дозвілля, а також інформаційно-комунікаційна мережа.

Рівень розвитку інфраструктури безпосередньо визначає привабливість території для туристів. Якщо дороги в поганому стані, відсутній громадський транспорт чи належний зв'язок, потенційний відвідувач обирає іншу локацію. Натомість добре організована інфраструктура створює позитивне враження, формує лояльність і стимулює повторні візити.

Особливе значення для агротуризму має транспортна інфраструктура: якісне дорожнє покриття, наявність автостоянок, велодоріжок, навігаційних знаків. Інформаційна інфраструктура включає в себе вказівники, мапи, туристичні центри, вебсайти, сторінки у соціальних мережах, що допомагають знайти господарства та послуги. Інженерна інфраструктура (електропостачання,

водопостачання, інтернет, каналізація) є запорукою безпечного проживання і високого рівня сервісу.

Важливим чинником також виступає соціальна інфраструктура - школи, лікарні, культурні центри, бібліотеки, які свідчать про якість життя в селі. Для сучасного туриста не менш важливою є цифрова інфраструктура - наявність Wi-Fi, онлайн-оплат, електронних бронювань.

Таким чином, розвиток інфраструктури визначає не лише технічний рівень туристичного обслуговування, а й загальну конкурентоспроможність агротуристичного продукту. Вона формує імідж регіону, впливає на соціальний комфорт і сприяє інтеграції села у ширший туристичний простір. Без належної інфраструктури навіть найпривабливіші природні та культурні ресурси не можуть бути повноцінно використані.

Отже, саме інфраструктура є тим фундаментом, на якому базується успішний розвиток агротуризму в Україні.

2. Поняття туристичної привабливості територій та інфраструктури

Туристична привабливість - це сукупність характеристик певної території, які формують її здатність приваблювати відвідувачів і забезпечувати позитивний туристичний досвід. Це поняття включає природні, культурні, історичні, соціально-економічні, екологічні й естетичні фактори, що визначають попит на подорожі до конкретної місцевості. У сільському контексті привабливість базується на гармонійному поєднанні мальовничих ландшафтів, автентичних традицій, сільського побуту та гостинності місцевого населення.

Туристична привабливість формується на кількох рівнях: об'єктному (окремі пам'ятки, господарства, ферми), територіальному (село, район, регіон) і національному. Усі ці рівні взаємопов'язані, адже розвиток однієї локації підсилює імідж усього регіону. Інфраструктура у цьому процесі відіграє роль "зв'язуючої тканини" - вона забезпечує доступ до привабливих місць, створює комфорт для туристів і формує якість їхніх вражень.

Привабливість території оцінюється за низкою критеріїв: унікальність, збереженість, доступність, безпека, інформативність і якість обслуговування.

Якщо територія має розвинену інфраструктуру, це збільшує тривалість перебування туристів і середні витрати на місці. Натомість недоступність або відсутність сервісів знижує інтерес навіть до унікальних природних чи культурних об'єктів.

У контексті агротуризму поняття привабливості має особливе значення. Тут важлива не лише природа, а й атмосфера автентичності, доброзичливість господарів, чистота довкілля, можливість відчувати “справжнє село”. Відтак привабливість території визначається не лише об'єктивними характеристиками, а й емоційним сприйняттям туриста.

Підсумовуючи, можна сказати, що туристична привабливість - це інтегральна характеристика, у якій поєднуються природні ресурси, людський фактор та інфраструктурні можливості. Її рівень є ключовим показником конкурентоспроможності агротуристичних дестинацій.

3. Чинники формування туристичної привабливості сіл та їх околиць

Туристична привабливість сільських територій формується під впливом комплексу чинників - природних, культурно-історичних, соціальних, економічних, інфраструктурних і психологічних.

Природні чинники охоплюють клімат, ландшафтне різноманіття, чистоту довкілля, наявність водойм, лісів і заповідних зон. Вони створюють базове середовище для відпочинку, екотуризму, активних занять.

Культурно-історичні чинники пов'язані з традиціями, обрядами, архітектурою, фольклором і гастрономічною спадщиною. Унікальні етнографічні елементи - вишиванки, гончарство, різьблення, свята - підвищують привабливість території для туристів, шукачів автентичності.

Економічні чинники відображають рівень розвитку місцевої інфраструктури, доступність послуг, якість доріг, транспортне сполучення, наявність закладів харчування, інтернет-зв'язку.

Соціальні чинники включають гостинність населення, рівень сервісу, комунікабельність господарів, їхню готовність до співпраці з туристами. Велику

роль відіграє психологічний комфорт - відчуття безпеки, щирості та теплоти взаємодії.

До сучасних чинників належить цифрова доступність - наявність онлайн-ресурсів, сайтів, сторінок у соціальних мережах, що дозволяють туристам дізнатися про локацію. Важливими є також екологічна стабільність і безпечність довкілля, адже сучасний споживач все частіше обирає «зелені» дестинації.

Серед додаткових чинників - проведення фестивалів, ярмарків, майстер-класів, які створюють унікальний туристичний образ регіону.

У підсумку, туристична привабливість села - це результат гармонійної взаємодії природи, культури, економіки та людського ресурсу. Від ефективного використання цих чинників залежить, наскільки сільська місцевість зможе конкурувати з міськими чи закордонними напрямками. Тому головне завдання сучасного агротуризму - створити цілісний позитивний образ території, що викликає довіру, інтерес і бажання повернутися знову.

4. Інфраструктура сільських територій

Інфраструктура сільських територій - це комплекс матеріальних і нематеріальних елементів, що забезпечують функціонування місцевого господарства, побуту й туристичної діяльності. Вона включає транспортну, виробничу, соціальну, комунікаційну, інженерну та рекреаційну складові.

У контексті агротуризму інфраструктура виконує подвійну функцію: з одного боку, забезпечує базові потреби населення, з іншого - створює умови для комфортного перебування туристів.

Сучасна інфраструктура села повинна бути багатофункціональною. Вона має включати добрі дороги, енергопостачання, доступ до чистої води, інтернет-зв'язок, якісний громадський транспорт. Важливо також розвивати соціально-культурну інфраструктуру - клуби, музеї, бібліотеки, етнографічні центри, які можуть стати туристичними атракціями. Рекреаційна інфраструктура охоплює місця відпочинку, парки, зони пікніків, маршрути для прогулянок і велотурів. Поступово важливо формувати екологічну інфраструктуру - сортування сміття, використання відновлюваної енергії, екоосвітні центри.

Підтримка інфраструктури потребує інвестицій і державних програм. В Україні актуальними є ініціативи “Велике відновлення села”, розвиток «зелених маршрутів», залучення грантів ЄС на розвиток сільських громад.

Сучасна інфраструктура визначає рівень цивілізованості території, її відкритість для партнерств і бізнесу. Вона також впливає на якість життя місцевих жителів, що є невід’ємною складовою сталого розвитку.

Таким чином, інфраструктура сільських територій - це не лише технічна база, а соціально-економічний інструмент інтеграції села в сучасний простір. Вона визначає обличчя громади, формує комфорт і довіру туристів, а отже - є ключем до сталого розвитку агротуристичного сектору.

Питання для дискусії

1. Які фактори визначають туристичну привабливість сільської місцевості?
2. Чи може невелике село без історичних пам’яток бути привабливим для туристів?
3. Як поєднати природні ресурси та культурні традиції в розвитку агротуризму?
4. Яку роль відіграють місцеві жителі у створенні туристичного іміджу села?
5. Чи завжди інфраструктура є визначальним чинником привабливості території?
6. Як впливають соціальні мережі на формування уявлення про сільські локації?
7. Які методи можна використати для оцінки рівня привабливості села?

Практичні завдання

Завдання 1.

Проведіть *аналіз туристичного потенціалу свого населеного пункту* за такими критеріями:

- ✓ природно-рекреаційні ресурси (пейзажі, водойми, ліси, клімат);
- ✓ культурно-історичні об’єкти (музеї, пам’ятки, народні промисли);
- ✓ транспортна доступність;
- ✓ наявність агроосель, кафе, місць відпочинку;

- ✓ рівень екологічності та чистоти території;
- ✓ місцеві традиції, свята, кухня.

Підсумуйте результати в таблиці з оцінкою (від 1 до 5 балів) і короткими коментарями.

Завдання 2.

Створіть *туристичний профіль села* у форматі короткої презентації або буклету:

- ✓ Назва населеного пункту.
- ✓ 3 головні причини, чому сюди варто приїхати.
- ✓ Унікальні фото або ілюстрації (можна схематично).
- ✓ Пропозиції для гостей (відпочинок, гастрономія, екскурсії, події).
- ✓ Слоган, який передає дух місцевості (наприклад: “Де час зупиняється серед лугів”).

Кейс “Село, яке оживає”.

Село Торговиця має мальовничу природу, але туристів майже немає. Місцеві мешканці хочуть створити агрооселю, проводити фестиваль трав і відкрити еко-стежку. Запропонуйте три кроки, які допоможуть підвищити туристичну привабливість села. Складіть короткий опис еко-стежки (назва, довжина, 3 цікаві зупинки). Підготуйте рекламний слоган, який заохотить гостей відвідати Торговиця.

Питання для самостійної роботи

1. Дайте визначення поняттю “туристична привабливість території”.
2. Опишіть основні елементи туристичного потенціалу сільських місцевостей.
3. Які природні фактори найсильніше впливають на вибір туристів?
4. Розкрийте методику оцінки культурно-історичних ресурсів.
5. Як інфраструктура впливає на рішення туриста відвідати певне село?
6. Поясніть поняття “емоційна привабливість” локації.
7. Які сучасні технології можна застосовувати для оцінки привабливості (Google Maps, онлайн-опитування, 3D-тури)?
8. Як участь громади впливає на розвиток агротуристичної привабливості?

9. Наведіть приклади українських сіл, які успішно розвинули туризм завдяки своїй унікальності.
10. Які екологічні аспекти слід враховувати під час розвитку туристичної діяльності в сільській місцевості?

ТЕМА 7

Інноваційні форми занять у сільському туризмі та агротуризмі

1. Поняття інновацій та їх роль у розвитку агротуризму

Інновації в сучасному агротуризмі розглядаються як нові або вдосконалені форми діяльності, що сприяють підвищенню ефективності господарств, покращенню туристичного досвіду й сталому розвитку територій. У широкому розумінні інновація - це будь-яке нововведення, що створює додану вартість і покращує якість туристичних послуг. У сільському туризмі інноваційність проявляється у впровадженні нових методів прийому гостей, організації дозвілля, просування продуктів та інтеграції цифрових технологій.

Роль інновацій полягає у формуванні конкурентоспроможності агротуристичного бізнесу. Традиційні господарства часто мають обмежені ресурси, тому саме творчі ідеї, креативні рішення та гнучкі моделі стають запорукою успіху. В умовах глобальної конкуренції турист обирає не просто «будинок у селі», а унікальний досвід - дегустації фермерських продуктів, майстер-класи з ремесел, екоактивності, тематичні подорожі.

Інновації також відіграють соціальну функцію - вони стимулюють розвиток місцевих громад, створюють робочі місця, формують позитивний імідж регіону. Важливим напрямом є екологічні та енергозберігаючі новації - використання сонячних панелей, біопродуктів, сортування відходів, відновлення старих садиб у стилі «еко-лофт».

Крім технологічних, існують організаційні інновації - створення кластерів, кооперативів, партнерських мереж між господарствами. Це дає можливість зменшити витрати, підвищити якість сервісу та розширити асортимент послуг.

Цифрові інновації - ще один потужний напрям. Використання онлайн-букінгу, сторінок у соцмережах, віртуальних турів і мобільних додатків дозволяє залучати клієнтів навіть із-за кордону.

Таким чином, інновації стають рушійною силою розвитку агротуризму. Вони допомагають поєднати традиційність села з сучасними тенденціями, зробити продукт привабливим, а сільські території - динамічними та відкритими для світу.

2. Впровадження ефективних інноваційних форм туристично-рекреаційної діяльності на селі

Інноваційні форми туристично-рекреаційної діяльності на селі є важливим чинником розвитку агротуризму, оскільки саме вони дозволяють зробити сільські території привабливими, конкурентоспроможними й економічно сталими. Під інноваційними формами розуміють нові або вдосконалені підходи до організації відпочинку, дозвілля, просування та управління, що відповідають сучасним тенденціям і потребам туристів. Їх впровадження сприяє оновленню традиційних сільських практик, перетворенню аграрних територій на простір активного, пізнавального й екологічного туризму.

Одним із найпоширеніших напрямів є *еколого-орієнтований туризм*, що передбачає поєднання відпочинку з природоохоронною діяльністю. Такі проекти включають екоферми, маршрути по заповідниках, участь у висадженні дерев чи догляді за тваринами. Це не лише сприяє збереженню довкілля, але й виховує у туристів екологічну свідомість.

Важливою формою інноваційного підходу є *агроосвітній туризм* - інтерактивні програми для школярів і студентів, які дозволяють на практиці ознайомитися з життям ферми, технологіями вирощування, тваринництвом і ремеслами. Такі тури поєднують освіту, культуру та відпочинок, формуючи позитивний імідж сільського способу життя.

Значного поширення набуває *тематичний туризм*, де туристам пропонують участь у святкуваннях врожаю, майстер-класах із випікання хліба, зборі меду,

дегустаціях місцевих продуктів. Це сприяє відродженню народних традицій і формуванню унікального туристичного продукту.

Інноваційною формою стає *креативний туризм*, що акцентує на активній участі гостей у творчих процесах: ліпленні гончарних виробів, ткацтві, приготуванні страв, виготовленні сувенірів. Турист виступає не як спостерігач, а як співтворець автентичного досвіду. Такий підхід особливо ефективний для малих господарств, які прагнуть диференціювати свої послуги.

Новим напрямом є віртуальний агротуризм - онлайн-екскурсії, 3D-тури по фермах, відеоуроки з традиційних ремесел. Це відкриває можливість просування агротуристичних об'єктів на міжнародному рівні та залучення аудиторії з-за кордону. Цифрові технології також допомагають автоматизувати бронювання, управління господарством і збір відгуків.

Варто відзначити роль *культурно-гастрономічних подій* - фестивалів, ярмарків, дегустаційних турів. Наприклад, в Україні популярними стали “Медові свята”, “Дні сиру”, “Свято полуниці”, що поєднують аграрну тематику з відпочинком і розвагами. Такі заходи сприяють зростанню туристичних потоків і створюють додаткові джерела доходу для сільських родин.

У сучасних умовах важливими стають *інклюзивні інновації*, що забезпечують доступ до агротуристичних послуг людям з обмеженими можливостями: облаштовані стежки, пандуси, адаптовані номери, спеціальні програми для дітей та людей похилого віку. Це підвищує соціальну відповідальність господарств і розширює ринок споживачів.

Серед успішних прикладів - польські агрооселі, які використовують сонячні панелі, переробляють відходи та пропонують туристам участь у приготуванні органічних продуктів. В Італії популярні «агрітура» - фермерські маєтки, де можна зупинитися, скуштувати локальну кухню й відчути життя села. В Україні також розвиваються подібні моделі, зокрема в Карпатах, на Поділлі та Поліссі.

Таким чином, впровадження інноваційних форм туристично-рекреаційної діяльності на селі - це комплексний процес, що поєднує економічний розвиток, екологічну стабільність і культурну автентичність. Інновації допомагають зробити агротуризм не лише джерелом прибутку, а й потужним засобом

відродження українського села, формування нової культури гостинності та сталого розвитку територій.

Питання для дискусії

1. Які сучасні інновації найбільш ефективно впливають на розвиток агротуризму?
2. Чи можливо поєднати традиційність сільського життя з новими технологіями без втрати автентичності?
3. Яку роль відіграють цифрові інструменти (VR-тури, онлайн-букінг, соціальні мережі) у популяризації агротуристичних послуг?
4. Чи здатен інноваційний підхід зробити мале агротуристичне господарство конкурентним на міжнародному ринку?
5. Як екологічні інновації (сонячні панелі, сортування відходів, біопродукція) впливають на привабливість агроосель?
6. Які ризики може нести надмірна “технологізація” у сфері агротуризму?
7. Чи може інноваційність стати головною складовою бренду агротуристичного господарства?

Практичні завдання

Завдання 1.

Підготуйте короткий опис (1-2 сторінки) власної *інноваційної ідеї для агротуристичного господарства*. Включіть:

- мету нововведення;
- опис технології або послуги;
- очікувані переваги для туристів;
- економічний ефект для господарства.

Приклади: онлайн-екскурсії по фермі, “цифровий щоденник” життя агрооселі, система бронювання через Telegram-бота, VR-прогулянка полями тощо.

Завдання 2.

Створіть *інноваційний маршрут “Село майбутнього”* - тур, який поєднує традиції та технології. Укажіть:

- ✓ 3-4 об'єкти для відвідування;
- ✓ елементи інтерактивності (AR-локації, QR-коди з історією, дегустації продуктів);
- ✓ еко-новинки (електровелосипеди, сонячне освітлення, zero waste-зона).

Представте маршрут у вигляді короткої презентації або схеми з позначеними точками.

Кейс “Інновації у дії”

Агрооселя “Ягідне Поле” розташована на мальовничому узліссі. Власники хочуть залучити молодих туристів і вирішили впровадити інновації. Вони розглядають три варіанти:

1. створення мобільного додатку з віртуальним гідом;
2. встановлення системи “розумний дім” для еко-комfortу гостей;
3. впровадження екоферми з інтерактивними заняттями.

Завдання: оберіть найефективнішу ідею для залучення молодшої аудиторії; поясніть вибір (3-5 аргументів); опишіть очікуваний результат для господарства та гостей.

Питання для самостійної роботи

1. Дайте визначення поняттю “інновації в агротуризмі”.
2. Які типи інновацій виділяють у туристичній сфері (організаційні, технологічні, маркетингові)?
3. Опишіть приклади інновацій, які використовуються у світовому агротуризмі.
4. Які особливості впровадження інноваційних технологій у сільській місцевості?
5. Як інновації впливають на сталий розвиток агротуристичних господарств?
6. Розкрийте поняття “екоінновації” та наведіть приклади їх використання.
7. Які бар'єри перешкоджають впровадженню інновацій у малих агрооселях?
8. Проаналізуйте роль державних і міжнародних грантів у підтримці інновацій у туризмі.
9. Наведіть приклади успішних українських агротуристичних господарств, які впровадили інноваційні рішення.

10. Як цифровізація впливає на конкурентоспроможність агротуризму України?

ТЕМА 8

Зарубіжний досвід агротуристичної діяльності

1. Розвиток агротуристичних господарств у країнах Європейського Союзу

Агротуризм у країнах Європейського Союзу є одним із найуспішніших прикладів поєднання сільського господарства, рекреації та збереження культурної спадщини. Цей напрям розвивається завдяки високому рівню державної підтримки, інтеграції з екологічними програмами та розвитку локальних брендів. У таких країнах, як Італія, Франція, Німеччина, Польща та Іспанія, агротуризм став важливим чинником збереження традиційного укладу життя в селі. Наприклад, в Італії діє понад 25 тисяч агроосель, об'єднаних у систему «Agriturismo», яка гарантує якість послуг і автентичність сільського середовища. Франція розвиває агротуризм через національну мережу “Gîtes de France”, що пропонує туристам фермерські будиночки, винні маєтки, екоферми та гастрономічні тури. У Німеччині популярним є напрям «Urlaub auf dem Bauernhof» – «відпустка на фермі», де туристи можуть долучатися до догляду за тваринами, виробництва сиру чи випікання хліба. Польща, як країна Центральної Європи, зробила ставку на розвиток агротуризму як способу диверсифікації доходів сільських домогосподарств. Тут діє державна програма «Сільські оселі Польщі», яка стимулює створення агросадиб у мальовничих регіонах. ЄС у цілому підтримує агротуризм через політику сталого розвитку сільських територій, фінансуючи інфраструктурні проекти та навчальні програми. Велике значення надається цифровізації сільських осель: популяризації через інтернет-платформи, онлайн-бронювання, просування через соціальні мережі.

Європейський агротуризм орієнтований не лише на відпочинок, а й на культурну взаємодію, гастрономічні відкриття, екологічну освіту. Такий досвід показує, що ефективний агротуризм вимагає збалансованої взаємодії держави, громади та підприємців. Успіх європейських країн полягає у поєднанні традицій, якості сервісу та сталого управління природними ресурсами.

У країнах-сусідах України - Польщі, Угорщині, Словаччині та Румунії - агротуризм розвивається як важлива складова регіональної політики та економічного відродження сільських територій. Польща вважається одним із лідерів Східної Європи у цій сфері. Тут агротуризм розпочав активний розвиток ще у 1990-х роках, коли фермери отримали можливість приймати туристів, пропонуючи їм проживання, екскурсії, дегустації сільської продукції. Польські агрооселі мають власні туристичні об'єднання, які контролюють якість послуг і просувають їх через сайти та міжнародні виставки.

В Угорщині велике значення має поєднання винного туризму й агротуризму, особливо у регіонах Токай і Балатон. Тут туристи відвідують виноробні ферми, беруть участь у зборі винограду, дегустаціях та кулінарних майстер-класах. Словаччина і Румунія роблять ставку на етнографічну автентичність - у цих країнах туристів приваблюють села з народними ремеслами, традиційними святами та екологічно чистими продуктами. Наприклад, у Трансильванії популярні «сільські тури» з елементами історичної реконструкції. Важливо, що в більшості сусідніх країн активно використовується європейський досвід сертифікації агроосель, що гарантує довіру туристів. Також поширене партнерство між агротуристичними господарствами та місцевими громадами: вони спільно створюють фестивалі, гастрономічні маршрути, екоярмарки. Для України досвід сусідів є надзвичайно цінним, адже доводить: навіть невеликі сільські території можуть стати туристичними центрами, якщо грамотно організувати сервіс, маркетинг і просування у цифровому середовищі.

3. Розвиток агротуристичних господарств у США та Канаді

Агротуризм у США та Канаді має інший, але не менш ефективний характер, орієнтований на екологічний менеджмент, фермерське підприємництво та розвиток внутрішнього туризму. У США агротуризм визнано частиною національної аграрної політики. Його розвиток регулюється на рівні штатів, а фермери отримують податкові пільги за організацію туристичних послуг.

Американські агроферми пропонують різноманітні види активності: проживання в сільських котеджах, участь у зборі врожаю, майстер-класи з фермерських технологій, фестивалі гарбуза чи яблука. Особливо популярним є напрям «farm-to-table» - «від ферми до столу», що об'єднує гастрономічний туризм і фермерську кулінарію. У Канаді агротуризм розвивається у поєднанні з екотуризмом і культурною спадщиною місцевих громад. Провінції Британська Колумбія, Альберта та Онтаріо активно розвивають програми сільського відпочинку, які поєднують відвідування ферм, прогулянки на конях, спостереження за дикою природою. Канадські агрооселі часто спеціалізуються на певних видах продукції - наприклад, сирних фермах, кленових господарствах чи ягідних плантаціях. У цих країнах велика увага приділяється цифровій рекламі агротуризму: існують інтерактивні карти ферм, мобільні додатки для бронювання та оцінки якості послуг. Важливим аспектом є освітня функція - багато господарств організовують програми для шкіл і університетів, знайомлячи молодь із життям на фермі. Досвід США і Канади демонструє, що агротуризм може бути прибутковим бізнесом, який одночасно підтримує місцеву економіку, популяризує екологічне мислення й забезпечує сталий розвиток сільських регіонів. Для України цей досвід цікавий насамперед у частині правового регулювання, системи сертифікації та маркетингових стратегій.

Питання для дискусії

1. Чому країни Європейського Союзу вважаються лідерами у сфері агротуризму?
2. Які чинники забезпечили успіх агротуристичних господарств Італії, Франції та Польщі?
3. Чи можлива адаптація європейських моделей агротуризму до українських реалій?
4. У чому полягає різниця між підходами до агротуризму у США та в Європі?
5. Як впливають культурні особливості регіону на формування агротуристичного продукту?

6. Яку роль відіграють державні програми підтримки у розвитку сільського туризму за кордоном?
7. Які уроки може взяти Україна з досвіду розвинених агротуристичних систем?

Практичні завдання

Завдання 1.

Порівняйте моделі агротуристичного розвитку **Італії, Польщі та України** за такими критеріями:

- ✓ державна підтримка;
- ✓ рівень популярності серед туристів;
- ✓ маркетинг і просування;
- ✓ екологічна складова;
- ✓ економічна ефективність.

Результати оформіть у таблицю або короткий аналітичний звіт.

Завдання 2.

Розробіть план впровадження європейського досвіду у діяльність умовного українського агротуристичного господарства. Укажіть: яку саме модель ви запозичуєте (наприклад, італійську чи польську); які елементи можна адаптувати без змін; які потребують локалізації під українські умови; очікувані результати впровадження.

Кейс “Європейський приклад для українського села”.

У Польщі фермерська садиба “Zielony Zakątek” завдяки державній підтримці розвинула систему екоосель: туристи можуть жити серед природи, збирати урожай, брати участь у приготуванні місцевих страв.

В Україні фермер “Федір” хоче зробити щось подібне у своєму селі, але не має доступу до грантів і боїться, що попиту не буде.

Завдання:

- ✓ визначте, які саме елементи польського досвіду можна впровадити навіть без великих інвестицій;
- ✓ складіть короткий план дій для українського господаря;

- ✓ поясніть, як це може підвищити привабливість його агрооселі.

Питання для самостійної роботи

1. Назвіть основні риси розвитку агротуризму у країнах Європейського Союзу.
2. Охарактеризуйте досвід Італії в організації агротуристичних господарств.
3. Які особливості має польська модель агротуризму?
4. Як організований сільський туризм у Німеччині та Франції?
5. Які підходи використовуються у США для просування фермерських садиб?
6. Чим зарубіжний агротуризм відрізняється від українського за рівнем сервісу та маркетингу?
7. Визначте основні напрями міжнародної співпраці у сфері агротуризму.
8. Які програми ЄС спрямовані на підтримку розвитку сільського туризму?
9. Проаналізуйте можливості адаптації зарубіжного досвіду до умов українських сіл.
10. Які кроки необхідно зробити для формування позитивного міжнародного іміджу українського агротуризму?

ТЕМА 9

Цифрові технології в агротуристичному бізнесі

1. Значення цифрових технологій для розвитку сучасного агротуризму

Цифрові технології відіграють надзвичайно важливу роль у розвитку сучасного агротуризму, адже вони відкривають нові можливості для залучення туристів, популяризації сільських DESTINACIЙ і підвищення ефективності господарської діяльності. Сучасний агротуризм неможливо уявити без використання інтернету, мобільних додатків, онлайн-букінгу, цифрових карт і систем управління бронюваннями. Завдяки технологіям навіть невеликі фермерські садиби отримали змогу виходити на міжнародний ринок і приваблювати гостей з різних країн. Оцифрування інформації про послуги, фото господарств, маршрути, екскурсії та культурні заходи значно підвищує довіру до агротуристичних підприємств.

Сьогодні цифрові інструменти допомагають не лише продавати продукт, а й формувати позитивний імідж агротуризму як екологічної, автентичної та комфортної форми відпочинку. Використання вебсайтів, платформ на кшталт Booking.com, Airbnb чи Google Maps, забезпечує прозорість, зручність та швидкість комунікації між господарем і туристом. Цифрові технології спрощують процес бронювання, онлайн-оплати, управління замовленнями та реклами.

Окрім цього, цифровізація дозволяє здійснювати аналіз ринку - відстежувати попит, тренди, поведінку клієнтів. Завдяки цьому агротуристичні господарства можуть адаптувати свої пропозиції до реальних потреб аудиторії. Цифрові технології сприяють підвищенню якості сервісу, оскільки автоматизують частину рутинних процесів і звільняють час для творчої взаємодії з туристом. Варто також зазначити, що інтернет-комунікації стимулюють створення агротуристичних кластерів, спільнот і мереж підтримки. За допомогою онлайн-платформ фермери обмінюються досвідом, розробляють спільні тури, об'єднують ресурси для реклами. Таким чином, цифрові технології стають основою сталого розвитку агротуризму, адже підвищують доступність, конкурентоспроможність і привабливість сільського відпочинку як для внутрішнього, так і для іноземного туриста.

2. Вплив цифровізації на ефективність управління агротуристичними господарствами

Цифровізація управління агротуристичними господарствами суттєво змінює традиційну модель ведення бізнесу, роблячи її більш прозорою, контрольованою та аналітично обґрунтованою. Власники сільських садиб дедалі частіше використовують спеціалізовані програми для управління бронюваннями, фінансами, маркетингом і клієнтськими відгуками. Такий підхід не лише спрощує адміністративні процеси, а й дає змогу формувати стратегії розвитку на основі реальних даних.

Системи CRM (Customer Relationship Management) у агротуризмі допомагають вести базу клієнтів, аналізувати їхні вподобання, планувати

комунікацію та пропонувати персоналізовані тури. Це формує лояльність туристів, що є ключовим чинником у розвитку повторних відвідувань. Також цифрові інструменти дозволяють прогнозувати сезонність, попит і планувати оптимальне завантаження господарства.

Автоматизація процесів зменшує кількість помилок, покращує облік ресурсів і підвищує точність фінансових операцій. Наприклад, онлайн-платформи дають можливість контролювати витрати, вести звітність і відстежувати ефективність рекламних кампаній. Це особливо важливо для малих господарств, які часто мають обмежений бюджет.

Завдяки цифровим рішенням агротуристичні господарства отримують конкурентну перевагу - вони можуть швидше реагувати на зміни ринку, оптимізувати роботу персоналу та забезпечити більш якісний сервіс. Інструменти аналітики Google, соціальних мереж або спеціалізованих систем дозволяють оцінювати ефективність кожного каналу продажу й маркетингу.

Таким чином, цифровізація сприяє підвищенню ефективності управління за рахунок автоматизації, прозорості й точності інформації. Вона створює умови для інноваційного управління агротуристичним бізнесом, орієнтованого на результат і клієнтоцентричність. У сучасних умовах саме цифрові рішення стають основою успішної стратегії розвитку сільських туристичних господарств.

3. Роль соціальних мереж (Facebook, Instagram, TikTok) у просуванні агротуризму

Соціальні мережі відіграють визначальну роль у сучасному маркетингу агротуризму, адже саме вони забезпечують прямий контакт із потенційним туристом. Facebook, Instagram і TikTok сьогодні є найпотужнішими інструментами візуальної комунікації, що дозволяють господарям сільських садиб презентувати свій продукт яскраво, автентично й емоційно.

Через соціальні мережі фермери можуть розповідати історії своїх господарств, показувати побут, тварин, приготування традиційних страв, природну красу регіону. Це створює довіру та емоційний зв'язок із аудиторією.

Успішні агротуристичні бренди використовують сторітелінг, прямі ефіри, відеоогляди, конкурси та відгуки гостей для підвищення залученості. Facebook є ефективним каналом для спільнот і таргетованої реклами. Він дозволяє створювати події, групи, рекламні кампанії для певних географічних регіонів або інтересів. Instagram, у свою чергу, є платформою для візуального брендингу. Фото мальовничих локацій, локальної кухні чи щасливих гостей створюють позитивний імідж і стимулюють бажання відвідати місце. TikTok, який швидко набирає популярності, відкриває нові можливості для вірусного просування. Короткі, креативні відео про фермерське життя або кулінарні майстер-класи можуть привернути увагу тисяч користувачів без значних фінансових витрат.

Соціальні мережі також дають змогу аналізувати реакції аудиторії - перегляди, лайки, коментарі, що допомагає розуміти, які формати контенту працюють найкраще. Крім того, вони дозволяють збирати відгуки та рекомендації, які мають великий вплив на рішення інших туристів.

Отже, Facebook, Instagram і TikTok стають не лише інструментами реклами, а й каналами формування бренду, взаємодії з клієнтами та розвитку ком'юніті навколо агротуризму. Їхнє грамотне використання забезпечує ефективну комунікацію, підвищує довіру та сприяє сталому розвитку сільського туризму.

Питання для дискусії

1. Як цифрові технології змінюють підхід до управління агротуристичними господарствами?
2. Чи можуть соціальні мережі повністю замінити традиційну рекламу в агротуризмі?
3. Які ризики несе цифровізація для малих сільських підприємців?
4. Яку роль відіграють онлайн-платформи (Booking, Airbnb, Travel Ukraine) у формуванні туристичного потоку?
5. Як цифрові інструменти сприяють підвищенню довіри клієнтів до агросадиб?
6. Які цифрові навички є найнеобхіднішими для власника агрооселі сьогодні?

7. Чи може розвиток штучного інтелекту вплинути на майбутнє агротуризму в Україні?

Практичні завдання

Завдання 1.

Проаналізуйте цифрову присутність обраної агросадиби (української чи зарубіжної) в інтернеті. Зверніть увагу на: наявність вебсайту або сторінок у соцмережах; візуальний стиль і частоту публікацій; способи залучення клієнтів (реклама, відгуки, інтерактив); рівень комунікації з туристами.

Результати оформіть у вигляді короткого звіту або таблиці “Переваги - Недоліки - Пропозиції”.

Завдання 2.

Створіть цифрову концепцію просування агрооселі у Facebook, Instagram або TikTok. Опишіть:

- ✓ основну ідею позиціонування;
- ✓ тип контенту (відео, фото, історії);
- ✓ частоту публікацій;
- ✓ очікувану аудиторію;
- ✓ потенційні результати (зростання впізнаваності, кількості бронювань тощо).

Кейс “Агросадиба у смартфоні”

Агросадиба “Затишне подвір’я” розташована в мальовничому селі поблизу Львова. Власниця Галина має чудовий сервіс і затишну атмосферу, але клієнтів небагато, бо інформацію про садибу вона розміщує лише на місцевих оголошеннях.

Завдання:

1. Запропонуйте стратегію цифрового просування садиби з використанням соціальних мереж і онлайн-платформ.
2. Опишіть, які інструменти допоможуть підвищити видимість (Google Maps, відгуки, сторінки в TikTok тощо).

3. Поясніть, як цифрові технології можуть збільшити кількість туристів навіть без великих витрат.

Питання для самостійної роботи

1. Охарактеризуйте значення цифрових технологій для розвитку сучасного агротуризму.
2. Які основні напрямки цифровізації у сфері сільського туризму?
3. Як цифрові інструменти впливають на ефективність управління агротуристичними господарствами?
4. Назвіть приклади успішного використання онлайн-платформ у сфері агротуризму.
5. У чому полягає роль відгуків туристів в інтернеті для іміджу агросадиб?
6. Які основні елементи цифрового маркетингу застосовуються у просуванні агротуризму?
7. Проаналізуйте переваги та недоліки роботи з платформами Booking і Airbnb для власників садиб.
8. Як соціальні мережі сприяють формуванню туристичної спільноти навколо певної місцевості?
9. Які нові можливості відкривають цифрові технології для розвитку сільських територій?
10. Як штучний інтелект і аналітика даних можуть допомогти у прогнозуванні попиту на агротуристичні послуги?

ТЕМА 10

Культурно-гастрономічний потенціал агротуризму

1. Міжнародний досвід розвитку культурно-гастрономічного туризму та його адаптація в Україні

Культурно-гастрономічний туризм є одним із найдинамічніших напрямів світової туристичної індустрії, що поєднує дегустаційні практики, кулінарні традиції та знайомство з культурною спадщиною територій. У багатьох країнах світу гастрономія стала важливим елементом брендингу дестинацій, адже

смакова культура часто є не менш привабливою, ніж архітектура чи природа. Прикладом успішної інтеграції гастрономічного туризму є Італія, Франція, Іспанія, Португалія, Греція, де розвиток сільських господарств, виноробень і фермерських садіб поєднується з дегустаційними турами, кулінарними школами та фестивалями.

В Італії концепція «agriturismo» стала частиною національної ідентичності: туристи мають змогу жити на фермах, брати участь у зборі врожаю, дегустувати локальні вина й сири. У Франції створено цілі «винні дороги», які поєднують виноробні, сироварні, музеї та ресторани традиційної кухні. Подібні маршрути функціонують і в Іспанії - наприклад, шлях “Camino del Vino” у Ріохі приваблює тисячі туристів щороку.

Польща та Чехія демонструють приклади адаптації гастрономічного туризму до сільського контексту - там активно розвиваються фермерські господарства, що спеціалізуються на виробництві натуральних продуктів і кулінарних майстер-класах.

В Австрії фермери об'єднуються у гастрономічні кооперативи, які пропонують гостям дегустації сирів, меду, м'яса, вина. Україна, адаптуючи міжнародний досвід, поступово формує власну модель культурно-гастрономічного туризму.

У Карпатах популярними стають сироварні, медові ферми, гуцульські колиби з автентичними стравами. На півдні розвиваються винні маршрути Одещини, *Херсонщини*, Миколаївщини. У центральній Україні зростає інтерес до кулінарних майстер-класів із традиційної кухні - борщу, вареників, ковбас, хліба на заквасці.

Таким чином, міжнародний досвід доводить, що гастрономічний туризм є потужним чинником сталого розвитку села, підтримки локальних виробників і культурної спадщини. Для України важливо не лише переймати успішні моделі, а й адаптувати їх до національних реалій - підкреслюючи унікальні регіональні смаки, традиції гостинності та природну автентичність українського села.

2. Значення гастрономічного туризму для збереження локальної культури та традицій

Гастрономічний туризм виконує важливу культурну функцію - він зберігає й популяризує традиції, що передаються поколіннями через кулінарні практики. Їжа є одним із найглибших проявів культурної ідентичності народу: у рецептах, способах приготування, навіть у формах сервірування зберігається історія, світогляд і духовність громади. Тому гастрономічний туризм не просто задовольняє смаки туристів - він стає інструментом відродження нематеріальної культурної спадщини. На локальному рівні цей вид туризму сприяє відновленню традиційних ремесел і знань, які могли б зникнути внаслідок урбанізації. Наприклад, виготовлення домашніх сирів, варіння медовухи, приготування вареників чи борщу за стародавніми рецептами знову набуває популярності саме завдяки агротуристичним програмам. Господарі сільських садиб перетворюються на носіїв культури, які передають туристам автентичні знання та формують позитивний образ свого регіону.

Крім того, гастрономічний туризм стимулює розвиток локальної економіки: фермери отримують прибуток від продажу продуктів, ремісники - від виготовлення сувенірів, а громади - від туристичного потоку. Це створює умови для збереження сільських поселень і підвищення добробуту населення без втрати культурної самобутності.

Важливо, що гастрономічні фестивалі, свята врожаю, конкурси кухарів і кулінарні ярмарки стають майданчиками для популяризації регіональної культури. Через їжу туристи пізнають історію, фольклор, традиції святкувань і побуту.

Для України гастрономічний туризм має особливе значення, оскільки українська кухня є однією з найрізноманітніших у Європі. Регіональні особливості - від полтавських галушок до закарпатського баношу - створюють багатий потенціал для культурного пізнання. Збереження кулінарної спадщини через агротуризм сприяє формуванню національної ідентичності, гордості за власну культуру та зміцненню позитивного іміджу країни на міжнародній арені.

Отже, гастрономічний туризм є не лише економічною, а й культурною стратегією, яка дозволяє зберегти автентичність, передати духовну спадщину і забезпечити сталий розвиток місцевих громад.

3. Гастрономічні маршрути як форма інтеграції агротуризму і культурного пізнання. Проблеми та виклики розвитку гастрономічного напрямку в українському агротуризмі

Гастрономічні маршрути є сучасною формою інтеграції агротуризму, культурного пізнання та економічного розвитку територій. Вони об'єднують фермерські господарства, ресторани, музеї, ремісничі майстерні та історичні пам'ятки в єдиний туристичний продукт. Такі маршрути дозволяють туристам не лише скуштувати локальні страви, а й дізнатися про історію їхнього походження, технології приготування, звичаї та обряди, пов'язані з їжею.

У світі прикладами успішних гастрономічних маршрутів є «Шлях сиру» у Франції, «Оливковий маршрут» у Греції, «Дорога кави» у Колумбії. Вони стали брендами регіонів, що приносять мільйони туристів щороку. В Україні подібні ініціативи лише формуються - це «Дорога вина та смаку Закарпаття», «Сирний шлях Львівщини», «Медовий шлях Поділля». Такі проекти поєднують гастрономію, екологію, історію та гостинність села.

Однак розвиток гастрономічних маршрутів в Україні стикається з низкою викликів. Серед них - недостатня інфраструктура, слабка маркетингова підтримка, відсутність системи сертифікації та стандартизації продуктів. Багато господарів не мають достатнього досвіду в маркетингу, брендингу та роботі з туристами. Крім того, існує потреба у створенні якісних інформаційних ресурсів і цифрових карт, які б допомагали туристам планувати маршрути. Попри ці проблеми, потенціал розвитку гастрономічного напрямку в агротуризмі є величезним. Україна має унікальні природні ресурси, різноманітні кулінарні традиції та талановитих майстрів. Розвиток гастрономічних маршрутів може стати основою формування позитивного туристичного іміджу країни, особливо в сільських регіонах. Важливо, щоб держава та місцеві громади підтримували такі ініціативи через гранти, програми розвитку, просування у медіа та міжнародне партнерство. Співпраця з локальними виробниками, закладами освіти, туристичними асоціаціями сприятиме створенню конкурентоспроможного продукту.

Таким чином, гастрономічні маршрути є не лише засобом розвитку агротуризму, а й інструментом культурного діалогу, що поєднує традиції, економіку та креативність. Їхня успішна реалізація сприятиме збереженню культурної спадщини, створенню робочих місць і формуванню позитивного образу України як країни з багатою гастрономічною культурою

Питання для дискусії

1. Як гастрономія допомагає зберегти локальні культурні традиції?
2. Чи можуть гастрономічні маршрути стати самостійним туристичним продуктом?
3. Яку роль відіграють кулінарні майстер-класи у популяризації агротуризму?
4. Як міжнародний досвід культурно-гастрономічного туризму можна адаптувати в Україні?
5. Чи може гастрономія впливати на імідж регіону та залучати міжнародних туристів?
6. Які проблеми можуть виникнути при поєднанні гастрономії та агротуристичних послуг?
7. Як інтегрувати місцеву кухню у комплексний туристичний маршрут?

Практичні завдання

Завдання 1.

Розробіть гастрономічний маршрут свого регіону для туристів. Вкажіть:

- ✓ 3-5 місцевих продуктів, які можна дегустувати;
- ✓ об'єкти для відвідування (ферми, майстер-класи, ресторани);
- ✓ тривалість маршруту;
- ✓ очікувані культурні та освітні цілі для туристів.

Представте маршрут у вигляді схеми або буклету.

Завдання 2.

Підготуйте кулінарний майстер-клас для туристів у вашій агрооселі. Опишіть:

- ✓ рецепт страви з локальних продуктів;
- ✓ особливості проведення майстер-класу (тривалість, матеріали, кількість учасників);

- ✓ способи презентації і інтерактивності;
- ✓ очікуваний ефект для туристів (збереження традицій, цікавість, досвід).

Кейс “Гастрономія як бренд села”.

Село Вербівці славиться яблуками та медом. Місцева агрооселя хоче організувати фестиваль урожаю та кулінарні майстер-класи для туристів.

Завдання:

1. Запропонуйте концепцію гастрономічного фестивалю (назва, тематика, 3 ключові події).
2. Визначте, як локальні продукти можуть стати основою для маркетингової кампанії.
3. Опишіть очікуваний вплив фестивалю на популярність села та кількість відвідувачів.

Питання для самостійної роботи

1. Дайте визначення поняттю “культурно-гастрономічний туризм”.
2. Які міжнародні приклади гастрономічного туризму можуть бути корисними для України?
3. Опишіть значення гастрономії для збереження локальної культури та традицій.
4. Розкрийте поняття гастрономічного маршруту та його складові.
5. Які проблеми та виклики стоять перед українськими агрооселями у розвитку гастрономічного напрямку?
6. Як кулінарні фестивалі та майстер-класи впливають на туристичну привабливість регіону?
7. Назвіть способи інтеграції гастрономії у комплексні туристичні продукти.
8. Як використання локальних продуктів у просуванні агрооселі може підвищити її конкурентоспроможність?
9. Проаналізуйте роль соціальних мереж у популяризації гастрономічного туризму.
10. Які стратегії можна застосувати для залучення міжнародних туристів через гастрономічний напрямок?

РЕКОМЕНДОВАНА**ЛІТЕРАТУРА****Базова**

1. Балашова Р.І. Організація діяльності туристичного підприємства Київ : Центр учбової літератури, 2019. 184 с.
2. Доценко А.І. Організація сільського туризму. К: Україна, 2019. 74 с.
3. Гапоненко А.І., Парфиненко А.Ю., Шамара І.М. Сільський зелений туризм. Навчальний посібник. Суми, 2019. 178 с.
4. Кудла Н.Є. Сільський туризм: основи підприємництва та гостинності: навч. посіб. Київ. Центр учбової літератури, 2015. 152 с.
5. Кудла Н. Є. Маркетинг туристичних послуг : навч. посіб. Київ. Знання, 2011. 351 с. .
6. Липчук В.В. Липчук Н.В. Агротуризм: організаційно-економічні засади розвитку: монографія Львів. Сполом, 2008. 160 с.
7. Мальська М. П. Худо П.В. Туристичний бізнес: підручник. Київ.Центр учбової літератури, 2019. 368 с.

Допоміжна

1. Абрамов В. В., Тонкошкур М.В. Історія туризму: підручник. Харків : Харківська національна академія міського господарства, 2010. 294 с
2. Кифяк В. Ф. Організація туризму: навч.посіб. Чернівці. Книги ХХІ, 2008. 344 с.
3. Копитко В. В. Інноваційні підходи до розвитку агротуризму в Україні. Чернівці .ЧНУ ім. Ю. Федьковича, 2023. 250 с.
4. Котляревська І. В. Сільський туризм і агротуризм в Україні: стан та перспективи. Харків . Фоліо, 2022. 312 с.
5. Липчук В.В, Липчук Н.В. Тренди в туризмі: корекція пандемії. Науковий погляд: економіка та управління. 2020. № 2 (68). С. 33-37. DOI: 10.32836/2521-666X/2020-68-6

6. Липчук В.В., Липчук Н.В. Купівельна поведінка споживачів на ринку продовольства в кризовий період. Агросвіт. 2023. № 9-10. С.33-39.
<https://doi.org/10.32702/2306-6792.2023.9-10.33>
7. Липчук В.В., Липчук Н.В. Особливості агротуристичного продукту. Економіка та суспільство. 2024. Вип. 61. DOI:
<https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-61-27>
8. Липчук В., Липчук Н. Рекреаційний потенціал агротуризму. Науковий вісник ЛНУ ветеринарної медицини та біотехнологій. Серія Економічні науки. 2024. 26 (103). С. 56-61. <https://doi.org/10.32718/nvlvet-e10308>
9. Липчук В.В., Липчук Н.В. Особливості маркетингової комунікації в агротуризмі. Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". Серія: "Економічні науки". 2024. №7. <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2024-7-10151>
10. Липчук Н. Агротуризм в Австрії: уроки для України. Економіка та суспільство. 2024, (63). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-63-36>
11. Липчук В.В., Липчук Н.В. Агротуризм у Європейському Союзі. Євроінтеграційні перспективи розвитку аграрної економіки України : колективна монографія / за заг. редакцією Гримака О.Я. Львів : ННБК "АТБ", 2023. 601-652. ISBN 978-966-2042-65-8. DOI:
<https://doi.org/10.32782/978-966-2384-21-5-17>
12. Мазур В. А. Агротуристичний бізнес в Україні: організація, розвиток та маркетинг. Львів. ЛНУ імені Івана Франка, 2020. 280 с.
13. Петренко О. В. Агротуризм: перспективи розвитку в Україні. Київ .Видавничий дім "Кондор", 2021. 256 с.
14. Сопівник Р. І. Агротуризм як складова сталого розвитку сільських територій. Київ. Наукова думка, 2021. 198 с.
15. Ставська Ю.В. Сільський зелений туризм як напрям розвитку сільських територій. Економіки. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики. 2018. Вип. 1' (41). С. 83-95.
16. Шовкун О. П. Маркетинг у сільському туризмі та агротуризм. Вінниця .ВНТУ, 2020. 230 с.

Ukraine: from minor role to viable farm households and sustainable regional economies. *Journal of Rural Studies*, Vol. 108. 2024. 103283,

<https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2024.103283>

ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

1. Все про туризм - туристична бібліотека. URL: <https://tourlib.net/ua.htm>
2. Електронна бібліотека підручників. URL: <http://studentam.kiev.ua/content/category/3/90/99/>
3. Інтернет-ресурс Stud.com.ua. URL: <https://stud.com.ua/10943/ekonomika/mikroekonomika>
4. Львівська національна наукова бібліотека України імені В. Стефаника. URL: <http://www.lsl.lviv.ua>
5. Львівська обласна універсальна наукова бібліотека. URL: <http://www.lounb.lviv.ua>
6. Національна бібліотека імені В. І. Вернадського (каталоги). URL: <http://nbuv.gov.ua/node/554>
7. Офіційний веб-сайт Верховної Ради України. URL: www.rada.gov.ua
8. Офіційний веб-сайт Державної служби статистики України. URL: <http://ukrstat.gov.ua>
9. Офіційний веб-сайт Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України. URL: <https://www.me.gov.ua/?lang=uk-UA>
10. Офіційний веб-сайт туристичної асоціації України URL: <http://www.tau.org.ua>
11. Спілка сільського зеленого туризму України URL: <https://www.greentour.com.ua>
12. Туристичний портал «stejka.com». URL: <http://www.stejka.com/ukr>
13. European Centre for Ecological and Agricultural Tourism. Official website. URL: <http://www.eceat.org/>