

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ВЕТЕРИНАРНОЇ МЕДИЦИНИ ТА БІОТЕХНОЛОГІЙ
імені С.З. ГЖИЦЬКОГО

Факультет менеджменту, бізнесу та адміністрування

Кафедра туристичного бізнесу та гостинності

Допускається до захисту

“ ____ ” _____ 2025р.

В.о. зав. кафедри _____

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

Студентки Корній Юлії Андріївни

на тему:

РОЛЬ АГРОТУРИЗМУ У СТАЛОМУ СІЛЬСЬКОМУ РОЗВИТКУ

на присвоєння кваліфікації – **Бакалавр з туризму**

Керівник роботи _____ к.с.-г.н., доц. Мартинюк У.А.

Львів – 2025

Міністерство освіти і науки України

**Львівський національний університет ветеринарної медицини та
біотехнологій імені С.З. Гжицького**

Факультет економіки та менеджменту

Кафедра туризму

ОС Бакалавр

Спеціальність 242 Туризм і рекреація

ЗАТВЕРДЖУЮ

В.о. завідувача кафедри

_____ **Л.П. Кушнір**

“ ____ ” _____ 2024 року

З А В Д А Н Н Я

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТЦІ

КОРНІЙ ЮЛІЇ АНДРІЇВНИ

Тема роботи: **«Роль агротуризму у сталому сільському розвитку»**

Керівник роботи к.с.-г.н., доцент Мартинюк У.А., затверджена наказом
вищого навчального закладу від « ____ » _____ 2024 року № ____

2. Строк подання студентом проєкту (роботи) грудень 2024 року

3. Вихідні дані до проєкту (роботи) – .

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити):

5. Перелік графічного матеріалу – у роботі будуть представлені таблиці, рисунки.

6. Дата видачі завдання _____

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів дипломного проекту (роботи)	Строк виконання етапів проекту (роботи)	Примітка
1	Вступ		
2	Огляд наукової та патентної літератури		
3	Вивчення методів досліджень		
4	Опрацювання результатів досліджень		
5	Формування висновків та підготовка роботи до захисту		

(підпис) (прізвище та ініціали)

Студент _____

(підпис) (прізвище та ініціали)

Керівник роботи _____

АНОТАЦІЯ

Корній Ю.А. Роль агротуризму у сталому сільському розвитку:

Кваліфікаційна робота на здобуття першого (бакалаврського) рівня вищої освіти: (242 «Туризм і рекреація») / ЛНУВМБ ім. С.З. Гжицького. Кафедра туристичного бізнесу та гостинності. Наук. кер.: У.А. Мартинюк, к.с.-г.н., доцент. Львів, 2025. 48 с.

Запропонована бакалаврська робота вивчає перспективи та роль агротуризму у сталому сільському розвитку. Виділені теоретичні засади сутності агротуризму та його впливу на сталий розвиток сільських територій. Визначено роль сталого сільського розвитку у формуванні агротуризму. Проаналізовано та обґрунтовано впливи, можливості та перешкоди розвитку агротуризму. Розроблено перспективи формування політики агротуризму у сільських громадах.

Ключові слова: сільське господарство, туризм, розвиток, дестинація, сталість

© Ю.А. Корній 2025

© ЛНУВМБ ім. С.З. Гжицького 2025

ANNOTATION

Korniy Y.A. Agritourism role in sustainable rural development:

Qualification work for earning first (bachelor) degree of higher education: (242 «Tourism and recreation») / LNUVMB named after S.Z. Gzhytskyj. Department of tourism. Scientific supervisor: U.A. Martyniuk, c.a.s., associate professor. Lviv, 2025. 48 p.

The proposed bachelor's thesis studies the prospects and role of agritourism in sustainable rural development. The theoretical basis of the essence of agritourism and its impact on the sustainable development of rural areas are highlighted. The role of sustainable rural development in the formation of agritourism is determined. The influences, opportunities and obstacles to the development of agritourism are analysed and substantiated. The prospects for the formation of agritourism policy in rural communities are developed.

Key words: agriculture, tourism, development, destination, sustainability

© Y.A. Korniy 2025

© LNUVMB named after S.Z. Gzhytskyj 2025

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ АГРОТУРИЗМУ	11
1.1. Сутність агротуризму	11
1.2. Сучасні тренди агротуристичної індустрії	16
1.3. Вплив агротуризму на альтернативне фермерське господарство	20
РОЗДІЛ 2. ФОРМУВАННЯ АГРОТУРИЗМУ У СТАЛОМУ СІЛЬСЬКОМУ РОЗВИТКУ	25
2.1. Агротуризм як вид агропідприємництва	25
2.2. Диверсифікація сталого агротуризму	31
2.3. Перспективи розвитку туризму на сільських територіях	37
ВИСНОВКИ	41
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	43

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Концепція сталого розвитку була створена ще у далеких 1980-х роках у відповідь на помітну деградацію навколишнього середовища та зростальні відмінності в економічному розвитку та доступі до основних екологічних ресурсів. Визначення сталого розвитку, яке широко цитується, вперше з'явилося в доповіді ООН «Наше спільне майбутнє» у 1987 році. У ньому дана концепція окреслюється розвиток, що задовольняє потреби нинішніх поколінь, не надаючи у своїй негативного впливу здатність майбутніх поколінь задовольняти свої потреби. Відповідно до цього визначення, економічний розвиток має ґрунтуватися на раціональному та ефективному використанні наявних ресурсів та технологій, максимально обмежуючи негативний вплив людини на природне середовище. Такий розвиток має гарантувати можливість задоволення соціальних, економічних та екологічних потреб нинішнього та майбутніх поколінь.

Туризм це галузь економіки України, в якому реалізація сталого розвитку має вирішальне значення. Туристична діяльність ґрунтується на використанні потенціалу природного та культурного середовища, створенні умов для розвитку різних форм туризму. Динамічний розвиток туризму, масовий від'їзд до найбільш привабливих DESTINACIЙ, надмірний розвиток туристичної інфраструктури та зростання забруднення навколишнього середовища призвели до деградації багатьох привабливих туристичних зон. Використання сталого розвитку у сфері туризму стало абсолютною необхідністю.

Передбачається, що у сталому туризмі місцева громада бере участь у створенні туристичної пропозиції, від стадії планування до фінальної стадії, зі справедливим розподілом прибутку, значна частина якого має дістатися місцевому населенню. Негативний вплив на навколишнє середовище,

викликане туристичною діяльністю, слід звести до мінімуму шляхом скорочення відходів, економії енергії та води, а також усунення екологічно небезпечних речовин. Сталий туризм також має формувати проєкологічну поведінку серед постачальників послуг, клієнтів та місцевої спільноти. Багато видів та форм туризму йдуть цим шляхом. Найкращим прикладом цього є агротуризм. Ця форма відображає «прагнення того, щоб туризм був не лише позитивним, динамічним фактором розвитку, а й реальним розв'язання проблеми збереження чистоти навколишнього середовища на сільських територіях». Крім того, вона стимулює розвиток інших видів діяльності, таких як ремесла, місцеве виробництво продуктів харчування чи сільське господарство, що призводить до збільшення доходів у відповідних галузях народного господарства країни.

Це все призводить до потреби доступу до якісних послуг у сфері агротуризму, необхідність у якісному відпочинку та зняття стресового напруження, тригером котрої виступає воєнна агресія в Україні та негативні соціальні настрої в суспільстві. Ця необхідність призводить до збільшення попиту та зацікавленості у агротуризмі, як одного з найдоступніших видів туризму на сьогоднішній день. Тому агротуризм має відігравати ключову роль у сталому розвитку сільських територій.

Мета роботи – вивчити та дослідити роль агротуризму у сталому сільському розвитку.

Для досягнення мети нашого дослідження необхідно вирішити такі **завдання**:

- 1) обґрунтувати теоретико-методологічні засади розвитку агротуризму в Україні;
- 2) довести важливість агропідприємництва за умов розвитку агротуризму;
- 3) визначити та проаналізувати роль агротуризму у сталому розвитку на сільських територіях;

- 4) дослідити перспективи впровадження та формування агротуризму та його значення у сталому сільському розвитку;

Об’єкт дослідження – агротуризм у сталому сільському розвитку.

Предмет дослідження – особливості впровадження та здійснення агротуризму у сталому сільському розвитку на основі новітніх іноземних досліджень у галузі сталого агротуризму.

Методи дослідження. Для досягнення поставленої мети використовувалися метод системного аналізу, історико-хронологічний підхід, методи узагальнення та класифікації. Інформаційну базу склали інтернет-джерела (зокрема офіційні сайти), статистичні матеріали, новітні вітчизняні та закордонні літературні джерела на тему. Інформаційною базою дослідження стали результати наукових досліджень українських та зарубіжних авторів з питань розробки політики сталого туризму та перспектив її подальшої реалізації як в Україні, так і за кордоном, що містяться у підручниках, монографіях, статтях у журналах та інформація із Всесвітньої мережі інтернет.

Наукова новизна та практичне значення. Серед одержаних результатів нашого бакалаврського дослідження – аналіз теоретико-методологічних засад розвитку агротуризму в Україні; обґрунтування важливості сталості та агропідприємництва при розвитку агротуризму на сільських територіях в Україні; виділення ролі агротуризму у сталому розвитку на селі; перспективи розвитку та формування ефективного застосування агротуризму в контексті сталого сільського розвитку. Це забезпечить стабільний та міцний розвиток індустрії туризму в державі в умовах бойових дій в країні. Це повинно сприяти економічному зростанню вітчизняної галузі туризму, покращенню якості сервісу та обслуговування кінцевих DESTINATION у сільській місцевості. На нашу думку, це має сприяти споживачеві туристичного продукту вирушати у нові DESTINATION та місця відпочинку на селі, що слугуватиме розвитку сфери туризму в нашому

регіоні та сприятиме додатковим грошовим потокам до локального бюджету, тощо.

Структура роботи. Робота складається зі вступу, двох розділів, висновку, списку використаних джерел (50 найменувань, у тому числі 48 англійською мовою). Наше бакалаврське дослідження містить 4 рисунків. Зміст викладено на 48 сторінках, з них основного тексту – 42 сторінок.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ АГРОТУРИЗМУ

1.1. Сутність агротуризму

Агротуризм – це форма комерційного підприємництва, що поєднує сільськогосподарське виробництво та/або переробку з туризмом з метою залучення туристів на ферму чи інше сільськогосподарське підприємство. Метою їхнього візиту може бути розвага, відпочинок, освіта, а також отримання доходу для власника ферми чи бізнесу [3].

Агротуризм є одною із найстаріших форм сільського туризму. Це була звичайна практика до Другої світової війни, коли автомобілі стали популярними в Європі. Жителі великих міст у вихідні вирушали на прогулянку і зупинялися в невеликих готелях, щоб насолодитися місцевою їжею та привезти додому як сувеніри такі продукти, як вино. Можливо, саме тому витоки кулінарного та винного туризму можна простежити до агротуризму. Однак на початку 1960-х років ця концепція трансформувалася в агротуризм, коли люди воліли зупинятися в сім'ї власника та брати участь у його щоденних сільських справах. Використання ферм для проведення приватних заходів, таких як весілля, різні прийоми або приватні вечірки (надзвичайно поширене в країнах Латинської Америки), також можна вважати агротуризмом. Цей вид туризму глибоко вкоренився у таких країнах, як Аргентина, Бразилія та Уругвай. Хорошими прикладами зростання на цьому ринку є деякі регіони Європи, а саме: Іспанія, Франція та Німеччина.

Взаємодія між господарем та гостем створює особливий зв'язок при відвідуванні ферм. Гість може придбати нові продукти, що приносить фермеру додатковий дохід. Цей додатковий дохід та контакти зі сторонніми людьми допомагають утримувати на фермі молодь, яка може мігрувати до міст [31]. Купівля туристами місцевих продуктів також заощаджує паливо, яке є необхідним для транспортування на інші ринки. Це, своєю чергою, сприяє розвитку нетрадиційних сільських DESTINACIÓNS та агроекологічних практик, що призводить до більш сталого способу життя у громаді та робить

агротуризм сталішим. Цільовою групою цього продукту є туристи, зацікавлені у встановленні контакту з різними культурами через спілкування з природою.

Продовольча та сільськогосподарська організація Організації Об'єднаних Націй (ФАО) та ЮНВТО підписали меморандум про підтримку розвитку сталого та відповідального агротуризму. Першим кроком стане розвиток агротуризму на об'єктах Світової сільськогосподарської спадщини, які представляють собою дивовижні природні ландшафти та методи ведення сільського господарства, що охоплюють сільський спосіб життя та унікальним чином поєднують традиції та інновації [15]

Попри те, що агротуризм є продуктом, що добре зарекомендував себе, спочатку в сільському туризмі, а потім в агротуризмі, він з часом користується неослабним інтересом. Пандемія COVID-19 спровокувала бум сільського туризму, і туристи шукають місця на лоні природи далеко від натовпу. У майбутніх дослідженнях можна буде розглянути, чи сформувалися через пандемію інші моделі поведінки, а також які можуть бути наслідки цього поновлення зацікавленості до агротуризму та його розвитку [33].

Сільський туризм це зростаючий сектор економіки України, що пропонує привабливі можливості в результаті нових тенденцій у попиті на туризм, які, як правило, віддають перевагу менш масовим формам і приділяють більше уваги цінностям природи, культури, їжі та сільської місцевості. Сільський туризм охоплює туристичні послуги у сільській місцевості – послуги за участю інвесторів, туроператорів, а також місцевих та центральних органів влади. Ці послуги включають розміщення, харчування (з особливим акцентом на традиційну місцеву кухню) та всі розважальні заходи, що відповідають бажанням туристів, яких можна вважати любителями природи. Сільський туризм охоплює всі форми туризму, що здійснюються у сільській місцевості чи сільських громадах та

здійснюються у невеликих сімейних закладах. Його розглядають як альтернативу чи доповнення до масового туризму. Висвітлення природних зон, місцевих традицій, культури та гастрономії, тощо.

Агротуризм та екотуризм можуть стати цінними механізмами скорочення бідності та соціальної ізоляції на сільських територіях як у розвинених, так і в країнах, що розвиваються. Ці напрями туризму дозволяють повною мірою використати потенціал природного середовища та економічний розвиток сільських територій, створення нових робочих місць та професійна активізація жінок. Розвиток прямих продажів, у тому числі сільськогосподарської продукції та послуг, дозволяє отримувати дохід безпосередньо власникам фермерських господарств та їх працівникам, минаючи численних посередників, що суттєво покращує фінансове становище фермерських господарств та організацій, які з ними співпрацюють. Розвиток туризму в сільській місцевості дозволяє створювати нові робочі місця як цілорічні, так і сезонні. Спектр послуг, пов'язаних з обслуговуванням гостей, у багатьох культурах є прерогативою жінок, які можуть знайти роботу та можливості для самореалізації у розвитку цих галузей туризму. Створення продукту екотуризму чи агротуризму, на відміну продукту масового туризму, вимагає набагато менших фінансових витрат, отже, може бути доступний і незаможним верствам населення і може бути основою співробітництва кількох господарств чи навіть цілого села.

Агротуризм та екотуризм — дві основні форми сільського туризму, які приносять особливу користь як туристам, так і місцевій громаді:

- Агротуризм, де туристи спостерігають та беруть участь у традиційних методи ведення сільського господарства без руйнування екосистеми, яка приймає основу.
- Екотуризм, форма туризму, що включає природні ресурси, зберігаючи при цьому цінності та добробут місцевого населення.

Агротуризм це є діяльність, що здійснюється в сільській місцевості на базі однієї ферми або групи ферм, яка надає послуги з розміщення, харчування, освіти та відпочинку, а також дозволяє туристам брати активну участь у діяльності, що здійснюється в даній місцевості (наприклад, у виробничій діяльності на фермі, а також у переробці сільськогосподарської продукції в домашньому господарстві).

Агротуризм як концепція не має універсального визначення, але його можна визначити як діяльність зі створення ферм як дестинацію для подорожей в освітніх та рекреаційних цілях, яка може містити фермерські стенди та операції зі збирання врожаю самостійно, широко відомі як прямий маркетинг ферм, а також тури по фермі, полювання, рибальство, дегустація вин, фермерські фестивалі, тощо [27]. Агротуризм набирає популярності в усьому світі, даючи великі перспективи покращенню соціально-економічного становища фермерів та прилеглих спільнот, оскільки він поєднує в собі відпочинок на природі, сільськогосподарську освіту та сільськогосподарський відпочинок [5]. Це дозволяє відвідувачам поринути у сільське життя, взяти участь у сільськогосподарських роботах та дізнатися про методи ведення сільського господарства. Відвідувачі хочуть більше дізнатися про сільське життя та продукти, які виробляють на селі, і ця форма туризму швидко зростає у цілому світі [11]. Розвиток агротуризму стає важливою стратегією диверсифікації продукції та ринку для фермерів, яка може забезпечити такий необхідний грошовий потік багатьом фермам, які постраждали від зниження прибутковості. Л. Вілсон та інші науковці [48] припустили, що приблизно 20 мільйонів дітей віком до 16 років відвідають ферму в якийсь момент протягом цього періоду і що екотуризм та сільський туризм стане найшвидше наростаючим сегментом туристичної індустрії в майбутньому. Агротуризм став дуже популярним завдяки перевагам, які він приносить як фермерам, так і суспільству загалом. У фермерів є перевага у вигляді отримання додаткового доходу у періоди, коли земля та обладнання

не використовуються чи простоюють. Знову ж таки, у фермерів є перевага у вигляді отримання додаткового зворотного зв'язку від споживачів щодо переваг різних сільськогосподарських продуктів і послуг. Автори зазначають, що агротуризм приносить в економіку Сполучених Штатів Америки від 800 млн. до 3 млрд. доларів США, тоді як агротуризм в Індії також забезпечує сталий темп зростання 20% на рік, вносячи 13,5% ВВП [50].

Туристична галузь ПАР забезпечує близько 2,9% ВВП, тоді як сільськогосподарська галузь забезпечує близько 1,88% ВВП країни [19]. Крім того, наприклад, сільське господарство в Марокко забезпечувало близько 33% усіх робочих місць та близько 12% ВВП країни [14]. Автори повідомляють, що європейський агротуризм швидко зростає, оскільки фермери надають туристам високоякісні товари та послуги та отримують фінансову, нормативну, кадрову та модернізаційну підтримку, що призводить до прибуткового бізнесу [8; 32]. Знову ж таки, ланцюжок створення вартості через агротуризм може сприяти створенню розумних міст та створенню успішних робочих місць для місцевих громад та за їх межами за допомогою розвитку унікальних ланцюжків створення вартості, таких як біоекономіка, відновлювана енергія та економіка замкнутого циклу, шляхом надання різноманітних туристичних продуктів, які можуть сприяти економічному зростанню шляхом створення робочих місць для місцевих громад [13]. Сільськогосподарська діяльність, пов'язана з агротуризмом, продемонструвала зростання доходів фермерів, що сприяло підвищенню добробуту сімей, оскільки члени сім'ї воліли працювати на фермі, а не за її межами, що підвищило соціально-економічний статус домогосподарств у таких країнах, як Тайвань, Китай, Японія та Філіппіни, тощо [10; 39].

1.2. Сучасні тренди агротуристичної індустрії

Потенціал агротуризму розкрився у всіх країнах світу в зв'язку зі зростанням споживчого попиту на дозвілля та падінням цін на сільськогосподарську продукцію. Агротуризм має безліч переваг, включаючи соціальні вигоди, економічне зростання та збереження культурної та екологічної спадщини. Місцеві фермери вважають, поїздки зі збирання врожаю та кулінарні тури є ключовими чинниками розвитку агротуризму. Агротуристична діяльність може забезпечити низку потенційних переваг шляхом створення позитивної взаємодії між фермерами та не фермерами, а також підвищення поінформованості про сільське господарство за межами ферми. Агротуризм також може зменшити конфлікти щодо права на ведення сільського господарства та забезпечити громадську підтримку політики збереження фермерських господарств. Це також може сприяти підвищенню поінформованості про сільське господарство шляхом покращення якості життя у громадах внаслідок розширення можливостей для відпочинку, диверсифікації економічної бази та сприяння збереженню сільськогосподарських земель. Агротуризм, що передбачає роботу на сільськогосподарських угіддях, часто забезпечує зайнятість для кількох поколінь фермерських сімей, формуючи певне почуття культури, спадщини та сільського характеру. Агротуризм дає можливість вивчити сільськогосподарську спадщину регіону за допомогою освітніх програм для студентів та дорослих, а також за допомогою виробництва продуктів харчування. А також забезпечує споживачам прямий доступ до свіжих сільськогосподарських продуктів місцевого виробництва. На нашу думку важливим є вивчення впливу агротуризму як рушійної сили соціально-економічних перетворень у економіках, що розвиваються, а також вивчення факторів, що впливають на успіх агротуристичних господарств, та можливостей розвитку агротуризму як стратегії підвищення його прибутковості, тощо.

Агротуризм має довгу історію на Заході (у США, Канаді та Європі), де й почалися дослідження агротуризму [12; 18]. Основні дослідження агротуризму були зосереджені на розвинених напрямках агротуризму, таких як гостьові будинки та комерційні тури на початку 1980-х і 1990-х років [12] та інші дослідники провели численні дослідження агротуризму в розвинених туристичних дестинаціях [23; 25; 26; 41; 44]. Аналогічні тенденції можна спостерігати в Європі, Австралії та деяких країнах Азії [16; 17; 30; 29; 34]. Декілька дослідників вивчали попит чи пропозицію агротуризму, спеціалізуючись на одній конкретній дестинації, використовуючи первинні та вторинні дані [7; 9]. Крім того, кілька великих країн африканського походження розвинули свій сектор агротуризму з метою розробки товарів та послуг агротуризму (Південна Африка, Кенія, Марокко та Танзанія) [25]. Ці країни успішно організували на кількох туристичних курортах широкий спектр заходів, таких як тури на ферми, сільськогосподарські фестивалі, винні тури, кулінарні курси та екоготелі на фермах, що діють, тощо. Агротуризм має великий потенціал для розвитку завдяки різноманітності сільськогосподарських ландшафтів континенту та різноманітності природних ресурсів. У багатьох країнах світу та регіонах діють різні політики в галузі агротуризму, деякі з яких не змогли перетворити агротуризм на стале і прибуткове підприємництво. К. Роджерсон [37] вважає, що агротуризм може надати багатьом країнам можливість диверсифікувати свою економіку, покращити розвиток сільських районів та збільшити доходи фермерів. Однак огляд наявної літератури з розвитку агротуристичної справи в країнах з економікою, що розвивається, поки невеликий.

На національному рівні Н. Тіраетарі та А. Хамза [43] провели дослідження еволюції агротуризму та його переваг у Малайзії, а С. Махарджан й Д. Дангол [24] представили у своєму дослідженні огляд системи освіти в галузі агротуризму та публікацій з агротуризму в Непалі. Ці вчені не обговорювали дослідження, які проводяться за межами своїх країн.

Крім того, Сантерамо та Барб'єрі [40] провели оглядове дослідження попиту на агротуризм та вивчили обмежену інформацію про попит на агротуризм, зосередившись на методології та інформації, зібраній у існуючій літературі. Аналогічно, Димитровські та інші [12] у своєму оглядовому дослідженні, що складається з 21 статті, припустили, що майбутні дослідження повинні складатися з більшої кількості оглядових статей і включати різні погляди. Таким чином, загальні тенденції досліджень в галузі агротуризму в усьому світі можна виявити, вивчивши більшу кількість статей [35]. Д. Райзер [36] у своїй книзі про агротуризм, стверджував, що він заповнює прогалину в міжнародній літературі, надихаючи дослідників і фермерів. На додаток, В. Бірру [6] у книзі, опублікованій у журналі *Tourism Management*, повідомив, що агротуризм може приносити дохід фермерам та іншим зацікавленим сторонам. Тому, враховуючи необхідність аналізу перспектив як попиту, так і пропозиції для вивчення умов, які застосовуються до розвитку агротуризму, ми провели огляд літератури з використанням кількісних методів, щоб визначити наслідки для агротуризму, особливо в країнах, що розвиваються.

Проте місцевим органам влади, управлінням з туризму та фермерам необхідно працювати спільно для просування аграрного сектору своїх регіонів та залучення туристів. Щоб агротуризм був успішним, він має тісно взаємодіяти із місцевими громадами. Залучаючи місцевих фермерів, ремісників та громадян, проєкти агротуризму спрямовані на зміцнення громад, підтримку традиційних практик та створення сталих джерел засобів для існування. У ряді країн використовуються підходи до розвитку туризму на основі участі громад, щоб гарантувати, що вигоди від агротуризму дійдуть до місцевого населення. Попри свій потенціал, сфера агротуризму стикається з різними проблемами. До цих проблем належать недостатнє фінансування, слабка інфраструктура в місцях розташування ферм, неефективний маркетинг і просування, а також недостатня поінформованість потенційних

туристів. Розв'язування цих проблем має вирішальне значення, якщо ми хочемо, щоб агротуризм розвивався у нашій країні.

Розроблена концептуальна основа передбачає, що сталий розвиток агротуризму ґрунтується на таких факторах, як місце розташування, фінансування, якість продукції, маркетингові методи, інфраструктура та законодавча підтримка, як наголошується в релевантній літературі.



Рисунок 1.2.1 Модель трансформації агротуризму

Джерело: власне дослідження

1.3.Вплив агротуризму на альтернативне фермерське господарство

На невеликі ферми та сімейні ферми всіх розмірів припадає 98% сільськогосподарської діяльності та 87% загального обсягу виробництва у США та в усьому світі [20].

Статистичний звіт, підготовлений понад десять років тому, показав, що кількість агротуристичних ферм та доходи від агротуризму та рекреаційної діяльності значно зросли: з 704 мільйонів доларів у 2012 році до майже 950 мільйонів доларів у 2017 році [45]. Деякі дослідження показують, що громадський інтерес до цієї форми відпочинку, ймовірно, продовжить зростати найближчими роками. Арройо та ін. [4] припустили, що інтерес населення до рекреаційних послуг значно зросте у найближчі роки. Крім того, агротуризм допомагає фермерам та скотарям отримувати дохід від рекреаційних та освітніх заходів на фермах та за їх межами, а також приносить додаткові гроші до місцевої економіки шляхом витрат відвідувачів та непрямого ефекту доходів від агротуризму [46]. Індустрія агротуризму також може пожвавити сільську економіку внаслідок створення робочих місць, освіти населення у питаннях сільського господарства, збереження сільськогосподарської та культурної спадщини сільських громад та залучення малого бізнесу. Т. Вілкінсон [47] стверджував, що агротуризм має широку та поширену привабливість для державних установ як форму стратегії економічного та суспільного розвитку. Проте агротуризм зіткнувся з такими проблемами, як зміна клімату, швидка урбанізація та високі витрати на виробництво, через які традиційне сільське господарство стало нестійким та непривабливим. Це призвело до того, що деякі фермери, щоб вижити, влаштовуються на роботу в інші сектори, в той час, як інші диверсифікують свою діяльність шляхом впровадження агротуризму. Деякі автори повідомляють, що агротуризм може бути прибутковим і сталим механізмом диверсифікації фермерських господарств, оскільки близько 50% туристів відвідують сільськогосподарські ринки, місцеві або сезонні фестивалі їжі,

стенди з продукцією, виноробні та зоопарки, тим самим сприяючи зростанню економіки країн. Декілька досліджень показали, що попит на агротуризм та рекреаційні послуги зростає, оскільки люди хочуть нових вражень та відволіктися від стресу та міського життя. Знову ж таки, батьки хочуть, щоб їхні діти навчилися вирощувати продукти і водночас насолоджувалися фермерськими канікулами із сім'єю, друзями та родичами на фермі.

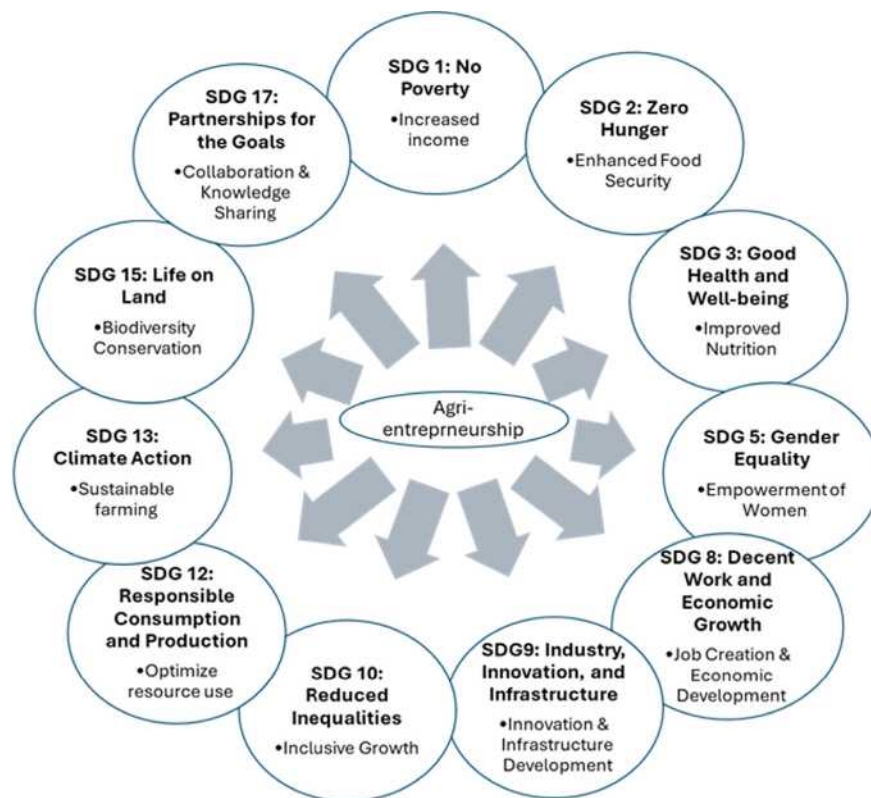


Рисунок 1.3.1 Агропідприємництво та Цілі Сталого Розвитку ООН

Джерело: власне дослідження

На рисунку 1.3.1 зображено розвиток агропідприємництва відповідно до Цілей Сталого Розвитку ООН. Багато дослідників у своїх роботах зазначають, що розвиток туризму можна розглядати як «альтернативне сільськогосподарське підприємство, як частина агропідприємництва оскільки воно стало ключовою стратегією розвитку для сільських мешканців та

індивідуальною стратегією для фермерського господарства». Знову ж таки, довга історія агротуризму в Німеччині налічує понад 150 років, і сьогодні він перетворився на складне явище як форму більш диверсифікованого сільського туризму. Також описується перехід від «фермерського туризму» до «агротуризму». Відповідно успіх агротуризму залежить від таких факторів, як рівень маркетингу, конкуренції, підприємництва та інвестицій. Інші дослідження показали, що агротуризм існує лише тоді, коли він здійснюється на «чинній фермі» або що агротуризм — це просто туризм у фермерських умовах. Інші фактори, такі як кількість чинних ферм, професіоналізм оператора та частка доходів від туризму є важливими факторами, котрі слід враховувати при встановленні параметрів агротуристичного підприємства. З іншого боку, існує необхідність розширених досліджень мотивації операторів агротуризму, а також навичок та ресурсів, які постачальники агротуризму вважають найбільш важливими для свого успіху. Знову ж таки, низка досліджень показує, що фермери диверсифікують свою діяльність, щоб забезпечити додатковий дохід і можливості працевлаштування для своєї сім'ї; та забезпечити довгострокову фінансову безпеку. Додаткові чинники, такі як ефективність підприємців у сфері сільського господарства та агротуризму, відіграють роль у перетворенні «фермерського туризму» на «агротуризм». Відомо, що існує зв'язок між розміром ферми та продуктивністю, яка обернено пропорційна ефективності підприємства. Знову ж таки, виявилось, що туристичне підприємництво вважається важливою «домашньою» стратегією, а не стратегією «окремого фермера». Для того, щоб нове підприємство вважалось підприємницьким, необхідно створити окрему юридичну особу.

У зв'язку зі зростанням попиту на агротуристичну діяльність багато сімейних ферм у Європі, Північній Америці, Австралії та інших країнах, що розвиваються, диверсифікували свою діяльність шляхом агротуризму, щоб залишатися прибутковими та потрібним в бізнесі для отримання

економічних, екологічних та соціальних вигод. Часом агротуризм розглядають, як зелену, неруйнівну форму стратегії диверсифікації фермерського господарства, яку європейські фермери вважають важливою економічною, соціальною та екологічною вигодою, а в країнах, що розвиваються, — незамінним інструментом економічного розвитку. Слід зазначити, що низка авторів повідомляють, що в багатьох країнах, що розвиваються, економіка залежить від сільського господарства, і сільське господарство є їх основним заняттям. Сільськогосподарські землі стали невикористовуваними й стали менше використовуватися для традиційного вирощування сільськогосподарських культур, оскільки сільськогосподарське виробництво стало нерентабельним через падіння світових цін на сільськогосподарську продукцію, зміни клімату, зростання витрат на виробництво, міграції із сільських районів до міст та нестабільну політику землекористування в усіх країнах. Тому вони диверсифікували свої сільськогосподарські землі, щоб зберегти прибутковість своїх ферм. Однак Сполучені Штати надають фермерам субсидії як джерело мотивації для розвитку агротуризму, а інші джерела доходу покривають різницю. Важливо, що агротуризм, зазвичай, приносить сільським громадам економічні, соціально-культурні та екологічні вигоди. Агротуризм є важливим елементом сприяння економічному здоров'ю та диверсифікації країни. Існує кілька причин, через які країни приймають агротуризм, деякі з яких — економічні причини, соціальні цілі, внутрішні причини, причини, пов'язані з ринком, використання сільськогосподарських ресурсів, покращення якості життя сім'ї та зовнішні причини. Фермери мотивовані різними комбінаціями цілей і з різним ступенем важливості тих самих цілей, оскільки оператори ферм займаються агротуризмом, щоб отримати додаткові джерела доходу від ферми, роблячи економічні чинники основною мотивацією для агротуризму, а соціальні причини — лише вторинними. Диверсифікація фермерських господарств у бік агротуризму в Північній Америці заснована на грошових

вигодах. Рушійні сили розвитку агротуризму можна поділити на чотири виміри: прибутковість ферми, ринкові можливості, соціальні зв'язки, сімейні цілі та особисті цілі. Факторами прибутковості є доходи фермерських господарств та скорочення заборгованості, у той час, як ринкові можливості включають взаємодію операторів з відвідувачами та їх навчання, сімейні цілі включають підтримку сімейної ферми, можливість продовжувати займатися сільським господарством та збереження ферми у власності сім'ї. Попит на агротуризм мотивується як економічними, і неекономічними причинами, які вважаються основними чинниками, що сприяють розвитку агротуризму.

РОЗДІЛ 2. ФОРМУВАННЯ АГРОТУРИЗМУ У СТАЛОМУ СІЛЬСЬКОМУ РОЗВИТКУ

2.1. Агротуризм як вид агропідприємництва

Сільське господарство протягом багатьох десятиліть було відоме як символ розвитку сільської економіки та головна рушійна сила аграрної економіки, проте за минулі роки воно пережило деякий спад через поствиробничу фазу, яка призвела до так званих «сільськогосподарських криз 1990-х років. Криза 1990-х років призвела до надвиробництва та скорочення субсидій, що призвело до вжиття низки заходів, спрямованих на диверсифікацію фермерських господарств та зниження залежності від традиційної сівозміни. Диверсифікація фермерських господарств визначається як одноразове перенаправлення на інші прибуткові цілі будь-яких ресурсів, раніше залучених у традиційній сільськогосподарській діяльності. Уявлення про те, що туризм є життєздатною альтернативою, сприяло зростанню туристичних підприємств, ставши ключовим напрямком диверсифікації. Крім того, проблема занепаду сільської місцевості та реструктуризації чи диверсифікації фермерських господарств спостерігається у всьому світі, а диверсифікація у бік агротуризму призвела до зростання у сільських регіонах США, Канади, Японії, Австралії та Нової Зеландії, тощо.

Підприємців можна визначити як новаторів, які стимулюють зміни в економіці, обслуговуючи нові ринки або створюючи нові засоби ведення справ. Підприємці є важливою ланкою у постачанні нових ідей та інноваційних рішень спільнотам, містам та країнам по всьому світу. Підприємці – це люди, які виявляють певні характеристики, такі як мотивація, амбітність, зосередженість, креативність, уміння розв'язувати проблеми, практичність та цілеспрямованість. До того ж, багато фермерів вважають себе добрими традиційними виробниками продуктів харчування та підприємцями, оскільки вони хочуть зберегти чи підтримати культурну самобутність сільського господарства. Тому вони бачать себе менеджерами в

сучасному сільському господарстві, які мають багато характеристик хорошого підприємця; і як керівники фірм, так і підприємці. Однак заповзятливі фермери повинні мати навички та компетенції, необхідні для успіху в сучасній сільськогосподарській галузі, щоб успішно диверсифікувати свою діяльність та створити агротуристичне підприємство.

Дуже важливо розуміти та знати потреби споживачів та фактори, які їх мотивуватимуть, оскільки конкуренція зростає, а ринок стає насиченим, тому необхідне постійне дослідження та аналіз потреб та мотивації туристів [49]. Це з тим, що розуміння потреб споживачів має значення для визначення успіху чи невдачі компанії. Зрештою потреба, як правило, впливає на їхню купівельну поведінку та загальне задоволення, що пов'язано з формуванням результатів майбутніх покупок, рекомендацій та повторних візитів [42]. Розуміння факторів, що впливають на моделі споживання споживачів чи туристів, мотивації туристів та знання їхньої поведінки допоможе менеджерам агротуристичних та рекреаційних центрів створювати об'єкти, орієнтовані на потреби, а також формувати чи створювати середовище, що сприяє розвитку бізнесу. Фактори мотивації — це фактори, які дають людині (туристу або відвідувачу) бажання (підштовхування або тяжіння) та впевненість у необхідності запитувати туристичні продукти та послуги. Так звані фактори виштовхування (бажання) належать до особистих бажань, а фактори тяжіння (бажання) належать до характеристик дестинації, які приваблюють туристів.

Відомо, що виділяють три класи мотивів агротуризму: бажання зайнятися сільськогосподарською діяльністю, покращити якість життя та стосунків, а також випробувати пригоди та відпочити. Потреби та мотиви туристів відрізняються залежно від статі, віку, фінансового стану та виду діяльності. Потреби в агротуризмі пов'язані з привабливістю дестинацій для агротуризму, котрі є рушійною силою попиту на агротуризм, тоді як мотивація агротуризму складається з факторів поштовху, які створюють у

людини прагнення, яке задовольняється шляхом подорожі. Факторами, що зумовлюють попит на агротуризм, є безпека, доступність, багатство сільських ландшафтів, прихильність та професіоналізм менеджерів турбази. Існує декілька потреб, які були рушійною силою мотивації агротуризму. До цих потреб відноситься виявлення того, що жінки-агротуристки мають більший попит, ніж чоловіки-агротуристи, при цьому жінки-агротуристки відповідають за безпеку та захищеність пам'яток, а чоловіки-агротуристи відповідають за красу ландшафту. Проте було визначено основні методи управління розвитком агротуристичного бізнесу. Вони охоплюють:

- (i) надання справжнього досвіду перебування на фермі;
- (ii) надання освітнього досвіду;
- (iii) надання чудового обслуговування клієнтів;
- (iv) надання адекватних громадських зручностей;
- (v) підтримання безпечного та доступного середовища;
- (vi) створення хороших соціальних відносин;
- (vii) планування вашого фінансового майбутнього. Безпека, доступність та туристичні продукти є ключовими факторами при ухваленні рішень про подорож агротуристами.

Ферми стають все більш привабливою туристичною дестинацією, оскільки відвідувачі прагнуть сховатися від шуму та суєти міського життя, долучитися до своєї культурної спадщини, провести час із сім'єю, побути на природі та насолодитися справжніми розвагами. Знову ж таки, сучасні сім'ї хочуть, щоб їхні діти знали, звідки береться їхня їжа, і прагнуть відновити суспільний інтерес до досвіду фермерського господарства. Відвідувачі прагнуть ідеального, більш простого часу для проведення незабутнього та насиченого відпочинку зі своїми сім'ями, що призведе до збільшення доходів шляхом зростання попиту на агротуризм. Крім того, агротуризм привабливий для людей, які хочуть відновити зв'язок із землею та отримати можливість зайнятися сільським господарством, а також відновити зв'язок своїх дітей із

джерелами продовольства. Розуміння відвідувачів та знання їх переваг, поведінки та вигод, які вони шукають, має вирішальне значення для забезпечення успіху агротуристичного бізнесу та сприятиме ефективній та успішній диверсифікації фермерами. Дослідження поведінки мандрівників та інтересу до агротуризму на державному або місцевому рівні дає важливу інформацію про потенціал ринку, цільові стратегії просування на основі виявлених можливостей та ефективні партнерства для прискорення зростання агротуристичної галузі економіки. Організаціям, що займаються маркетингом туристичних дестинацій, фермерам і регулювальним органам необхідна своєчасна і точна інформація про поведінку споживачів, їх переваги та схеми подорожей для задоволення своїх потреб.

Операторам ринку агротуризму та організаціям, що займаються маркетингом туристичних дестинацій, необхідно знати про різні інформаційні канали, на які туристи найбільше покладаються під час планування поїздок для просування своєї продукції. Розуміння того, як різні типи мандрівників планують свої поїздки, є важливим фактором, який слід враховувати при розробці відповідних маркетингових програм для агротуристичних підприємств чи мереж. Декілька дослідницьких звітів показали, що ринок агротуризму контролюють постійні відвідувачі, а ряд факторів, таких як можливості для шопінгу, чисте довкілля, доступність, наявні види діяльності та доброзичливість операторів послуг, змушують відвідувачів повертатися в те ж місце знову. Оскільки наміри повторних відвідувань мають вирішальне значення для зростання ринку, операторам слід прагнути до створення ширшої клієнтської бази та залучення повторних відвідувачів, що сприятиме позитивному маркетингу «з уст в уста» та зниженню витрат на маркетинг агротуристичних продуктів. Зрештою розуміння поведінки та мотивації гостей допоможе операторам розробляти правильні меседжі та продукти для необхідних клієнтів, що призведе до збільшення продажів.

Декілька невеликих сімейних ферм звертаються до агротуризму, щоб отримати прибуток через нестабільну політику уряду, несприятливі кліматичні умови, падіння цін на сировинні товари та зростання витрат на виробництво, що й зумовило раптове швидке зростання та розширення агротуристичної діяльності. Різноманітність форм диверсифікації фермерських господарств призвела до того, що фермери почали доповнювати традиційні сільськогосподарські операції, щоб розширити свою присутність та задовольнити потреби сучасних сімей. Ферми стали привабливими DESTINATIONAMI для агротуризму: туристи тепер подорожують на короткі відстані, щоб торкнутися природи, виробництва та розповсюдження продуктів харчування. Знову ж таки, батьки хочуть, щоб їхні діти знали, звідки береться їхня їжа та продукти харчування. Агротуризм став життєздатним механізмом диверсифікації для фермерів, що дозволяє їм зберігати свої конкурентні переваги, а різні державні політики та освітні програми сприяють зростанню агротуризму. Нам слід виділити три фактори, що визначають активність агротуризму: економічні, соціальні та зовнішні. Деякі науковці повідомляють, що агротуризм може забезпечити низку переваг, у тому числі: спосіб збільшення доходу, збільшення виручки, новий спосіб маркетингу, можливість побудувати бізнес на основі наявних ресурсів, можливість інформувати громадськість про сільськогосподарські продукти та методи ведення сільського господарства, а також збереження ферми у власності сім'ї. Декілька досліджень також показали, що зростанню перешкоджають ряд факторів, включаючи фінансування, маркетинг і якість, місце розташування, освіти та професійну підготовку, а також державну підтримку фермерських господарств. Надання місць розміщення та іншої інфраструктури в місці призначення не гарантує попиту, але ефективні навички маркетингу продуктів агротуризму є важливішими для успіху бізнесу. Якість — ще один важливий фактор, що сприяє розвитку агротуризму, що відповідає попиту та загальним очікуванням туристів;

Однак відсутність професійної поведінки може вплинути на імідж DESTИНАЦІЇ через негативні відгуки. Проблеми розвитку агротуризму пов'язують з необхідністю державної підтримки у формі субсидій, субвенцій та дотацій й створення сприятливих умов для підтримки диверсифікації фермерських господарств, тощо.

2.2. Диверсифікація сталого агротуризму

Агротуризм може сприяти диверсифікації економіки шляхом створення робочих місць як у туристичному, так і в сільськогосподарському секторах, тим самим знижуючи рівень безробіття та підвищуючи рівень доходів у сільських громадах. Агротуризм заохочує розвиток сталого підприємництва, а розвиток малого бізнесу пожвавлює сільські громади, залучаючи інвестиції та туристів, а також стимулюючи галузі, що їх підтримують [21]. Агротуризм відіграє ключову роль у збереженні традиційних методів ведення сільського господарства та культурної спадщини [38]. Агротуризм може допомогти людям різного віку отримати нові знання, дозволяючи міським жителям возз'єднатися з природою, зрозуміти джерело своєї їжі та отримати практичний досвід у галузі сталих методів ведення сільського господарства, тощо.

Агротуризм заохочує залучення громади, об'єднуючи людей за допомогою співпраці для просування своїх продуктів та традицій, сприяючи розвитку почуття єдності та гордості серед учасників громади. Агротуризм сприяє відповідальній екологічній поведінці та сталим методам ведення сільського господарства, збереженню природних ресурсів та робить внесок у загальний сталий розвиток суспільства. Це розширює спектр туристичних можливостей у країні, залучаючи любителів їжі, природи та тих, хто шукає справжні культурні враження. Агротуризм підтримує місцеву економіку, спільноти та культуру, сприяє екологічній сталості, зберігає сільськогосподарську спадщину, надає освітні можливості та зміцнює соціальні зв'язки. В результаті громади можуть побудувати стале та успішне майбутнє, демонструючи світові свої унікальні сільськогосподарські ресурси.

Ринок агротуризму – ще один важливий крок у розвитку агротуризму. Ринок агротуризму різниться залежно від держави та місцезнаходження. Однак вирішальне значення має зв'язок попиту та пропозиції для задоволення фактичних та потенційних потреб агротуризму. У розвинених країнах

внутрішні туристи становлять більшу частину ринку послуг агротуризму, а також рекламні стратегії, орієнтовані на місцевих жителів або внутрішні ринки, були б вигіднішими для агротуризму. У розвинутих країнах кількість селян обмежена, внутрішній ринок агротуризму більше, ніж у країнах. Оператори агротуризму підтримують стосунки як з операторами, так і з іншими туристами, тому промоутери агротуризму мають подбати про те, щоб їхні інтереси були враховані. Туристи схильні ігнорувати дестинації з поганим транспортним сполученням та розташовані далеко від них. Перш ніж розвивати агротуризм, особи, які приймають рішення, повинні проаналізувати потенційне джерело туристів, наявні ресурси, доступ, місце розташування та продуктивність ферми. Необхідно також визначити цільових туристів, чи відчувають вони труднощі з доступом до ферм, їх очікування та можливості фермерів виправдати очікування туристів. Ферми можуть організовувати унікальні та різноманітні заходи/фестивалі та спортивні змагання, щоб багато туристів виявили інтерес до відвідування ферм разом зі своїми супутниками.

Агротуризм розвивається у сільській місцевості, часто на околицях, де основними перевагами є мінімально змінене людиною природне середовище, невеликі, мирні та тихі села, а також культурні цінності, характерні для даного географічного регіону та місцевих спільнот. Відпочинок у сільській місцевості дозволяє відпочити від великих, багатолюдних міст, отримати доступ до натуральних, органічних продуктів харчування та страв регіональної кухні, а також можливість поспостерігати за роботою на фермі та поспілкуватися з тваринами. Сільська місцевість також може стати основою для екотуристичних поїздок та спостереження за дикою природою. Такий широкий спектр пам'яток, що безпосередньо пов'язані з природою, є цікавою альтернативою масовому туризму.

Розвиток агротуризму сприяє реалізації економічного та соціального потенціалу сіл. Це дозволяє перейти від монофункціональної моделі

сільського господарства до багатофункціонального розвитку сільських територій. Можливості такого розвитку надзвичайно важливі у світлі економічних проблем у багатьох країнах, пов'язаних зі зниженням рентабельності сільськогосподарського виробництва, високий рівень безробіття та переселення молоді до великих міст. Розвиток агротуризму дає можливість соціально-економічного відродження сільських територій шляхом створення нових робочих місць, можливості отримання доходів від несільськогосподарської діяльності та використання природних та культурних цінностей для створення туристичного продукту.

Основу туристичного продукту становить багатство та унікальність природного середовища (різноманітність ландшафтів, наявність природних річок та водойм рекреаційного призначення, тиша та спокій, чисте повітря, наявність лісу). Це підтримує охорону навколишнього середовища пріоритетним завданням як для власників агротуристичних ферм, так і для їх гостей.

Також важливо використати людський потенціал села. Створення нового спектру послуг, що безпосередньо пов'язані з туристичною галуззю (прокат туристичного спорядження, точки громадського харчування, організація професійних семінарів) створює можливості працевлаштування для безробітних, пенсіонерів або людей, які бажають працювати протягом більш короткого проміжку часу. Це також дає можливість використовувати таланти представників місцевої спільноти (вчителів, майстрів, народних артистів) і тим самим підвищувати самооцінку.

Розвиток пропозиції агротуризму також дає можливість для творчої діяльності, спрямованої на запуск нового спектра послуг (послуги СПА, косметичні майстерні, майстерні з плетіння лози - рисунки 1.3 і 1.4), що може спонукати молодь залишитися в сільській місцевості або залучити людей, які бажають використовувати свої навички у створенні нових інноваційних знань та досвіду. В епоху, коли люди прагнуть повернутися до природи та

отримати нові враження, відпочинок на агротуристичних фермах стає дедалі популярнішим.



Рисунок 2.2.1 Майстер-клас із декорування дерев'яних іграшок на агротуристичній фермі



Рисунок 2.2.2 Майстер-клас зі збору та сортування лікарських трав на агротуристичному господарстві

Зростаюча конкуренція та постійно мінливі переваги туристів роблять якість туристичних послуг дедалі важливішою. Сучасний ринок туризму – це типовий споживчий ринок. Для успіху в ринковій конкуренції необхідно

пропонувати продукт, що відповідає потребам туристів та виправдовує їх очікування. Пропозиція відпочинку в сільській місцевості включає не тільки розміщення або можливість взяти участь у повсякденному житті ферми, але й можливість зайнятися улюбленими справами, такими як верхова їзда, рибалка, збирання грибів або активний відпочинок. Конкуренція може стосуватися стандарту та обсягу послуг, візуальної привабливості ферми або унікальності пропозиції. Це часто призводить до пошуку ринкової ніші й, як наслідок, до спеціалізації ферм (наприклад, ферми з виробництвом та дегустацією вина/меду, трав'яні або веганські ферми, ферми з великою пропозицією розваг для дітей або дорослих). Спеціалізація застосовується там, де є багато агротуристичних господарств зі схожим рівнем послуг. Найчастіше агротуристичні господарства об'єднуються для створення загальних пакетів послуг, доступних гостям, що дозволяє розширювати свою пропозицію без необхідності додаткових інвестицій.

Агротуризм — це вид підприємницької діяльності, який може зіткнутися з низкою проблем на етапі створення, функціонування та сталого управління. Під час створення агротуристичного господарства фермери можуть зіткнутися з протидією з боку місцевих жителів, які вважають, що туризм негативно вплине на природну та культурну спадщину. Розвиток туризму у певній дестинації — це колективне зусилля суспільства; Якщо група людей виступає проти розвитку агротуризму, то все складеться важко. Тому при створенні агротуристичного господарства в країнах, що розвиваються, промоутери повинні також спробувати налагодити зв'язки між місцевими жителями та індустрією туризму, щоб уникнути місцевого опору. У випадку агротуризму та сталого управління наступним важливим кроком є розробка стратегії залучення туристів та задоволення їх потреб. Ферми можуть залучати більше туристів, пропонуючи традиційну та автентичну їжу, культуру та справжній місцевий досвід, які можуть виступати як фактори тяжіння. Щоб агротуризм у країнах, що розвиваються, був сталим,

оператори можуть просувати етнічні пам'ятки та мінімізувати негативний вплив, тим самим знижуючи опір та задовольняючи потреби найвибагливіших туристів.

Слід вважати, що розвиток агротуризму позитивно впливає на доходи місцевого населення, це також створює певні ризики для фермерів. Люди отримують додатковий прибуток шляхом диверсифікації своїх фермерських господарств. Проте агротуристична діяльність може призвести до зниження продуктивності сільського господарства у довгостроковій перспективі [22]. Якщо фермери стануть орієнтованими на гроші, вони можуть припинити займатися сільським господарством та використовувати імпорتنу продукцію з-за кордону для обслуговування туристів. Агротуризм починається з ресурсів, які вже є на фермах фермерів, що потребує менших зусиль та пов'язано з меншим ризиком; Однак у міру розширення своєї діяльності фермери можуть запроваджувати додаткові послуги та атракціони для збільшення прибутку та можуть припинити займатися сільським господарством повністю. Через низький рівень економічних можливостей у країнах, що розвиваються, підприємства сфери агротуризму можуть виявитися несталими в сільській місцевості. Тому агротуризм у країнах, що розвиваються, повинен мати рекомендації щодо передової практики на початковому етапі, а політики повинні ретельно відстежувати та оцінювати розроблені рекомендації, щоб мінімізувати ризики.

2.3. Перспективи розвитку туризму на сільських територіях

Стала підприємницька діяльність та економічні умови у сільській місцевості, що стосуються агротуризму та навколишнього середовища, є ключовими факторами екологічної сталості, оскільки агротуризм сприяє сталості місцевої спадщини. Проте вважається, що агротуристична діяльність завдає мінімальних збитків навколишньому середовищу, тоді як прибуток від агротуризму є винагородою за діяльність, спрямовану на захист біорізноманіття, екосистем та ландшафтів [2]. Мінімальні збитки навколишньому середовищу можливі, оскільки агротуризм пропонує туристам розважальні заходи та сприяє збереженню та розкриттю нематеріальних та матеріальних елементів сільської спадщини. Знову ж таки, виявлено, що агротуристичні ферми розробляють більш сталі методи, які позитивно впливають на біорізноманіття, ландшафт та управління природними ресурсами в маргіналізованих селах. Мало того, вплив агротуризму на навколишнє середовище можна спостерігати завдяки диверсифікації ферм, спрямованому на розвиток екологічно безпечних послуг. Таким чином можна сказати, що оператори агротуризму приділяють більше уваги підтримці екологічної сталості, щоб підтримувати свій бізнес і залучати більше туристів. Крім того, туристи віддають перевагу особливостям ландшафту, які зазвичай зустрічаються на агротуристичних господарствах, такі як природа та культура, а не штучні пам'ятки. Ферми, розташовані на пагорбах та горах, порівняно з рівнинами, а також ферми, розташовані поблизу територій, що охороняються, мотивують операторів зберігати природну і культурну спадщину. Таким чином, розвиток агротуризму є способом захисту та популяризації місцевої спадщини [1].

Агротуризм вважається ефективним інструментом скорочення бідності та розвитку сільських територій, а також інструментом розвитку сільських районів та економічної диверсифікації. Відомо, що фермери займаються

агротуризмом з економічних, соціальних та екологічних причин, щоб диверсифікувати своє господарство, отримувати додатковий дохід, займатися хобі, навчати людей сільському господарству, покращувати якість життя та з метою захисту довкілля. Крім того, ферми стали місцем відпочинку для людей, які бажають відпочити від міської метушні та долучитися до своєї культурної спадщини та системи харчування. Попит на агротуризм зростає, оскільки молоді та сучасні міські батьки хочуть, щоб їхні діти були пов'язані зі своєю продовольчою системою та своїми сім'ями. Необхідно звернути увагу на фактори, що стимулюють попит на розвиток агротуризму серед відвідувачів та операторів агротуризму, агротуризм зростатиме та стане двигуном економіки нашої держави. Щоб досягти цього, різним зацікавленим сторонам необхідно мати цілісне уявлення про мотиви відвідувачів та операторів, щоб ефективно планувати, просувати та розробляти рекламну стратегію. Необхідно провести додаткові дослідження для вивчення наслідків та проблем розвитку агротуризму, а також вивчення інтеграції двох окремих, але взаємопов'язаних аспектів попиту та пропозиції в агротуризмі. Для політиків також важливо використовувати освіту як форму навчання фермерів як ключовий чинник мотивації фермерів до участі в агротуризмі. Це змусить селян розглядати агротуризм як нове джерело доходу. Передбачається, що для розвитку агротуризму основна увага планувальників та політиків має бути спрямована на фермерів, котрим агротуризм є другою роботою. Необхідно провести подальше дослідження ключових факторів розвитку фермерських господарств (диверсифікація сільськогосподарських культур та послуг), які можуть призвести до збільшення виробництва сільськогосподарських культур та надання послуг на фермах, а також залучити більше туристів, що призведе до розвитку сфери агротуризму.

Враховуючи важливість маркетингу та просування агротуристичного господарства, нами були розроблені наступні рекомендації:

- i. Необхідна централізована система просування агротуризму, додаткові інформаційні ресурси та державний персонал для надання їм допомоги у розвитку та маркетингу агротуристичного бізнесу;
- ii. Необхідний єдиний всеосяжний довідник з агротуристичних заходів, а всі наявні довідники не оновлюються на регулярній основі. Уряду слід зміцнювати зв'язки між прямими продавцями сільськогосподарської продукції та обласним, регіональним та місцевим рівнями, а також інформувати постачальників цих програм допомоги (обласного, регіонального та місцевого рівнів) щодо можливості впровадження використання їх клієнтами ваучерів у роздрібних магазинах сільськогосподарської продукції;
- iii. Фермерів слід заохочувати до участі у державних програмах, спрямованих на встановлення зв'язків між постачальниками шкільних обідів та місцевими виробниками продуктів харчування. Це дасть можливість фермерам налагодити контакти зі школами, які можна буде використовувати для планування шкільних екскурсій на ферми;
- iv. Зараз не існує комплексного набору заходів захисту соціальної відповідальності фермерів, які займаються агротуризмом, тому виникла потреба в розробці Закону України про обмежену відповідальність в агротуризмі, який забезпечив би певний захист фермерів, які займаються певними видами діяльності;
- v. Уряду на всіх рівнях слід вивчити засоби зниження вартості страхування відповідальності шляхом активного розв'язання питань безпеки в агротуристичних операціях, а також вивчити можливість встановлення податкових пільг зі страхування відповідальності в агротуризмі для зареєстрованих агротуристичних операцій;
- vi. Активно інформувати фермерів про правила щодо типових видів діяльності у сфері агротуризму. Просвітлювати операторів агротуризму щодо вимог та заходів захисту, викладених у законі, та усувати будь-

які потенційні перешкоди, що виникають через місцеві правила землекористування, які можуть забороняти таку діяльність на сільських територіях;

- vii. Уряду слід створити міжурядову робочу групу для усунення всіх перешкод, пов'язаних з ефективним використанням знаків на обласних, державних та місцевих дорогах операторами агротуризму;
- viii. Розробити освітні семінари для місцевих, регіональних та обласних виборних посадових осіб, які будуть присвячені оцінці витрат та вигод розвитку агротуризму та визначенню ролі виборних посадових осіб у просуванні агротуризму;
- ix. Зацікавлені сторони та особи, які формують політику, розробляють навчальні програми, необхідні для різних рівнів освіти, щоб фермери могли планувати екскурсії фермами, що відповідають освітнім потребам школярів;
- x. Сприяти наданню фермерам можливостей участі у шкільних програмах, орієнтованих на аграрну освіту. Уряд повинен створити Фонд інновацій в агротуризмі для надання грантів або кредитів під низькі або пільгові відсотки фермерам, зацікавленим у розвитку або розширенні агротуристичного бізнесу, а також для надання допомоги операторам агротуризму в пошуку та одержанні грантів для підтримки розвитку агротуризму;
- xi. Уряд та політики повинні навчати та заохочувати жінок до участі в агротуризмі з метою збільшення їх доходів та сприяння гендерній рівності;
- xii. Слід заохочувати використання платформ соціальних мереж для освітньої підготовки та просування дестинацій. У майбутніх дослідженнях слід приділяти більше уваги розвитку агротуризму та стратегіям просування, які слід використати для досягнення успіху в агротуризмі.

ВИСНОВКИ

Сталий агротуризм є не лише частиною розвитку сталого туризму, а й невід'ємним елементом сталого розвитку сільських територій. Саме собою існування агротуризму не гарантує його сталості та забезпечення сталого розвитку сільської місцевості, цього можна досягти лише шляхом застосування комплексних методів розвитку сільських територій. Тобто увагу необхідно приділяти всім основним аспектам — населенню, економіці, природному та інституційному середовищу, воно має ґрунтуватися на партнерстві, співпраці та активній участі місцевої громади та реалізовуватися на рівні підприємств, суспільства та держави.

Хоча для досягнення сталості агротуризму необхідні системні та активні дії на рівні суспільства і держави, не менш важливими є й ті заходи економічного, соціального, культурного чи екологічного характеру, які можуть бути реалізовані власниками кожного окремого агротуристичного господарства, часто не вимагають значних фінансових вкладень і дозволяють отримати перші результати в короткий термін.

Для досягнення максимальної ефективності сталий розвиток у секторі аграрного туризму має здійснюватися комплексно, включаючи елементи сталості у кожний із прямих та непрямих процесів, що становлять туристичну діяльність. Це означає, що необхідно докласти зусиль запровадження сталих практик у кожен з основних елементів продукту агротуризму.

Безпідставне вторгнення росії на територію України та ведення повномасштабних бойових дій значно негативно вплинули на розвиток агротуризму на сільських територіях нашої країни.

Ці кризи наголосили на необхідності зміцнення сталості туристичного сектора та визнання тісного взаємозв'язку всіх учасників цього процесу. Майбутнє післякризове відновлення сільських регіонів України залежить, серед іншого, від запровадження стратегічного та цілісного

підходу до реалізації аспектів сталого розвитку на всіх рівнях та швидких темпів переходу до більш сталої моделі аграрного туризму. Тому в цей час необхідні подальші дослідження для розробки системи показників для моніторингу та комплексної оцінки реалізації аспектів сталого розвитку на всіх рівнях та управління сталим розвитком сільського туризму, яка адаптована до національних реалій та враховує проблеми та потреби післявоєнного відновлення держави.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Воронцов С.Б., Бурбела Т.М. Сучасний стан та проблеми формування підходів до забезпечення сталого розвитку України / Національний інститут стратегічних досліджень. URL: <https://niss.gov.ua/sites/default/files/2020-07/suchasnyi-stand-zabezpechennya-stalogo-rozvytku-ukrainy.pdf>.
2. Ткаченко Т. І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: моногр. 2-ге вид., виправл. та доп. Київ: Київський національний торговельно-економічний університет, 2009. 462 с.
3. Anderson, T., L. Mossberg, and A. Therkelsen. 2017. Food and tourism synergies: Perspectives on consumption, production and destination development. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism* 17 (1): 1–8. <https://doi.org/10.1080/15022250.2016.1275290>.
4. Arroyo, C. G., Barbieri, C., & Rozier, S. R. (2013). Defining agritourism: A comparative study of stakeholders' perceptions in Missouri and North Carolina. *Tourism Management*, 37, 39–47. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.12.007>
5. Barbieri, C. (2014). An activity-based classification of agritourists. In *Proceedings of the 45th annual international conference of travel and tourism research association, Belgium*.
6. Birru, W. T. (2012). Article/journal review. *The Journal of Agricultural Education and Extension*, 18, 191–193. [CrossRef].
7. Brandano, M. G., Osti, L., & Pulina, M. (2018). An integrated demand and supply conceptual framework: Investigating agritourism services. *International Journal of Tourism Research*, 20, 713–725. [CrossRef].
8. Brandth, B., & Haugen, M. (2011). Farm diversification into tourism – Implications for social identity? *Journal of Rural Studies*, 27(1), 35–44.

9. Cottrell, S. P., Vaske, J. J., Shen, F., & Ritter, P. (2007). Resident perceptions of sustainable tourism in Chongdugou, China. *Society and Natural Resources*, 20, 511–525. [CrossRef].
10. Chang, H.-H., Mishra, A. K., & Lee, T.-H. (2019). A supply-side analysis of agritourism: Evidence from farm-level agriculture census data in Taiwan. *Australian Journal of Agricultural and Resource Economics*, 63, 521–548.
11. Chase, L. (2020). Agritourism in Vermont. [https://accd.vermont.gov/sites/accdnew/files/document/VDTM/benchResearch2017BenchmarkStudyFullReport.pdf.2.1/2020 9](https://accd.vermont.gov/sites/accdnew/files/document/VDTM/benchResearch2017BenchmarkStudyFullReport.pdf.2.1/2020%209).
12. Dimitrovski, D., Leković, M., & Joukes, V. (2019). A bibliometric analysis of crossref agritourism literature indexed in web of science. *Hotel Tourism Management*, 7, 25–37. [CrossRef].
13. European Agricultural Fund for Rural Development Regulation (EAFRD). (2013). No 1305/2013, Recital 18. 2013. https://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/informat/2014/guidance_tourism.pdf
14. European Training Foundation. (2021). *The future of skills A case study of the agri-food sector in Morocco*. https://www.etf.europa.eu/sites/default/files/2021-04/future_of_skills_agri-food_sector_in_morocco.pdf
15. Food and Agriculture Organization, Regional Office for Latin America and the Caribbean. 2021. <https://www.fao.org/americas/noticias/ver/en/c/1312748/>
16. Farsani, N. T., Ghotbabadi, S. S., & Altafi, M. (2019). Agricultural heritage as a creative tourism attraction. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 24, 541–549. [CrossRef].
17. Fischer, C. (2019). Agriculture and tourism sector linkages: Global relevance and local evidence for the case of South Tyrol. *Open Agriculture*, 4, 544–553. [CrossRef].

18. George, H., & Rilla, E. (2011). Marketing strategies for agritourism operations, University of California. Agriculture and Natural Resources. <https://anrcatalog.ucanr.edu/pdf/8444.pdf>
19. Grillini, G., Sacchi, G., Chase, L., Taylor, J., Van Zyl, C.C., Van Der Merwe, P., Streifeneder, T., & Fischer, C. (2022). Qualitative assessment of agritourism development support schemes in Italy, the USA and South Africa. *Sustainability*, 14, 7903. <https://doi.org/10.3390/su14137903>
20. Hoppe, R. A., & MacDonald, J. M. (2018). *America's diverse family farms: 2018 edition* (Economic Information Bulletin No. 203; Economic Information Bulletin, p. 28). United States Department of Agriculture, Economic Research Service. <https://www.ers.usda.gov/webdocs/publications/90985/eib-203.pdf?v=9520.4>
21. Jęczmyk, A., Uglis, J., Graja-Zwolińska, S., Maćkowiak, M., Spychała, A., & Sikora, J. (2014). Research note: Economic benefits of agritourism development in Poland—An empirical study. *Tourism Economics. Fast Track*. <https://doi.org/10.5367/te.2014.0391>
22. Lakner, S., Kirchweger, S., Hoop, D., Brümmer, B., & Kantelhardt, J. (2018). The effects of diversification activities on the technical efficiency of organic farms in Switzerland, Austria, and Southern Germany. *Sustainability*, 10, 1304. [CrossRef].
23. Lucha, C., Ferreira, G., Walker, M., & Groover, G. (2016). Profitability of Virginia's agritourism industry: A regression analysis. *Agricultural and Resource Economics Review*, 45, 173–207. [CrossRef].
24. Maharjan, S. K., & Dangol, D. R. (2018). Agritourism education and research in Nepal. *Agricultural Research and Technology Open Access Journal*, 14, 1–5. [CrossRef].

25. Nickerson, N. P., Black, R. J., & McCool, S. F. (2001a). Agritourism: Motivations behind farm/ranch business diversification. *Journal of Travel Research*, 40(1), 19–26.
26. Nickerson, N. P., Black, R. J., & McCool, S. F. (2001). Agritourism: Motivation behind farm/ranch diversification. *Journal of Travel Research*, 40, 19–26. [CrossRef].
27. NSRE. (2003). *National survey on recreation and the environment 2000–2002 (interagency national survey consortium): American's participation in outdoor recreation: Results from NSRE*, Athens, GA; Knoxville, TN (USDA Forest Service; University of Tennessee). Online version Retrieved Nov 10, 2006 from <http://www.srs.fs.usda.gov/trends/Nsre/nsre2.html>
28. Ohe, Y. (2017). Assessing managerial efficiency of educational tourism in agriculture: Case of dairy farms in Japan. *Sustainability* 9, 1931. [CrossRef].
29. Ohe, Y., & Ciani, A. (2012). Assessing demand characteristics of agritourism in Italy? *Tourism and Hospitality Management*, 2012(18), 281–296.
30. Ohe, Y. (2008). Impact of rural tourism operated by retiree farmers on multifunctionality: Evidence from Chiba, Japan. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 13, 343–356. [CrossRef].
31. Pezzi, M.G., A. Faggian, and N. Reid. 2021. *Agritourism, wine tourism and craft beer tourism. Local responses to peripherality through tourism niches*. New York: Routledge.
32. Potočnik-Slavič, I., & Schmitz, S. (2013). Farm tourism across Europe. In *European Countryside* (pp. 265–274). <https://doi.org/10.2478/euco-2013-0017>
33. Puig, A. (2024). Agritourism. In: Jafari, J., Xiao, H. (eds) *Encyclopedia of Tourism*. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-74923-1_832

34. Qiu, S., & Fan, S. (2016). Recreational value estimation of suburban leisure agriculture: A case study of the Qianjiangyue agritourism farm. *Journal of Mountain Science*, 13, 183–192. [CrossRef].
35. Rauniyar, S., Awasthi, M. K., Kapoor, S., & Mishra, A. K. (2020). Agritourism: Structured literature review and bibliometric analysis. *Tourism Recreation Research*, 1–19. [CrossRef].
36. Reiser, D. A. (2009). Review of “Agritourism”. *Journal of Sustainable Tourism*, 17, 753–754. [CrossRef].
37. Rogerson, C., & Rogerson, J. (2014). Agritourism and local economic development in South Africa. *Bulletin of Geography. Socio-economic Series*, 26. <https://doi.org/10.2478/bog-2014-0047>
38. Roman, M., & Grudzień, P. (2021). The essence of agritourism and its profitability during the coronavirus (COVID-19) pandemic. *Agriculture*, 11(5), 458.
39. Runganga, R., & Mhaka, S. (2021). *Impact of agricultural production on economic growth in Zimbabwe*. MPRA Paper 106988, University Library of Munich, Germany.
40. Santeramo, F. G., & Barbieri, C. (2017). On the demand for agritourism: A cursory review of methodologies and practice. *Tourism Planning and Development*, 14, 139–148. [CrossRef].
41. Sidali, K. L., Spitaler, A., & Schamel, G. (2019). Agritourism: A hedonic approach of quality tourism indicators in South Tyrol. *Sustainability*, 11, 3747. [CrossRef].
42. Srikatanyoo, N., & Campiranon, K. (2010). Agritourist needs and motivations: The Chiang Mai case. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 27, 166–178. <https://doi.org/10.1080/10548400903579795>
43. Tiraietari, N., & Hamzah, A. (2012). Agri-tourism: Potential opportunities for farmers and local communities in Malaysia. *African Journal of Agricultural Research*, 6, 4357–4361. [CrossRef].

44. Tseng, M., Chang, C., Wu, K., Lin, C. R., Kalnaovkul, B., & Tan, R. R. (2019). Sustainable agritourism in Thailand: Modeling business performance and environmental sustainability under uncertainty. *Sustainability*, 11, 4087. [CrossRef].
45. USDA, NASS, [National Agricultural Statistics Service]. (2019). *2017 Census of agriculture state data*. <https://www.nass.usda.gov/AgCensus/index.php>
46. Whitt, C., Low, A. S., & Sandt, V. A. (2019). *Agritourism allows farms to diversify and has potential benefits for rural communities*. Amber Waves. <https://www.ers.usda.gov/amber-waves/2019/november/agritourism-allows-farms-to-diversify-and-has-potential-benefits-for-rural-communities/>
47. Wilkinson, T. M. (2017). *Examining the consumer behaviors of Illinois agritourism*. Masters, University of Illinois. <http://hdl.handle.net/2142/97445>
48. Wilson, L. (2007). The family farm business? *Insights into Family, Business and Ownership Dimensions of Open-Farms*, *Leisure Studies*, 26(3), 357–374.
49. Yoon, Y., & Uysal, M. (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: A structural model. *Tourism Management*, 26(1), 45–56. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2003.08.016>
50. <https://www.nicheagriculture.com/agritourism-backbone-of-indias>