

11. Інтерактивна карта Української Греко-Католицької Церкви: вебсайт. URL: <http://surl.li/kfuen> (дата звернення: 06.05.2023).
12. Городиський Ю. Я. Геопросторова організація паломництва у Львівській області: автореф. дис.: Львів, 2018.
13. Жаровська О. Паломницькі Святині. Львів: Свічадо, 2009. 200 с.
14. Святині України: вебсайт. URL: <http://surl.li/kfuff> (дата звернення: 01.05.2023).
15. Колодний А. «Релігійна мережа України: конфесіональний і регіональний вимір». *Українське релігієзнавство*. 2008. № 46. С 23-47.
16. Паломницький центр Рафаїл: вебсайт. URL: <http://surl.li/kfuev> (дата звернення: 06.05.2023).
17. Релігійно-інформаційна служба України: вебсайт. URL: <http://surl.li/kfufn> (дата звернення: 01.05.2023).
18. Дерев'яні церкви Карпатського регіону: вебсайт. URL: <http://surl.li/kfufy> (дата звернення: 08.05.2023).
19. Чорненька Н. В. Безпека туризму: навч. посіб. Київ: Кондор, 2019. 187с.
20. Іванович М. П'ятничанські історії. Дрогобич: Посвіт, 2021. 164 с.
21. Державне агентство розвитку туризму: вебсайт. URL: <https://www.tourism.gov.ua> (дата звернення: 09.05.2023).
22. Географія релігійного туризму в Україні / Ковальчук А. С., Рутинський М.І., Манько А.М., Завадовський Т.Б., Каднічанський Д.А. Львів: ТзОВ «Друк Захід», 2016. 454 с.
23. Закарпаття онлайн: вебсайт. URL: <http://zakarpattya.net.ua/News/> (дата звернення: 04.05.2023).



**DOI:** <https://doi.org/10.32782/978-966-2384-21-5-17>

#### ***7.4. Липчук В.В., Липчук Н.В.***

#### ***Агротуризм у Європейському Союзі***

##### ***7.4.1. Зміст агротуризму та його місце в системі аграрного і туристичного бізнесу та сільського розвитку***

Туризм як форма задоволення рекреаційно-оздоровчих, культурних, духовних і пізнавальних потреб людини на початку третього тисячоліття став масовим і всесвітнім явищем. Агротуризм опинився серед інтересів як урядів, так і менеджерів. В Україні його визнання зростає з кожним роком, що привертає все більше уваги, а оскільки він розглядається як джерело додаткового доходу, то став більш популярним серед жителів сільської місцевості.

Агротуризм стає все більш поширеним, навіть модним видом підприємницької діяльності в Європі та світі. Згідно з оцінками, світова вартість ринку агротуризму в 2019 році склала 69,2 млрд дол. США, а до 2027 року він зросте до 117,4 млрд дол. [1]. За даними Всесвітньої туристської орга-

нізації, сільський зелений туризм є одним із п'яти ключових стратегічних напрямів розвитку туристичної індустрії у світі до 2020 року [2].

У країнах Європейського Союзу нагромаджено великий досвід у даній сфері, зокрема щодо його організації, правового забезпечення та ефективного функціонування всього ринку агротуристичних послуг.

В Україні агротуризм в останнє десятиліття переживає ренесанс, оскільки на окремих територіях сягає своїм корінням ще у ХІХ століття. Основою цього є як прагнення туристів до альтернативного – щодо масового туризму – способу проведення вільного часу, так і в намаганні сільських господарів отримати додаткову зайнятість та джерело доходу. Однак, достатнього розвитку агротуризм не отримав. Доволі повільно зростає як обсяг, так і асортимент агротуристичних послуг, в цьому напрямі практично не проводяться систематичні і комплексні дослідження, достатньо слабким є організаційно-правове забезпечення агротуристичної діяльності, відсутні відповідні програми та стратегії як на державному, так і на місцевому рівнях.

Складність фінансової ситуації, соціально-економічна невизначеність вказують на значимість агротуризму для дрібних господарств, насамперед селянських, загальну активізацію несільськогосподарського підприємництва на селі та розвиток сільських територій. До певної міри стимулюючим фактором розвитку такого виду діяльності є і кризовий період, в якому опинилася Україна через пандемію коронавірусу та війну росії проти України.

Поняття «агротуризм» як скорочення від «аграрний туризм», означає «всі форми туризму, пов'язані з сільськогосподарською діяльністю та будівлями сільськогосподарського призначення». Сільський туризм, з іншого боку, охоплює всі форми туризму, що відбуваються в сільській місцевості. Сільський туризм – це значно менша шкала діяльності з урахуванням цінностей сільської місцевості, з розміщенням у садибах, які також можуть надати послуги на належному рівні та забезпечити відпочивальникам активне дозвілля. Сільський туризм (*rural tourism*) називають туризмом селянського господарства (*farm tourism*), або агротуризмом (*agritourism*), якщо зосереджує свою увагу на агротуристичному господарстві [3, с.111].

Термін агротуризм виник як поєднання двох складників: сільське господарство – *agro*, туризм – *tourism* та має багато визначень. Його можна визначити як «будь-який вид діяльності, спрямований на залучення відвідувачів на ферму» [4, с.169] або «специфічний вид туризму в у сільській місцевості, де господарський будинок розташований на присадибній ділянці, населений фермером, що дозволяє відвідувачу брати участь у роботі ферми чи іншій подібній роботі, пов'язаній із сільським господарством» [5, с. 148]. Тобто агротуризм пропонує туристичні продукти,

які безпосередньо пов'язані з сільськогосподарським середовищем або сільськогосподарською продукцією.

Агротуризм перебуває на стику двох сфер діяльності, просторово розміщених на сільських територіях: сільського господарства й туризму (рисунк 7.7).

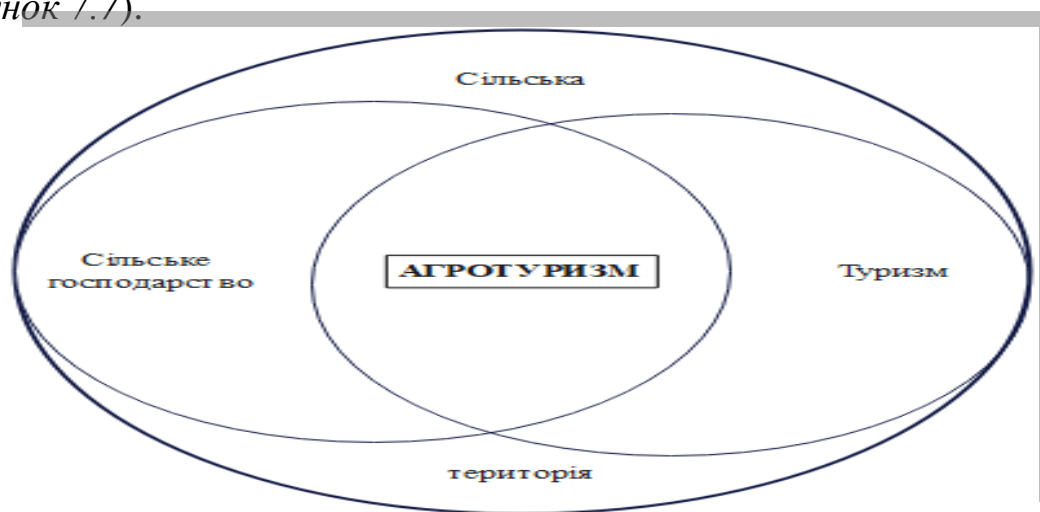


Рис. 7.7. Суть агротуризму

Джерело: власна розробка.

Агротуризм – це вид відпочинку, що здійснюється в сільській місцевості і є однією з форм альтернативного чи спеціального туризму. Сільське поселення є для агротуризму основною базою розміщення та харчування.

Відпочинок безпосередньо в сільській садибі, поєднаний із спостереженням і безпосередньою участю в щоденних заняттях її господарів, можливість скористатися з продуктів господарства, а також з інших пропозицій, які надає це господарство, набуває все більшої популярності. Це явище цілком природне у високоурбанізованих середовищах і буде спостерігатися ще довго.

Виникнення та розвиток агротуризму як явища спричинене сукупністю як внутрішніх (пов'язаних і з самими суб'єктами такої діяльності), так і зовнішніми (оточення) детермінантами. Основними з них треба визнати такі:

- ❖ зростаюча індустріалізація, урбанізація і, відповідно, забруднення навколишнього середовища;
- ❖ обмежені можливості розвитку туризму на побережжі та в горах з огляду на потреби охорони середовища;
- ❖ зміна вподобань туристів щодо вибору форми й місцевості відпочинку;
- ❖ зміни в сільському господарстві і на селі, причиною чого стали надлишок робочої сили й поява вільних, зокрема житлових, приміщень;

- ❖ необхідність пошуку додаткових форм зайнятості на селі й джерел доходів для сільських жителів [6, с.12].

Під терміном «агротуризм» зазвичай розуміють надання туристичних послуг селянами у своїх господарствах. Ці послуги передбачають, перш за все, забезпечення проживання та харчування, хоча вони можуть полягати в наданні деяких інших, дещо додаткових послуг, як, наприклад, організація вільного часу туристів. Сутність агротуристичної діяльності полягає у використанні діючої садиби як джерела етнографічних пам'яток, можливостей для активного відпочинку в гармонії з природою.

Прослідковуються два підходи до визначення агротуризму. Дещо по-іншому його трактують спеціалісти від туризму, в інший спосіб – спеціалісти-аграрники. Перші основну увагу концентрують на туристичній діяльності господарства, другі – на допоміжному характері цієї діяльності як на можливості покращання основної діяльності, тобто сільського-сподарського виробництва.

Як зазначають М. Рутинський та Ю. Зінько, агротуризм (*agrotourism*) – «відпочинковий вид туризму, зосереджений на сільських територіях, який передбачає використання сільського (фермерського) господарства з метою рекреації, освіти та активного залучення до традиційних форм господарювання» [7, с.19].

З точки зору пропозиції, тобто організаторів такого відпочинку, агротуризм означає господарську діяльність, пов'язану з прийняттям гостей у своєму селянському господарстві, що приносить дохід, забезпечує місце праці самим господарям і роботу всієї сфери послуг і виробництва на селі [8, с.17]. Агротуризм вважають альтернативним видом туризму, притаманним для селянських господарств. Саме тому в країнах ЄС агротуризм трактується як галузь сільського господарства.

Під агротуризмом розуміють «надання туристичних послуг селянами в їх господарствах. Ці послуги охоплюють забезпечення квартирування і харчування, хоча можуть надавати й інші послуги, наприклад, організація вільного часу туристів. Суттю агротуристичної діяльності є використання функціонуючого селянського господарства як джерела етнографічних атракцій, можливість справжнього відпочинку в гармонії з природою» [9, с.5].

З точки зору попиту (туристів) агротуризм слід розуміти як певний спосіб подорожування і проведення вільного часу. При цьому село виступає як основна мета подорожі і місце перебування для приїжджого гостя, а агротуризм як форма відпочинку на селі з ночівлею в садибі господаря активною участю у житті селянського господарства і пізнанням його оточення [10, с.41]. Важливим козирем є і те, що агротуризм – найдешевший вид туризму.

Агротуризм як форма відпочинку в останнє десятиріччя переживає суттєве відродження. Основою цього є, з одного боку, бажання туристів пізнати альтернативу масовому туризму, провести по-іншому свій вільний час, а з іншого – пошук селянами додаткової сфери зайнятості й джерел доходу. Тому вочевидь недостатньою є ідентифікація агротуризму лише як організації перебування туристів разом з родиною селянина у власному господарстві останнього.

Реалізація агротуристичної діяльності відбувається в господарстві селянина, при цьому пізнаються принади й особливості життя, побуту та праці селянської сім'ї. Гості, одержуючи послуги відповідних стандартів щодо проживання й відпочинку, користуючись з принад сільського життя і навколишнього середовища, отримують одночасно можливість споживання здорової та безпечної їжі.

Агротуристична діяльність реалізується в селянському господарстві і домогосподарстві сім'ї власника у своєрідному природно-культурному й соціальному оточенні для гостей, які хочуть пізнавати життя родини, сферу її інтересів, турбот і проблем, обов'язки і права, брати участь у житті сім'ї і водночас відпочивати, оздоровлюючись, користуючись з доступних переваг і пропозицій господарства й навколишнього середовища, жити в умовах, які відповідають стандартам екологічної безпеки, споживати здорову їжу і мати відповідні санітарно-гігієнічні умови й правову безпеку.

Існують різні форми агротуризму, однак вони завжди передбачають прив'язаність до території селянського господарства. Загалом можна виділити дві базові форми агротуризму:

- ❖ винаймання помешкання з повним або частковим обслуговуванням, але обов'язково в межах господарства;
- ❖ розміщення й нічліг на землях селянського господарства з повним самообслуговуванням або частковим обслуговуванням, але обов'язково в межах господарства.

Основні складові елементи агротуризму показані в *таблиці 7.7*. До найважливіших специфічних рис агротуризму, які відрізняють його від масового туризму, належать унікальність і конкурентоспроможність. Як зауважує А. Ганнон [11, с.5], риси пов'язані з:

1. Селянським господарством:

- ✓ ритмом господарського життя;
- ✓ наявністю домашніх тварин;
- ✓ свіжою їжею;
- ✓ запахами, відголосками тощо.

2. Людьми (селянською родиною):

- ✓ безпосередній контакт із сім'єю;
- ✓ можливість пізнання звичаїв сім'ї;

- ✓ гостинність;
- ✓ нові знайомства і друзі;
- ✓ щоденні заняття сільських жителів.

## 3. Сільським життям:

- ✓ культурою і звичаями;
- ✓ традицією та історією села й регіону;
- ✓ фольклором.

## 4. Місцевістю:

- ✓ контакт з природою;
- ✓ свобода пересування;
- ✓ тиша і спокій;
- ✓ можливість рекреації і спорту.

Таблиця 7.7

## Складники агротуризму

Розміщення	Переваги середовища	Доступне обладнання	Форми проведення часу	Можливі послуги
Будинок в селянському господарстві	Гори	Клуби	Праця в господарстві	Догляд за дітьми
Розміщення з повним самообслуговуванням	Озера	Туристичні шляхи (піші, велосипедні, водні)	Верховий спорт	Прання
Розміщення з частковим самообслуговуванням, кемпінгові причеви	Ріки	Спортивні об'єкти	Участь в культурних заходах	Пошта
Використання земель господарства для розміщення на нічліг (намети, шалаші, кемпінгові причеви тощо)	Болота	Культурні заклади	Водний спорт	Ресторан
	Краєвиди	Освітні заклади	Хобі	Бари / магазини
	Свіже повітря тощо	Ремесла	Вивчення: мов, набуття вмінь тощо.	Туристичні агенції
				Винайм обладнання і інвентаря
				Транспорт і комунікація

Джерело: Опрацьовано на підставі [4;6,10,11].

Агротуристичне господарство є типом господарства виробничого і такого, що надає послуги. У ньому проживає не тільки родина, переваж-

но декілька поколінь, а й перебувають гості (туристи), для яких і здійснюється виробнича діяльність. Саме виробничий характер агротуристичного господарства і відрізняє його від інших типів туристичних господарств. Усе це істотно впливає як на специфіку селянського господарства, так і на забудову селянської садиби.

Особливість агротуристичної діяльності зумовлена передусім специфікою саме агротуристичної послуги. Її характерними рисами є:

- ❖ нематеріальний характер, відповідно їх не можна виготовляти про запас і складувати;
- ❖ нероздільність послуги з особою виконавця;
- ❖ різноманітність, непорівнюваність і складність стандартизації;
- ❖ нетривалість, тобто можливість існування послуги поза процесом її створення;
- ❖ неможливість набування права власності.

Основні складові агротуристичної діяльності (*рисунок 7.8*) охоплюють сформований потенціал господарства, що надає відповідні послуги, та існуюче зовнішнє середовище.

Основні вимоги до агротуристичної діяльності можна викласти так:

- ❖ можливість ознайомлення гостей з потенційно доступними природно-краєзнавчими і культурними цінностями;
- ❖ перебування в чистому, не знищеному природному середовищі;
- ❖ споживання здорової і високоякісної їжі;
- ❖ проживання в умовах відповідно до очікуваних стандартів;
- ❖ забезпечення відповідних санітарно-гігієнічних умов;
- ❖ правові гарантії.

Продуктом обміну на ринку агротуристичних послуг виступає агротуристичний продукт, який охоплює покупку перебування в селянському господарстві разом з пакетом послуг (ночівля, харчування, рекреація), які створюють можливість перебування і проведення вільного часу туристом відповідно до його очікувань.

Агротуристичний продукт – це купівля перебування в агротуристичному господарстві разом з послугами, що створюють туристові умови перебування і проведення вільного часу відповідно до його очікувань. Відповідно, агротуристичний продукт, як кожен туристичний продукт, є композицією багатьох послуг, які утворюють так званий “пакет послуг”.

Агротуристичний продукт належить до специфічних продуктів і його характерними рисами є особлива домашня атмосфера, спільне з господарями харчування, часом спільна праця або спостереження за нею, безпосередній контакт з природою, різні форми рекреації, зокрема, участь у культурно-спортивних заходах. Саме тому стратегії продукту в агротуризмі є ключо-

вою передумовою ефективного функціонування суб'єктів діяльності, що розглядається.

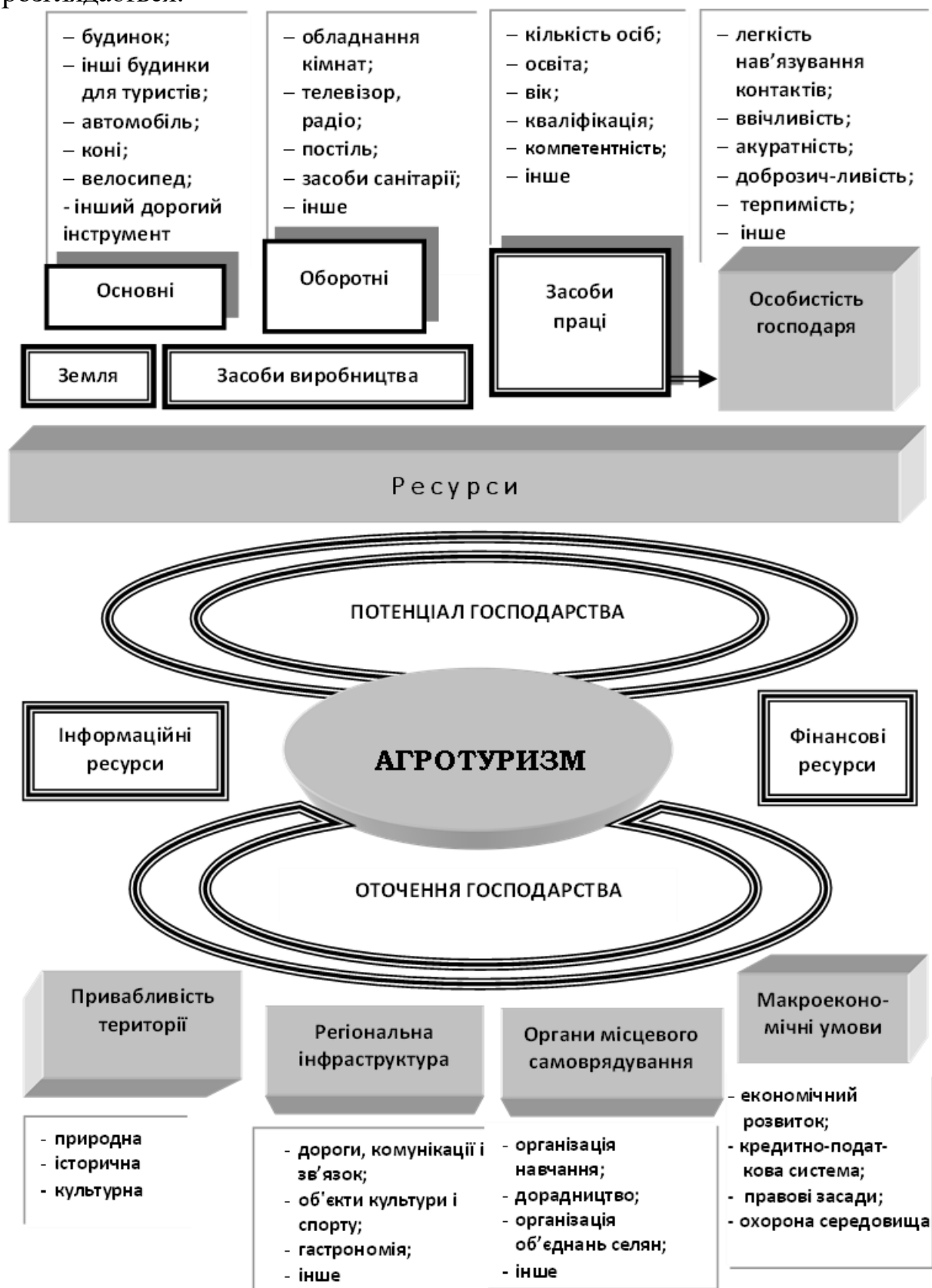


Рис.7.8. Складові елементи розвитку агротуризму  
Джерело: власна розробка



Світовий туризм в третьому тисячолітті розвивається досить динамічно й інтенсивно. У багатьох країнах світу туризм став домінуючою галуззю національних економік. «Сьогодні з туризмом пов'язаний майже кожен третій житель планети. Бути туристом стало модно, престижно, на рівні з наявністю у власності автомобіля чи будинку, характеризуючи тим самим заможність, добробут, успішність, статус особи» [12, с.34].

Для Європейського Союзу туризм був, є і залишатиметься важливою галуззю економіки. Частка туризму у ВВП співдружності складає 4.2 % , індустрія подорожей і туризму дає понад 31 мільйон робочих місць. В ЄС працює понад 656 тисяч туристичних закладів розміщення, кількість ночей, проведених у місцях розміщення туристів у ЄС перевищує 3,1 мільярда ночей і має тенденцію до зростання [13, с.5]. Європа продовжує залишатися туристичним напрямком номер один у світі, будучи центральною опорою стратегії ЄС щодо робочих місць та інклюзивного зростання.

Динамізм зростання туристичного ринку в останні роки забезпечувався сукупністю чинників, які можна об'єднати в наступні групи:

1. Економічні (зростання доходів населення і, як наслідок платоспроможності, попит на товари і послуги, зокрема на туристичні).
2. Соціальні (збільшення вільного часу, зміна режиму праці та відпочинку, зростання освітнього рівня населення).
3. Політичні (політична стабільність, міждержавна мобільність).
4. Демографічні (вікова структура населення, міграція, тривалість життя).
5. Технічні (інформаційні та комунікаційні технології, інновації та їх трансфер, транспорт).
6. Глобалізаційні (прояв консумпціонізму).

Існує багато причин для сильного розвитку туризму та підвищення його значення для економіки та задоволення потреб споживачів. Найважливіші з них включають мирний (до лютого 2022 року) розвиток міжнародних відносин, удосконалення систем транспорту і зв'язку, підвищення економічного і соціального добробуту, усунення або пом'якшення бар'єрів для перетину кордонів, глобалізація економічних та політичних відносин, підвищення рівня освіти, зміни в зайнятості (збільшення вільного часу), перехід на більш високий рівень у задоволенні нематеріальних потреб та інші.

Пандемія *COVID-19* завдала тяжкого удару по сфері туризму. Її відлуння відчуваються і зараз. Водночас перед галуззю відкривається рідкісна можливість для аналізу і реорганізації, щоб вона могла знову почати рости так, щоб її зростання більшою мірою служило на благо планети і людей, що її населяють [12, с.34].

Пандемія коронавірусу, а з лютого 2022 року і повномасштабна війна росії, спричинили особливий вплив на соціально-економічні процеси

в Україні, зокрема і на необхідність зміни поглядів на усталені підходи, концепції і моделі поведінки споживачів. Ситуація, в якій опинилися українці, дозволяє ідентифікувати її як кризову, що цілком вписується в такі її основні характеристики, як виникнення людських і економічних втрат, загроза безпеці всього населення країни, тривалість кризового періоду, значна територія, де існує кризова ситуація, раптовість, відсутність можливості відповісти власними силами і коштами. Універсальних криз не існує. Їх нетиповість та неповторювальність не дозволяє приймати адекватні рішення стосовно тих чи інших процесів. [14, с.34].

Пандемія коронавірусу та війна внесли суттєві зміни в традиційний спосіб буття як українців, так і європейців. Турбота про свою безпеку та безпеку близьких, а також чинні обмеження спонукали багатьох людей змінити спосіб проведення вільного часу та відпустки. Саме відкритий сільський простір, затишність закладів, гостинність мешканців, оригінальні пам'ятки та безпечність перебування спричинили зростання значення сільського туризму як «виду туристичної діяльності, в якому досвід відвідувача пов'язаний із широким спектром продуктів, пов'язаних із природою, сільським господарством, сільським способом життя та культурою [12, с.37]. У цьому контексті агротуристичні садиби виявилися хорошим притулком, у якому рівень страху є набагато меншим.

Популярність сільського туризму (нарівні з туризмом у сільській місцевості та slow-туризмом) постійно зростає. Навіть в період пандемії в окремих європейських країнах (Чехія, Франція) зросло споживання цього виду послуг. І саме сільський туризм, на відміну від інших його форм, найменше постраждав у пандемічний період та має найкращі шанси для динамічного відродження.

Водночас, міжнародний туризм, за прогнозом *EIU* [15], зросте на 30%. Втім, така оцінка ґрунтується на тезі про послаблення Китаєм ковідних обмежень. У 2022 році глобальна сфера туризму зросла на 60%, але навіть очікуване подальше зростання у 2023-му ще не приведе до відновлення до рівня 2019 року.

Серед жителів малих міст можна спостерігати багато змін у способі життя. Зараз стає модним активно проводити вільний час за містом на природі. Відкрита сільська місцевість і околиці невеликих міст стають все більш популярним «магнітом», приваблюючи велику кількість туристів і людей, які активно проводять відпустку.

Економічне зростання, яке було зафіксоване в Західній Європі в другій половині ХХ століття, призвело до великих змін у сільському господарстві, що привело до створення нової моделі, так званого індустріального сільського господарства. Ця модель характеризувалася насамперед високою концентрацією землі, збільшенням площ ферм, хімізацією та техні-

зацією процесів сільськогосподарського виробництва, високою спеціалізацією та різким скороченням зайнятості в сільському господарстві. Однак відразу після введення цих змін відбулося збільшення забруднення навколишнього середовища, вод, збільшення природних викидів, зниження цін на продукти харчування та підвищення собівартості сільськогосподарського виробництва. З цих причин фермерство перестало бути способом життя і стало бізнесом, орієнтованим на отримання максимального прибутку.

У програмних документах ЄС агротуризм трактується як вид урізноманітнення діяльності господарюючих суб'єктів на селі, тобто як спосіб диверсифікації фермерських і селянських господарств. Поняття “диверсифікації” є достатньо комплексним, багатограним та дискусійним. В найбільш загальному трактуванні диверсифікація полягає у перегрупованні засобів, які є в розпорядженні господарюючого суб'єкта, для ведення діяльності, яка принципово відрізняється від попередньої. Розвиток підприємства, таким чином, настає на основі відходу як від попередньої технології виробництва продукту, так і від попередньої структури ринку.

В “Економічній енциклопедії” “диверсифікація” трактується як “розширення номенклатури продукції, що її виробляють окремі фірми та об'єднання”. При цьому зазначається, що вона може проявлятися у як у розширенні асортименту товарів, організації випуску нових видів продукції в межах “власної” галузі, так і з виходом за межі основного бізнесу, проникнення в нові галузі та сфери [16, с.344].

Залежно від техніко-економічних можливостей господарюючого суб'єкта диверсифікація може здійснюватися в різних напрямках.

Найчастіше розрізняють три види диверсифікації: вертикальну, горизонтальну та латеральну (паралельну). Визначальним для цього є зв'язок між попередньою і новою програмами діяльності підприємства. При цьому вертикальна диверсифікація розглядається як виробництво нових видів продуктів, які мають технологічний або маркетинговий зв'язок із попередньою діяльністю. Це означає включення до виробництва продукції, яка вироблена на попередніх стадіях виробництва, тобто в селянському господарстві, і шляхом переробки перетворюється на продукти харчування для відпочивальників.

Таким чином, агротуризм – це стратегія вертикальної диверсифікації господарюючих суб'єктів, оскільки вироблена ними сільськогосподарська продукція, перероблена чи в свіжому вигляді надається відпочивальникам, задовольняючи їх потреби і набуваючи тим додаткової вартості.

Разом з тим, агротуризм можна вважати і стратегією підтримуючої диверсифікації, оскільки залучення нового виду діяльності дозволяє підвищити конкурентоспроможність особистих селянських господарств.

Критерієм вибору такої діяльності виступає синергетичний ефект як наслідок поєднання сільськогосподарської і туристичної діяльності [6, с.16].

Агротуризм є достатньо динамічною діяльністю, яка детермінується багатьма факторами. Прямий вплив на розвиток агротуризму в останні роки мають такі найважливіші зміни:

- ❖ підвищення привабливості сільської місцевості;
- ❖ покращення транспортного сполучення та зв'язку;
- ❖ приплив нових жителів у сільську місцевість;
- ❖ зростання популярності органічного землеробства;
- ❖ еволюція державної політики в бік регіонального розвитку;
- ❖ ефективна популяризація сільських територій; сьогодні сільська місцевість сама займається рекламною діяльністю;
- ❖ активна позиція жителів села;
- ❖ зростання популярності безкоштовних подорожей, завдяки яким можна відкривати унікальні місця;
- ❖ підвищення інноваційності господарів, які ведуть агротуристичні господарства;
- ❖ зростає кількість людей, які шукають можливості провести вільний час за межами популярних туристичних центрів;
- ❖ ландшафтні, природні та культурні цінності сільської місцевості;
- ❖ підвищення інтересу до відпочинку в агротуристичних господарствах.

Агротуризм має достатньо переваг над іншими видами туризму. До сильних сторін агротуристичних господарств, які є найбільш цінним з точки зору туристів, можна віднести:

- ❖ спокій і тиша;
- ❖ харчування на місці, доступ до місцевих продуктів;
- ❖ номери з окремими ванними кімнатами;
- ❖ можливість сімейного відпочинку на лоні природи.

Основними загрозами для агротуризму треба визнати:

1. скорочення чисельності населення, відповідно і місткості агротуристичного ринку;
2. міграція молоді та більш освічених людей, особливо у воєнний період;
3. загроза природному середовищу внаслідок неконтрольованого розвитку туризму в сільській місцевості;
4. брак власних та недостатня доступність зовнішніх коштів як гальмо розвитку інвестицій у туризм;
5. відсутність догляду за пам'ятками, що може призвести до їх руйнування та збіднення туристичної пропозиції;
6. відсутність (для більшості господарств) близькості до гір і морів як традиційних атракцій для туристів.

Доцільно зауважити, що якщо споживач не користується з послуг агротуризму, то це, однак, не означає, що більшість його досвіду відпочинку стосується перебування в готелях, і він просто не знає, що таке агротуризм і його сутності. Ситуація досить часто пов'язана з неприємними речами перебуванням і відпочинку в сільській місцевості. Основними з них можуть бути:

Брак досвіду та розуміння, що таке перебування в агротуристичному господарстві:

- ❖ Віддає перевагу поїздкам за кордон.
- ❖ Низький рівень оснащення номерів.
- ❖ Невпевненість у якості пропонованих послуг.
- ❖ Сморід, неприємні запахи в сільській місцевості.
- ❖ Надто висока вартість проживання.
- ❖ Готовність скористатися пропозицією «нічне життя».
- ❖ Низький рівень естетики.
- ❖ Немає організованого часу.
- ❖ Галасливі діти.
- ❖ П'яні клієнти.
- ❖ Не можна взяти з собою власну домашню тварину.
- ❖ Непривітні або настирливі власники.
- ❖ Шум.
- ❖ Забруднення.
- ❖ Погана їжа.

Водночас, існує достатньо шансів його успішного розвитку:

1. Мода на природний і культурний туризм, відповідно на агротуризм. Змінюються уподобання туристів. Деяким з них набридло відпочивати на багатолюдних, галасливих курортах і вони обирають місцем для відпочинку сільську місцевість, де все ще є можливість тісного контакту з природою, там тиша і спокій, здоровіше середовище і чистіше повітря.

2. Зростання інтересу місцевих виробників до органічного виробництва, відповідно екологічної їжі.

3. Залучення коштів через різні екологічні, регіональні, а часом і перакційні (вступ до ЄС) програми.

4. Пропаганда і добрий розвиток агротуризму в країнах ЄС.

5. Промоція регіону через туристів залучить інших, у тому числі іноземних туристів.

6. Можливість напрацювання постійних клієнтів.

7. Тихе та спокійне оточення.

Основним чинником, який впливає на здійснення туристичної подорожі, виступає мотив виїзду. На думку А. Кшимовської-Костровецької, «основними мотивами туристично-відпочинкових виїздів є:

- ❖ потреба у відчутті чогось нового (67,1% виїздів);
- ❖ потреба у відпочинку поза місцем проживання (66,8%);
- ❖ огляд нових, мальовничих краєвидів (63,7%);
- ❖ пізнання природи (42,8%);
- ❖ участь у спорті (44,0%);
- ❖ пізнання нових людей, товариське життя (36,5%);
- ❖ втеча від галасу, забруднень тощо (33,7%);
- ❖ покращання стану здоров'я і фізичної кондиції (27,5%);
- ❖ мода (26,4%);
- ❖ зміна соціального середовища (20,5%)” [17, с. 46].

Зазначені мотиви й потреби туристів вказують на те, що вони, беззаперечно, можуть бути успішно реалізовані саме в сільській місцевості. Це передусім виступає основною передумовою розвитку туризму саме на селі.

Відпочинок на селі повністю вписується в концепцію багатофункціонального розвитку села, яка виникла на відході від сільського господарства як домінуючої функції в сільській місцевості і стала реакцією на труднощі дотеперішньої моделі розвитку села. Багатофункціональний розвиток села означає розумне поєднання функцій сільського господарства з функціями несільськогосподарськими, метою чого виступає покращання економічного стану сільських родин. Вважається, що в західних країнах 40-60% працівників на селі отримує більшу частку доходів саме від несільськогосподарської діяльності. Таким чином, виникає потреба в розвитку на селі нових галузей та підприємств. Очевидно, що існують значні можливості й особливості багатофункціонального розвитку в різних регіонах, областях, районах, навіть окремих селах. Вищенаведене дає підстави вважати агротуризм одним з ключових напрямків формування багатофункціональності розвитку сільських територій.

Для відродження бажання проводити відпустку на селі існували принаймні дві причини. Перша з них – важка економічна ситуація сільгоспвиробників у більшості країн Європи. У багатьох господарствах прибутків від рільництва не вистачає для забезпечення відповідного рівня життя цілої родини. Через труднощі з працевлаштуванням у містах жителям села треба було шукати спосіб отримати додаткові доходи на місці. За оцінками науковців, нині 40-50% селян у Західній Європі черпає понад половину всього доходу з джерел, не пов'язаних безпосередньо із сільськогосподарським виробництвом (частину, власне, з туристичної діяльності).

Світова практика і наука вказують на прийнятність знаку рівності між цими формами туризму. Поняття “сільський туризм”, як зазначають М.Й. Рутинський та Ю.В. Зінько, за змістовим наповненням значно ширше за поняття “агротуризм” [7, с.18]. Це дає їм підстави, з чим повніс-

тю можна погодитися, твердити, що агротуризм є складовою і найпоширенішою формою сільського зеленого туризму, особливо в країнах з фермерською організацією агробізнесу.

Поняття “сільський туризм” і “агротуризм” практично збігаються за умовами. Винятком є лише ведення сільськогосподарського виробництва. Сільський туризм передбачає проведення вільного часу в сільському середовищі. Особливістю цього середовища є відповідний характер його забудови і краєвиду. Базу ночівлі сільського туризму утворюють пансіонати, малі готелі, квартири для гостей, малі кемпінги на території села тощо. Агротуризм, однак, є формою туризму, тісніше пов’язаною з функціонуванням селянського господарства [7, с.8]. Це підтверджується і статтею 1 Закону України “Про особисте селянське господарство”, де надання послуг у сфері сільського зеленого туризму визнається одним із видів діяльності особистих селянських господарств [18].

Агротуризм є популярною формою проведення відпустки в багатьох країнах Західної Європи (наприклад, Німеччина, Франція, Австрія), водночас забезпечуючи гідний рівень життя фермерських сімей (40-60% отримують доходи від роботи поза сільським господарством, у т.ч. значною мірою від агротуризму) [19, с.35]. Зростає інтерес до цього виду відпочинку і в нашій країні. Агротуризм дуже широко описується у вітчизняній літературі.

Типові види дозвілля та відпочинку, такі як озера, море та гори, не є обов’язковою умовою для функціонування агротуризму. Адже зростає кількість любителів їздити у менш відомі та менш популярні регіони країни, де вони знаходять спокій, тишу і необмежений контакт із майже незайманою природою та водночас достатньо високий рівень житла та здорове і якісне харчування.

Агротуризм виконує як економічні, так і низку інших важливих функцій, оскільки виражає міжлюдські, просторові, культурно-історичні та інші відносини. Агротуризм поєднує інтереси трьох груп людей: міських жителів, селян та сільської громади (*таблиця 7.8*).

Значення для села включає: збереження культурної спадщини, відродження традицій, регіонального мистецтва, звичаїв, відродження зникаючих професій, наприклад, ткацтво, гончарство, покращення рівня життя сільської родини, естетика та популяризація регіону, що приваблює інвесторів та сприяє його подальшому розвитку. Крім того, агротуризм сприяє збереженню специфічного, самобутнього ландшафту українського села, зберігаючи різноманітні об’єкти, які завдяки агротуризму мають шанс бути оновленими.

Вплив агротуризму на розвиток сільських територій вимагає спеціальної оцінки й спеціальних підходів. Зокрема, слід уникати розвитку ма-

сового туризму, не допускаючи надрозвитку, особливо в привабливих туристичних місцевостях. Тому на підтримку заслуговує передусім так званий “лагідний” туризм, який узгоджується з екорозвитком. Доцільно якнайповніше поєднувати власні інтереси з інтересами місцевої громади, тому, очевидно, перевагу слід надавати власним інвесторам. Необхідне порозуміння між місцевими партнерами, які в гармонійний спосіб будуть підтримувати розвиток регіону з огляду на майбутнє.

Таблиця 7.8

## Значення агротуризму для господарства, села і туристів

Для господарства	Для села	Для туристів
Використання вільних засобів господарства	Використання вільних засобів села	Активний відпочинок на селі
Додатковий дохід	Джерело наповнення місцевого бюджету	Пізнання циклу виробництва продовольства
Додаткові місця праці	Нові місця праці	Вживання свіжої їжі
Активізація діяльності та згуртованості селянської родини	Покращання сільської інфраструктури	Безпосередній контакт з природою
Естетичний і культурно-освітній розвиток родини	Активізація сільської громади	Участь у житті селянського господарства
Особистий розвиток членів родини	Збереження культурної та історичної спадщини села	Безпосереднє спілкування з місцевими жителями
Пізнання інших культур, звичаїв, традицій	Естетизація села	Пізнання культури регіону
	Контакт з іншими культурами	Набуття нових вмінь
	Особистий розвиток жителів села	Розвиток зацікавленості
	Поглиблення місцевого патріотизму	Нагляд за тваринами
		Регенерація

Джерело: розроблено [6] та вдосконалено авторами.

Створення туристичних господарств неминуче призводитиме до появи на селі нових місць праці, а це дуже важливо, оскільки сформувалася категорія людей (особливо серед молоді), які не хочуть працювати, але хочуть або змушені жити на селі.

Як істотне джерело надходження до місцевих бюджетів сільський туризм може реально поліпшити якість життя у сільській місцевості через підтримку медичного обслуговування населення, освіти, культури, збереження навколишнього середовища.



Зауважимо, що розвиток агротуризму особливе значення має в тих регіонах і місцевостях, які обмежені у виробничому розвитку через своє місцезнаходження або низьку родючість ґрунту, тобто мають слабку економічну основу, є депресивними, бо не мають підстав для промислового розвитку. Розвиток таких сільських населених пунктів можливий лише за вмілого використання природних і людських ресурсів, чому слугує сільський туризм. На цьому безпосередньо заробляє власник агрооселі, який надає відповідні послуги. Окрім нього, заробляють власники магазинів, заправних станцій, ремісники та інші жителі села. У цей спосіб проявляється так званий ефект лавини, який “окреслює” місцеву господарську кон’юнктуру. Доходи, одержані від туристів, сприяють збільшенню попиту на інші продукти й послуги, які з туризмом нічого спільного не мають. Тому в багатьох країнах надається велике значення розвитку туризму як галузі, яка дає змогу за короткий час оживити місцеву інфраструктуру.

Агротуризм може бути важливим чинником *розвитку співпраці* різних служб і органів, особливо на місцевому рівні – в селах, районах, областях. Передумовою є багата пропозиція послуг, які можуть надаватися для гостей.

Активізація розвитку сільського, сільського зеленого та екотуризму повинна розглядатися як важливий важіль функціонування інфраструктури регіону. Зокрема, доцільно виділити:

- ❖ економічний аспект (джерело доходу для сільського населення; використання переважно невитратних ресурсів, насамперед природної, соціокультурної та історичної спадщини; підвищення ринкової вартості житлового фонду);
- ❖ соціокультурний аспект (ефект культурного й психологічного взаємозбагачення під час спілкування);
- ❖ етнокультурний аспект (можливість активізувати відповідні ресурси; пропаганда національних культурних традицій);
- ❖ особистісний аспект (розвиток особистості, насамперед, тих, хто займається обслуговуванням споживачів, оскільки цей процес зумовлює необхідність здобувати нові знання, навички, підвищувати кваліфікацію тощо).

Крім матеріальних благ, агротуризм дає можливість господарям отримати новий досвід і кваліфікацію, засвоїти принципи підприємництва, навіть вивчити іноземні мови. Це також створює можливість зустрічатися з іншими людьми, налагоджувати контакти та соціальні зв’язки, обмінюватися досвідом та поглядами. Це також спричиняє підвищення толерантності до різних переконань чи поглядів, розширює знання про світ і людей. Цими перевагами користуються як власники господарства, так і відвідувачі.

Агротуризм не можна розглядати лише як джерело доходів селян. Цей вид діяльності може дати і відпочивальникам, і господарям як інтелектуальне, так і моральне задоволення.

Особливо доцільно підкреслити, що розвиток агротуризму безпосередньо впливає на розвиток людини через пробудження ініціативи, навчання організованості, співпраці і співіснування з сусідами, пізнання регіону, його історії і культури, вивчення іноземних мов, пізнання і доцінення інших людей, їх звичаїв, культури, навчання толерантності.

Особливе значення агротуризм має для розвитку особистості господаря й членів його сім'ї, оскільки вони можуть передавати гостям свої знання з рільництва і тваринництва, щодо традицій, охорони природи, історичної і культурної спадщини.

Для туристів агротуризм – це можливість пізнати та поважати селян і їх працю, цінувати сільськогосподарську продукцію, яку вони виробляють. Це дає можливість брати участь у сільськогосподарських роботах та вивчати народні ремесла. Це сприяє зміцненню здоров'я туристів. Інші переваги включають використання натуральної свіжої їжі, знання про цикл виробництва їжі, прямий контакт з тваринами. Перебування в агротуристичній садибі дає можливість скористатися унікальною пропозицією, якої немає в місті. За результатами опитувань, проведених серед туристів Західної Європи, найчастіше мотивом (91%) вибору села як місця проведення відпустки називають бажання відпочити в контакті з чистою незабрудненою природою.

Відпочинок у сільській місцевості – це приваблива можливість для туристів провести свою відпустку подалі від переповнених і перегрітих міст або готелів, які стають дорожчими через інфляцію. Як не парадоксально, але перевагою такого виду відпочинку є також слабке покриття (діапазон) та асортимент туристичної пропозиції, що дозволяє повноцінно відірватися від роботи чи стресових новин.

Розвитку агротуризму сприяє і те, що ці території розташовані переважно у периферійних районах, де значно вищий рівень безробіття, мала частка земель, придатних для сільськогосподарського використання, а відповідно є надлишок праці, яка може буде прикладена в інших сферах, зокрема і в сільському туризмі.

Епідемія *COVID-19*, безсумнівно, вплинула на наміри, пов'язані з користуванням пропозицією агротуристичних садиб, особливо у 2020 - 2021 роках.

Позитивне значення агротуризму проявляється також у:

- ❖ гарантуванні охорони традиційних будівель,
- ❖ надання туристам житла там, де готельна індустрія не існує або слабо розвинута,

- ❖ забезпечення роботою будівельних ремесел (столяри, сантехніки) - підтримка місцевих традицій,
- ❖ підвищення обізнаності сільських громад про важливість місцевого середовища,
- ❖ підвищення стандарту та естетики будинків,
- ❖ надання сенсу сільській культурі та ідентифікація з нею,
- ❖ порозуміння між міським і сільським населенням.

Незважаючи на численні переваги туризму, проте разом з його розвитком можуть виникнути певні проблеми. Збільшення туристичного руху може сприяти руйнуванню природного середовища. Перебування великої кількості туристів у сільській місцевості може порушити сільський побут, спосіб життя, спокій і працю. Слід також враховувати вплив туризму на біорізноманіття. Туризм використовує природні цінності виключно інтенсивно, часто спричиняючи їх збіднення. Необхідно підтримувати правильний зв'язок між збереженням біорізноманіття та зростанням руху транспорту в сільській місцевості. Усе це вимагає, щоб туризм у сільській місцевості відповідав засадам його сталому розвитку. Інші негативні явища, пов'язані з розвитком агротуризму, включають конфлікти між місцевим населенням і туристами, зростання злочинності, послаблення звичаїв, відчуття несправедливості та зміни культурних традицій.

Крім того, внаслідок несприятливих соціальних явищ (тобто крадіжок, бійки, шуму, проституції), корінні мешканці можуть відчувати втрату безпеки. Серед негативних наслідків агротуризму також можна назвати збільшення споживання води, збільшення відходів, шум, викиди отруйних речовин, порушення природної рівноваги, руйнування флори і фауни.

#### ***7.4.2. Організаційно-правове забезпечення агротуристичної діяльності***

Питання правового статусу агротуризму є складним і багатограним. У вітчизняній літературі є багато публікацій, які представляють різні аспекти маркетингово-економічні аспекти агротуристичної діяльності. Упущено однак його правове регулювання, у тому числі питання правового поняття агротуризму трактується поверхнево.

Законодавчі норми щодо агротуризму також дуже різноманітні. Вони торкаються питань принаймні кількох галузей права та десятків нормативно-правових актів. Врегулювати питання агротуризму в одному нормативно-правовому акті неможливе, оскільки це суперечило б системності закону. Як наслідок, зацікавлений постачальник послуг змушений шукати інформацію про деталі, іноді аспекти своєї діяльності, у різних правових актах, і часто за допомогою багатьох спеціалістів. Диверсифі-

кація джерел права, що стосуються агротуризму, також викликає труднощі з боку органів влади та інституцій, що застосовують право, таких як виконавчі органи територіальної громади, податкові служби, суди, оскільки ці питання виходять за межі їхньої звичайної діяльності.

Відповідно до визначення, що міститься в ст. 2 Закону Італії № 96/2006, агротуристична діяльність – це діяльність з прийому та гостинності, яка здійснюється сільськогосподарськими підприємцями також у формі товариств або компаній, пов'язаних одна з одною, які використовують власне господарство, пов'язане з землеробством, лісовим господарством і тваринництвом» [22, с.100-101]. В Італії агротуристична діяльність - це прийом і гостинність). Кажучи «гостинність», мається на увазі пропозиція розміщення туристів, а також будь-які послуги, які надає туристу агропідприємець на своїй фермі.

Законодавство Італії передбачає ще чотири види агротуристичної діяльності. До них належить гостинність у розміщенні або надання туристам відкритого простору для дозвілля, подачу страв і напоїв, що складаються переважно з продуктів, що надходять із власних або сусідніх ферм. Ці продукти також можуть включати алкогольні та лікєро-горілчані вироби. Особливо вітається просування типових продуктів та продуктів регіонального зазначення та внесені до національного переліку традиційних харчових продуктів [22, с.102].

Третім напрямком діяльності є організація дегустацій продуктів, вироблених на фермі, включно з вином. Агротуризм також включає організацію рекреаційних та культурних заходів, дидактичні та спортивні заходи, а також подорожі та самодіяльний (подорож з наплічником) туризм. Ця діяльність має бути спрямована на підвищення цінності території і збереження сільської спадщини.

Італійський законодавець в інтересах збереження сільськогосподарського характеру агротуристичних господарств у ст. 4 пункт 2, наголошує, що сільськогосподарська діяльність «за своєю природою» має залишатися «пріоритетною». Господарства можуть вважатися такими, коли здійснюють прийом або частування їжею та напоями максимум на 10 гостей. Крім того, дохід від агротуристської діяльності вважається доходом від сільського господарства.

Термін «надання послуг на фермі» слід розуміти як надання їх на основі будівель, землі та інших ресурсів цього підприємства, не змінюючи їх природи і не зачіпаючи фундаментальних функцій, тобто при збереженні потужностей сільськогосподарського виробництва. Будівлі, а також території з суттєво зміненним призначенням не можуть вважатися частиною селянського господарства.

У Польщі селяни, які бажають започаткувати діяльність у сфері сільського туризму, й ті, що вже надають такі послуги відпочивальникам на базі своїх господарств, мають підтримку в тому, що на них не поширюється закон, який регулює господарську (підприємницьку) діяльність та визначення понять «підприємця» та «підприємства». Таке господарювання має чітке визначення:

- ❖ до послуг сільського туризму слід відносити надання господарями відпочивальникам в оренду кімнат, окремих будинків, місць під розбивання наметів, продаж домашніх страв, а також інші послуги, пов'язані з перебуванням у даному господарстві, тобто пов'язані з господарською діяльністю;
- ❖ селянина, який має право надавати послуги сільського туризму, слід вважати господарем, який займається сільськогосподарською діяльністю самостійно, за власний рахунок і є власником селянського господарства;
- ❖ надання послуг у сільському господарстві означає використання з цією метою земель, будівель та інших засобів цього господарства без зміни їх характеру та порушення їх основної функції – здійснення сільськогосподарського виробництва.

Відповідно до польського права, щоб надавати агротуристичні послуги без реєстрації господарської діяльності, слід дотримуватись таких умов:

- ❖ особа, яка надає послуги, мусить вести селянське господарство;
- ❖ послуги надаються в межах господарства;
- ❖ послуги фізична особа надає особисто;
- ❖ сфера послуг охоплює винайм помешкань або місць для наметів, продаж їжі та інші супутні послуги, пов'язані з цією діяльністю;
- ❖ зарібок надавачів таких послуг складає додаткове джерело доходів.

Оскільки діяльність у сфері сільського туризму не належить до підприємницької діяльності, то грошові винагороди за такі послуги не підлягають обкладанню податком на додану вартість. Законодавство Польщі також передбачає за певних умов звільнення отриманих доходів і від податку на доходи фізичних осіб. Для цього мають виконуватися такі вимоги:

- ❖ житловий будинок, у якому здаються кімнати, належить до селянського господарства;
- ❖ житлові кімнати здаються відпочивальникам, тобто не сезонним робітникам або іншим особам на тривалий термін;
- ❖ кімнати, які здаються, розміщені у житловому будинку, а не в іншій спеціально пристосованій будівлі;
- ❖ житловий будинок розміщений на сільській території;
- ❖ кількість кімнат, які здаються, не перевищує п'яти [17, с.11].

При цьому особа, яка отримує дохід від здачі кімнат відпочивальникам й відповідає зазначеним критеріям, звільняється від оплати податку з таких доходів незалежно від їх обсягу, отриманого з інших джерел.

Порівняння вітчизняних і зарубіжних правових норм дозволяє зробити наступні висновки:

1. Займатися агротуризмом може особа, яка є власником селянського господарства або провадить (на засадах оренди) селянське господарство, тобто в наших умовах це може бути або особисте селянське господарство, або фермерське господарство, яке раніше законодавчо трактувалося як селянське.

2. Місцем надання послуг є господарство, зокрема його житлові будинки або господарські споруди, пристосовані до агротуристичних цілей. З цього випливає, що будова окремого пансіону чи інших будівель для обслуговування туристів підпадає під сферу законодавства про туристичні послуги.

3. Надання послуг особисто означає, що їх повинен надавати сам селянин або члени його родини. Інакше необхідна реєстрація господарської діяльності відповідно до законодавства про туристичну діяльність.

4. Сфера послуг агротуристичного господарства є достатньо широкою, однак завжди передбачає дві основні: розміщення (заквартирування) і харчування. Додаткові послуги, пов'язані з перебуванням у господарстві, не вимагають спеціальних дозволів або реєстрації діяльності.

5. Повинна бути збережена пропорція між доходами із сільськогосподарської та агротуристичної діяльності, оскільки остання виступає як додаткове джерело доходів. Тобто діяльності агротуристичної без діяльності сільськогосподарської не існує і не може існувати. Ці два види діяльності мусять між собою співіснувати.

Таким чином, селяни можуть займатися агротуристичною діяльністю в межах, визначених законодавством, без будь-яких формальностей стосовно реєстрації, ліцензії, дозволів тощо. Хоча слід визнати, що агротуристична діяльність є видом підприємництва на селі.

Правові вимоги щодо туристичної діяльності охоплюють таке:

- ❖ дії, пов'язані із започаткуванням агротуризму, з відповідною реєстрацією цієї діяльності;
- ❖ сплату податку від фізичних осіб на основі доходу від туризму;
- ❖ зміну способу розрахунку й сплати податку від нерухомості (якщо такий буде введено);
- ❖ обов'язки щодо соціального страхування і пенсійного забезпечення з урахуванням залучених осіб;
- ❖ інші адміністративні обов'язки, зокрема:
  - ✓ санітарні (для винайму помешкань і харчування);

- ✓ протипожежні;
- ✓ будівельні (пов'язані зі зміною використання будинку);
- ✓ охорони середовища;
- ✓ статистичні, реєстраційні та ін.

Окрім загальних правових, для осіб, які бажають займатися агротуризмом, важливими є вимоги цивільного права, зокрема, щодо:

- ❖ угод з клієнтами;
- ❖ угод з іншими учасниками туристичного ринку, передусім посередниками між господарством і клієнтами.

Здійснюючи надання агротуристичних послуг без реєстрації підприємницької діяльності, слід мати на увазі, що обговорюване положення має суворо визначену сферу застосування. Надання послуг, що виходять за межі цього обсягу, буде пов'язане з необхідністю виконання формальностей, що випливають із Закону «Про туристичні послуги» (повідомлення про діяльність, отримання встановленої кваліфікації, отримання дозволу). Для надання агротуристичних послуг без реєстрації у реєстрі суб'єктів господарської діяльності необхідно виконати такі умови:

1. Особа, яка надає послуги, має бути фермером.
2. Послуги надаються в межах господарства.
3. Послуги надаються фізичною особою особисто.
4. До складу послуг входить надання в оренду приміщень або місць для наметів, продаж продуктів харчування та інші супутні послуги, пов'язані з цією діяльністю.
5. Заробіток з послуг є додатковим джерелом доходу.

Більш детальний аналіз вищевказаних умов призводить до наступних зауважень:

1. Надання туристичних послуг може здійснювати фермер, тобто власник, орендар, користувач або власник фермерського господарства.

2. Надання послуг у межах ферми означає, що місцем надання послуг є ферма, зокрема її житлові або господарські будівлі, пристосовані для агротуризму. Взаємозв'язок між наданням послуг і фермою видається важливим. Пристосування, наприклад, корівника під розміщення все одно входить у сферу надання послуг у господарстві. З іншого боку, будівництво окремого пансіонату чи кемпінгової колонії вже входить до сфери туристичних послуг з дотриманням вимог Закону «Про туристичні послуги».

3. Надання послуг особисто означає, що вони повинні надаватися самим фермером та членами його родини. З іншого боку, наймання працівників для надання цих послуг виключає можливість використання можливості ведення бізнесу без інформування та викликає необхідність виконання вимог Закону «Про туристичну діяльність».

4. Обсяг послуг визначається дуже широко. Він включає дві основні послуги: проживання та харчування, а також будь-які додаткові послуги, пов'язані з цим, наприклад: прокат велосипедів, прогулянки в кареті, курси верхової їзди. Слід підкреслити, що організація туристичних заходів у рамках агротуристичної діяльності, яка не підлягає повідомленню відповідно до прямого положення частини першої статті 11(20) Закону «Про господарську діяльність», не вимагає отримання дозволу.

5. Співвідношення між доходом від сільськогосподарської діяльності та доходом від агротуризму має зберігатися таким чином, щоб останні були не основним, а побічним доходом.

Йдеться не про розмір обох доходів, а про ступінь участі в їх формуванні. Коротше кажучи, не існує агротуризму без сільськогосподарської діяльності, і ці дві сфери заробітку фермера повинні співіснувати. Як впливає з наведених законодавчих норм, фермери можуть здійснювати агротуристську діяльність у межах, визначених Законом «Про господарську діяльність», без необхідності проходження формальностей, таких як заявки, реєстрація, дозволи, концесії тощо.

Законодавством України сільський зелений туризм віднесено до сфери ведення особистого селянського господарства, формуються відповідні пільгові податкові інструменти. Однак відсутність чіткого визначення понять, пов'язаних із сільським туризмом, відповідного законодавчого акта створює неоднозначність підходів і тлумачень, тінізацію в цій сфері діяльності. Досить часто послуги сільського туризму не відмежовуються від інших туристичних послуг, що мають підприємницький характер.

Необхідним є введення такого терміну, який би чітко регламентував об'єкт, який надає агротуристичні послуги. Українським законодавством такий термін не використовується. Таким терміном міг би бути термін «агротуристичне господарство». Натомість існує спроба підмінити його терміном „сільська садиба”. Зокрема, в проєкті Закону України «Про сільський зелений туризм» сільська садиба трактується як “житловий будинок з присадибною земельною ділянкою, в якому постійно проживає сільський господар та члени його родини, або інший житловий будинок, що розташований за місцем постійного проживання зазначених осіб, та належить на праві власності сільському господарю або будь-кому з членів родини, що постійно проживають разом з ним” [23]. Тобто основою сільської садиби є житловий будинок. Натомість за юридичною енциклопедією, садиба – це ділянка землі з розміщеним на ній житловим будинком, господарськими будівлями, прибудованими спорудами, садом і городом, що перебувають у приватній власності або в особистому користуванні громадянина. Тобто тут за основу приймається ділянка землі,



яка є просторовою базою житлового будинку та інших споруд. Таке тлумачення вважається некоректним з таких міркувань:

1. Сільська садиба є лише місцем ночівлі, але ніяк не цілого пакету послуг, скерованого на відпочинок, оскільки селянин може мати досить привабливі пропозиції для туристів в іншій місцевості на власній або орендованій землі (наприклад, ставки, сад тощо).

2. Можливість залучення відпочивальників до сільськогосподарських робіт, ознайомлення з технологією й специфікою сільськогосподарських робіт і процесів, особливо використання сільськогосподарської продукції в харчуванні туристів, можливе не лише на присадибній ділянці, й на інших ділянках, розміщених поза садибою. Тобто ці землі також повинні входити до складу суб'єкта, який надає туристичні послуги.

Відповідно до чинного законодавства, власником агрооселі можуть бути: фермер-селянин, який працює індивідуально на присадибній ділянці, селянин, який працює у сільськогосподарському підприємстві, а також інші жителі села, зайняті обслуговуванням та в соціальній сфері [23].

Бажання відрізнити ці терміни й активізувати підприємництво на селі прослідковується з огляду на прийняті і передбачувані до прийняття вітчизняні законодавчі акти. Проте це вносить лише плутанину та можливості різних маніпуляцій у цій сфері. Натомість у Польщі, наприклад, Міністерство сільського господарства і розвитку села (*MRiRW*) вказує на риси, властиві кожному з цих видів діяльності, характеризуючи агротуризм як складовий елемент сільського туризму. Під останнім розуміють як діяльність, яку провадять господарства, що мають менше ніж 50 % доходів із сільськогосподарського виробництва, так і діяльність жителів села щодо надання готельних послуг або винаймання більше п'яти помешкань для гостей і надання різного роду туристичних послуг [24, с.37]. Натомість агротуристичною діяльністю вважається діяльність, що полягає у винайманні й харчуванні або без нього відпочивальником не більше п'яти кімнат, у власних житлових будинках, розташованих у сільській місцевості в селянських господарствах, щонайменше 50% доходів із сільськогосподарської діяльності. Таким чином, агротуристична діяльність тісно пов'язана з функціонуванням селянського господарства та його виробничою діяльністю.

Неоднозначність законодавчого тлумачення сільського туризму і агротуризму особливо стосується суб'єктів цієї діяльності. Ними, з одного боку, визнаються лише фізичні особи, які ведуть особисте селянське господарство, а з іншого – фермерські господарства, які є юридичними особами. Очевидно, що сільським туризмом можуть займатися всі фізичні та юридичні особи, які проживають або провадять підприємництво

діяльність на селі і використовують власні або винайняті приміщення для тимчасового проживання гостей.

З неоднозначним тлумаченням терміну “агротуризм” пов’язані і недосконалість статистичного обліку діяльності зазначених господарств. У багатьох країнах світу відпочинок на селі, в тому числі й агротуризм, зараховуються до “туризму спеціального”.

Достатньо прооблемним і дискусійним залишається трактування суб’єктів агротуристичної діяльності. Ними, з одного боку, визнаються лише фізичні особи, які ведуть особисте селянське господарство, а з іншого – фермерські господарства, які є юридичними особами. Очевидно, що сільським туризмом можуть займатися всі фізичні та юридичні особи, які проживають або провадять підприємницьку діяльність на селі і використовують власні або винайняті приміщення для тимчасового проживання гостей. Це не виключає заняття аграрним туризмом і сільсько-господарських підприємств.

Серйозною проблемою є легалізація діяльності із сільського зеленого туризму не тільки в Україні, але й в окремих країнах Європейського Союзу. Часом під назвою “агротуризм” ховаються форми туризму, далекі від сільського господарства або такі, що не мають з ним нічого спільного. Це нічим не виправдано, бо ошукує клієнта, оскільки він не знаходить того, чого прагне [20, с.4]. Згідно з існуючим законодавством, на даний час відсутнє чітке розмежування підприємницької і непідприємницької діяльності у цій сфері.

Як наслідок правових колізій, визначити точну кількість агротуристичних господарств в Україні складно через проблеми з доступністю надійних даних на цю тему. Інституції, які дотичні до агротуризму (Спілка сільського зеленого туризму, місцеві спілки), не мають реєстрації надавачів розміщення та критеріїв щодо відповідності об’єктів формальним і юридичним критеріям агротуризму. Жодна з цих інституцій не має можливості отримати реальні дані або перевірити отриману інформацію, тому цю інформацію слід розглядати як оцінку. Однак бажано мати хоча б якусь інформацію стосовно бази ночівлі. У Польщі, наприклад, починаючи з 2010 року, гмінні управління ведуть Реєстр туристичних об’єктів, у тому числі також агротуристичні садиби, зокрема й кількість ліжко-місць у цих садибах. Тому виникає потреба в інвентаризації об’єктів як сільського туризму, так і агротуризму в Україні.

Цілком логічною для України є потреба сформулювати законодавче визначення агротуризму як діяльності, що підлягає сільськогосподарському режиму, та систематизувати розрізнені положення в одному нормативно-правовому акті. Агротуризм має бути чітко пов’язаний із сільсько-

господарською діяльністю «за своєю природою» і лише для цієї форми туристичних послуг залишити назву "агротуризм".

На сучасному етапі всі національні організації зеленого туризму країн Європи об'єдналися в Європейську федерацію фермерського і сільського туризму (*European Federation for Farm and Village Tourism – EuroGites*), ключові завдання якої полягають в організації сприяння розвитку зеленому туризму та цільовому інвестуванні проєктів.

*EuroGites* – Європейська федерація сільського туризму являє собою найбільш автентичний спосіб провести відпустку в Європі. 35 професійних організацій з 27 країн пропонують вибір між понад 100 000 закладів) [25].

*ECEAT* - Європейський центр екології та аграрного туризму [26] (є провідною європейською організацією у сфері маломасштабного сталого туризму з особливою увагою до сільської місцевості та органічного землеробства. *ECEAT* – це мережа сотень невеликих закладів розміщення та туристичних послуг по всій Європі, яка пропонує постійну якість туристичних послуг і схвалює їхній внесок у місцеві громади та захист навколишнього середовища.

*ECEAT* пропагує відповідальні подорожі, які щороку приносять майже 500 000 ночівель у сільській місцевості на благо місцевої економіки у 20 країнах Європи та задовольняють відповідальних мандрівників.

На національному рівні розвиток агротуризму підтримується за допомогою національних асоціацій сільського туризму, які, в свою чергу, складаються з багатьох регіональних об'єднань, що враховують специфіку конкретного регіону.

В Україні агротуристичні господарства, а також суб'єкти сільського зеленого туризму об'єднані в Спілку сприяння розвитку сільського зеленого туризму.

У різних країнах світу діють різні організації, які захищають інтереси і сприяють розвитку фермерських господарств агротуристичних господарств. Так, у Великобританії – це Національна організація сільського туризму та агротуризму, у Франції – Національна організація будинків відпочинку і зеленого туризму, у Австрії - Кола гостинних ферм, у Румунії – Національна асоціація сільського, екологічного і культурного туризму у Данії – Національна асоціація агротуризму.

Треба зауважити, що практично у всіх країнах ЄС при розробці національних концепцій розвитку туризму, зокрема і агротуризму, спеціально відзначається висока роль органів місцевого самоврядування та місцевих спільнот.

На наш погляд, в Україні пропонується створити спеціальну юридичну одиницю, керуючу та відповідальну за туризм, з метою координації туристичної діяльності на основі мікроініціатив постійних жителів села

та його самоврядування. Ідея тут полягає у створенні місцевого туристичного товариства (асоціацій або організацій) публічно-правового характеру з числа жителів села та територіальних громад.

При управлінні туризмом на місцевому рівні такі відносини повинні базуватися на законодавчо визначених методах і способах, що дозволяють розпоряджатися фінансовими, матеріальними та природними ресурсами, безкоштовними товарами та людьми. Тому він має право і обов'язок вдатися до допомоги і підтримки з боку державної адміністрації.

Запропонована місцева туристична асоціація повинна діяти як координатор усіх туристичних заходів, що здійснюються та проводяться в комуні. При постійній співпраці, контролі та обговоренні з постійними мешканцями він повинен відповідати перед ними за формування туристичного попиту та пропозиції в гміні, за постановку конкретних ринкових завдань, за формування цін. Починаючи свою діяльність, він повинен чітко і планомірно організувати напрями своєї роботи і в результаті обговорень визначити стратегію окремих елементів туризму (попит, пропозиція, екологічні цінності).

Асоціація, виконуючи свої завдання посередника між пропозицією туристичного продукту та зовнішнім попитом, має об'єднати всіх комунальних партнерів у процесі туристичного виробництва. Тому він повинен забезпечити їм правову гарантію здійснюваної туристичної діяльності, а також захистити інтереси споживача або туриста. Тому він повинен постійно пропонувати законодавцю побудову такої правової системи в туризмі, яка б усувала всі наявні труднощі, сприяла розвитку та стабільності.

Виконуючи роль координатора, він повинен брати участь у розміщенні туристичних пропозицій для приватних осіб, компаній, підприємств та ін. Як фахівець у своїй галузі, він повинен надавати їм організаційні та фінансові консультації та допомогу. Він повинен брати активну участь у формуванні цін, паушальних платежів, знижок на реалізовані туристичні продукти та послуги. Він також має функціонувати як відділ розгляду скарг, скарг і клопотань, щоб мати можливість висувати нові та кращі рішення.

Усі ідеї активного натхнення асоціації мають бути спрямовані на збільшення поглинання та місткості місцевого туристичного ринку. Звичайно, він також повинен організовувати туризм таким чином, щоб місцева влада та місцева громада були ним задоволені і ні за яких обставин не допускали порушення екологічної рівноваги навколишнього середовища. Тому до складу такої асоціації повинні входити всі зацікавлені жителі гміни, у тому числі, насамперед, представники органів місцевого самоврядування. Залежно від прийнятого статуту асоціація може також об'єднувати відповідних експертів, наприклад, у сфері розвитку туризму, розвитку відповідних форм туризму, промоції, реклами продажу тощо. Ними можуть бути, на-

приклад, працівники університетів, офіси економічного розвитку, сільсько-господарські дорадчі центри, школи, місцеві органи влади, маркетинг тощо.

Коли завдання перевищують фінансові, організаційні та територіальні можливості однієї громади, тоді потрібно шукати ідеї, методи фінансування та форми співпраці в регіоні. Ради гмін і створені ними спілки можуть об'єднуватися, створюючи таким чином кращі умови для реалізації поставлених цілей. Таким чином, нижчий рівень управління туризмом і структура управління, про які тут йдеться, є міжмуніципальним рівнем. Тому пропонується створити міжкомунальне (регіональне) туристичне об'єднання, метою якого, зокрема, має бути:

- ❖ розробка спільних програм (щоб запобігти конфліктам у використанні простору, але водночас конкурувати),
- ❖ здійснення спільних ініціатив для реалізації конкретних завдань (наприклад, організація міжгромадських перевірок чистоти прибережних територій),
- ❖ здійснення спільних інвестицій (наприклад, будівництво міжмуніципальної мережі очисних споруд).

Важливою пропозицією щодо співпраці є регулярна організація «стратегічних» зустрічей на рівні регіональної асоціації, тобто дискусійних зустрічей, під час яких усі зацікавлені сторони отримуватимуть інформацію про можливі туристичні пропозиції, стандарти якості, інвестиції, податкове законодавство, відповідальну ринкову політику, включаючи спільне просування.

Ефективне впровадження і функціонування нових форм діяльності, зокрема й агротуризму, безперечно, потребує підтримки як на державному, так і на регіональному та місцевому рівнях. Цілком очевидно, що в умовах воєнного стану розраховувати на пряму фінансову підтримку не коректно, тому посередницький вплив держави міг би бути спрямований через формування відповідної туристичної інфраструктури, інформаційно-промоційну діяльність та підготовку кадрів.

### ***7.4.3. Стан розвитку агротуризму в Європейському Союзі***

У Європейському Союзі нагромаджений багатий досвід управління агротуристичною діяльністю, тому Україні важливо перейняти досвід зарубіжних країн у сфері організації агротуристичної діяльності, адаптувати основні принципи і підходи, враховуючи специфіку сільських територій нашої держави [27, с.31].

Фахівцями сьогодні виділяються чотири основні моделі розвитку агротуризму у світі. Найбільш розвиненою та перспективною є західно-європейська модель агротуризму. Вона виникла минулого століття у

Франції та Італії на тлі кризи в сільськогосподарській галузі, проблемами конкурентоспроможності на міжнародних ринках. У зв'язку з цими проблемами Євросоюзом було вжито заходів щодо запобігання процесу деградації галузі та надання нових імпульсів до розвитку в аграріїв.

Модель агротуризму, прийнята у східноєвропейських країнах, з'явилася значно пізніше. Головною проблемою даного регіону є слаборозвинений житлово-комунальний фонд сільського сектору, у зв'язку з чим була потрібна повномасштабна реконструкція поселень та сіл. Це позначилося на кінцевій вартості програм та пропонованих послуг, витрати перевищили вартість західноєвропейської моделі. Незважаючи на існуючі проблеми та високу собівартість, деякі зі східноєвропейських країн досягли вражаючих успіхів у галузі. Так, за багатьма показниками агротуризму Польща сьогодні не відстає від європейських лідерів. Близько 4% всього внутрішнього валового продукту країни виробляється у сфері агротуризму. Такі досягнення є заслугою ефективної державної політики, спрямованої на підтримку та розвиток туристичного сектору. У країні законодавчо закріплено стандарти агротуристського бізнесу, господарства повністю звільнено від прибуткового податку з доходів від туристичної діяльності, здійснюється безкоштовна реєстрація гостьових будинків та інших об'єктів туристичного призначення. Крім того, здобутки зумовлені високими стандартами сільськогосподарського виробництва. Наприклад, успадкувати сільськогосподарську землю за польським законодавством можуть лише особи, які мають аграрну освіту. Територіально Польща є суто сільською, різні невеликі поселення та угіддя займають понад 90% загальної площі країни. У зв'язку з цим основою сільського господарства є малий бізнес.

До другої хвилі розвитку агротуризму відносять англо-американську модель розвитку. Її особливістю є орієнтованість на внутрішній туризм у зв'язку із широкою мережею автомобільних доріг. Саме автотуристи є основною цільовою аудиторією та споживачами послуг агротуризму в США, Канаді та Великій Британії. Крім того, особливістю даної моделі є надання лише основного набору послуг, оскільки додаткові послуги зазвичай не потрібні. Так, у США, на відміну від європейського підходу, агротуристи розміщуються в будинках або кемпінгах, що окремо стоять на території ферм. Залучення туриста до сільськогосподарських процесів може змінюватись, починаючи від звичайної демонстрації діяльності до включення до повноцінного виробничого циклу. Багато агротуристських господарств пропонують послугу проживання зі значною знижкою, але за умови безпосередньої участі у трудовій діяльності. Цей підхід є важливим фактором для залучення молодих людей та інших категорій малобюджетних туристів. У США також не прийнято підтримувати населення сільських областей та забезпечувати їхню зайнятість, що пояснюється економі-

чними факторами: в середньому на одне фермерське господарство у США припадає близько 190 гектарів землі, тоді як у Європі – усього 14 гектарів.

Азіатська модель, поширена в Японії, Малайзії, Шрі-Ланці, є протилежною американській, оскільки пропонує найширший набір послуг, наповнених національним колоритом. Туристів розміщують у спеціально зведених національних готелях та селах для багатих осіб. Така модель може бути ефективною лише у країнах з високою культурою гостинної переваги, високим рівнем сервісу та стабільним потоком іноземних туристів.

Історична оцінка діяльності Європейського Союзу (*таблиця 7.9*) показує, що сільський туризм практично до 1980 року не був пов'язаний зі Спільною аграрною політикою ЄС. Перші згадки про нього з'явилися в регіональній політиці як одну з економічних ініціатив, що сприяють забезпеченню соціально-економічної рівноваги у відсталих сільськогосподарських регіонах за підтримки Європейського фонду регіонального розвитку. Таким чином, «сільський туризм» як категорія введений до юридичної термінології Європейського Союзу регіональною політикою. Відзначимо, що поняттям, яке згадується в законодавстві та політиці ЄС, є «сільський туризм», а не «агротуризм». Законодавство ЄС не пов'язує його обов'язково із сільськогосподарською діяльністю чи фермою, а більш загально з сільською територією та суб'єктами господарювання, що працюють у цій сфері.

Концепція сільського туризму, яку використовує законодавець співтовариства, є широкою категорією, що охоплює всі форми гостинності в сільській місцевості, включно з агротуризмом. Іншими словами, «агротуризм є лише певним аспектом значно ширшого явища – сільського туризму».

Саме тому адресатами першої допомоги для розвитку сільського туризму були не сільськогосподарські виробники, а органи державного управління, організації місцевого самоврядування, установи, підприємства чи приватні особи.

З реформуванням САП сільський туризм став пріоритетом Спільної політики розвитку сільських територій. Серед трьох пріоритетів нової САП, відповідно до прийнятої стратегії «Європа 2020», Європейська Комісія визнала сталий територіальний розвиток, зокрема за такими напрямками: підтримка зайнятості на сільських територіях і допомога в збереженні соціальних структур на селі та покращення сільської економіки і промоція диверсифікації [29, с.416].

Політика ЄС щодо розвитку сільської місцевості є другим стовпом Спільної аграрної політики (САП) і спрямована на підтримку сільських територій Союзу та вирішення багатьох економічних, екологічних і соціальних викликів 21 століття. На поточний плановий період Європейська

комісія визначила три основні пріоритети політики розвитку сільських територій:

Таблиця 7.9

Сільський туризм в контексті трансформації Спільної аграрної політики (САП) ЄС

Період реалізації САП	Роки	Посилання до сільського туризму
Період приготування	1957-1961	✓ відсутнє
Впровадження засад САП	1962-1968	
Функціонування САП з корегувальними діями	1969-1984	✓ відсутність прямих посилань на туризм; ✓ зміцнення структурного характеру САП (в напрямку політики розвитку села)
Реформи САП	1985-2002	✓ заохочення фермерів до діяльності поза сільським господарством, зокрема туристичної; ✓ виведення з обороту сільськогосподарських угідь, призначених на інші цілі, зокрема рекреаційні; ✓ диверсифікація; ✓ концепції багатofункціонального розвитку сільських територій (виникнення Спільної політики розвитку сільських територій)
Нова САП	2003-2013	✓ підтримка діяльності, спрямованої на диверсифікацію сільської економіки, включно із заохоченням діяльності та інвестиціями, пов'язаними з туризмом (мала інфраструктура, рекреаційна інфраструктура, розвиток і маркетинг послуг сільського туризму, збереження та покращення сільської спадщини)
«Нове відкриття» в САП	2014-2030	✓ посилення політики розвитку сільських територій; ✓ реструктуризація фінансової підтримки стовпів САП

Джерело: опрацьовано на основі[28].

- ❖ підвищення конкурентоспроможності сільського господарства;
- ❖ забезпечення сталого управління природними ресурсами та боротьба зі зміною клімату;
- ❖ досягнення збалансованого територіального розвитку сільських господарств і громад, у тому числі створення та збереження робочих місць [30].



Агротуризм цілком вписується в перелік десяти ключових цілей, визначених спільною аграрною політикою (САП) й орієнтовані на соціальні, екологічні та економічні цілі як основа, на якій країни ЄС розробляли свої стратегічні плани на період 2023-2027 рр.:

- ❖ забезпечити справедливий дохід для фермерів;
- ❖ підвищити конкурентоспроможність;
- ❖ покращити позицію фермерів у продовольчому ланцюгу;
- ❖ діяльність, пов'язана зі зміною клімату;
- ❖ турбота про навколишнє середовище;
- ❖ збереження ландшафтів та біорізноманіття;
- ❖ підтримувати оновлення поколінь;
- ❖ пульсуючі сільські райони;
- ❖ захист якості продовольства та здоров'я;
- ❖ підтримка знань та інновацій [31].

Розвиток агротуризму в країнах Європейського Союзу був наслідком змін як в сільському господарстві, так і в туризмі. Насамперед, реформи в сільському господарстві призвели до краху багатьох дрібних господарств, до зростання безробіття в сільській місцевості, зубожіння населення та його масової міграції із села до міст, вивільнення значних житлових ресурсів. Відповідно, виникла потреба в пошуку додаткових джерел доходу, раціонального використання нерухомості, зокрема будівель і інших цілях, зокрема для потреб туризму. Розвиток агротуризму став наслідком споживчих преференцій на туристичному ринку, які вказували на те, що масовий туризм повільно почав поступатися місцевому індивідуальному туризму, тобто уподобання та очікування туристів почали змінюватися.

Туризм є надзвичайно динамічною сферою. Люди шукають нові форми відпочинку, нові місця для проведення вільного часу. Прагнення до тиші та спокою в сільській місцевості є одним із трендів туристичного попиту, що зумовлює і розширення пропозиції (*таблиця 7.10*).

Треба відмітити, що за період з 2000 по 2010 рік кількість господарств, що займаються туризмом у цілому в країнах Європейського Союзу майже не змінилася, головним чином, за рахунок розширення співдружності. Разом з тим, найбільша кількість агротуристичних господарств була зареєстрована в 2007 році – понад *122 тис. одиниць*. У багатьох країнах вона суттєво зменшилася, зокрема в Австрії, Франції, Німеччині, країнах східної Європи. Агротуристичний бум, який був характерний для нових членів Європейського Союзу, викликаний переважно солідною фінансовою підтримкою, змінився в більшості східноєвропейських країн на певну стагнацію.

У кожній з країн-членів ЄС можна чітко визначити сформовані регіони (ареали) розвитку агротуризму і сільського туризму. Однак існує достатньо багато потенційних регіонів для розвитку таких форм туризму.

Підсумовуючи, можна відмітити, що в ЄС найважливішими чинниками розвитку агротуризму і сільського туризму є природно-краєзнавчі ресурси і соціально-економічні передумови. Водночас, і агротуризм, і сільський туризм можуть розвиватися без суттєвих обмежень практично на всіх сільських теренах.

Таблиця 7.10

Кількість фермерських господарств, які займаються туризмом як додатковою діяльністю в Європейському Союзі (2010 р.)

Країни	Кількість фермерських господарств	Щільність ферм на 100 км <sup>2</sup> сільських територій
Австрія	9850	3,6
Бельгія	560	2,0
Болгарія	150	0,1
Великобританія	10760	0,8
Данія	480	0,7
Естонія	320	0,8
Греція	740	0,2
Іспанія	3620	0,3
Нідерланди	2830	1,0
Ірландія	1600	0,9
Італія	19300	
Литва	560	0,8
Люксембург	100	1,3
Латвія	560	0,8
Німеччина	9280	0,4
Польща	8220	0,6
Португалія	610	0,1
Румунія	240	0,0
Словаччина	160	0,1
Словенія	640	0,6
Угорщина	10760	1,0
Фінляндія	1810	2,0
Франція	12150	1,3
Чехія	610	0,2
Швеція	4540	3,2
ЄС-27	88280	0,7

Джерело: розраховано за даними [32].

Найбільше агротуристичних об'єктів зареєстровано в Німеччині, Франції та Ірландії. У Франції, наприклад, агротуризмом займається кожен десятий фермер, і ці послуги організовані в рамках асоціації: «*Cites de France*» (декілька видів послуг).

В усіх країнах Європейського Союзу агротуризм виконує традиційні функції, серед яких ключовими є підтримка та розвиток сільської місцевості, зокрема в малоперспективних несільськогосподарських регіонах, покращення добробуту сільського населення, створення додаткових робочих місць. Ключовою функцією сільського туризму, визначеною Спільною аграрною політикою ЄС, було вирівнювання соціально-економічного стану передусім за рахунок депресивних регіонів. В окремих країнах, як Німеччина, Великобританія, важливою є функція забезпечення відпочинку та рекреації для малозабезпечених (за їхніми мірками) верств населення. В окремих приморських країнах (Іспанія, Греція, Кіпр, Болгарія) агротуризм функціонує як альтернатива пляжному прибережному туризму. Сучасний стан сільського туризму показує, що він почав «дистанціюватися» від сільського господарства і перетворюється на самостійний сектор послуг на селі.

Розрізняють декілька моделей розвитку сільського зеленого туризму, а відповідно і агротуризму в Європі (*таблиця 7.11*).

Динамічний розвиток сільського, у тому числі й агротуризму, спостерігається в цілій Європі. Піонером агротуризму вважають Францію, де в 1951 році вперше почали надавати відповідні послуги. У дев'яностих роках особливо бурхливого розвитку агротуризм набув в Австрії, Німеччині, Франції, Великобританії. На початку поточного тисячоліття кожен четвертий європеєць відпочивав на селі. Частка осіб, які надають перевагу відпочинку на селі, складала: у Бельгії – 25 %, у Данії – 35%, у Німеччині – 43%, у Греції – 8%, в Іспанії – 27%, у Франції – 29%, в Ірландії – 27%, в Італії – 11%, у Люксембурзі – 19 %, у Голландії – 39%, у Португалії – 29%, у Великобританії – 29% [34, с.12].

Після потужного розширення Європейського Союзу (2004 р). агротуристична активність особливо помітною була в східноєвропейських країнах. Однак для кожної країни-члена ЄС характерні певні особливості та пріоритети в розвитку агротуризму.

Так, у Франції основними засадами агротуризму прийнято вважати [35, с.89]:

- 1) якість квартир: комфорт, чистота, простір, періодичний контроль;
- 2) якість обслуговування: родинне і сердечне прийняття гостей;
- 3) якість оточення: сонячність, спокій, чистота околиці й теренів;
- 4) торговельна лояльність: зрозумілий і детальний опис послуг, ціни на харчування, умови винайму;
- 5) солідарність власників господарств з місцевими структурами.

В Італії [36] історія агротуризму починається майже одночасно з народженням Асоціації агротуристів 1965 року в Римі, яка була створена з метою просування типових регіональних продуктів, повторного викори-

стання старих сільських будівель і підвищення доходів фермерів. Останній рамковий закон був прийнятий у 2006 році, відповідними є окремі регіональні закони, тому що кожен окремих регіон чи автономна провінція має право встановлювати власні закони та адаптувати їх до власних потреб. Кількість господарств згідно, з даними Італійського статистичного інституту, у 2011 році складала 20 413 ферм.

Таблиця 7.11

## Моделі розвитку зеленого та сільського туризму

Тип моделі	Особливості
Французька модель	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ форми сільського зеленого туризму детермінуються близькістю до моря;</li> <li>➤ в пріоритеті гастрономічний та винний туризм;</li> <li>➤ розміщення туристів у котеджах на противагу проживанню на фермах</li> </ul>
Німецька модель	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ проживання та харчування у фермерських будинках;</li> <li>➤ взаємофункціонування сільського зеленого, фермерського та подієвого туризму;</li> <li>➤ практикується праця в господарствах (участь у сільськогосподарських роботах)</li> </ul>
Італійська модель	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ пріоритетні функції: регенерація, гастрономія і продукція місцевого виробництва, заняття спортом;</li> <li>➤ підвищені вимоги до стандартів розміщення (в апартаментах);</li> <li>➤ поширення наметових містечок</li> </ul>
Чеська модель	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ зосереджений переважно в околицях Праги та чеських Карконошах;</li> <li>➤ пристосований до надання пропозицій групам від 10 до 20 осіб;</li> <li>➤ розміщення у фермерських будинках з елементами аутентичного сільського життя.</li> </ul>
Іспанська модель	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ поширення в національних парках;</li> <li>➤ участь відпочивальників у сільськогосподарських роботах;</li> <li>➤ тісне переплетення з гастрономічним туризмом</li> </ul>
Польська модель	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ прецизійна ідентифікація різних форм туризму, зокрема агротуризму;</li> <li>➤ відмінності в ціні, якості та асортименті послуг залежно від засобів розміщення</li> </ul>
Латвійська модель	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ відпочинок з елементами традицій та звичаїв на фермах;</li> <li>➤ використання інновацій у сільському господарстві як туристичних атракцій.</li> </ul>

Джерело: вдосконалено на основі [33].

В Італії існують три різні асоціації фермерів, які займаються агротуризмом: *Agriturismo*, *Terranostra* і *Turismo verde*. У 1981 році ці три організації об'єдналися, щоб сформувати головну організацію *Anagratur*. Ця

головна організація в основному відповідає за дослідження, планування проєктів і консультивання, а також за адміністрування окремих організацій, тоді як окремі організації піклуються про маркетинг.

Зі східноєвропейських країн агротуризм найбільш розвинений у Польщі, зокрема через велику кількість індивідуальних господарств. Багато господарств уже досить давно надають послуги агротуризму (переважно в гірській місцевості та на березі моря). Тоді це називали відпочинком під грушею, а тепер агротуризмом.

Польща має сприятливі умови для розвитку туризму в сільській місцевості. Наявні житлові ресурси, які все більше популяризуються виробництвом здорової їжі, а також велика туристична та ландшафтна цінність великої території країни створюють великі можливості для надання туристичних послуг та послуг дозвілля у багатьох індивідуальних господарствах. Період політичних перетворень спричинив зубожіння та зростання безробіття серед міського населення.

У країнах з давніми традиціями сільського туризму провідну роль у цьому відіграють асоціації, що представляють інтереси приватних постачальників розміщення. У травні 1996 року з ініціативи місцевих агротуристичних асоціацій, яких зараз у Польщі понад тридцять, була створена Федерація сільського туризму «Сільська гостинність».

У квітні 1998 року ця організація стала членом Європейської федерації асоціацій відпочинку в сільській місцевості та сільського туризму «*EUROGITES*». Ця федерація об'єднує двадцять п'ять національних і регіональних організацій з дев'ятнадцяти європейських країн із загальним числом понад шістьдесят п'ять тисяч членів, які пропонують туристам понад сто дві тисячі квартир і номерів.

Згідно з доступними даними, у Польщі налічується майже 8 тис. агротуристичних господарств, які пропонують 91 тис. ліжко-місць. Більшість господарств розташовані на півдні країни, в Малопольському та Підкарпатському воєводствах [1].

Сільський туризм у Польщі набуває все більш організованих форм і намагається пристосуватися до сучасних критеріїв оцінки якості туристичного продукту для сільської місцевості по всій Європі.

В Угорщині агротуризм є видом діяльності селянських господарств, регулюється законодавством щодо ведення сімейних господарств. Така діяльність не оподатковується, не вважається підприємницькою, однак є певні умови. Зокрема, для туристів надається не більше 10 ліжко-місць; річний дохід від цієї діяльності не перевищує 10 мінімальних місячних зарплат; місце постійного проживання особи – нерухомість, яка використовується; житло розташоване в сільській місцевості, яка не віднесена до

санаторно-курортних зон [37]. Окремі пільги надаються господарствам, розташованим у депресивних районах.

Агротуризм у Словенії теж офіційно зареєстрований як допоміжна фермерська діяльність і розвивається в основному малими фермерами, які застосовують різні стратегії диверсифікації. У 2017 році 1032 фермерські господарства (із 70 000) займалися агротуризмом. Перспективним агротуристичний бізнес в Словенії вважають лише за умови надання комплексного агротуристичного продукту з повним набором відповідних послуг.

Звичайно, найдинамічніший розвиток агротуризму спостерігається там, де є типові відпочинково-рекреаційні об'єкти: озера, моря, гори. Саме тому найбільше агротуристичних господарств та й сільський туризм загалом локалізовані поблизу знаних курортних місць, лижних трас і витягів, відомих місць відпочинку. Однак вони не є основною умовою розвитку агротуризму. Усе більше аматорів, як зауважує А. Язвінська, виявляють бажання відпочинку в менш знаних і популярних регіонах, де знаходять тишу, спокій і необмежений контакт з натуральною природою, але де дотримуються високих стандартів ночівлі й харчування [38, с.112]. У кожній країні виробляються і встановлюються свої вимоги щодо агротуристичних господарств. Так, в Австрії всі сільські господарі, які зареєстровані в агротуристичному каталозі, змушені забезпечувати такі основні вимоги:

- ❖ проїзdnі дороги доїзду до господарства цілий рік;
- ❖ спокійна околиця;
- ❖ достатня територія навколо садиби;
- ❖ мінімум 10, а максимум 30 нічліжних місць;
- ❖ мінімальний стандарт – наявність теплої та холодної води, центральне опалення, умивальник, душова кабіна й туалет;
- ❖ умебльовані кімнати в сільському регіональному стилі;
- ❖ їдальня для гостей;
- ❖ сільський сніданок (чи сільські продукти) [7, с.22].

Цілком очевидно, що виникає потреба в розробці на основі категоризації і стандартизації агротуристичних господарств відповідних вимог і для вітчизняного ринку агротуристичних послуг.

Достатньо цікавим є і досвід Австрії щодо категоризації господарств, зокрема в частині попередньої спеціальної підготовки господарів, обсягів ведення діяльності (обмеження ліжко-місць), участь у об'єднаннях власників садиб, страхування діяльності.

Досі Україна в Європі не вважається країною особливо привабливою в туристичному сенсі, окрім привабливості в контексті революційних подій і війни, що активізувало так званий екстремальний туризм. Це не означає, що вона не має туристичних цінностей, які притягують поте-

нційних відвідувачів, а просто внаслідок недостатньої й малоефективної популяризації вони маловідомі за кордоном [6, с.10].

#### **7.4.4. Перспективи розвитку національного агротуризму в контексті європейських тенденцій**

Агротуризм як галузь туризму найменше постраждав під час пандемії *COVID-19* і зараз стрімко набирає популярності. Очікується, що агротуризм зростатиме і надалі. Згідно з дослідженнями, у наступне десятиліття США лідируватимуть у світовому розвитку агротуризму, хоча ця діяльність також популярна в інших країнах, таких як Китай, Індія, Італія, Тайвань та Бразилія.

Треба врахувати, що суттєвою особливістю та тенденцією останніх років є розвиток туризму не тільки «довшого» і «відпустки»-туризму, але й туризму вихідного дня. Це змушує суб'єктів, які надають агротуристичні послуги, бути готовими та адаптуватися до таких змін [1].

Люди боялися їхати в готелі чи за кордон і воліли проводити вільний час у відокремленому місці. Саме завдяки цьому галузь агротуризму досить ефективно пройшла через пандемію *COVID-19*. Нам нема на що скаржитися. Проте люди, які займаються агротуризмом, зазначають, що кількість агротуристичних господарств зменшується. Йдеться про визначення поняття «агротуризм». Для того, щоб житло вважалось агротуризмом, це має бути справжня ферма, а не просто садиба, розташована в сільській місцевості.

За даними порталу, зникнення специфічного «духу» агротуризму пов'язане зі зменшенням ферм у Польщі. Згідно з даними Головного управління статистики, у 2010-2020 роках кількість фермерських господарств скоротилася на 12,7 відсотка. Десять років тому в Польщі було 1,5 мільйона фермерів, а зараз їх 1,3 мільйона. Зменшується і площа сільськогосподарських угідь у країні [39].

В цьому контексті цікавим виглядає поділ агротуристичних господарств. Так, Я. Завадка пропонує поділ агротуристичних господарств на чотири групи: традиційні, переважно туристичні, із зникнення сільськогосподарської та туристичної діяльності.

До першої групи належать ті, які все ще заробляють на життя переважно сільськогосподарською діяльністю. До другої ті, що ведуть господарство, але основне джерело доходу - туризм. Третю групу складають господарства, які покинули сільськогосподарську діяльність і наразі живуть лише з туризму. Четверту групу складають об'єкти, де сільськогосподарська діяльність ніколи не велася паралельно з туризмом [40, с.633].

Цілком очевидно, що запропонований поділ можна успішно застосувати й до українських реалій.

Логічно вважати, що більшість господарств є лише туристичними суб'єктами в сільській місцевості, а тому належать до об'єктів сільського туризму.

Проведені дослідження дозволяють стверджувати, що для агротуризму у теперішньому вигляді в Україні характерна так звана стара (традиційна) модель розвитку. Основою для розвитку агротуризму в цій моделі є діюче господарство, яке, крім переважно екстенсивного сільськогосподарського виробництва, пропонує туристам проживання та харчування, що цілком вписується у вітчизняне законодавче поле. Пропозиція відпочинку в селі та його околицях трактується господарями як додаткова діяльність, яка доповнює сільськогосподарську. Особливості агротуризму в традиційній моделі наведені в *таблиці 7.12*.

Таблиця 7.12

## Традиційна модель агротуризму

Елементи	Характерні риси
Пропозиція	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ використання вільних ресурсів господарства (капітал, праця)</li> <li>✓ низька якість послуг</li> <li>✓ низький рівень вмінь керуючих (власників)</li> <li>✓ обмежений асортимент послуг малий (основне: харчування, нічліг)</li> </ul>
Попит	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ похідний (вторинний)</li> <li>✓ низький рівень туристичних потреб</li> <li>✓ обмежений (основне: харчування, нічліг)</li> </ul>
Ринок	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ дешевий відпочинок</li> <li>✓ низькі доходи</li> </ul>

Джерело: [41, с.58].

З іншого боку, господарі не мають мотивації чи фінансових можливостей, щоб інтегрувати господарство з туристичною пропозицією, відповідно їм не потрібні спеціальні навички (маркетинг або менеджмент) чи кваліфікація, щоб розпочати туристичний бізнес або здійснити значні фінансові вливання (витрати, інвестиції) [41, с.59].

Разом з існуючими агротуристичними садибами старого зразка появляються нові, більш адаптовані до сучасних вимог клієнтів та потреб суспільства. Зарубіжні дослідження вказують, що серед туристів з великих міст, які є основними клієнтами агротуристичних господарств, спостерігаються:

- ❖ підвищений інтерес до здорового харчування та місцевих продуктів;
- ❖ підвищення значення місцевих виробників і поваги до місцевих виробників,



- ❖ сприйняття подорожі та харчування як культурного досвіду (соціальний рух «повільний туризм», інтерес до активних форм проведення вільного часу);
- ❖ переважання розвитком сучасних технологій і туга за природою, тишею, традиційними навичками та способом життя [41, с.60].

У новій моделі (таблиця 7.13) основою для розвитку агротуризму є діюче господарство, власник якого пропонує привабливі, часом унікальні інтер'єри, особливу та оригінальну кухню, переважно з місцевої сировини та за місцевими рецептами, доповнюючи їх послугами в садибі на фермі та поза ними, що дає змогу відвідувачам відчувати автентичність та набути унікального досвіду.

Таблиця 7.13

## Сучасна модель розвитку агротуризму

Елементи	Характерні риси
Пропозиція	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ використання багатофункціональності села</li> <li>✓ висока якість послуг</li> <li>✓ високий рівень вмінь керуючих (власників)</li> <li>✓ розширений асортимент послуг (пакет послуг, пов'язаних з домогосподарством, сільським господарством і його оточенням)</li> </ul>
Попит	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ первинний (скерований на проживання в господарстві)</li> <li>✓ високий рівень туристичних потреб</li> <li>✓ пізнання і досвід</li> </ul>
Ринок	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ високі доходи</li> </ul>

Джерело: [42, с.283].

Початковий успіх агротуристичної діяльності при низькій рентабельності сільськогосподарської діяльності може спонукати до реінвестиції у сільське господарство, під якими слід розуміти процеси» планомірного та свідомого скорочення сільськогосподарського виробництва та/або залучення ресурсів домогосподарства в сільськогосподарську виробничу діяльність господарств, що веде до вивільнення земельних, трудових і капітальних ресурсів, які можуть бути використані в інших сільськогосподарських або несільськогосподарських видах діяльності, які як наслідок, це призведе до збільшення особистих доходів фермера та його сім'ї»

Таким чином, проведене відчуження може мати характер відчуження як ресурсів, так і/або виробництва:

- ❖ у сфері виробництва: екстенсифікація, скорочення або відмова від виробництва, відмова від обраної виробничої діяльності;
- ❖ у сфері землеустрою: надання в оренду, пар, виключення землі із сільськогосподарського використання на користь, наприклад, розвитку або лісонасадження, продаж;

- ❖ у сфері управління капіталом: зміна використання основні фонди господарства (наприклад, використання їх для цілей несільськогосподарської господарської діяльності або для проживання сім'ї), продаж або ліквідація основних фондів;
- ❖ у сфері управління трудовими ресурсами: зайняття несільськогосподарською господарською діяльністю особами, які працюють у фермерському господарстві або оплачувану роботу поза фермою. Підставами для вилучення можуть бути [43]:
- ❖ бажання (потреба) збільшення доступної для гостей бази (придбання землі під рекреаційну інфраструктуру, пристосування будівель для потреб гостей);
- ❖ труднощі поєднання роботи на фермі з обов'язками при обслуговуванні гостей;
- ❖ відповідь на очікування гостей, для яких інтенсивне ведення сільськогосподарської діяльності і зокрема тваринництва є обтяжливими (наприклад, через шум і запахи);
- ❖ отримання коштів для розвитку агротуризму (наприклад, від продажу землі або вилучення з сільськогосподарської діяльності основних засобів).

Досвід країн Європейського Союзу показує, що основним напрямками розвитку агротуризму можуть бути (одночасно як нові способи здобуття клієнтів):

1. Пакетний агротуристичний продукт – потенційні гості агротуризму звикли, серед іншого, перебуваючи в готелях, до пропозиції у вигляді пакетів. Такі пакети дають клієнту відчуття свободи. Заплативши певну денну суму чи, наприклад, за вихідні дні, вони можуть робити все, що їм заманеться (з того, що можна отримати за такої форми відпочинку). У свою чергу, власник агротуристичного об'єкту завдяки пакетам може краще керувати зайнятістю на піку сезону або ставитись до пакетів як до додаткового заохочення скористатися пропозицією в перед або післясезонний період. Пакети також дозволяють полегшити проблеми з роз'ясненнями, що і скільки коштує. Це дозволяє одночасно краще планувати діяльність господарства.

2. Диверсифікація – щоб агротуристичному господарству було вигідно, його власник повинен розширити діапазон своїх послуг на період, коли гостей не так багато. Найпоширенішими практиками, які дозволяють отримати додатковий прибуток, є: пропозиція проживання в кімнатах з більш високим стандартом; додаткова їжа для гостей; виробництво та продаж їжі з господарства; організація заходів, включно з навчанням, організацією урочистих подій (весілля, повноліття тощо);

семінари для гостей, проводячи освітні заходи (наприклад, освітнє господарства).

3. Спеціалізація – щоб залучити нових клієнтів і переконати тих, що є, повернутися, потрібно знайти відмітну, можливо й унікальну, рису свого господарства. Це може бути, наприклад, історія закладу, розказана в цікавій формі, незвичайний виріб з власної кухні чи атракціон, якого більше ніде нема. У рамках спеціалізації ви також можете зосередитися на тематичному відпочинку для гостей: наприклад, вихідні для рибалок, відпочинок для грибників, тривалі вихідні для сімей з маленькими дітьми в поєднанні з навчальним господарством (фермою).

4. Навчальне господарство – особливо сім'ї з дітьми все частіше шукають місця, які пропонують “навчальні ферми”. Наявність статусу «навчальної ферми» є одним із способів диверсифікації доходів, навіть у міжсезонний період. Навіть при відсутності гостей можна запросити на ферму групу учнів чи студентів. Ці ж господарства можуть часто використовуватися як бази виробничих практик.

Сільський туризм, як показує світова практика, зазнає багатьох змін, спричинених процесами та явищами, що відбувається на туристичному ринку, проявляються нові тренди та постають нові виклики. Зокрема, відзначимо наступні.

1. Зацікавленість мешканців міст зростанням власного творчого потенціалу (креативний туризм). Це потребує створення нового креативного сільського туристичного продукту, характерними рисами якого мають бути автентичність, унікальність та інтерактивність.

2. Зростаючий вплив інформаційних технологій у туризмі, які формують моду на відпочинок, діагностують нові ринки і продукти, створюють та постачають туристичні продукти, утримують контакт із клієнтами і багато іншого [12, с.35]. Віртуальний простір слід вважати ключовим інструментом для інформації та спілкування з потенційним гостем. Особливу увагу доцільно звернути на присутність в соціальних мережах через зростаючу популярність мобільних пристроїв. Українці, які дружать із сучасними технологіями, очікують, що зможуть використовувати їх у різних сферах життя. У них також входить вибір місця для відпустки. Хоча телефонний дзвінок все ще залишається ключовим засобом особистого контакту, і гості, і господарі вказують на зростаючий інтерес, наприклад, до месенджерів (наприклад, Messenger). Це швидкий спосіб налагодити контакт. Клієнт має можливість запитати про деталі перебування, а господар може надіслати, наприклад, додаткові фотографії. Популярність телефонних дзвінків, мабуть, є наслідком все ще недосконалої вебсайтів закладів (або їх відсутності). Сторінки не тільки застаріли, не пристосовані до мобільних пристроїв, але часто інформація,

що міститься на них, є контентом, який хоче надати сам господар, а не зовсім тим, що шукає і що хоче прочитати потенційний гість.

3. Створення якісної й унікальної сільської туристичної пропозиції, її розповсюдження та просування можливе лише на основі об'єднання зусиль, що потребує посилення співпраці з підприємницькими структурами на селі, органами місцевого самоврядування та в рамках асоціацій, об'єднань, кластерів.

4. Формування мережевого туристичного продукту, що забезпечує як більшу привабливість туристичного пакету, так і додатковий синергетичний ефект як у просуванні, так і в розвитку інфраструктури, людських ресурсів і систем розподілу.

5. Зростаюча популярність віддаленої зайнятості (онлайн) через обставини, що склалися, та працювати подорожуючи – *workation* (робото-відпустка). Динамічне зростання цього сектору туристичного ринку.

6. Адаптація об'єктів сільського туризму до потреб караванінгового туризму, що динамічно розвивається, зокрема інтересу туристів до місць, пристосованих для зупинки та обслуговування будинків на колесах.

7. В авангарді найбільш швидкозростаючих тенденцій у туризмі, насамперед в сільському, перебуває кулінарний туризм. Формується новий тренд, який активно пропагується у світі: *farm dining*, а харчування стає ключовим елементом туристичного продукту та одним з важливих мотивів вибору того чи іншого місця та виду відпочинку.

Елементи, на які зараз варто звернути увагу, розвиваючись, щоб найкраще пристосувати пропозицію до очікувань гостей:

- ❖ більша гнучкість у виборі страв;
- ❖ повідомлення про визначні місця поблизу;
- ❖ надання велосипедів та іншого спортивного інвентарю;
- ❖ професійний сайт господарства /профіль у соцмережах.

Урахування вищенаведеного сприятиме динамізму розвитку та конкурентоспроможності сільського туризму на туристичному ринку.

Безперечно, екологізація сільського господарства і села разом із розвитком туризму може й повинна стати пріоритетом в аграрній політиці держави, що сприятиме розвитку агротуризму. Треба усвідомлювати, що не всі селяни будуть готові і захочуть приймати туристів. Тут можна вказати на два обмежувальні чинники:

- ❖ не всі селяни займаються сільськогосподарською діяльністю;
- ❖ багато селян займаються сільським господарством лише для власних потреб, фактично не маючи надлишку продукції, яку можна було б використовувати в агротуристичному господарстві.

Агротуризм має не тільки сприятливі умови для свого розвитку. Є багато перешкод, які стримують цей розвиток. Узагальнення літературних джерел дозволяє відмітити наступні з них:

**а) бар'єри, що є результатом природних і географічних умов:**

- несприятливий клімат (низька температура повітря і води),
- переважно хмарні дні,
- відсутність диверсифікації рельєфу,
- деградація сільськогосподарського ландшафту,
- занадто велика інтенсифікація економіки,
- забруднення повітря, води та землі;

**б) соціально-психологічні бар'єри:**

- низький рівень освіти та низька кваліфікація сільських жителів,
- незнання іноземних мов,
- брак рук для роботи, незважаючи на високий рівень безробіття в сільській місцевості,
- неприязнь до чужинців,
- небажання змінюватися,
- важкий процес засвоєння інновацій,
- менталітет,
- низька активність фермерів та їхня несприятливість;

**в) правові та податкові бар'єри:**

- обмежувальна державна політика,
- відсутність чітких правових положень у нормативних актах;

**г) інституційні бар'єри:**

- відсутність співпраці між установами, призначеними для її підтримки,
- сільське господарство та фермери (*ODR*, сільськогосподарські палати тощо),
- відсутність розуміння розвитку агротуризму як на місцевому рівні, так і на вищих рівнях прийняття рішень;

**д) технічні бар'єри:**

- низький рівень технічної та комунальної інфраструктури в сільській місцевості,
- низька якість послуг;

**е) фінансові бар'єри:**

- відсутність власних коштів для пристосування будівлі для агротуризму,
- труднощі з кредитуванням,
- високі витрати, пов'язані з підвищенням рівня засобів розміщення;
- маркетингові бар'єри;

- погана реклама сільської місцевості та самих агротуристичних господарств.

Основні перешкоди розвитку агротуризму в Україні мають передусім фінансовий характер: відсутність початкового капіталу для відкриття цієї справи, недосконалість механізму кредитування селян і високі податки. Очевидно, що тут повчальним може бути досвід багатьох європейських країн.

Реструктуризація (модернізація) та створення витрат на нові інвестиції необхідні для адаптації туристичної інфраструктури до нових, зростаючих очікувань клієнтів у формі сучасних готелів та відповідних об'єктів з вищими стандартами сільського туризму, включаючи базу агротуризму, зберігаючи при цьому свій сільський, народний характер (старе, традиційне в новій упаковці, наприклад, ванна, туалет, обладнані сучасним обладнанням у традиційній сільській хаті). Також існує потреба в нових об'єктах рекреаційного розвитку лінійного характеру (наприклад, велосипедних доріжок, пішохідних доріжок, доріжок для верхової їзди, навчальних доріжок із паркуванням), точок (наприклад, оглядові майданчики, ігрові майданчики) та поверхневого характеру (наприклад, місць відпочинку, садів), корчми, сараї, заклади харчування, продаж сувенірів і карт, продаж і ремонт туристичного спорядження).

Селянські господарства значно рідше ніж інші суб'єкти господарювання здійснюють, а в більшості випадків взагалі не здійснюють свою поточну та інвестиційну діяльність за рахунок зовнішніх фінансових ресурсів. Це пояснюється їх малою привабливістю як клієнтів для фінансових установ, слабкою участю в ринку, так і менталітетом самих селян, які не бажають використовувати кредит як джерело фінансування своєї діяльності. Безперечно, що значно охочіше використовувалися б джерела фінансування на безповоротній основі (за прикладом країн ЄС). На жаль, у вітчизняній дійсності наразі така практика відсутня.

Європейський Союз відслідковує тенденції на селі, реагуючи відповідним чином, та пропонує допомогу у створенні агротуристичних садиб. Спільна аграрна політика передбачає субсидії для власників об'єктів агротуризму. З 2009 року до *SAR* включена Програма розвитку сільських територій, у якій пропонується до 75 тис. євро на створення і облаштування агротуристичного господарства.

Кошти перераховуються у вигляді відшкодування і можуть бути використані різними способами – як на модернізацію існуючого об'єкта, так і на придбання ділянки під будівництво нового туристичного об'єкта.

У Польщі, наприклад, Міністерство сільського господарства заохочує поляків проводити відпустку в сільській місцевості, де вони можуть насолоджуватися спокоєм, тишею та свіжим повітрям. У листопаді 2016

року Міністерство ініціювало проєкт «Відпочинок на селі», головною метою якого є популяризація польського села як привабливого туристичного напрямку.

Найпоширенішим джерелом фінансування інвестицій у селянських господарствах, які займаються як сільськогосподарською, так і несільськогосподарською діяльністю, є заощадження осіб, які залишаються у спільному домогосподарстві. У більшості випадків ці заощадження, швидше за все інвестуються в несільськогосподарську діяльність, ніж у сільськогосподарську. Саме тому ці кошти будуть інвестовані саме в розширення туристичної діяльності.

На ринку агротуристичних послуг складно оцінити, що є продуктом, а що інноваційним процесом. Інновації в сфері послуг, особливо туристичних є неоднорідною. Власники агротуристичних садиб схильні до інноваційних рішень, однак це не завжди саме так ними трактується, як щось нове або значно вдосконалене.

Інноваційність у туризмі як достатньо контроверсійний процес повинен враховувати специфіку агротуристичного продукту, особливості його формування у сфері сільського господарства й туризму та на сільських теренах, використовуючи їх традиції та нові (абсолютні та вдосконалені) рішення [44, с.144].

Насамперед варто звернути увагу на певні обмеження в можливостях застосування інновацій в агротуризмі, оскільки інновації – це не тільки впровадження змін, але й потреба утримувати господарство як об'єкт, який функціонує в малих масштабах та базується на місцевих засобах. Однак навіть у найкраще функціонуючих господарствах варто використовувати елементи, які використовуються у великих підприємствах.

Від власників агротуристичних садиб туристи очікують сільської традиції, сільського стилю життя. Зауважимо, що туристи тут очікують широкої туристичної пропозиції. Туристи хочуть емоційно відчувати своє перебування, а не просто пасивно проводити час у тому чи іншому закладі. Їм хочеться забезпечити активний відпочинок на лоні незвичайної природи, спокійного, інтелектуального перебування з однодумцями, пізнання цінностей культурної та духовної спадщини місцевості й регіону, щоразу пізнаючи щось нове. Ці фактори часто суперечать інноваціям. Можна сказати, що в традиційному господарстві сучасність небажана для агротуризму, але послуги агротуризму можуть бути інноваційним. Запроваджені інноваційні або процедурні продукти не повинні зменшувати ступінь «сільської» туристичної пропозиції (наприклад, археологічні майстерні, майстерні народних ремесел, поява тематичних сіл, освітніх або етнографічних чи екоагротуристичних садиб).

Проведене анкетне опитування 155 власників агросадиб Львівської області дає змогу відзначити популярність окремих видів інновацій. Найбільше застосування мають маркетингові (89%), соціальні (75%) та продуктові (72%) [14, с.141]. Проблема в дефіциті фінансів та бракові вмінь і компетенцій обслуговуючого персоналу. Проте, варто зауважити, що в даний час в агротуристичних садибах інноваційність має радше імітаційний характер.

Найважливішими напрямками інновацій у туристичних підприємствах є:

- ❖ туристичні продукти – інновації можуть стосуватися, наприклад, використання екологічних засобів транспорту, встановлення установок для використання нетрадиційних джерел енергії в готелях, виготовлення туристичних сувенірів з перероблених компонентів;
- ❖ менеджмент – впровадження інноваційних методів менеджменту, наприклад, управління знаннями, впровадження систем екологічного менеджменту у формі стандартів *ISO*;
- ❖ маркетинг – створення системи маркетингової інформації та аналізу, реалізація промоційної кампанії, спрямованої на формування бренду туристичного підприємства;
- ❖ ресурси – системи навчання керівників і співробітників з метою зменшення опору змінам і формування про інноваційних поглядів, створення систем стимулів до матеріальних та нематеріальних інноваційних дій;
- ❖ відносини з навколишнім середовищем – співпраця з іншими суб'єктами (підприємствами, органами місцевого самоврядування, галузевими організаціями та асоціаціями), побудова системи комунікації з навколишнім середовищем.

Достатньо популярними в країнах Європейського Союзу у сільському туризмі є наступні види інновацій:

- ❖ художні майстерні (кераміка, лозоплетіння, плетіння та інші);
- ❖ проведення тренінгів у сфері народних промислів;
- ❖ навчання виготовленню сільськогосподарських знарядь та знарядь для побуту;
- ❖ археологічні практикуми (практичні заняття з тем: кам'яний вік, бронзовий вік, залізний вік, шиття та ткацтво в давнину, історична кухня та інші);
- ❖ оздоровчі процедури (масажі, баня, фінська сауна, «заміське SPA»);
- ❖ знайомство з культурою та обрядами даного регіону (відвідування місцевості з екскурсоводом);
- ❖ стежки здоров'я (знайомство з травами, лікарськими рослинами за спеціально розміченими маршрутами, ведення власного гербарію);



- ❖ квест (відкриття спадщини місця – туризм із загадками, немаркованими стежками);
- ❖ пригоди виживання («сон на сіні», мистецтво розведення багаття, туристичні табори, «зелені школи»);
- ❖ «велосипеди на замовлення» (видача велосипедів туристам, які відвідують територію).

Таким чином, стає очевидним, що майбутнє агротуризму пов'язане з макроекономічною ситуацією в країні, зміною найближчого середовища та розвитком підприємливості серед селян.

На основі проведеного дослідження можна стверджувати, що український агротуризм може розвиватися з більшою динамікою, підтвердженням цьому є привабливість природного сільського середовища, туристична доступність як в економічному, так і фізичному сенсі, розширення асортименту й підвищення якості туристичних послуг, розширення форм сприяння, просування, що надаються органами місцевої адміністрації. Ключове, що існує попит на розвиток даної сфери діяльності як з боку надавачів, так і з боку отримувачів агротуристичних послуг. Тому варто активізувати як національні, так і місцеві системи підтримки, створювати сприятливе організаційно-правове середовище для розвитку цієї діяльності.

Відсутність поступальних рухів від самого бізнесу, пасивність у координації дій з боку державної влади призводить до стагнації агротуризму в масштабі всієї країни. Розвиток відбувається точково, на місцях і переважно лише завдяки діям ентузіастів серед місцевих жителів конкретних територій. Для повноцінного та комплексного становлення агротуризму в масштабах усієї країни необхідне вироблення концепції його розвитку з урахуванням територіальної, економічної специфіки, поточної ситуації та цілей розвитку країни.

Концепція повинна включати перелік кроків для розвитку промисловості: формування нормативно-правової бази, розробка законодавчої бази, що регламентує функціонування даного сектору туристичної індустрії, для ефективного регулювання ринку; забезпечення всебічної підтримки селянам та іншим особам, зацікавленим у розвитку сільського туризму, з боку органів влади всіх рівнів; розвиток туристичної інфраструктури у сільських поселеннях; реалізація заходів щодо формування привабливою образу України для туризму, а також щодо просування туристських продуктів на внутрішньому та міжнародному ринках.

Необхідно сформулювати законодавче визначення агротуризму як діяльності, що підлягає сільськогосподарському режиму, та систематизувати розрізнені положення в одному нормативно-правовому акті.

Агротуризм має бути чітко пов'язаний із сільськогосподарською діяльністю «за своєю природою» і лише для цієї форми туристичних послуг залишити назву «агротуризм».

Слід також більше асоціювати агротуризм з місцевими продуктами, особливо виробленими у власному господарстві та, за можливості, з традиційними продуктами для даного населеного пункту та регіону. Це збагатить пропозицію фермерських господарств і стане додатковою гарантією того, що дане господарство займається виробничою сільськогосподарською діяльністю.

Розвиток агротуризму не відбуватиметься швидко, адже село ще не стало привабливим для вкладення інвестицій, приватного капіталу, насамперед через недосконалу інфраструктуру та брак кваліфікованої робочої сили. Реалізація ж поставленої мети вимагає, перш за все, розробки відповідних державних та регіональних програм і значної допомоги з боку держави.

Виступаючи як один з підвидів екологічного туризму, агротуризм максимально відповідає концепції сталого туризму, що передбачає гармонізацію екологічних, економічних і соціально-культурних інтересів туристів і місцевого співтовариства за допомогою раціонального використання всіх ресурсів туристичної дестинації.

Подальший розвій агротуризму вимагає більш детального вивчення цієї проблеми, особливо виходячи з практичних потреб і розробки відповідного наукового інструменту аналізу й прогнозування. Це потребуватиме суттєвого обґрунтування: правового, економічного, споживчого, екологічного тощо.



### Література

1. Ucieczka na wieś: Rośnie popularność agroturystyki.. 28 lipca 2022. URL: <http://surl.li/kasuy> (дата звернення: 06.05.2023).
2. UNWTO. Всесвітня туристична організація: офіційний сайт. URL: <https://www.unwto.org> (дата звернення: 06.05.2023).
3. Klisiński J. Agroturystyka alternatywą pracy na terenach wiejskich.//Zarządzanie w agrobiznesie. Częstochowa. W-wo Politechniki Częstochowskiej, 1998. S.106-114.s s.111.
4. Barbieri C., M.P. Mshenga The Role of Firm and Owner Characteristics on the Performance of Agritourism Farms. Sociologia Ruralis 2008. 48(2). 166 – 183p.
5. Marques, H. 2006. Searching for complementarities between agriculture and tourism—the demarcated wine-producing regions of northern Portugal. Tourism Economics, 12(1). 147–155p.
6. Липчук В.В., Липчук Н.В. Л-88 Агротуризм: організаційно-економічні засади розвитку: Монографія. Львів. «Сполом». 176 с.
7. Рутинський М.Й., Зінько Ю.В. Сільський туризм: Навч. посіб. Київ. Знання, 2006. 271 с.
8. Gaworecki W.W. Turystyka. Warszawa, PWN.1994. 248 s.
9. Gilewicz M. Agroturystyka. Najwazniejsze przepisy. Bydgoszcz: APRA 2000. 80 s.

10. Drzewiecki M. Podstawy agroturystyki. Bydgoszcz; Instytut Wydawniczy” Swiadectwo”, 2001. 242 s.
11. Gannon A. Agroturyzm a rozwój wsi. Wprowadzenie do rozwijania przedsięwzięć agroturystycznych Kraków./ Wyd. Centrum Doradztwa i Edukacji w Rolnictwie. 1993. 328 s.
12. Липчук В.В., Липчук Н.В., Тренди в туризмі: корекція пандемії Науковий погляд: економіка та управління. 2020. №2 (68). С.33-371.
13. Andrés J. P., A., Ladeiras L.A., Massimiliano D. C. GiniFor a New EU Integrated Tourism Policy: Europe – 27 Countries, One Destination, 2019 78 p..
14. Липчук В.В., Липчук Н.В. Купівельна поведінка споживачів на ринку продовольства в кризовий період. Агросвіт. № 9-10, 2023. С.33-39.
15. Global forecasting reports from EIU. URL: <http://surl.li/kasvu> (дата звернення: 06.05.2023).
16. Економічна енциклопедія: У 3-х т. - Т.2 / Відп. ред. С.В.Мочерний. Київ.: ВЦ “Академія”, 2003. 848 с
17. Krzymowska-Kostrowicka A. Zarys geografii rekreacji. Т.ІІ.- Warszawa: Uniwersytet Warszawski, Wydział Geografii i Studiów Regionalnych, 1995. 346s.
18. Про особисте селянське господарство: Закон України // Відомості Верховної Ради України. - 2003. - №29. - С.3-48
19. Wiatrak A.P. Wpływ agroturystyki na zagospodarowanie obszarów wiejskich, [w:] Zagadnienia Ekonomiki Rolnej 1996, nr 1.S.34-46.
20. Маєвський Я. Агротуризм: Порадник для сільського господаря. Львів, 2005, 80 с.
21. Мунін Г., Зінов'єв Г. Сільський туризм - альтернативний вид туризму // Сільський туризм зелений, 111. 2003. С.44-45.
22. Karała A. Prawne pojęcie agroturystyki. Przegląd prawa rolnego. Nr 1 (3).2008, S. 99-115.
23. Проекті Закону України «Про сільський зелений туризм». URL: <http://surl.li/kaswk>
24. Opracowanie Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi,. Warszawa, Departament Rozwoju Wsi 2001. 48 s.
25. European Centre for Ecological and Agricultural Tourism (ECEAT International URL:<https://uia.org/s/or/en/1122275369> (дата звернення 17.05.2023)
26. European Centre for Ecological and Agricultural Tourism. URL: <http://www.eceat.org/> (дата звернення 17.05.2023)
27. Бабікова К.О. Сталий розвиток аграрного туризму в Україні: монографія. К.: Видавництво НПУ імені М.П. Драгоманова, 2016. 170 с.
28. Przechbórska-Skobiej L. Polityka rozwoju obszarów wiejskich Unii Europejskiej a rozwój turystyki wiejskiej/European Union Rural Development Policy vs. Rural Tourism Development. Studia KPZK, 2015. S. 9-25.
29. Липчук В. В., Липчук Н. В. Спільна аграрна політика єс на 2013-2020 роки: орієнтири для України. Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій ім. Ґжицького. Т. 14, № 1(1). 2012. С. 413-419
30. European Parliament .THE SECOND PILLAR OF THE CAP: POLITICS DEVELOPMENT OF RURAL AREAS. URL: <http://surl.li/kaswp> (дата звернення 17.05.2023)
31. Key policy objectives of the CAP 2023-27. URL: <http://surl.li/kasww> (дата звернення 17.05.2023)
32. Eurostat 2014. URL: <http://surl.li/iwviv> (дата звернення 15.02.2017)
33. Безугла Л.С. Закордонний досвід становлення та розвитку екологічного туризму та можливості його використання в Україні. Науковий вісник Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу. Серія: Економіка та управління в нафтовій і газовій промисловості. 2020, №2 (22). С.118-127
34. Mazurkiewicz Ludwik. Planowanie marketingowe w przedsiębiorstwie turystycznym. PWE. Warszawa. 2002. 368s.
35. Agroturystyka Pod red. nauk. Urszuli Swietlikowskiej. - Warszawa: FAPA, 2000. 525s/

36. Rodriguez C., Masciovecchio R.. Proseminararbeit AGROTOURISMUS Beispiel eines Betriebes in den Abruzzen. URL: <http://surl.li/kasxm> (дата звернення 15.05.2023)
37. Васильєв В. Горішевський П., Зінько Ю. Світовий досвід організації сільського туризму: метод. посіб. Вип. 1. 2009.54 с.
38. Jazwińska A. Wyczowanie przez agroturystykę. Zagadnienia doradztwa rolniczego. N 2. 1999. S. 112–118.
39. GUS. URL: [stat.gov.pl](http://stat.gov.pl) (дата звернення 15.05.2023)
40. Zawadka J. Ewolucja działalności agroturystycznej w Polsce i typologia wiejskich gospodarstw turystycznych. Acta Scientiarum Polonorum. Oeconomia. T 9. W 4.2010. S.627-638.
41. Gralak K., Kasprzak M. Trendy i kierunki rozwoju agroturystyki w kontekście ekonomii doświadczeń. Wydawnictwo SGGW Warszawa 2021. 134 с, С.59
42. Ohe Y., Ciani A. (. Accessing demand characteristics of agritourism in Italy. Tourism and Hospitality Management,, 2(18). 2012. S 281-296. s. 283.
43. Bogusz M., Wojewodziec T.. Agroturystyka - od dywersyfikacji do repozycjonowania. Zeszyty naukowe. Ekonomiczne problemy usług. N 86/ 2012 S.211-221.
44. Липчук В.В., Дидів І.Б., Крупа О.М. Інноваційні напрями в агротуристичній діяльності/ ЕКОНОМІЧНІ СТУДІЇ, с. Випуск 71. 2021, с.139-144.

