

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра психології і туризму

Кваліфікаційна робота
на тему: «Агротуризм в світі та в Україні»

Допущено до захисту

«___» _____ 2023 року

здобувача вищої освіти групи Т 01-19
факультету туризму, бізнесу і психології
освітньої програми
Туристичне обслуговування
за спеціальністю 242 Туризм
Куценка Р.О.

Завідувач кафедри психології і
туризму
доктор психологічних наук,
професор
Бондаренко О.Ф.

Науковий керівник:
кандидат історичних наук, доцент
Гедін М.С.

Національна шкала _____
Кількість балів _____
Оцінка ЄКТС _____

КИЇВ – 2023

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО – МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ.....	6
1.1. Понятійно – термінологічний апарат дослідження.....	6
1.2. Методи та історіографія дослідження.....	13
1.3. Фактори впливу на стратегічний розвиток агротуризму.....	15
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ОСНОВНИХ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ АГРОТУРИЗМУ В СВІТІ ТА УКРАЇНІ.....	19
2.1. Соціально – економічні передумови популяризації агротуризму в світі та Україні.....	19
2.2. Принципи організації та вимоги до агротуризму в світі та Україні.....	22
2.3. Ресурсний потенціал агротуризму в світі та Україні.....	29
РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ АГРОТУРИЗМУ В СВІТІ ТА УКРАЇНІ.....	33
3.1. Просування послуг агротуризму за допомогою сучасних інформаційних технологій.....	33
3.2. Рекомендації щодо підвищення ефективності маркетингової діяльності в сфері туризму.....	40
ВИСНОВКИ.....	44
РЕЗЮМЕ / RESUME.....	47
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	49
ДОДАТОК.....	53

ВСТУП

Актуальність теми. На сьогоднішній день актуальними є питання значення агротуризму в аграрному та туристичному секторах економіки, використання туристично-рекреаційних ресурсів сільської місцевості, виявлення чинників розвитку агротуризму, впливу агротуризму на ефективність сільськогосподарського виробництва, визначення та класифікація його напрямів, функціонування агротуристичних кластерів, а також розробка підходів до створення підприємницького середовища та ефективних організаційно-економічних механізмів агротуризму в Україні.

Дійсно, агротуризм є одним із пріоритетних видів несільськогосподарської діяльності, який може задовольнити потреби туристів у відпочинку та оздоровленні, а також розширити спектр діяльності сільського населення. В європейських країнах агротуризм вважається одним з основних важелів економічного зростання сільських територій і тому заохочується на національному рівні та розглядається як частина Спільної аграрної політики сільського розвитку в Європі (CARPE), "Програми інтегрованого соціального та економічного розвитку сільських територій". В Україні концепція "фермерського туризму" (агротуризму) ще не отримала законодавчого закріплення, але перспективи та важливість цього сектору частково розглядаються в Законі України "Про туризм" та в Державній цільовій програмі розвитку сільського господарства України на період до 2015 року, "Україна до 2025 року Концепції збалансованого розвитку агроєкосистем в Україні, Концепції Загальнодержавної цільової програми сталого розвитку сільських територій на період до 2020 року, Рамковій конвенції про охорону та сталий розвиток Карпат, проекті закону "Про сільське господарство та агротуризм" та ін. Деякі вітчизняні науковці розглядають агротуризм як напрям розвитку сільської економіки та підприємництва.

Сьогодні українське село перебуває у глибокій економічній та соціальній кризі. Для вирішення проблем економічного добробуту селян та

розвитку сільських територій недостатньо лише сільськогосподарського виробництва. У цьому контексті важливого значення набуває новий вид підприємництва, спрямований на забезпечення економічного розвитку сільських територій - агротуризм, який може відіграти каталітичну роль у реструктуризації економіки та сприяти системному вирішенню організаційних, економічних та нагальних соціальних проблем. Агротуристична діяльність заохочує молодь до роботи на рідній землі та сприяє вирішенню демографічних проблем. Він забезпечує диверсифікацію сільськогосподарського виробництва, розвиток сільської інфраструктури, підвищення зайнятості та доходів сільського населення, а також реалізацію багатого туристичного потенціалу країни. Пропозиція агротуристичних послуг є більш привабливою, особливо з огляду на нижчі ціни, і краще відповідає потребам відпочиваючих, що робить агротуризм більш конкурентоспроможним порівняно з іншими видами туризму значення агротуризму в аграрному та туристичному секторах економіки, використання туристично-рекреаційних ресурсів у сільській місцевості, виявлення чинників розвитку агротуризму, вплив агротуризму на ефективність сільськогосподарського виробництва, визначення та класифікація його видів і напрямів, функціонування агротуристичних кластерів.

Метою дослідження є аналіз світового та українського досвіду організації і розвитку агротуризму.

Для досягнення поставленої мети сформульовані наступні **завдання**:

- розкрити теоретико-методичні основи дослідження;
- проаналізувати фактори впливу та стратегічний розвиток агротуризму;
- охарактеризувати соціально-економічні передумови популяризації агротуризму в світі та Україні;
- проаналізувати ресурсний потенціал агротуризму в світі та в Україні;
- визначити проблеми та перспективи розвитку агротуризму в світі та в Україні.

Об'єктом дослідження є агротуризм в світі та Україні.

Предметом дослідження є передумови, особливості, проблеми та перспективи розвитку агротуризму в світі та Україні.

Під час написання кваліфікаційної роботи було використано такі **методи дослідження**: метод діалектичної логіки: використаний для формулювання загальної ідеї дослідження та визначення послідовності етапів його виконання; метод аналізу та синтезу: застосований для виявлення тенденцій розвитку агротуризму; метод обробки статистичних даних: застосований для аналізу основних показників розвитку агротуризму в світі та Україні; порівняльний метод: застосований для аналізу розвитку агротуризму в світі та в Україні.

Кваліфікаційна робота написана на основі аналізу наукових джерел з туристичної проблематики. У якості **інформаційної бази** дослідження використовувалися наукові праці українських та зарубіжних учених з питань формування, розвитку та регулювання ринку туристичних послуг, а також статистичні дані іноземних збірників з питань агротуризму.

Наукова новизна кваліфікаційної роботи полягає у комплексному дослідженні тенденцій розвитку агротуризму в світі та в Україні.

Практичне значення полягає в тому, що результати кваліфікаційної роботи можуть бути використані для подальшого аналізу та дослідження агротуризму.

Апробація результатів роботи та публікації: основні положення та результати кваліфікаційної роботи обговорювалися на Міжнародній науково-практичній відеоконференції «AD ORBEM PER LINGUAS. ДО СВІТУ ЧЕРЕЗ МОВИ» (доповідь на тему: *Ресурсний потенціал агротуризму в світі та в Україні*) та опубліковані у Збірнику матеріалів вказаної конференції.

Структура кваліфікаційної роботи. Робота складається зі вступу, 3-х розділів, висновків, списку використаних джерел, резюме та додатків. Обсяг роботи становить 49 сторінок друкованого тексту.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО – МЕТОДОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ АГРОТУРИЗМУ

1.1. Понятійно-термінологічний апарат дослідження

Тема розвитку агротуризму як додаткового виду діяльності для селянських господарств останнім часом стала дуже популярною. Відомі роботи Ю. Зінько, Ю. Губені, Н. Кудла, В. Липчука, І. Прокопи, Г. Черевка, присвячені цьому питанню. Однак чіткого визначення агротуризму не сформовано, як і обґрунтування його важливості для економіки, особливо для регіону. [1, с. 111]. Потреба у відпочинку в екологічно чистому середовищі, наближеному до природи, та споживанні здорових і безпечних продуктів харчування збільшили попит на відпочинок у сільській місцевості, тим самим стимулюючи розвиток сільського туризму, в тому числі агротуризму. Агротуризм - це вид альтернативної туристичної діяльності, що відбувається на фермах і раціонально використовує природні умови місцевості.

Агротуризм визначається як надання туристичних послуг фермерами у себе вдома. Ці послуги включають, в першу чергу, проживання та харчування, але можуть включати й інші послуги, такі як організація дозвілля для туристів. Суть агротуристичної діяльності полягає у використанні фермерського господарства, яке слугує джерелом етнографічної атракції, реальним рекреаційним потенціалом у гармонії з природою [6, с. 5]. Загалом агротуризм можна трактувати як форму сільського туризму, безпосередньо пов'язану з сільським господарством. Іншими словами, до нього можна віднести лише той вид туризму, який відбувається в сільській місцевості і використовує порожні будинки чи квартири селян, а також продукти та послуги їхніх власників. Таким чином, основними критеріями для віднесення закладів сільського туризму до агротуристичних садиб є:

- ведення господарства організацією, що надає агротуристичні послуги; -
- індивідуальні фермери або фермерські господарства;

- розміщення - власний будинок або орендоване житло;
- частка доходу господарства від туризму (до 50%).

Посилення розвитку агротуризму слід розглядати як важливий важіль для забезпечення функціонування місцевої інфраструктури. Зокрема, слід звернути увагу на наступні аспекти:

- економічні аспекти (джерела доходів для сільських жителів, використання відновлюваних ресурсів, зокрема природної, соціокультурної та історичної спадщини, підвищення ринкової вартості житлового фонду);
- соціокультурні аспекти (культурне та психологічне збагачення, вплив на комунікацію);
- етнокультурні аспекти (відродження відповідних ресурсів, популяризація національних культурних традицій);
- особистісні аспекти (особистий розвиток, особливо тих, хто займається обслуговуванням клієнтів).

Розвиток агротуризму є особливо важливим у регіонах та сільській місцевості, де розвиток виробництва обмежений через географічне розташування та низьку родючість землі, тобто там, де економічні умови є слабкими, а відсутність фундаменту для промислового розвитку призвела до рецесії. Розвиток таких сільських поселень можливий лише на основі розвитку вмілого господарювання з використанням природних і людських ресурсів, яке виконує сільський туризм. Вплив агротуризму на розвиток сільських територій потребує особливої оцінки та підходу. Зокрема, необхідно уникати розвитку масового туризму і не допускати надмірної експлуатації особливо привабливих туристичних дестинацій. Тому заслуговує на підтримку так званий "щадний" туризм, який гармонійно поєднується з екорозвитком. Бажано дотримуватися балансу між власними інтересами та інтересами регіону і суспільства, наскільки це можливо, тому

природно надавати пріоритет власним інвесторам. Дивлячись у майбутнє, необхідно досягти порозуміння з місцевими партнерами, які будуть гармонійно підтримувати розвиток регіону. Розвиток агротуризму може стати важливим фактором посилення співпраці між різними службами та організаціями, особливо на місцевому рівні - села, району чи області. Передумовою для цього є велика кількість послуг, які можна запропонувати гостям. Агротуризм особливо важливий для розвитку особистості господарів та їхніх родин. Це пов'язано з тим, що вони можуть передати гостям свої знання про землеробство і тваринництво, формування сільського ландшафту, культуру, фольклор, традиції, охорону природи та історико-культурну спадщину. Це є доброю передумовою для підвищення рівня знань самих мешканців села. [3, с. 23 - 24]. Однак агротуризм не можна розглядати виключно як джерело доходу для фермерів. Цей вид діяльності може приносити інтелектуальне і моральне задоволення як відпочиваючим, так і господарям.

Іншими словами, агротуризм інтегрує інтереси трьох груп: міських жителів, які прагнуть здорового, спокійного та недорогого відпочинку; сільських жителів, які шукають додаткові джерела доходу, підтримки свого господарства та додаткового заробітку в домогосподарстві; сільських громад, які прагнуть покращити добробут людей, створити нові робочі місця та поповнити місцеві бюджети (Таблиця 1). Характеристики та значення агротуризму, зазначені в тексті, можна узагальнити в наступній таблиці.

Таблиця 1. Значення агротуризму для господарства, села і туристів

Для господарства	Для села	Для туристів
- Вільні та недовикористані місцеві ресурси	- Використання безкоштовних ресурсів - Додатковий дохід	- Активний відпочинок на природі - Дізнайтеся про цикл сільськогосподарського

- Додатковий дохід	- Нові робочі місця	виробництва
- Нові робочі місця	- Розвиток сільської інфраструктури	- Харчування свіжими продуктами
- Підвищення активності фермерських родин	- Відродження сільських громад	- Доглядати за тваринами
- Естетичний, культурний та освітній розвиток сімей	- Збереження культурної та історичної спадщини села	- Участь у житті села
- Пізнання інших культур, звичаїв та традицій інших країн	- Благоустрій села	- Безпосереднє спілкування з місцевими жителями
- Людський розвиток сім'ї	- Контакт з різними культурами	- Знайомство з місцевою культурою
	- Саморозвиток мешканців села	- Оволодіння новими навичками
		- Розвиток інтересів
		- Безпосередній контакт з природою

- розвиваються нові навички обслуговування гостей, у тому числі туристів, що призводить до появи нових робочих місць і професій у сільській місцевості

- розширюються знання про історію, культуру, традиції та природу сільської місцевості та її околиць, що сприяє саморозвитку сільських жителів

- формують свою поведінку та ставлення до інших;

- формують поведінку та ставлення мешканців села до інших;

- виховувати молодь у дусі збереження традицій та гордості за свою місцевість.

Таким чином, агротуризм - це форма допоміжної діяльності фермерів, відпочинок, безпосередньо пов'язаний з перебуванням на фермі та використанням її потенціалу і навколишніх визначних пам'яток. Важливість

агротуризму вказує на необхідність ідентифікації цього виду діяльності та розробки відповідних механізмів його впровадження і підтримки на державному та регіональному рівнях.

Поняття агротуризм являють собою буквальний переклад англійських «ecological tourism» і «ecotourism». Епітет екологічний - не єдиний, застосований в англійській мові і відповідно в американській, канадській, англійській, австралійській літературі і в літературі багатьох інших країн для позначення нових напрямків в туризмі, що сформувалися в останнє десятиліття в результаті впливу ідей «зеленого руху» і розвитку екологічного світогляду. Зустрічається, наприклад, термін "зелений туризм". Звичайний також термін "природний туризм". Останній поряд з великим спектром інших поширений і в німецькомовних країнах, де прикметник «екологічний» вживається взагалі досить рідко, а практично не використовується у визначенні "зеленого" туризму. Там найбільш розгалуженою є термін "Sanfter Tourismus«, який можна перевести як «м'який туризм». У науковій і популярній літературі під агротуризмом часто розуміють синонімічні види туризму, такі як: сільський, сільський, Фермерський, природний, екологічний, зелений, м'який, пригодницький, спортивний, гірський, Екстремальний, етнічний, кулінарний та інші. Для всіх цих видів пріоритетними є не тільки розвиток успішного туристичного бізнесу, а й турбота про навколишнє середовище, щадному використанні і відтворенні ресурсів сільських територій, соціальному, культурному та економічному благополуччі туристичних регіонів. На сьогоднішній день існує безліч визначень поняття «агротуризм». Підібрати найбільш підходяще визначення агротуризму досить складно в силу його широкого багатофункціонального і розвивається напрямки в туріндустрії.

У науковій літературі можна зустріти різні визначення поняття агротуризм. А.В. Колос трактує агротуризм як будь-який вид туризму, який демонструє сільське життя, мистецтво, культуру і спадщину в сільській місцевості, тим самим приносить економічну і соціальну користь місцевій

громаді, а також забезпечує взаємодію між туристами і місцевими жителями [1, с. 61 - 63]. П.О. Свиридов – як максимально можливе використання ресурсів аграрного сектору для задоволення всіх потреб туриста. Цей сегмент включає ряд різних видів діяльності: від наукового туризму, спостереження за дикою природою та фотографування до споживчої діяльності (риболовля та полювання), а також спорт та пригодницький туризм.

Агротуризм - це екологічно сталий вид туризму, який спрямований на дослідження та використання природних, культурних та історичних ресурсів сільської місцевості для створення туристичних продуктів [16, с. 24-27]. Агротуризм - це форма підприємницької діяльності, безпосередньо пов'язана з сільськогосподарським виробництвом і туризмом, спрямована на організацію відпочинку на фермах, ранчо та в особистих селянських господарствах з рекреаційною та пізнавальною метою, а також отримання прибутку за надані послуги Турковський М. Визначається як можливість відпочити і здійснюється з використанням наявних природних ресурсів та вільних приміщень.

Агротуризм існує не одне десятиліття. Родоначальником агротуризму в Європі можна вважати Австрію завдяки розвиненому сільському господарству та мальовничим альпійським пейзажам з маленькими селами. Вважають, що агротуризм розпочав свій розвиток у Європі у першій половині 19 століття, майже 200 років тому. Це було відзначено відкриттям у Франції першої асоціації агротуристів *Agriculture et tourisme*. [4, с. 13-14] Агротуризм останніми роками – досить популярний вид відпочинку. Цей тренд підхопили багато туристичних агенцій і розпочали організацію турів на ферми. Тривалі агротури трапляються рідко. В основному, туристи віддають перевагу часу відпустки або туру вихідного дня. Фірми надають візову підтримку, організують дозвілля і розміщення в умовах, від приватної вілли до сільського будиночка. Агротуризм або сільський туризм спочатку виник через спад економіки, безробіття в сільській місцевості і зниження доходів фермерів. Але розвиток агротуризму є своєрідною потребою. Воно

сприяє збереженню культурних традицій, відродженню забутих ремесел, звичаїв та обрядів. Агротуризм сприяє економічному розвитку сільської місцевості, забезпечує зайнятість місцевого населення та стимулює виробництво здорових чистих продуктів харчування.

Отже, новим напрямом у туріндустрії є агротуризм. Ця галузь спрямовано використання культурно-історичних, природних та інших ресурсів сільської місцевості. Туристам пропонується поринути у сільське життя, ознайомитися з місцевою культурою, традиціями та звичаями. Іноді агротуризм використовують як синонім екотуризму. Але відмінності між ними все ж таки є. Агротуризм або сільський туризм має на увазі відпочинок на фермах або в сільських готелях, а екотуризм може включати відпочинок у заповідниках або парках. Агротуризм найбільш розвинений у європейських країнах, наприклад Франції, Іспанії та Італії. Там він з'явився аж на початку XIX століття, і з того часу активно розвивався. Сьогодні агротуризм є добре розвинутою туристичною галуззю практично у всіх європейських країнах. World Wide Opportunities on Organic Farms (WWOOF) – найпопулярніша організація у сфері добровільного агротуризму. Турист заповнює на сайті організації анкету, сплачує внесок у розмірі 40-55\$, як правило, додаткової плати не потрібно. Після цього туриста заносять у базу даних і надають на вибір кілька ферм, які готові його прийняти. WWOOF працює у 53 країнах.

Діяльність всесвітньої організації Help Exchange схожа на WWOOF, основна відмінність у тому, що вона пропонує для працевлаштування та відпочинку не лише фермерські господарства, а й школи, дитячі притулки, церкви та інші організації, які потребують допомоги та додаткових робочих рук. [6, с. 22-23].

1.2. Методи та історіографія дослідження.

Порівняно новим напрямком в туридустрії є агротуризм. Ця галузь орієнтована на використання культурно-історичних, природних та інших ресурсів сільської місцевості. Туристам пропонується зануритися в сільське життя, ознайомитися з місцевою культурою, традиціями і звичаями. Іноді агротуризм використовують як синонім екотуризму. Але відмінності між ними все ж є. Агротуризм або сільський туризм передбачає відпочинок на фермах або в сільських готелях, а екотуризм може включати відпочинок у заповідниках або парках. Агротуризм найбільш розвинений в європейських країнах, наприклад, Франції, Іспанії та Італії. Там він з'явився аж на початку ХІХ століття, і з тих пір активно розвивався. Сьогодні агротуризм є добре розвинутою туристичною галуззю практично у всіх європейських країнах. Користується популярністю агротуризм і в Америці. Багато людей, втомившись від міської суєти, прагнуть відпочити на природі, спробувати сільську домашню їжу, ознайомитися з традиціями тієї чи іншої місцевості, долучити дітей до природи і охорони навколишнього середовища. Агротуризм або сільський туризм спочатку виник через спад економіки, безробіття в сільській місцевості, та зниження доходів фермерів. Але розвиток агротуризму є свого роду необхідністю. Воно сприяє збереженню культурних традицій, відродженню забутих ремесел, звичаїв і обрядів. Агротуризм сприяє економічному розвитку сільської місцевості, забезпечує зайнятість місцевого населення і стимулює виробництво здорових чистих продуктів харчування.

У 70-х роках минулого століття в Європі сталася криза існуючої форми сільського господарства. Це було пов'язано з тим, що продукти праці сільського жителя стали менш затребуваними і жителі сіл масово кинулися в міста. Таким чином, з'явилася необхідність запропонувати сільським жителям інші джерела доходу. Одним із заходів, що підтримують сільську економіку, став розвиток агротуризму. І результат прийняття такого заходу був дуже успішним. Сільський туризм виявився затребуваним,

інфраструктура села стала успішно розвиватися, безробіття скоротилася, доходи сільських жителів зросли. У різних країнах свої соціальні та економічні особливості, які накладають відбиток на агротуризм. [1, с. 224 - 227]. У Західній Європі туристична сфера в селі отримала поштовх до розвитку через те, що сталося перевиробництво сільськогосподарської продукції. Сільське господарство було економічною опорою країн протягом всієї історії. Останнім часом його важливість і суттєва роль у місцевому та регіональному зростанні та розвитку так ож отримали належне визнання.

Однак підприємцям агротуризму часто не вистачає необхідних коштів, коли вони покладаються лише на власні кошти. З цих причин на регіональному , національному та європейськ ому рівнях надаються цільові заходи допомоги за умови, що вони відповідають визна ченим суб'єктивним та об'єктивним критеріям прийнятності. Це дослідження має на меті зрозуміти обґрунтування, якщо такі існують, згідно з якими органи державного управління розподіляють такі внески. З цією метою було проведено дворівневий аналіз даних, зібраних шляхом комплексного пошуку . Зокрема, перший з двох рівнів стосується суто описового аналізу, за допомогою якого було виявлено низку основних фактів і даних.

Згодом, використовуючи мову програмування R та статистичне середовище, було проведено другий рівень, тобто статистичний аналіз, для обґрунтування отриманих результатів. Цей останній аналіз послужив основою для розробки статистичної моделі, метою якої було з'ясувати зв'язок між наданим фінансуванням та іншими пов'язаними з ним змінними.

Питання функцій агротуризму різною мірою досліджували такі вчені, як В. Гетьман, П. Горішевський, М. Пітюлич та М. Рутинський, а Я. Маєвський розуміє агротуризм як різні форми туризму, пов'язані з функціями сільського господарства. Сільськогосподарське виробництво та тваринництво є одними з головних атракцій. На думку цього вченого, агротуризм - це будь-який вид туризму, який відбувається в сільському

середовищі та використовує його цінності. Основними атракціями є сільський спосіб життя, природа, ландшафт, культура та архітектура.

Дослідженням організаційно-економічних проблем розвитку агротуризму в Україні займалися О. Амоші, М. Бойко, Л. Дядечко, В. Данильчук, В. Гловацька, Ю. Зінько, В. Липчук, Н. Липчук [2], Л. Мармуль, М. Рутинський, М. Сальська та В. Снітинський зосереджують увагу на наукових дослідженнях. Проблеми імплементації європейського досвіду агротуризму були предметом наукових досліджень В. Ткачука [7] та інших.

Проте, на нашу думку, проблема оцінки соціально-економічної ефективності розвитку агротуризму в регіоні з позицій держави, підприємств, сільського населення та туристів є недостатньо вивченою і потребує подальшого дослідження

1.3. Фактори впливу на стратегічний розвиток агротуризму

В останні десятиліття концепція багатофункціональності сільських територій та диверсифікації виробничої діяльності і послуг в агробізнесі набуває все більшого глобального визнання і підтримки. Її суть полягає в необхідності забезпечення належних умов для розвитку сільських територій та сільського способу життя в різних напрямках. При цьому особлива увага приділяється невиробничій діяльності, оскільки лише сільськогосподарське виробництво не може забезпечити гармонійне середовище та матеріальні блага для сільського населення. Важливим напрямком реалізації цієї стратегії є розвиток сільського та аграрного туризму. Крім того, це гарантує підвищення рівня зайнятості сільського населення, зростання сільського трудового потенціалу та розвиток сільських поселень. Провідним фактором розвитку агротуризму на всіх ієрархічних рівнях, на наш погляд, є соціально-економічний. Саме ця група факторів обумовлює формування попиту. Регіони, розташовані або що володіють зоною впливу з істотним обсягом платоспроможного попиту, мають великі перспективи для розвитку агротуризму. Найбільш складна для аналізу і

важко диференційована група суб'єктивно-психологічних факторів, оцінюється із застосуванням соціологічних методів. Можливість розвивати агротуризм, працювати в сфері гостинності, готовність до прийому рекреантів, структура і розмір особистого підсобного господарства-фактори, що мають значення з боку приймаючої сторони суспільства. Бажання потенційних туристів брати участь у сільських турах, з іншого боку, також можливо оцінити при допомозі моніторингу соціальних мереж.

Природно-рекреаційні фактори враховують особливості ландшафту, клімату, рівня екологічної забрудненості території і складають основний фон відпочинку в сільській місцевості. Важливим видається наявність унікальних природних об'єктів в кожному муніципальному районі. Цей фактор з успіхом може впливати на розвиток інших видів рекреаційної діяльності, наприклад-пізнавальних та екологічних турів для розмаїття відпочинку сільських туристів.

Культурно-історичні фактори включають розміщення об'єктів культурної спадщини території та етнографічні особливості місцевості. Ці фактори значимі на рівні населених пунктів і муніципальних освіта. Культурно-історичні фактори відповідають за створення спільного іміджу території на регіональному рівні, народжують стереотипи і асоціації, що зв'язують територію в звичній свідомості населення з певними історичними особистостями або подіями. У групі інфраструктурних факторів важливу роль відіграють туристскорекреаційна інфраструктура, стан засобів розміщення та їх транспортна доступність. Успішному розвитку підприємництва в сільському туризмі сприяє поєднання помірного рівня щільності міжрайонних доріг з твердим покриттям і близькість до основних транспортним магістралям.

Сучасні міські туристи надають перевагу активному відпочинку в екологічно чистих місцях, а також шукають можливості для культурного збагачення та самоосвіти. Для задоволення цих потреб Україна має дуже

великі туристичні та рекреаційні можливості. Майже 15% території країни займають курортні та рекреаційні зони, гірські та приморські ландшафти, придніпровські зелені зони, де збереглися цілюще повітря, чисті річки, гори, національні традиції та фольклор, музеї, церкви та інші красиві архітектурні споруди. Історично склалося так, що тут налічується понад 500 населених пунктів з власною історико-культурною спадщиною. Близько 30 національних і регіональних парків, а також резиденції відомих українських діячів культури охороняються державою. Медичні ресурси також чудові: понад 400 джерел мінеральних вод та понад 100 родовищ лікувальних грязей, багато з яких є рідкісними не тільки в Україні, але й в Європі [9, с.32 - 33]. В Україні сільський зелений туризм, екотуризм та аграрний туризм є одними з пріоритетних напрямів забезпечення комплексного розвитку сільських територій та диверсифікації сільськогосподарського виробництва. У своєму функціонуванні він здебільшого орієнтується на регіони України, де є відповідні рекреаційні ресурси та соціально-економічні потреби для цього виду економічної діяльності. Однак, на жаль, сьогодні цей сектор в економіці сільськогосподарських підприємств, аграрного сектору та сільських територій є недостатньо розвинутим. [14, с. 302 - 304]. Бажаним є уточнення наведених вище понять. Агротуризм є частиною більш загального поняття сільського туризму, в якому сільські будинки (агрооселі) слугують базою для туристів. Агротуризм має спільні риси з екотуризмом, тобто відповідає критеріям екологічності. Однак агротуризм має на меті познайомитися з сільським способом життя, перебуваючи на сільськогосподарському підприємстві (фермі) чи в агрооселі або просто відпочити в мальовничій місцевості, тоді як екотуризм зосереджується на активному пізнанні природи, часто через активні подорожі тощо, Цілі у них різні. Слід також підкреслити, що основними ризиками, які стримують розвиток послуг приватного домашнього туризму, є відсутність іміджу України як цікавої для агротуризму землі в Європі та світі, висока залежність туристичного сектору від погодних умов [2, с. 122], більшість агроосель працюють без реєстрації,

нерозуміння місцевою владою та мешканцями важливості історико-культурної спадщини як туристичного ресурсу недооцінка, недостатня кількість розроблених туристичних маршрутів з презентабельними об'єктами культурної спадщини та туристичними атракціями, неорганізованість. Відсутність початкового капіталу та пільгових схем кредитування для потенційних агротуристичних підприємців, високі податки та податкові пільги.

Таким чином, агротуризм стимулює розвиток місцевої інфраструктури, сприяє реалізації надлишків сільськогосподарської продукції, збільшує додатковий дохід фермерів та внесок до місцевого бюджету, стимулює місцевий ринок праці, підвищує зайнятість, утримує молодь у сільській місцевості, зменшує потребу у працевлаштуванні за кордоном, сприяє збереженню туристичних ресурсів, допомагає захистити переважно українську етнічну та культурну самобутність усіх меншин нашої країни, а також створює значущі можливості для відпочинку та розваг. етнічної та культурної ідентичності всіх меншин нашої країни, а також створює можливості для повноцінного відпочинку для малозабезпечених верств населення;

РОЗДІЛ 2 . АНАЛІЗ ОСНОВНИХ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ АГРОТУРИЗМУ В СВІТІ ТА УКРАЇНІ.

2.1. Соціально-економічні передумови популяризації агротуризму в світі та Україні

У європейській практиці агротуризм став компонентом великої соціально-економічної програми з переведення частини аграрного населення зі сфери виробництва в сферу послуг. Її завдання-дати імпульс розвитку аграрних регіонів та їх населення шляхом організації нового сектора місцевої економіки. Ставилася мета запобігти безробіттю, міграцію, падіння життєвого рівня населення та інші негативні явища, що ведуть до деградації села. Стимулювання агротуризму згори мало сприяти переведенню надлишку трудових ресурсів в аграрних регіонах в альтернативний сектор виробництва послуг, розвитку малого та середнього бізнесу та створенню нових робочих місць у сільській місцевості. Така політика давала великий соціально-економічний ефект в стратегічному плані: держава своєю програмою підтримки агротуризму допомагало сільським жителям зберегти і надалі примножити капітал, вкладений в житло, зберегти місце проживання і звичний спосіб життя, не втрачаючи при цьому навичок агровиробництва, в кінцевому рахунку, набути впевненості в завтрашньому дні. В даному випадку агротуризм розглядався в цілому як дохідна діяльність у сфері послуг, сектор туріндустрії. Однак, в рамках агротуризму, звичайно, продовжувала практикуватися і пряма виробнича діяльність: Відродження і розвиток різних народних і художніх промислів, традиційного ремісничого виробництва, виробництво екологічно чистих харчових продуктів в підсобних господарствах.

Виникша в другій половині ХХ століття, на початку ХХІ століття індустрія агротуризму визнається як істотний, найбільш динамічно зростаючий сектор світового туристичного господарства.

Темпи зростання надання агротуристських послуг в постіндустріальних країнах в даний час практично в 2-4 рази перевищують обсяги зростання готельної бази і курортного сервісу в цих країнах. В індустрію агротуризму безперервно

залучаються все нові країни.

В Україні агротуризм -перспективний напрям розвитку туристської індустрії. • Посилення створення сучасних засобів розміщення туристів у регіонах та розвиток культури обслуговування туристів.

- Реалізація краєзнавчих досліджень у регіонах та сприяння розвитку нових туристичних маршрутів.

Хоча багато європейських країн - Польща, Італія, Іспанія, Литва, Латвія, Словенія, Чехія, Чорногорія та Угорщина - активно розвивають сільський туризм, підходи та перспективи розвитку цього виду туризму в цих країнах дещо відрізняються. Підходи та перспективи розвитку цього виду туризму в цих країнах дещо відрізняються. У сусідній Польщі агротуризм традиційно асоціюється з поняттям "економічної гостинності". Держава підтримує тих, хто хоче розпочати агротуристичний бізнес або вже пропонує такі послуги відпочивальникам на своїх фермах. Вони мають право вести повноцінний бізнес, але не зобов'язані за законом робити це по відношенню до інших підприємств.

У 1967 році уряд Франції прийняв план спільного розвитку сільських територій і туризму в регіоні Аквітанія. Згідно з цим планом, прибережна територія мала бути поділена на 16 секторів, дев'ять з яких мали бути розвинені для туризму. Це пляжі, рекреаційні зони на озерах та об'єкти для водних видів спорту. Решта секторів мали захищати ландшафт і дику природу. Для задоволення потреб внутрішнього туризму планувалося і будувалося нове житло. У Франції, наприклад, була розроблена мережа караванних кемпінгів, пов'язаних із сільською місцевістю, для туристів, які надавали перевагу внутрішнім

подорожам. Всі кемпінги в країні перевіряються на відповідність національним стандартам обслуговування і отримують сертифікат категорії [7, с. 378-380].

Розвиток агротуризму в Італії став можливим на основі добре розвиненої туристичної інфраструктури в окремих регіонах і відомих територіях, наприклад, у Тоскані. Крім того, важливу роль у "формулі успіху" відіграють краса ландшафту, велика кількість історичних та природних пам'яток, хороші вина та якісна місцева кухня. В Італії виділяють три напрямки агротуризму: "природа і здоров'я", "традиційна гастрономія" і "спорт". В Угорщині традиційно використовують такі словосполучення: "гостинність сільських господарств", "сільський туризм", "сільський сільськогосподарський туризм" тощо.

Для соціально-економічного середовища сільських територій, де розвивається сільський зелений туризм, його економічна ефективність проявлятиметься, головним чином, у збільшенні доходу на одне сільське домогосподарство, внеску до регіонального бюджету, покращенні дорожніх та комунікаційних мереж, зростанні регіональної торгівлі та покращенні регіональної інфраструктури. У сфері агротуризму сільські жителі в Україні можуть отримувати реальний дохід від наступних видів діяльності

- розробка туристичних маршрутів;
- будівництво та експлуатація туристичних кемпінгів;
- робота екскурсоводами
- робота гідом або екскурсоводом;
- транспортне обслуговування туристів
- мисливська діяльність (полювання, любительське та спортивне рибальство)

- послуги з прокату туристичного спорядження
- послуги з прийому туристів та їх розміщення;
- кулінарне обслуговування туристів;
- підготовка культурних програм.

Туристично-екскурсійний рух був невід'ємною частиною культурного відродження України у другій половині 20 століття, який зародився завдяки представникам української інтелігенції, науковцям та освітянам, що прагнули до просвітництва населення та підвищення культурного рівня [14, с. 27-29

2.2. Принципи організації та вимоги до агротуризму в світі та Україні

Агротуризм, як вид туристичної діяльності, набув значного розвитку в багатьох країнах світу, оскільки приблизно 45% міського населення в країнах ЄС воліли б провести свою відпустку в сільській місцевості (49% у Нідерландах).

Важливим аспектом агротуризму є те, що аграрна політика в європейських країнах заохочує фермерів і сільських жителів шукати альтернативні джерела доходу. Агротуризм виник у 1950-х роках у відповідь на різке зростання доходів. Агротуризм особливо добре розвинений у країнах-членах ЄС (у Німеччині, Австрії, Франції, Італії, Польщі та Швейцарії його частка становить близько 20% від загального обсягу туризму). У Франції він зумовлений переміщенням людей з неблагополучних сільських районів до великих міст. Реакцією держави на цей процес стала реабілітація занедбаних маєтків, які колись були фермами, сироварнями, виноробнями тощо, та сприяння розвитку несільськогосподарських видів діяльності [21, с.11 - 12].

Сьогодні в країні налічується понад 35 000 фермерських господарств з міні-готелями, а десята частина фермерів займається агротуризмом. Ці послуги організовані в рамках асоціації "Сіте де Франс". Фінансові умови для розвитку агротуризму покращуються завдяки грантам Міністерства сільського господарства,

Фінансові умови для розвитку агротуризму покращуються завдяки кредитам від Фонду сільськогосподарського кредитування та Фонду готельного кредитування. В країні запроваджено високі стандарти для агротуристичних об'єктів та розміщення.

Запроваджено високі стандарти для агротуристичних об'єктів розміщення та їх класифікацію. Існують спеціальні агротуристичні засоби розміщення для людей з обмеженими можливостями та програми відпочинку для дітей під час шкільних канікул.

В Австрії 10% всіх фермерських господарств пропонують агротуристичні послуги, 80% з яких розташовані в гірській місцевості. Міністерство сільського господарства країни сприяє розвитку агротуризму, надаючи низькопроцентні кредити фермерам і власникам фермерських господарств на будівництво житла, їдалень, клінік і туристичних центрів.

У країні створено базу даних агротуристичних господарств, а агротуризм включено до загальної стратегії розвитку сільської місцевості та туризму. Важливу роль відіграє організація Urlaub am Bauernhof, яка об'єднує понад 2 800 фермерських господарств по всій країні.

Агротуризм розвивається в Італії з 1970 року як доповнення до сільськогосподарської діяльності. Він став додатковим джерелом доходу, особливо в таких регіонах, як Тоскана і Сицилія. За оцінками, в країні налічується понад 12 000 операторів агротуризму, з яких лише близько 7 000 мають дозвіл від державних органів. Приблизно 2 мільйони людей щорічно користуються послугами агротуризму.

Іспанія є однією з країн, де агротуризм розвивається дуже динамічно: з 1996 року до сьогодні кількість ліжко-місць зросла на 254,4%. Власники агроосель об'єднані в асоціації, основним завданням яких є класифікація сільських будинків за рівнем послуг, що надаються, і контроль за дотриманням загальноприйнятих в асоціаціях вимог [3, с.89 - 91]. Загалом в Іспанії налічується понад 30 000 ліжко-місць. Існує 750 готелів, класифікованих за іспанською системою INNS, яким присвоєно тюльпан від 1 до 4. Приблизно 1,2 мільйона людей щорічно користуються послугами агротуризму в країні.

У Великобританії уряд оплачує 25% вартості реконструкції сільських будинків для агротуризму. Агротуризм стає все більш привабливим завдяки своїй доступності та знижкам для дітей. На південному заході Англії старі фермерські будинки відновлюють для туризму.

Вони обладнані розкішними зручностями, такими як опалення, побутова техніка і телебачення.

Національна туристична рада акредитувала 1100 агротуристичних об'єктів розміщення. Агротуризм забезпечує роботою понад 400 000 осіб і є основою для малого бізнесу.

У Німеччині агротуризм спочатку розвивався як частина урядової програми "Сталий розвиток сільських територій", що зробила внутрішні подорожі більш доступними. Згодом

Асоціація сільського та сільського відпочинку розвинула агротуризм і почала нагороджувати знаками якості фермерські господарства, які відповідають встановленим умовам щодо рівня рекреації. Сьогодні існує близько 20 000 місць з готелями та фермерськими будинками.

На Кіпрі ідея розвитку агротуризму народилася на початку 1990-х років, коли депопуляція та занепад сільської місцевості були очевидними. Ідея полягала в тому, що розвиток агротуризму не тільки дозволить туристам познайомитися з мальовничими ландшафтами країни, спокійним ритмом

сільського життя і традиціями, а й залучити необхідні кошти. Агротуризм стає альтернативою прибережному туризму.

Агротуризм стає альтернативою прибережному туризму, який організовується у великих масштабах і значно збільшує антропогенне навантаження на прибережні екосистеми. У Малайзії агротуризм організований на досить високому рівні, а концепція агротуризму зосереджена, головним чином, на створенні агропарків, просуванні основ і традицій сільського господарства країни та отриманні доходу від туризму.

Агротуристичні тури охоплюють широкий спектр екзотичних екскурсій, включаючи відвідування плантацій каучуку і пальмової олії, ферм аквакультури та екзотичних квіткових і фруктових плантацій [12].

У Шрі-Ланці розвиток агротуризму базується на принципі створення VIP-сіл, які є сучасними туристичними проектами, що пропонують повний пакет послуг, з розміщенням в окремих будинках, що нагадують традиційні житла, з усіма зручностями та найвищим рівнем обслуговування і харчування.

У Болгарії розвиток агротуризму в основному пов'язаний з ідеєю культурної спадщини країни, традиційної сільської архітектури та особливостями сільського способу життя.

Це можна відчувати, лише живучи в сільській місцевості.

Болгарія приділяє особливу увагу споживанню органічних продуктів, і агротуризм довів свій позитивний вплив на розвиток органічного сільського господарства. Однак потенціал агротуризму в Болгарії ще не повністю використаний. Серед країн Східної Європи агротуризм найбільш розвинений у Польщі. Його просуває Міністерство сільського господарства і продовольства, а Комітет наукових досліджень фінансує дослідження в галузі агротуризму та екотуризму.

Важливу роль відіграють також такі неурядові організації: Польський фонд розвитку сільського господарства, Національний фонд охорони навколишнього середовища, Фонд агротуризму та польська секція "Європейського руху за відбудову сіл і малих міст".

Діяльність цих урядових та неурядових організацій у сфері розвитку агротуризму включає організацію агротуристичних та екотуристичних тендерів, надання навчальних та консультаційних послуг, фінансування видання інформаційних путівників та буклетів, а також набуття наукового досвіду.

Наразі в Польщі існує понад 50 агротуристичних асоціацій, деякі з яких поділяються за видами діяльності (наприклад, екотуризм, кінний туризм, водний туризм). Також існує понад 800 фермерів, що спеціалізуються на агротуризмі, для яких агротуризм є джерелом додаткового доходу.

Цікавим досвідом світового агротуризму є впровадження міжнародної програми WWOOF (World Wide Opportunities on Organic Farms), яка дозволяє поєднувати туризм з органічним сільським господарством. Суть цієї програми полягає в обміні робочої сили на проживання та харчування. "Добровільні працівники" працюють на фермі від чотирьох до шести годин на день, а натомість власник ферми надає їм житло та харчування. Ні фермер, ні турист не платять один одному. Україна вважає важливим перейняти досвід розвитку агротуризму за кордоном та впорядкувати основні принципи і підходи, враховуючи специфіку власної сільської місцевості. Ми вважаємо, що організовувати агротуризм повинні фермери, власники ранчо та їхні сім'ї, які постійно проживають у сільській місцевості. Саме вони найбільше зацікавлені в отриманні додаткового доходу та розширенні своєї діяльності, не змінюючи при цьому методів виробництва та способу життя.

2.3. Ресурсний потенціал агротуризму в світі та Україні

Основною причиною виникнення та розвитку агротуризму є потреба міського середнього класу відпочити наодинці з природою, доторкнутися до життя фермерської родини, скуштувати свіжі овочі, фрукти, м'ясні та молочні продукти, а також взяти безпосередню участь у сільськогосподарських роботах. У Західній Європі сільський туризм віддали перевагу курортам близько 40 млн городян. Основні клієнти селян-сім'ї з дітьми. Дітям подобається спілкуватися з домашніми тваринами, збирати овочі, фрукти, ягоди. Італія в Європі займає перше місце в сільському туризмі, її прибуток в середньому становить 287 мільйонів євро на рік. У сучасну епоху процес продуктивності і наукомісткості сільського господарства призводить до зменшення кількості робочих місць, що в селах призводить до безробіття. Сьогодні ЄС на прикладі Італії бачить у агротуризмі шлях до порятунку сільського господарства країн Західної Європи.

Днем народження агротуризму в Італії вважається 5 грудня 1985 року, коли був прийнятий Федеральний закон про розвиток цього сектору національної економіки. Італійські регіони Апулія, Трентіно-Альто-Адідже, Марке та Калабрія на чолі з Кампанією визнали це нововведення (регіональний закон про розвиток сільського туризму був прийнятий у 1984 році). Спочатку передбачалося, що розміщення туристів - це непрофільна діяльність для фермерів, яка не потребує великих інвестицій і може дещо зміцнити їхнє фінансово-економічне становище. Сільський туризм 30-35-річної давності був не тільки дешевим, але і по-справжньому спартанським і не користувався великою популярністю. Періодична потреба призводить до зміни відповідних законів сільського туризму, так як він перетворився в діяльність турбізнесу для багатьох жителів сіл, що включає рекламу, маркетинг, політику цін, кваліфіковані кадри тощо.

Агротуризм у Франції став частиною державної політики, яка прагнула зупинити відтік сільських жителів у міста. Крім того, в країні забили на

сполох через різке скорочення виробництва вина і сиру-того, чим французи пишалися багато століть. За рахунок державних коштів було відновлено 50 занедбаних садіб, при яких були ферми, сироварні та виноробні господарства. Господарів для них підбрали з числа молодих сімейних пар. Пізніше з'ясувалося, що, якщо перетворити ці садиби в об'єкти сільського туризму, вони стають прибутковим бізнесом. [13]. Цей вид відпочинку став дуже популярний. Зараз у Франції близько 45 000 сільських садіб приймають туристів. В даний час Франція— світова столиця вишуканої кухні, вина, сиру і морепродуктів. Всі ці кращі "світові шедеври" можуть продегустувати туристи, відвідуючи традиційні французькі села, чудово збереглися середньовічні замки і церкви.

Масовий розвиток сільського туризму в Німеччині, як і в інших європейських країнах, розпочався в 70-х роках минулого століття, коли поїздки на вихідні в сільську місцевість стали більш поширеними. Однак до середини 1990-х років агротуризм у Німеччині існував лише в її західній частині. Після об'єднання Східної та Західної Німеччини сільський туризм почав розвиватися і в колишній Німецькій Демократичній Республіці. Розвиток сільського туризму в Німеччині підтримується на всіх рівнях - федеральному, земельному та муніципальному. Наприклад, підтримка надається у формі прямого фінансування підприємців, які займаються сільським туризмом, з Федеральної земельної програми підтримки малих і середніх підприємств. Розвиток сільського туризму опосередковано підтримується різними програмами розвитку сільських територій та сільського господарства, економічної та муніципальної інфраструктури, що реалізуються федеральними та земельними міністерствами економіки та праці, захисту прав споживачів, продовольства, сільського, лісового та рибного господарства. Наприклад, програма "Відновлення сіл" надає місцевій владі та мешканцям фінансові можливості для відновлення зовнішнього вигляду сіл, доріг та ферм. Німці є найбільш подорожуючим народом у Європі, близько 34% з них

подорожують у межах Німеччини. Близько 13% (40,54 млн) туристів відпочивають у сільській місцевості, зупиняючись на фермах, у фермерських будинках та сільських гостьових будинках. Залежно від того, де зупиняються туристи, сільський туризм у Німеччині можна поділити на такі види: відпочинок на фермах, відпочинок у сільських садибах та відпочинок на виноробнях. Найактивнішими гравцями у розвитку агротуризму в Німеччині є туристичні асоціації та міжрегіональні партнерства на рівні федеральних земель, які займаються плануванням та сприянням розвитку туризму. Інтенсивно нарощує свої потужності з прийому екотуристів Австрія. На її території до 10 відсотків селянських садиб надають послуги з розміщення та обслуговування екотуристів. Багато хто впевнений, що саме сільський туризм стане найбільш привілейованим видом відпочинку в завтрашньому світі. Його концепція досить проста: туристи долучаються до традиційного способу життя сіл, беруть участь в сільськогосподарських роботах, знайомляться зі справжньою місцевою кухнею. При цьому вони насолоджуються звуками природи і співом птахів, верховою їздою і велосипедними прогулянками, полюванням і риболовлю. Крім таких приємних складових відпочинку в селі, як свіже повітря і близькість до природи, австрійці пропонують взяти участь у повсякденному житті ферми — накосити сіна, погодувати тварин, набрати ягід тощо. Відпочинок в Болгарії стає все більш популярним як в країнах СНД, так і на Заході. Територією Болгарії пролягають різноманітні туристичні маршрути, включаючи гірські, водні, пішохідні, кінні, велосипедні та автомобільні маршрути. Регіон має багату культурну та історичну спадщину, а також унікальні природні ресурси. Значні перспективи розвитку має також молодіжний та сімейний туризм (спортивний, екологічний, пригодницький, релігійний, конференц-туризм, тематичний та індивідуальний туризм). Болгарія визнана одним з найперспективніших рекреаційних регіонів (курортів) Європи з цілорічним (міжсезонним) наданням туристичних послуг. [4, с.119 - 122]. Туризм в Болгарії має особливе значення, оскільки

поєднує в собі сучасну інфраструктуру з унікальними історичними та культурними аспектами.

Своєрідна мода на відпочинок в селі, яка поширилася в Європі в останні роки, прийшла і в Болгарію, хоча цей вид туризму для болгар є новим. У порівнянні з Західною Європою, населення Болгарії тісніше пов'язане з природою і сільським господарством. Проживання, харчування та обслуговування туристів забезпечує сільська сім'я. Найціннішим туристським ресурсом болгарських сіл є прекрасна природа, дефіцит спілкування з якою відчуває більшість жителів міст. Крім того, можна скористатися і цілющими властивостями природи. Йдеться про ландшафтний, кліматологічний, бальнеологічний, історико-культурний та інші фактори. Привабливість цього виду туризму полягає в більшій доступності за витратами. Міські жителі звільняються від нудних, звичайних готельних номерів і типових санаторних кімнат. Це також вигідно для сільських родин, які за певну плату можуть з радістю прийняти туристів, комфортно розмістити їх, нагодувати та надати їм цілий ряд послуг. Цей вид туризму ще й малозатратний. Чим ближче до природи, тим краще! Болгарія має давні традиції сільського туризму, і можливості для сільського туризму в сільських будинках доступні цілий рік. В даний час 70% населених пунктів Болгарії - це сільські населені пункти, в яких проживає 60% населення. Для розміщення сільських туристів використовуються існуючі туристичні комплекси та приватний житловий фонд з природними оздоровчими елементами, рекреаційними ландшафтами та привабливими історичними та архітектурними пам'ятками. [Рис 2.3]

Агротуризм на Кіпрі розвивається вже 20 років під невсипущою увагою Кіпрської Організації з Туризму, але досі залишається для російських мандрівників екзотикою. Сільським туристам на Кіпрі пропонують лісові прогулянки, походи до стародавніх монастирів, археологічних розкопок, яких там досить багато. Кіпр-одне з найбагатших місць в Європі в плані

рослин, їх тут 1800 різних видів. Можна кататися на конях або осликах, причому з цілком певною метою — наприклад, потрібно дістатися до сусіднього села, щоб спробувати її особливе вино. В районі Нікосії чотири села привертають увагу для відпочиваючих : Какопетрія, Калапанайотіс, Педулас, Галата. [Рис 2.3] Туристи отримують безліч вражень від природи, місцевої кулінарії, традицій і промислів. Слід обов'язково зазначити, що агротуризм, хоча і розвивається швидкими темпами, але не перетворює кіпрські села в туристські центри з натовпами туристів, галасливими компаніями та іншими атрибутами звичайного пляжного відпочинку. Влада стежить, щоб інвестиції на розвиток туризму отримали лише ті селяни, які купили будинки в селах до 1989 року, тобто справжні місцеві жителі, а не бізнесмени [16, с.190 - 1922]. Щоб села не перенаселялися туристами, і цей вид відпочинку не втрачав свій початковий сенс.

Велика увага приділяється розвитку агротуризму в Латвії. У 2009 році почалося фінансування проектів з розвитку сільських територій фонду SAPARD, в тому числі з організації агротуризму. Фонд надавав кредити на будівництво гостьових будинків, «будинків рибалки», облаштування місць відпочинку. У міру реалізації проектів субсидувалося до 50% коштів. Активну участь у залученні сільського населення до заняття агротуризмом і в розробці бізнес-планів по його розвитку брали співробітники ТОВ «Латвійський центр сільських консультацій та освіти».

Узагальнюючи вищевикладений матеріал, міжнародна (переважно європейська) практика показує, що розвиток агротуризму у формі малих сімейних готельних підприємств є масштабною соціально-економічною програмою з переведення частини сільського населення з виробничої сфери у сферу послуг. Агротуризм покликаний дати поштовх розвитку сільськогосподарських територій та їх мешканців шляхом організації нового специфічного сектору місцевої економіки. [7, с.324 - 326]. Крім економічних, така державна політика переслідує також соціальні та культурні цілі:

запобігти деградації сільських територій, депопуляції та поширенню негативних соціальних явищ, зберегти і частково відтворити культурну спадщину та національну ідентичність регіону; СОТ визначила агротуризм як спосіб для міських жителів провести час на свіжому повітрі, харчуючись екологічно чистими продуктами та їжу та проводити час на свіжому повітрі, але також схвалює його як галузь індустрії дозвілля, яка пропонує реальні можливості працевлаштування в сільській місцевості. Україна має всі передумови для створення прибуткової ігрової та туристичної бази та підвищення привабливості туризму: - зручне географічне розташування, процвітаюча рекреаційна сфера та багато історичних та культурних пам'яток. Агротуризм, разом з іншими економічно важливими галузями України, має значний вплив на національний розвиток: - сприяє створенню нових робочих місць; - одна зі статей доходу в державному бюджеті; - сприяє притоку іноземної валюти в країну; - співвідносить прибутковість з екологічним балансом; - позитивно стимулює розвиток багатьох галузей економіки [14, с.256]. Згідно зі статистичними даними, Україна має значну кількість унікальних та привабливих природних ландшафтів, придатних для тривалого відпочинку та пригод, у поєднанні з місцевими культурними та природними пам'ятками: - гірські райони Карпат (гірськолижні центри); - приморські ресурси Одеської, Миколаївської та Херсонської областей, - численні річкові ресурси та красиві озера; - природні водоспади; - численні культурні та історичні ресурси. 1 січня 2014 року в Україні налічувалося понад 200 000 освітніх та туристичних об'єктів.

Всесвітньо відомими стали українські історико-культурні заповідники (Києво-Печерський, Переяслав-Хмельницький, Хортиця, Поле Полтавської битви) та історико-архітектурні заповідники (Львівський, Кам'янець-Подільський, Новгород-Сіверський, Софіївський). Також важливими є палаци, парки, старовинні замки (Мукачево на Закарпатті, Руцьк на Волині), фортеці (Хотин на Буковині, Кам'янець на Поділлі), залишки стародавніх міст та паломницькі місця (Печерська, Почаївська лаври, Умань) (рис. 2-3).

РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ АГРОТУРИЗМУ В СВІТІ ТА УКРАЇНІ

3.1. Просування послуг агротуризму за допомогою сучасних інформаційних технологій

В останні десятиліття концепція багатофункціонального розвитку сільських територій та диверсифікації виробничої діяльності і послуг в агробізнесі набуває все більшого визнання і підтримки в усьому світі. Її суть полягає в необхідності забезпечення належних умов для розвитку сільських територій та життєдіяльності сільського населення в декількох регіонах. При цьому особлива увага приділяється невиробничій діяльності, оскільки сільськогосподарське виробництво саме по собі не може забезпечити гармонійне середовище та матеріальні блага для сільського населення. Важливим напрямком реалізації цієї стратегії є розвиток сільського та аграрного туризму. Крім того, він гарантує підвищення рівня зайнятості сільського населення, зростання сільського трудового потенціалу та розвиток сільських населених пунктів. Сучасні міські туристи надають перевагу активному відпочинку в екологічно чистих місцях, а також шукають можливості для культурного збагачення та самоосвіти. Для задоволення цих потреб Україна має дуже великі туристичні та рекреаційні можливості. Майже 15% території країни займають курорти, рекреаційні зони, гірські та приморські ландшафти, чудове здорове повітря, чисті річки, гори та Дніпровська зелена зона, де збереглися національні традиції, фольклор, музеї, церкви та інша прекрасна архітектура. Історично склалося так, що тут налічується понад 500 населених пунктів з власною історико-культурною спадщиною. Близько 30 національних і регіональних парків та резиденції відомих українських культурних діячів охороняються державою. Медичні ресурси також чудові: понад 400 мінеральних джерел та понад 100 родовищ лікувальних грязей, багатьох є рідкісними не тільки в Україні, але й у Європі [2, с.183 - 185]. Більшість цих ресурсів зосереджена в

сільській місцевості, яка займає 69,3% території країни, та в лісах, які займають 17,2%. В українських селах налічується 6,3 млн. одиниць житла, 98% з яких перебувають у приватній власності. Середньорічна чисельність населення працездатного віку, що проживає в селах, становить 6,4 особи.

Основними ризиками, що стримують розвиток послуг приватного сектору сільського туризму, є

- Відсутність іміджу України як цікавої дестинації для агротуризму в Європі та світі;

- - у Європі та світі немає образу України як цікавого для агротуризму краю;
- - висока залежність туристичної сфери від погодних умов;
- - більшість агроосель працюють без оформлення;
- - недооцінка місцевою владою та населенням значення пам'яток історії та культури як туристичного ресурсу;
- - недостатня кількість відпрацьованих туристичних маршрутів з презентабельними та культурними об'єктами;
- - відсутність організаційних, психологічних і та інших навичок туристичного бізнесу у сільського населення;
- - неузгодженість цін на агротуристичні послуги однакової якості;
- - брак у брендах туристичних установ, якісних орієнтирів, категоризації як бази порівняння та ін.;
- - відсутність початкового капіталу та пільгового механізму кредитування для потенційних підприємців у сфері аграрного туризму;
- - високі податки і відсутність податкових пільг [5, с. 14 - 16].

Актуальним сьогодні для правової підтримки сільського туризму є формування організаційно-господарського механізму його функціонування та державної підтримки у вирішенні таких питань:

- - прийняття нормативних документів, які регулюватимуть діяльність різних форм сільського туризму;
- - здійснення заходів щодо підтримки та просування сільського туризму на внутрішньому та зовнішньому туристичному ринку;
- - забезпечення організаційної й матеріальної підтримки з боку держави нового виду послуг на селі - сільського туризму та агротуризму.

Сільський зелений туризм матиме позитивні результати за умови належного використання матеріального та духовного культурного багатства України. А саме: покращиться добробут сільських родин, диверсифікуються доходи сільських жителів, зменшиться міграція сільського населення, збільшиться асортимент туристичних послуг в Україні, зростуть надходження до місцевих бюджетів, підвищиться конкурентоспроможність та привабливість, збільшиться обсяг внутрішніх та зовнішніх інвестицій у сільську місцевість, збільшиться кількість робочих місць у галузях, прямо чи опосередковано пов'язаних із сільським туризмом, в тому числі жінок молодь та інші категорії громадян започаткують власний бізнес у сфері сільського туризму. [14, с. 301 - 304]. Однак для закріплення цієї позитивної тенденції та надання конкретного поштовху розвитку сільського туризму необхідно вирішити низку нагальних питань. По-перше, розробка методичної нормативно-правової бази щодо визначення організаційних умов надання послуг сільського зеленого туризму в рамках ведення особистого селянського господарства; надання методичних рекомендацій що до добровільної класифікації будинків, що надаються як місця проживання відпочиваючих; запровадження пріоритетної надовгострокової перспективи для сільських мешканців системи розвитку сільського туризму сільських жителів для розвитку сільського туризму; надання рекомендацій щодо елементів фірмового стилю, які бідентифікували сільський туризм в Україні; створення та використання інформаційних інструментів.

Інформаційні технології вже досягли високих темпів розвитку за останні кілька років як один з маркетингових інструментів просування агротуристичного продукту на ринку; варто зазначити, що відносно невисока вартість використання ІТ дає можливість ефективно просувати туристичні послуги великій кількості споживачів. Питання просування туристичних продуктів на національному та міжнародному туристичних ринках залишається актуальним. Перш ніж розглядати питання просування агротуристичних продуктів, необхідно визначити саме поняття агротуристичного продукту та охарактеризувати послуги сільського зеленого туризму. Послуги суб'єктів туристичної діяльності, такі як розміщення, харчування, транспортні, інформаційні та рекламні послуги, а також послуги закладів культури, спорту, дозвілля та розваг, призначені для задоволення потреб туристів і вважаються туристичними послугами [2, с. 47 - 49]. Тому цілком очевидно, що агротуристичний продукт-це комплекс послуг і товарів, матеріальних і нематеріальних благ та ресурсів, призначених для споживання туристами, що реалізуються на ринку туристичних послуг. Іншими словами, туристичний продукт агропідприємства-це сукупність послуг, що надаються клієнтам в агрооселях. Таке визначення пропонує більш коректне узагальнення туристичних послуг в одну назву: "туристичний продукт". Для того, щоб туристичний продукт мав успіх як серед українців, такі серед споживачів із сусідніх зарубіжних країн, які бажають відпочити, на сучасному етапі розвитку СЗТ необхідно використовувати новітні інформаційні технології (інтернет, веб-сайти, портали) та засоби зв'язку (електронна пошта, інтернет-телефонія, інтернет-пейджинг). Слід використовувати для більш активного розширення спектру пропонованих послуг.

Наразі Інтернет, електронна пошта та мультимедійні диски (CD, DVD) є найпоширенішими варіантами використання інформаційних технологій як засобу впливу на просування агротуристичних продуктів. Глобальна мережа

Інтернет

є найбільш перспективним напрямком для просування агротуристичних продуктів.

Основними перевагами використання Інтернету є:

- простота використання;
- низькі витрати на рекламу в мережі;
- постійне збільшення кількості споживачів (клієнтів);
- оперативність передачі (отримання) інформації тощо.

При розробці веб-сайту-порталу туристичної дестинації необхідно враховувати той факт, що він представляє відповідний регіон чи місцевість в мережі Інтернет і відповідно сприяє формуванню сприятливого іміджу цієї території [9, с. 65 - 67]. Тому, розробляючи той чи інший веб-сайт, варто звернути увагу на його дизайн, а ілюстративні складові повинні спрощувати пошук та отримання необхідної інформації. Споживачі, які відвідують веб-сайт, очікують знайти інформацію про конкретні об'єкти розміщення, умови організації туру та його вартість. Формат презентації повинен бути максимально стислим і лаконічним. Було б дуже корисно, якби обраний блок туру дозволяв мандрівникові самостійно розрахувати вартість подорожі.

У цьому контексті наведемо найбільш чіткі положення, які слід враховувати при розробці маркетингової стратегії просування агротуристичного продукту через Інтернет. Основні рекомендації щодо створення, дизайну та розміщення окремих елементів сайту для кращого інформаційного наповнення та сприйняття споживачами представлені в таблиці 2.

Таблиця 2. Основні вимоги до створення та розміщення туристичних сайтів

Параметр сайту	Основні вимоги	Складові елементи
Зовнішній вигляд	Високий ступінь інформативності	Інформаційні рубрики і підрубрики

	Високий ступінь сприйняття	Фірмовий знак, логотип, мультимедійні елементи
Інформативність і простота викладу	Інформаційна насиченість	Інформація про житло, визначні пам'ятки, інфраструктуру та кругові маршрути, а також посилання на інші веб-сайти.
	Доступність викладу	Верстка матеріалу у форматі невеликих блоків з підзаголовками.
	Ефективна система рубрик	Поліпшення зорового сприйняття сайту, чергування тексту з ілюстраціями
Оперативність і зручність користування	Можливість швидко повернутися на головну сторінку або перейти до іншого розділу.	Наявність в кожній сторінці посилання на головну сторінку і списку розділів сайту
	Зручність користування сайтом для повільних комп'ютерів	Можливість швидко завантажувати дані та скасовувати завантаження графічних файлів.
Інтерактивність	Можливість самостійного пошуку потрібної інформації по сайту	Наявність можливості пошуку слів (фраз) на сайті

Інтернаціональність	Зручність користування сайтом для іноземних відвідувачів	Створіть сайт національною мовою цільової аудиторії (рекомендується щонайменше три мови (англійська, німецька та російська)).
Комерціалізація	Можливість бронювання і оплати турів через сайт	Розробка сервісів, що надають послуги бронювання та способи оплати через різні платіжні системи.

Іншим важливим видом інформаційних технологій, що використовуються для просування агротуристичних продуктів на ринку, є електронна пошта або маркетинг електронною поштою. Електронна пошта включає в себе електронні бази даних туристичних операторів та можливість масової розсилки професійними організаціями, адресатами якої, як правило, є потенційні клієнти (споживачі послуг). Такі розсилки є недорогими і дозволяють оперативно інформувати клієнтів про новини, при цьому важливим позитивним фактором є швидка передача інформації [19]. Загалом, існує потреба у створенні ефективної національної інформаційної мережі для сільського туризму, реклами послуг та бронювання місць для відпочиваючих. Таким чином, використання інформаційних технологій, зокрема Інтернету, надає унікальні можливості для надійної та конфіденційної глобальної комунікації. Це зручно і для місцевих виробників агротуристичних послуг, і для туристичних посередників з регіональними та національними філіями, і, перш за все, для самих споживачів послуг сільського зеленого туризму. Адже Інтернет стає найбільшим посередником між виробниками та споживачами послуг сільського зеленого туризму. Використання сучасних інформаційних технологій у туристичній сфері значно спрощує процедури формування та продажу туристичних послуг. Тому туристичний ринок зараз інтенсивно структурується під впливом хвилі нових технологій.

3.2. Рекомендації щодо підвищення ефективності маркетингової діяльності в сфері туризму

Найбільш перспективними напрямками вдосконалення просування туристичного бізнесу є: підтримка просування туристичних продуктів і послуг на регіональному рівні; розширення використання CRM-технологій у взаємовідносинах туристичних фірм зі своїми клієнтами; розвиток використання інтернет-технологій у просуванні туристичних продуктів і послуг; систематизація та систематизація досвіду використання паблік релейшнз у маркетинговій діяльності туристичних фірм. Найбільш перспективними напрямками вважаються використання концепції інтегрованих маркетингових комунікацій (ІМК) у діяльності туристичних фірм, а також систематизація та поширення досвіду використання зв'язків з громадськістю у маркетинговій діяльності туристичних фірм. Звертає на себе увагу активізація використання CRM-технологій для побудови взаємовідносин з клієнтами туристичних агентств: застосування CRM-технологій дає можливість систематизувати інформацію про клієнтів, їхні вподобання та потреби і на основі отриманих даних сформулювати адресні пропозиції, які з великою ймовірністю будуть ними прийняті. Використання концепції ІМК у діяльності туристичних агентств є необхідною умовою просування туристичних послуг. Зарубіжний досвід переконливо показав, що традиційна маркетингова концепція не дозволяє забезпечити довгостроковий сталий розвиток туристичних агентств. Концепція може бути успішно реалізована у великих туристичних фірмах, які вже системно працюють зі споживачами. У той же час, малим і середнім туристичним фірмам, які не мають досвіду впровадження CRM-технологій, варто зосередитися на підвищенні ефективності інструментів, які вже використовуються для просування своїх продуктів і послуг. Таким чином, ефективність роботи туристичної агенції напряму залежить від того, як вона розподіляє маркетингові ресурси та реалізує маркетингові ініціативи. Використання сучасних маркетингових прийомів у поєднанні з

грамотним бізнес-плануванням є необхідною умовою збільшення прибутку і рентабельності туристичних агентств і зміцнення їх позицій на ринку туристичних послуг.

- **Реклама.** Хоча думки і погляди на рекламу різноманітні, експерти одностайні у своєму розумінні її ролі та значення. Реклама - це, перш за все, найважливіший засіб просування товарів на ринку, від підприємців до покупців. Мета реклами - привернути увагу, викликати інтерес, інформувати споживачів і спонукати їх до певних дій [4, с.13-15]. Обмеженість рекламного бюджету будь-якої туристичної фірми змушує керівництво шукати нові форми реклами, які є доступними та ефективними. Однією з таких форм є партизанський маркетинг.
- **Стимулювання збуту** - це використання прийомів і засобів впливу на цільові аудиторії з метою прискорення або збільшення обсягів продажу туристичних послуг
- **Стимулювання збуту** - це використання Використовують технології та засоби впливу на цільові аудиторії з метою прискорення або збільшення продажів туристичних послуг Якщо реклама доводить зручність придбання туристичних послуг, то стимулювання збуту пояснює, чому це потрібно зробити якнайшвидше. Для стимулювання продажів у туристичній галузі можна використовувати різноманітні інструменти, наприклад, інформування клієнтів про те, що якщо вони придбають тур протягом трьох місяців, то отримають суттєву знижку, візьмуть участь у розіграші призів або отримають подарунок.
- **Персональні продажі** - це представлення туристичного продукту безпосередньо одному або декільком потенційним покупцям та отримання зворотного зв'язку у вигляді запитань, заперечень, зацікавленості та купівлі, причому остання відповідь є найбільш бажаною для продавця. Персональні продажі становлять основну частину маркетингових комунікацій у діяльності туристичних агентств. Для підвищення конверсії в цьому виді продажів рекомендується

регулярно відправляти співробітників турагентства на курси підвищення кваліфікації, семінари та вебінари, організовані туроператорами, а також у рекламні тури.

- **Прямий маркетинг** - це форма цілеспрямованого звернення до споживачів і партнерів для впливу на їхню особисту інформацію з метою формування стимулів до придбання туристичного продукту і зміцнення довгострокових взаємовигідних партнерських відносин. Туристичні агенції можуть використовувати прямий маркетинг різними способами. Найпоширенішим є пряма поштова розсилка, коли листи надсилаються на електронні адреси постійних і потенційних клієнтів [4, с.119 - 122]. У цьому виді маркетингу туристичні компанії використовують власні бази даних клієнтів, які вони сформували, або бази даних своїх партнерів.

Сьогодні класичні інструменти та прийоми традиційного маркетингу вже не можуть забезпечити ефективне функціонування туристичних агентств. У зв'язку з цим використання методів інтернет-маркетингу, на додаток до традиційних маркетингових методів, стає необхідною умовою успішного розвитку, просування, конкурентоспроможності, зниження витрат і зростання фінансових показників діяльності туристичних агентств. Серед новітніх інструментів інтернет-маркетингу, рекомендованих для використання в практичній діяльності туристичних агентств, є пошукова оптимізація (SEO), контекстна реклама в інтернеті з використанням цільових сторінок, соціальний маркетинг (SMM): соціальні медіа (Facebook, Instagram тощо) для представлення інформації та просування послуг.

Заходи з удосконалення просування продуктів та послуг у туристичному бізнесі повинні базуватися на кращому міжнародному досвіді. Найбільш перспективними напрямками вдосконалення просування в туристичному бізнесі є: підтримка просування туристичних продуктів та послуг на регіональному рівні; розширення використання CRM-технологій у співпраці туристичних підприємств зі своїми клієнтами; розвиток використання інтернет-технологій у просуванні туристичних продуктів та

послуг; а також Розвиток інтернет-технологій у просуванні туристичних продуктів та послуг, використання концепції інтегрованих маркетингових комунікацій (ІМК), систематизація та поширення досвіду використання зв'язків з громадськістю у маркетинговій діяльності туристичних підприємств.

Заслуговує на увагу активізація використання CRM-технологій у відносинах туристичних підприємств зі своїми клієнтами: застосування CRM-технологій дає змогу систематизувати інформацію про клієнтів, їхні уподобання та потреби і на основі отриманих даних сформулювати адресні пропозиції, які з великою ймовірністю будуть ними прийняті. Необхідною умовою просування туристичних послуг є інтеграція концепції ІМК у діяльність туристичних агентств. Зарубіжний досвід переконливо показав, що традиційна маркетингова концепція не дозволяє забезпечити довгостроковий сталий розвиток туристичних агентств. Концепція може бути успішно реалізована у великих туристичних фірмах, які вже системно працюють зі споживачами. У той же час, малим і середнім туристичним фірмам, які не мають досвіду впровадження CRM-технологій, варто зосередитися на підвищенні ефективності вже використовуваних інструментів просування своїх продуктів і послуг. Таким чином, ефективність роботи туристичної агенції напряму залежить від того, як вона розподіляє маркетингові ресурси та реалізує маркетингові ініціативи. Використання сучасних маркетингових прийомів у поєднанні з грамотним бізнес-плануванням є необхідною умовою збільшення прибутку і рентабельності туристичних агентств і зміцнення їх позицій на ринку туристичних послуг.

Висновки

Спираючись на досвід європейських країн, Україна може розвивати агротуризм. Він може слугувати джерелом додаткового доходу та ефективним місцем використання потенційних ресурсів. Агротуризм може надати нові рекреаційні можливості в сільській місцевості, дозволяючи повною мірою використати підприємницький дух фермерів.

Сьогодні в Європі високо цінуються фермери, які поєднують агробізнес і туризм для ефективного розвитку своїх господарств. Цим хочуть займатися як пенсіонери, так і молодь. Для того, щоб сприяти розвитку та ефективності агротуризму, організації сільського туризму в усіх європейських країнах об'єдналися в Європейську федерацію сільського та фермерського туризму, або скорочено Eurogaitz. Метою федерації є популяризація та розвиток здорового відпочинку в сільській місцевості для культурного, емоційного, економічного та етнокультурного розвитку європейців. Узагальнюючи досвід організації агротуризму в Європі, можна сказати, що агротуризм є вигідним як для відпочиваючих, так і для фермерів, для сільських територій, регіонів і націй в цілому, сприяє ефективному розвитку сільських територій. Наразі наша країна робить кроки до повноправного членства в Європейському Союзі (ЄС). При вступі України до ЄС важливо враховувати високі вимоги до якості послуг, що надаються операторами агротуризму. Впровадження ефективних форм отримання якісних послуг в агротуризмі може врахувати активну конкурентну боротьбу країни на світовому ринку. Українська сільська місцевість має великий потенціал як туристичний ресурс завдяки сприятливим кліматичним умовам, різноманітним і красивим ландшафтам, багатій флорі і фауні, культурним та історичним пам'яткам. Враховуючи значний природно-ресурсний та історико-культурний потенціал українських сіл, сільський туризм є одним із пріоритетних напрямків діяльності в сільській місцевості. Розвиток агротуризму як малого сімейного готельного бізнесу в сільській місцевості України є важливим соціально-економічним

напрямок, який може переорієнтувати зайнятість частини населення з сільськогосподарського виробництва на агротуристичні послуги.

Незважаючи на відсутність відповідної нормативно-правової бази та практики управління, агротуризм в Україні сформувався як вид туристичної та економічної діяльності. Особлива роль у сприянні розвитку цього виду туризму належить громадським організаціям, які займаються просуванням агротуристичних продуктів, популяризацією сільського відпочинку та створенням бази даних фермерів. Становлення та розвиток агротуризму, з урахуванням позитивного досвіду європейських країн, призведе до відтворення та розвитку робочої сили в аграрному секторі, підвищення зайнятості сільського населення, внеску до доходів сільських жителів та державного бюджету, формування нових сфер виробництва та збуту сільськогосподарської продукції та максимального наближення рівня життя сільського населення до європейських стандартів. Id.

Для покращення та прискорення розвитку агротуризму в Україні необхідно використовувати зарубіжний досвід, тобто створювати агрокластери, що дасть змогу отримати нові знання, ефективно використовувати ресурсну базу, реалізовувати поставлені завдання та отримувати запланований дохід.

Таким чином, для забезпечення соціально-економічної ефективності розвитку агротуризму в регіоні необхідно спочатку оцінити ступінь привабливості агротуризму в сільських поселеннях регіону за допомогою алгоритму оцінки, а потім оцінити економічну ефективність моделей агротуризму. Для того, щоб збільшити доходи від агротуризму, нового виду сільського побічного продукту, необхідно розробити ряд додаткових послуг, таких як харчування органічними продуктами, участь у святах (Масляна, Великдень, Різдво тощо) та різноманітних екскурсіях, де люди можуть взяти участь у збиранні врожаю, догляді за тваринами тощо. Нижче наведено деякі з найважливіших аспектів агротуризму. Оператори агротуризму повинні прагнути повною мірою використовувати свою власність. Для цього їм необхідно підвищувати попит на агротуристичні послуги шляхом

покращення якості послуг (розміщення, харчування та інші послуги), розширення спектру додаткових послуг та операцій, а також запровадження дисконтних схем для групових турів та сезонних знижок. Агротуризм позиціонується як найменш витратний спосіб покращення економічного становища сільських населених пунктів регіону, оскільки він може використовувати наявні ресурси. Економічні вигоди від розвитку туризму є багатогранними. В результаті туристичної діяльності виникають бюджетні ефекти, які поповнюються на різних рівнях за рахунок податкових надходжень. Таким чином, агротуризм створює передумови для того, щоб стати важливим елементом соціально-економічного розвитку аграрного сектору країни. Розвиток місцевого агротуризму може допомогти зменшити соціальну напругу в сільській місцевості регіону.

РЕЗЮМЕ / RESUME

Куценко Руслан Александрович

Агротуризм в світі та в Україні

Кваліфікаційна робота присвячена дослідженню досвіду розвитку агротуризму у світі та в Україні. Актуальність теми дослідження Агротуризм є одним із пріоритетних видів позааграрної діяльності, який може одночасно задовольнити потреби туристів у відпочинку та оздоровленні і розширити спектр діяльності сільського населення. В європейських країнах агротуризм вважається одним з основних важелів економічного зростання сільських територій і тому заохочується на національному рівні та розглядається як частина Спільної аграрної політики сільського розвитку в Європі (CAPRE), Програми інтегрованого соціального та економічного розвитку сільських територій. Метою дослідження є аналіз світового та українського досвіду організації і розвитку агротуризму. Об'єктом дослідження є агротуризм в світі та Україні. Предметом дослідження є передумови, особливості, проблеми та перспективи розвитку агротуризму в світі та Україні.

Під час написання кваліфікаційної роботи було використано такі методи дослідження: метод діалектичної логіки: використаний для формулювання загальної ідеї дослідження та визначення послідовності етапів його виконання; метод аналізу та синтезу: застосований для виявлення тенденцій розвитку агротуризму; метод обробки статистичних даних: застосований для аналізу основних показників розвитку агротуризму в світі та Україні; порівняльний метод: застосований для аналізу розвитку агротуризму в світі та в Україні.

В кваліфікаційній роботі розкрити особливості агротуризму в світі та Україні названі принципи організації та вимоги до агротуризму в світі та Україні. Охарактеризовані соціально – економічні передумови популяризації агротуризму в світі та Україні, ресурсний потенціал агротуризму в світі та Україні. Таким чином, агротуристична діяльність створює передумови для перетворення агротуризму у важливий фактор соціально-економічного розвитку аграрного комплексу країни. Вважаємо, що розвиток агротуристичної діяльності в регіоні сприятиме згладжування соціальної напруженості в сільських поселеннях регіону.

Ключові слова: агротуризм, ресурси, сільський туризм, історія агротуризму, стратегічний розвиток, популяризація агротуризму, послуги агротуризму, Європа.

RESUME

Ruslan Oleksandrovych Kutsenko

Agritourism in the world and in Ukraine

The qualification work is devoted to researching the experience of agritourism development in the world and in Ukraine. Relevance of the research topic. Agricultural tourism is one of the priority types of non-agricultural activity, which is able to satisfy tourist needs for rest and recreation, as well as to expand the sphere of activity of the rural population. In European countries, agritourism is considered one of the main levers of economic growth of rural areas, and therefore it is encouraged at the national level and is considered as a component of the Program of Integrated Social and Economic Development of Rural Areas, Common Agrarian Policy for the Development of Rural Areas of Europe (CARPE). The purpose of the study is the analysis of the world and Ukrainian experience in the organization and development of agritourism. The object of the study is agritourism in the world and in Ukraine. The subject of the study is the prerequisites, features, problems and prospects of the development of agritourism in the world and in Ukraine.

The following research methods were used during the writing of the qualification work: the method of dialectical logic: used to formulate the general idea of the research and determine the sequence of the stages of its implementation; method of analysis and synthesis: applied to identify trends in the development of agritourism; statistical data processing method: used to analyze the main indicators of the development of agritourism in the world and in Ukraine; comparative method: used to analyze the development of agritourism in the world and in Ukraine.

In the qualifying work to reveal the peculiarities of agritourism in the world and in Ukraine, the organization principles and requirements for agritourism in the world and in Ukraine are named. The socio-economic prerequisites for the popularization of agritourism in the world and in Ukraine, the resource potential of agritourism in the world and in Ukraine are characterized. Thus, agrotourism activity creates prerequisites for turning agrotourism into an important factor in the socio-economic development of the country's agrarian complex. We believe that the development of agritourism activities in the region will contribute to the smoothing of social tensions in the rural settlements of the region.

Key words: agritourism, resources, rural tourism, history of agritourism, strategic development, promotion of agritourism, agritourism services, Europe.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абрамов В. В. Історія туризму : Підручник. Харків, 2017. 294 с.
2. Александрова А. Ю. Экономика и территориальная организация международного туризма: уч. пособие. Харьков, 2017. 317 с.
3. Александрова А. Ю. Международный туризм : уч. пособие. Харьков, 2017. 250 с.
4. Бабкин А. В. Специальные виды туризма : учебник. Москва , 2018. 252 с.
5. Бабікова К.О. Методичні рекомендації з управління агротуристичною діяльністю/ К.О. Бабікова, В.М. Ісаєнко, К.Д. Ніколаєв, Н.В. Палапа. – К.: Вид-во НПУ імені М.П. Драгоманова, 2014. 72 с.
6. Балабанов И. Т. Туристические особенности Америки : дис. ... канд. геогр. наук: 13.00.08 Москва, 2018. 22 с.
7. Вишнеvsька О. О. Туристичне країнознавство : Підручник. Харків, 2017. 594 с.
8. Відомі люди Америки: веб сайт. URL : <http://www.lgroutes.com/famous/index.htm> <http://www.lgroutes.com/index.htm> (дата звернення 10.03.2023).
9. Гедін М.С. Інноваційні різновиди сучасного українського туризму. Стратегічні пріоритети туристичної галузі України в умовах євроінтеграції: історико-культурний та соціально-економічний аспекти / за загальною редакцією В.В. Ципко. Київ: Видавництво Людмила, 2018. С. 162-174.
10. Грановська В. Г., Алещенко Л. О. Агротуризм як інструмент диверсифікації діяльності агроформувань. *Економіка АПК*, 2019, № 12. С. 28-36.
11. Деякі аспекти функціонування індустрії туризму. За заг. ред. Лісника А.Л. Харків, 2018. 215 с.
12. Дяченко Л. П. Економіка туристичного бізнесу. Київ, 2018. 224 с.
13. Зайцева В. М. Міжнародний туризм та глобалізація в сучасному. Вісник Запорізького національного університету. 2017. № 2. С. 55–65.

14. Країни світу. Міжнародний туризм. веб сайт. URL : http://svit.ukrinform.ua/turism.php?page=ukr_turid=23762. (дата звернення 10.03.2023)
15. Культурно-пізнавальні туристичні ресурси: веб сайт. URL <http://redigo.ua/geo/Europe/Germany/places/attractions> <http://redigo.ua/> – Проект компанії SUP Media. (дата звернення 10.03.2023)
16. Любіцева О. О. Туристичні ресурси України: навч. посібник. Київ, 2017. 369 с.
17. Лук'янова Л. Г. Рекреаційні комплекси: навч. посібник для вузів. Київ, 2018. 346 с.
18. Мальський М. Основи туристичного бізнесу : навч. посібник для вузів. Київ, 2018. 272 с
19. Мельниченко С. В. Соціально – економічне становище Америки : дис... докт. економ. наук. Київ, 2017. 20 с.
20. Менеджмент туристичної діяльності: навчальний посібник. Чернівці , 2018. 596 с
21. Просування агротуристичних послуг за допомогою сучасних інформаційних технологій: веб сайт. https://tourlib.net/statti_ukr/telychkan.htm - Сайт сучасні інформаційні технології. (дата звернення 11.03.2023)
22. Рекреационная составляющая развития агротуризма: веб сайт. <https://tourism-book.com/rbooks/book-35/ru/chapter-1687/> Довідкова інформація з туризму в країнах світу. (дата звернення 11.03.2023)
23. Онегіна В.М. Сучасні тенденції розвитку сільських територій як загроза економічній безпеці України. *Актуальні проблеми інноваційної економіки*. 2016. № 1. С. 33-36.
24. Охріменко А. Особливості функціонування рекреаційного комплексу в умов сталого розвитку. *Регіональна економіка*. 2006 № 2. С. 224-228.
25. Посохов І. С. Розвиток індустрії туризму Америки: досвід для України. *Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна*. 2017. №1086. С.175-179.

26. Рутинський М.Й. Сільський туризм. Навчальний посібник. Київ: Знання, 2006. 271 с.
27. Фесенко, Г. О. Популяризація сільського туризму як перспективний напрям розвитку туристичної галузі України. *Економічний простір*. 2020. № 163. С. 97-102.
28. Філюк С.М. Сутність поняття, умови та перспективи агротуристичної діяльності. *Молодий вчений*. 2017. №5.1 (45.1). С. 141 – 145.
29. Чернява Г. Л. Мотивація розвитку сільського зеленого туризму з позиції зайнятості сільського населення в АР Крим. *Економіка Крима*. №2(39). 2012. С. 117-120.
30. Черчик Л.М. Сільський туризм як ефективна форма самостійної зайнятості у трудонадлишкових регіонах. *Регіональна економіка*. 2009. №1.
31. Чорненька Н. Організація туристичної індустрії : навч. посібник для вузів. Київ, 2018. 392 с.
32. Шимечко Г.І. Агротуристичні продукти: суть і класифікація. *Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія «Економіка університету та менеджмент»*. 2008. Вип. 12/1(33). С. 44-49.
33. Adamowicz M, Dresler E. Zrównoważony rozwój obszarów wiejskich na przykładzie wybranych gmin woj. Lubelskiego. *Zeszyty Naukowe Akademii Rolniczej we Wrocławiu, Rolnictwo LXXXVII*. 2006. С. 17–24.
34. Batyk I. Wybrane aspekty turystyki zrównoważonej w województwie warmińskomazurskim *Infrastruktura i ekologia terenów wiejskich*, № 2. Kraków, 2010. P. 57–64.
35. Brian J. Schilling. Examining the economic benefits of agritourism: The case of New Jersey. *Journal of Agriculture, Food Systems, and Community Development*. 2012. №3(1). P.199-214.
36. Gallery ~ agriturismo terranostra.com Gallery della nostra. URL: www.agriturismoterranostra.com

37. ECEAT – European Centre for Ecological and Agricultural Tourism. URL: <http://www.eceat.org/>
38. Carlos E. Carpio, Michael K. Wohlgenant, Tullaya Boonsaeng. The demand for agritourism in the United States. *Journal of Agricultural and Resource Economics* 2008. №33(2) P.254-269
39. Lypczuk V., Kotliński W., Dydiv I. Wykorzystanie zasobów agroturystyki w regionie Karpatckim Ukrainy. *Gospodarka I finanse. Współczesne wyzwania rozwoju społeczno-ekonomicznego Polski i Europy*. Kielce, 2015. No 6. P. 147-158.
40. Vlasenko I. State enterprise in rural green tourism Ukraine and abroad. *Scientific Messenger LNUVMBT named after S.Z. Gzhytskyj*. 2017. № 19 (76). P. 26–30.

ДОДАТКИ

Додаток А

Агротуризм в США





Агротуризм в Іспанії





Агротуризм у Франції





Агротуризм в Україні



