

ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет управління, адміністрування та туризму
Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

бакалавр

Рівень вищої освіти

Стан та можливості розвивати фермерського туризму в Україні за матеріалами равликової ферми «Епіравлик» Хмельницька обл. с. Нижні Вовківці

Галузь знань 24 «Сфера обслуговування»

Спеціальність 242 «Туризм і рекреація»

Освітня програма «Туризм»

Шифр _____

Виконав: студент 4 курсу
група ТУР-19-1

Підпис

Андрій ЛАВРЕНЮК

Ініціали, прізвище

Керівник

Підпис

Ігор ЖУРБА

Ініціали, прізвище

Нормоконтролер

Підпис

Оксана ГРИНДІЙ

Ініціали, прізвище

До захисту допускаю:
Зав. кафедри
туризму та готельно-
ресторанної справи

Підпис

Ігор ЖУРБА

Ініціали, прізвище

_____ 2023 р.

Хмельницький, 2023

ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет управління, адміністрування та туризму
Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи
Рівень вищої освіти бакалавр
Галузь знань 24 «Сфера обслуговування»
Спеціальність 242 «Туризм і рекреація»
Освітня програма Туризм

ЗАТВЕРДЖУЮ
зав. кафедри туризму та
готельно-ресторанної справи
Журба І. Є.
_____ 2023 р.

ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

Лавренюк Андрій Юрійович

1 Тема роботи: Стан та можливості розвивати фермерського туризму в Україні за матеріалами равликової ферми «Епіравлик» Хмельницька обл. с. Нижні Вовківці

керівник роботи Журба Ігор Євгенович

затверджена Наказом по університету від «01» березня 2023 р. №5

2 Строк подання студентом роботи на кафедру _____ 2023 р. _

3 Вихідні дані до роботи: посібники, періодичні видання, статистичні звіти, Інтернет джерела

4 Зміст пояснювальної записки (перелік питань, що їх належить розробити)

У першому розділі розглянути теоретичні основи визначення розвитку фермерського туризму в Україні. У другому розділі провести загальний аналіз стану фермерського туризму в Україні та охарактеризувати діяльності равликової ферми «Епіравлик». У третьому розділі удосконалити систему розвитку фермерського туризму в Україні

5 Перелік графічного матеріалу: Зв'язок між поняттями «сільський туризм», «агротуризм» і «фермерський туризм», Класифікація туризму, Класифікація чинників у агро-, фермерському туризмі.

6 Дата видачі завдання _____ 2023 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН ВИКОНАННЯ
КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

Назва етапу виконання КР	Термін виконання етапу роботи	Примітка
1. Вибір теми і складання бібліографії	22.05.2023	
2. Вивчення стану проблеми за темою «Стан та можливості розвивати фермерського туризму в Україні за матеріалами равлікової ферми «Епіравлик» Хмельницька обл. с. Нижні Вовківці», висвітлення її в науковій літературі, нормативних документах, мережі Інтернет	25.05.2023	
3. Збір фактичного матеріалу	29.05.2023	
4. Уточнення мети, завдань і обґрунтування концепції роботи	01.06.2023	
5. Вибір методів аналізу матеріалів. Попереднє формулювання гіпотез, припущень тощо. Обробка зібраного матеріалу	05.06.2023	
6. Виявлення тенденцій, схем розвитку проблемної ситуації, прогнозування та формулювання підходів до розв'язання проблеми	12.06.2023	
7. Підготовка тексту, Основної частини роботи. Формулювання висновків за розділами	16.06.2023	
8. Підготовка тексту виступу та загальних висновків, проходження попереднього захисту	19.06.2023	
9. Здача роботи на кафедрі	20.06.2023	

Студент-дипломник _____

Андрій Лавренюк _____

Керівник роботи _____

Ігор Журба _____

АНОТАЦІЯ

на кваліфікаційну роботу Лавренюк Андрій Юрійович

Тема роботи: Стан та можливості розвивати фермерського туризму в Україні за матеріалами равликової ферми «Епіравлик» Хмельницька обл.

Спеціальність 242 «Туризм і рекреація»

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

Науковий керівник, д.е.н., проф. Ігор Журба

м. Хмельницький, 2023 р.

Кваліфікаційна робота виконана на ___ с., містить 14 таблиць, 5 рисунків, з перелік джерел посилань складається із 25 найменувань, __ додатків.

Актуальність роботи. Становлення аграрної сфери має вагоме значення для господарства України, вона потребує пошуку нових форм господарювання в сільській місцевості. Зазначимо, що сільський зелений туризм є базисом стратегії сталого розвитку в сільській місцевості. Даний напрям вже багато років ефективно існує у Європі. Отже, фермерські господарства на даний час мають значні шанси зайняти цю нішу

Перший розділ роботи присвячений розгляду теоретичних основ визначення розвитку фермерського туризму в Україні

У другому розділі проаналізовано стан фермерського туризму в Україні, а також проведено оцінку функціонування ринку фермерського туризму на прикладі равликової ферми «Епіравлик»

У третьому розділі пропонується удосконалення системи розвитку фермерського туризму в Україні.

Ключові слова: сільський туризм, агротуризм, фермерський туризм, туристичний ринок, туристична діяльність, проблеми, перспективи.

ABSTRACT

for qualifying work _Andriy Yuriyovych Lavrenyuk

The topic of the work: The state and opportunities to develop farm tourism in Ukraine based on the materials of the snail farm "Epiravlyk" Khmelnytskyi region.

Specialty 242 "Tourism and recreation"

Department of tourism and hotel and restaurant business

Research supervisor, Doctor of Economics, prof. Ihor Zhurba

Khmelnytskyi, 2023

The qualification work is completed on ___ p., contains 14 tables, 5 figures, the list of reference sources consists of 25 names, __ appendices.

Relevance of work. The formation of the agrarian sphere is of great importance for the economy of Ukraine, it requires the search for new forms of management in rural areas. It should be noted that rural green tourism is the basis of the strategy of sustainable development in rural areas. This direction has effectively existed in Europe for many years. So, farms currently have significant chances to occupy this niche

The first section of the work is devoted to the consideration of the theoretical foundations of determining the development of farm tourism in Ukraine

In the second chapter, the state of farm tourism in Ukraine is analyzed, as well as an assessment of the functioning of the farm tourism market using the example of the snail farm "Epiravlyk"

The third chapter proposes improvement of the system of development of farm tourism in Ukraine.

Key words: rural tourism, agricultural tourism, farm tourism, tourist market, tourist activity, problems, prospects.

Зміст

Вступ.....	7
Розділ 1 Теоретичні основи визначення розвитку фермерського туризму в Україні.....	10
1.1 Сутність поняття фермерський туризм.....	10
1.2 Особливості класифікації фермерського туризму.....	14
1.3 Міжнародний досвід розвитку фермерського туризму.....	18
Розділ 2 Аналіз стану фермерського туризму в Україні.....	23
2.1 Характеристика діяльності равликової ферми «Епіравлик».....	23
2.2 Оцінка функціонування ринку фермерського туризму на прикладі равликової ферми «Епіравлик».....	26
2.3 Оцінка послуг равликової ферми «Епіравлик».....	27
Розділ 3 Удосконалення системи розвитку фермерського туризму в Україні.....	31
3.1 Розширення можливостей фермерських господарств як суб'єктів надання туристичних послуг	31
3.2 Розвиток маркетингової стратегії фермерського туризму.....	33
Висновки.....	39
Список використаних джерел.....	40

Вступ

В умовах асинхронного розвитку ринкової економіки нашої країни, галузь сфери обслуговування стає знаковою та пріоритетною соціальною та економічною складовою національного господарства. Зокрема, становлення аграрної сфери має вагомим значення для господарства України, вона потребує пошуку нових форм господарювання в сільській місцевості. Зазначимо, що сільський зелений туризм є базисом стратегії сталого розвитку в сільській місцевості. Даний напрям вже багато років ефективно існує у Європі. Отже, фермерські господарства на даний час мають значні шанси зайняти цю нішу, особливо у воєнний та післявоєнний період відбудови нашої держави. Адже враховуючи ситуацію з Covid-19, повномасштабною війною, туристи мають досить обмежений доступ до закордонних місць відпочинку. В Україні вже багато років здійснюються аграрні перетворення, що формують об'єкт зацікавленості серед вчених. Становлення та розвиток сільського туризму в цілому та фермерського туризму зокрема є об'єктом праць значної кількості вітчизняних вчених-аграріїв та практиків: В. Биркович [2], В. Грановська, М.Костриця, В. Кифяк, Ю. Носенко, О. М. Нечипоренко [1], Т. Ткаченко, М.Рутинський, серед зарубіжних науковців, це дослідники: E.Carlos, S. Carpio [4], J.Brian Schilling [5].

. Про те значна кількість питань залишаються нез'ясованими, що потребує систематичної уваги, зокрема розвиток фермерського туризму, що визначило актуальність даної кваліфікаційної роботи

Мета дослідження полягає в обґрунтуванні стану та можливостей розвитку фермерського туризму в Україні.

Досягнення та реалізація визначеної у роботі мети вимагає вирішення наступних завдань:

- охарактеризувати сутність, поняття, різновиди, функції та чинники розвитку фермерського туризму;

- обґрунтувати основні підходи до класифікації фермерського туризму ;
- ; - проаналізувати міжнародний досвід розвитку фермерського туризму ;
- охарактеризувати функціонування ринку фермерського туризму на прикладі равликової ферми «Епіравлик»;
- . оцінити послуги та цінову політику равликової ферми «Епіравлик»;
- обґрунтувати розширення можливостей фермерських господарств, як суб'єктів надання туристичних послуг;
- розробити рекомендації та пропозиції щодо удосконалення фермерського туризму в Україні за матеріалами равликової ферми «Епіравлик» Хмельницька обл. с. Нижні Вовківці

Об'єктом дослідження кваліфікаційної роботи є процеси, що визначають стан та можливості розвитку фермерського туризму в Україні.

Предметом дослідження є теоретичні засади, положення та практичні рекомендації розвитку фермерського туризму в Україні за матеріалами равликової ферми «Епіравлик» Хмельницька обл.

У роботі використано такі наукові методи дослідження: морфологічного аналізу, системного та критичного аналізу, табличний, порівняння та узагальнення.

графічний щоб охарактеризувати розвиток фермерського туризму в об'єднаних громадах; абстрактно-логічний для обґрунтування понять та категорій «фермерський туризм» «сільський зелений туризм»; аналізу та синтезу – для визначення особливостей розвитку сільського та зеленого туризму в Україні; групування, що дасть можливість визначення головних чинників, які пригальмовують розвиток фермерського туризму в Україні; узагальнення, допомагає формувати висновки, на основі проведеного дослідження.

Інформаційну базу кваліфікаційної роботи склали Закони України, Кодекси України, Постанови Уряду, Кабінету міністрів України й інші правові акти, інформація Державного комітету статистики України, наукові статті, монографії, а також матеріали мережі Інтернет.

Галуззю застосування результатів дослідження є практична діяльність підприємств туристичної сфери України. Запропоновані у роботі рекомендації створюють основу для розвитку сільського (зеленого) туризму в Україні

Наукова новизна здійсненого дослідження полягає у визначенні певної послідовної логіки структурованих дій при запровадженні додаткової опції діяльності такої, як агротуризм.

Практичне застосування. Результати, що отримані у процесі дослідження, можуть бути застосовані фермерськими господарствами, особистими селянськими господарствами для запровадження фермерської, агротуристичної діяльності у своїй області.

Структура кваліфікаційної роботи складається зі вступу, основної частини та висновків. Основна частина вміщує в себе 3 розділи. У висновку узагальнюються результати даної кваліфікаційної роботи. В роботі використано 14 таблиць, 5 рисунків, загальний обсяг роботи складає 40 сторінок.

Розділ 1 Теоретичні основи визначення розвитку фермерського туризму в Україні

1.1 Поняття та категорії, функції та чинники розвитку фермерського туризму

На сучасному етапі дедалі більшої популярності в сільській місцевості рекреаційних регіонів України набуває фермерський туризм. Сьогоднішній турист шукає можливостей культурного збагачення, та надає перевагу активному відпочинку із пізнанням особливостей традиційного сільськогосподарського устрою Рідного Краю, особливо в місцях з екологічно чистим навколишнім середовищем. Зазначимо, сільський зелений туризм окремі українські дослідники досі ототожнюють з агро- та фермерським туризмом. Знак рівності між цими поняттями ставити не можна, оскільки поняття «сільський зелений туризм» за змістом значно ширше порівняно з поняттями «агротуризм», «фермерський туризм». [1]

Між фахівцями у сфері туризму до цього часу тривають дискусії щодо таких понять як «сільський туризм», «агротуризм», «зелений туризм», «фермерський туризм», «екотуризм», «екоагротуризм». Зауважимо, В.Герасименко, та С.Нездоймінов рахують, що поняття «сільський туризм», «агротуризм» і «фермерський туризм» з позиції дослідження умов регіонального розвитку є подібні категорії, адже пов'язані з економічною природою послуг сільського господарського виробництва а також орієнтуються на місце споживання туристичних послуг в сільському середовищі [2]

В. Васильєв, П. Горішевський, Ю. Зінько вважають, що сільський туризм –це відпочинок з будь-якою метою, видом та формою організації туристської подорожі у сільській місцевості з розміщенням на відпочинок у будинку сільського господаря [3]. На думку В. Биркович , сільський

зелений туризм слід розглядати, як специфічну форму відпочинку в приватних господарствах сільської місцевості з використанням майна та трудових ресурсів особистого селянського, підсобного або фермерського господарства, природно-рекреаційних особливостей місцевості та культурної, історичної та етнографічної спадщини регіону [4]

На думку С. Медліка, поняття «фермерський туризм» варто розглядати, як одну з форм сільського туризму, його ще називають агротуризмом (agrotourism), відпочинок на фермі у короткотерміновий проміжок часу (farm stay tourism), а також довготерміновим відпочинком на фермі (vacation farm tourism). Варто зауважити, що С. Медлік не пропонує окремого тлумачення для терміна «зелений туризм» (green tourism), тому що він його відносить до категорії «альтернативний туризм» (alternative tourism) [5]. Б. Прончук, підкреслює, що сільський спосіб зелений туризм виокремлюється тим, що люди, які приїжджають у село відпочити, безпосередньо спілкуються із господарем садиб. Особливість зеленого садибного, сільського, туризму полягає у тому, що відпочиваючі мають можливість показати своїм дітям звідки береться молоко, де росте картопля тощо. Зауважимо, це здоровий відпочинку [6].

Отже, вважаючи, що туризм – це «тимчасовий виїзд особи з місця постійного проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці перебування» [7]. У той же час агротуризм – форма сільського туризму, застосована на базі сільського фермерського господарства, де відпочинок взаємопов'язаний із активним залученням усіх його учасників до традиційних місцевих форм господарювання на селі (збір винограду, сіна, догляд за худобою тощо). Фермерський туризм (farm tourism) - відпочинковий туризм, він передбачає залучення сільського (фермерського) господарства [8.]

Агро-, фермерський туризм може проявлятися у різних формах, але завжди включає винаймання помешкання. Розрізняють дві базові форми агро-, фермерського туризму: винаймання помешкання з наданням послуг

безпосередньо у межах дворового господарства, або розташування на нічліг з самообслуговуванням на території, що належать до даного дворового господарства, зокрема, у кемпінгах та наметах. Агро-, фермерський туризм, таким чином, стає однією з форм сільського туризму. У агро-, фермерському туризмі дворове господарство (фермерське господарство) становить одночасно нічліжну базу та базовий предмет інтересу для туриста [9].

Прийнято виділяти два види сільського зеленого туризму, зокрема «чистий» та «змішаний».

«Змішаний» презентує фермерське господарство, де вирощують худобу і овочі, а також додатково приймають туристів. Другий, «чистий», – це винятково діяльність з обслуговування туристів. Важливою умовою для цього є розташування будинку недалеко від реальних комунікаційних шляхів. Зазначені будинки виконують роль придорожніх міні-готелів. Умови проживання в них такі, як у готелях: де має бути сніданок, а також послуги з прання та прасування. Зазначимо, що представники «чистого» виду – це господарства, що безпосередньо приймають та обслуговують людей, які приїхали відпочивати у сільську місцевість (для цього потрібно, щоб будинок був розташований неподалік від «живих шляхів» і в свою чергу виконував функцію мініготелю). Досліджуваний вид туризму включає в себе агротуризм – відвідування садиб фермерів та безпосереднє ознайомлення з їх діяльністю (власноручне збирання ягід, доїння корів, сироваріння, допомога в консервуванні, догляд за кущами рослин та квітів, годування або догляд за тваринами); екотуризм полягає у відвідуванні заповідних територій, іпотуризм – знайомство з кінним господарством, а також поїздки до бджолярів – апітуризм [3].

Зв'язок між цими поняттями наведений на рисунку 1.1, на якому вказано, що фермерський туризм і агротуризм — це частина сільського туризму.



Рисунок 1.1 - Зв'язок між поняттями «сільський туризм», «агротуризм» і «фермерський туризм». [10]

Обґрунтуємо основні компоненти сільського зеленого туризму, які заохочують туристів відвідати сільські місцевості.

Позитивний вплив сільського зеленого туризму на покращення умов та якості життя селян полягає перш за все у тому, що він розширює сферу зайнятості сільського населення, надає селянам можливість додаткового заробітку. Їхні прибутки надходять не тільки від оренди приміщень для проживання, а й від безпосередньої реалізації; приготування їжі для гостей з власноруч вирощених продуктів. А ще - прокату спортивного та рибачького інвентарю; продажу ремісничих та інших виробів, ознайомлення з місцевими традиціями та культурою; залучення до участі в сільськогосподарських роботах, зокрема, на пасіці, в косовиці, організації розваг: катання на бричці, човні; спостереження за птахами, рибальство, мисливство.

Головними перевагами українського агро-, фермерського туризму є гостинність місцевого населення, смачна домашня їжа, народні ремесла та конкурентні ціни. Яскраве національне забарвлення фермерського туризму, коли кімнати господарів і гостей прикрашають предметами ручної роботи, виконані в народних традиціях.

Серед туристів, які приїжджають з великих міст, також видно: підвищений інтерес до здорового харчування та купівлі місцевих продуктів,

значення місцевих виробників і повага до місцевих виробників, сприйняття подорожей та їжі як культурного досвіду (повільний туристичний суспільний рух, інтерес до інтерактивних форм проведення відпочинку), перевантаження розвитком сучасних технологій та тяга до природи, тиші, традиційних навичок та способу життя.

Розвиток туризму в сільській місцевості, а також необхідної мережі супутніх послуг стануть можливими, якщо ці форми підприємництва будуть включені місцевими органами самоврядування до стратегічних планів соціально-економічного розвитку села, а потім – до оперативних.

1.2 Особливості класифікації фермерського туризму

Для того, щоб визначити місце та роль фермерського туризму у структурі сільського туризму, та зрештою у туристичній галузі, розглянемо класифікацію видів туризму (таблиця 1.2). Найчастіше в науковій літературі зустрічається термін «екологічний туризм», вперше запропонований у 1978 р. Т. Міллером, який визначив його, як «життєздатний туризм, чутливий до навколишнього середовища, що включає вивчення природного та культурного середовища і має на меті поліпшення стану в ньому». Майже одночасно з Т. Міллером і незалежно від Майже одночасно з Т. Міллером і незалежно від нього визначення екологічного туризму сформулював економіст-еколог Г. Цебаллос-Ласкурейн (1980 р.),

Таблиця 1.2 - Класифікація туризму [11]

Класифікаційна ознака	Види туризму
Географічний принцип	1.1. Внутрішній 1.2. Міжнародний
Напрямок туристичного потоку	2.1. В'їзний 2.2. Виїзний
Мета поїздки	3.1. Рекреаційний 3.2. Оздоровчий відпочинок 3.3. Пізнавальний відпочинок 3.4. Професійно-діловий туризм 3.5. Науковий (конгресний) 3.6. Спортивний відпочинок 3.7. Шоп-тури 3.8. Пригодницький 3.9. Паломницький 3.10. Ностальгічний 3.11. Фермерський 3.12. Екотуризм (зелений) 3.13. Екзотичний 3.14. Елітарний
Джерело фінансування	4.1. Соціальний 4.2. Комерційний
Спосіб пересування	5.1. Пішохідний 5.2. Авіаційний 5.3. Морський 5.4. Річковий 5.5. Автотуризм 5.6. Залізничний 5.7. Велосипедний 5.8. Змішаний
Засоби розміщення	6.1. Готелі 6.2. Мотелі 6.3. Пансіонати 6.4. Кемпінги 6.5. Намети
Кількість учасників	7.1. Індивідуальний 7.2. Сімейний 7.3. Груповий
Тривалість перебування	8.1. Короткотривалий 8.2. Довготривалий
Розташування туристичного місця	9.1. Гірський 9.2. Водний 9.3. Сільський(фермерський) 9.4. Приміський
Інтенсивність туристичного потоку	10.1. Постійний 10.2. Сезонний
Організаційна форма	11.1. Організований 11.2. Неорганізований

Як бачимо з таблиці 1.2, туризм поділяється за метою поїздки на декілька видів туризму в тому числі і фермерський туризм, а також - екотуризм (зелений), а за ознакою розташування туристичного місця – на гірський, водний, сільський та приміський. Слід визначити, що сільський туризм є одним з видів туризму, тобто він частина туристичної галузі.

На думку, Г. Цебаллос-Ласкурейн фермерський туризм – активна участь усіх залученням відпочиваючих туристів до традиційних місцевих форм господарювання на селі, а екологічний туризм – це подорож у відносно недоторкані або незабруднені природні території із специфічною метою навчання, захоплення та / чи отримання насолоди від спостереження за природою, ландшафтами, рослинами та дикими тваринами, а також вивчення культурних особливостей населення цих територій [12].

Чинники, що впливають на розвиток сільського туризму в цілому та фермерського, зокрема є різноманітними і багатогранними. Різні автори у різні періоди робили спроби їх групування та оцінки.

Класифікація чинників туризму, яку запропонував С. Цьохла, можна адаптувати до сільського туризму, за наступними ознаками:

- 1) за впливом: статичні і динамічні;
- 2) за характером впливу: екстенсивні та інтенсивні;
- 3) за напрямом дії: зовнішні і внутрішні;
- 4) за результативністю: позитивні та негативні [13].

Цю класифікацію ми використаємо при дослідженні чинників розвитку сільського зеленого туризму. Розглянемо класифікацію чинників на основі (рисунок 1. 2.).



Рисунок 1.2 - Класифікація чинників у агро-, фермерському туризмі [14.]

Не зважаючи на те, що немає єдиного підходу до тлумачення поняття «агротуризму» та «фермерського туризму» можна сказати, що ці види туризму мають вагомe соціально-економічне значення, яке полягає в тому, що вони: стимулюють розвиток селянських господарств, які займаються— зеленим туризмом; сприяють розвитку місцевої інфраструктури;— сприяють збуту надлишків сільськогосподарської продукції,— збільшуючи додаткові прибутки селян і відрахування у місцеві бюджети; активізує місцевий ринок праці, підвищує зайнятість, затримує— молодь на селі, понижуючи потребу в закордонному заробітчанстві; сприяє охороні туристичних ресурсів, насамперед збереженню— етнокультурної самобутності українців; створює можливості для змістовного відпочинку незаможних— людей; сприяє підвищенню культурного рівня мешканців села та— підвищенню екологічної свідомості. У наступному підрозділі нами буде досліджено Методичні

підходи до оцінки природно-ресурсного потенціалу розвитку сільського (ого) туризму в регіоні.

1.3 Міжнародний досвід розвитку фермерського туризму

Зазначимо, Україна лише робить перші спроби розвивати фермерський туризм, країни Європи та США уже сформували власну модель фермерського туризму, залежно від менталітету жителів і попиту на послуги. У США за певну суму, туристу дадуть змогу доглядати за худобою на ранчо, навчать запрягати коня та їздити верхи, сплаватися по гірських річках. Одним із популярних трендів є рибальство – це ціла індустрія від реалізації черв'яків до ошатних будиночків на зимову рибалку. У цілому США – рай для фермерського туризму, бо ферм тут багато і сезонним працівникам завжди раді. За роботу даний працівник одержує кімнату на ранчо, харчування разом з господарями та невеличку грошову винагороду.

Фермерський туризм у Європі має частково іншу структуру: тут є багато сімейних ферм, а також сироварень, винокурень (виноробних господарств), оливкові, трояндові та лавандові поля. Тому вдало заповнена ніша і створення унікального, цікавого високоліквідного продукту для туристів стали запорукою ефективного розвитку агробізнесу в країнах ЄС. Наприклад, у Великобританії дуже популярні агротури на ферму вихідного дня. Туристи їдуть з Лондона у село до будинку під стріхою, особисто збирати курячі яйця і платять за це ще дзвінкою срібною монетою. Головна особливість – кінні та піші прогулянки, за останній час до них додалося рибальство і занурення в якусь певну історичну епоху. Французи акцентують увагу на кулінарії та виноробстві: туристи можуть спробувати приготувати певні страви місцевої кухні та отримують дозвіл до винного льоху. Так як туристам у Франції, Італії та Іспанії подобається усяке ретро,

через те місцеві фермери уважно реставрують старовинні млини, садиби, винокурні. Фермерський туризм в Польщі, Словаччині та Угорщині – це спроба краще пізнати культуру та звичаї, а також спробувати попрацювати на м'ясних та молочних фермах.

В Іспанії функціонує національна програма з розвитку фермерського туризму, що має назву Turismo Rural. Туристам пропонують взяти участь у роботі на фермі – зокрема, пасти корів чи підстригти овець, долучитись до збирання врожаю в саду, з'ясувати як виростити екологічно чисті продукти, приготувати домашні продукти – джем, йогурт, масло, сир тощо, навчать правильно збирати ягоди та їстівні гриби, розводити рибу, займатися гончарною справою тощо. Фермерський туризм у Фінляндії має більше спрямування у бік активного веловідпочинку та рибальства.

У Німеччині послуги фермерського туризму надають малі сімейні підприємства, через те об'єктів для такого виду проведення часу – багато. Любителі верхової їзди можуть пожити на кінних фермах, а згодом – відпочити на регіональному фестивалі. У деяких регіонах країни фермерський туризм має форму спільної роботи з власником ферми, коли житло і їжа туристу пропонуються в обмін на його працю на фермі або у полі. Зазначена модель отримала надзвичайну популярність у багатьох країнах Європи і навіть визначена у формі окремого напрямку під назвою «Добровільні працівники на органічних фермах» або WWOOF, до якої долучено понад 50 країн. Пропозиції бажачим попрацювати на них можна знайти, як в туристичних агенціях, також на спеціалізованих міжнародних сайтах, де за певну винагороду дозволять вибрати на вибір кілька ферм у різних країнах, куди готові прийняти бажачих.[15]

Експерти СОТ розробили стандартну класифікацію засобів розміщення туристів, за допомогою якої засоби розміщення класифікуються, зокрема на колективні та індивідуальні. На сучасному етапі усі національні організації сільського туризму країн Європи об'єдналися в Європейську федерацію фермерського і сільського туризму (European Federation for Farm and Village

Tourism) або скорочено «EuroGites». Основні завдання цієї організації: заохочення розвитку сільського зеленого туризму та цільове інвестування проектів становлення сільського туризму. Зазначимо, що особливості організації фермерського туризму різних країн подані у таблиці 1.3.

Таблиця 1.3 - Особливості організації фермерського туризму у різних країнах [16]

Країна	Особливість організації фермерського туризму
Італія	агро-та фермерський туристичний бізнес тісно пов'язаний з курортним, міжнародна спеціалізація, гастрономічний і дегустаційний туризм
Австрія	зайнятість гостей у збиранні трав, приготуванні молокопродуктів, випас худоби, активний гірський та екологічний туризм
Фінляндія	будиночки без господарів, розміщені на берегах заповідних озер та річок
Румунія	діє Національна асоціація агротуризму і культурного туризму, спеціалізація етнографічний та гастрономічний туризм
Угорщина	податкові пільги, міжнародна спеціалізація кінний туризм
Польща	відсутність тісного зв'язку з традиціями країни – тільки ночівля та харчування
Франція	приморські фермерські садиби, кінні ферми, винні агросадиби, гірськолижні шале, агрокотеджі, замки, рибальські будинки
Іспанія	сільські готелі відкрито на Канарських і Балеарських островах, а також у переобладнаних монастирях та історичних замках
Данія	діє Національна асоціація агротуризму, спеціалізація велосипедний туризм
Ісландія	категоризація номерів на три категорії, категоризація гостьових будинків (A, B, C, D, T, F, G)
Німеччина	більшість туристів приїздить для участі у міжнародних ярмарках та торгових шоу
Великобританія	доступні ціни, спеціальні знижки для дітей, друкуються рекламні інформаційні каталоги СЗТ

У Європі лідерами за розмірами розвитку індустрії агротуризму є Франція та Іспанія. У цих країнах сільський туризм давно перейшов у високорентабельну галузь, що має міжнародну економічну спеціалізацію. Агротуризм даної країни відображений Національною організацією будинків відпочинку і зеленого туризму. Ця організація пропонує агрооселі на будь-який смак і різні види відпочинку, які сертифіковано за максимальними національними стандартами сервісу.

В Україні, враховуючи польський досвід, також діє система екологічної сертифікації, а також добровільної категоризації «Зелена садиба», яка розроблена українською Спілкою сприяння розвитку сільського зеленого

туризму. Дана схема сертифікації функціонує на принципах максимального зменшення негативного впливу агротуристичного об'єкту на довкілля, а також , підтримка народних звичаїв, традицій та ремесел, заохочення місцевої економіки, стимулювання екологічних та безпечних видів розваг і відпочинку. Вивчивши зарубіжний досвід можна виділити напрямки та перспективи розвитку агро- та фермерського туризму в Україні при вдосконаленні законодавчого регулювання сільського зеленого туризму в цілому (таблиця 1.4).

Таблиця 1.4 - Напрямки та перспективи розвитку агро- та фермерського туризму в Україні на підставі світового досвіду [16]

Країна з подібним досвідом	Напрямок розвитку агро- та фермерського туризму в Україні
Німеччина, Італія, Австрія, Польща, Угорщина	пільговий режим оподаткування
Франція	спільний розвиток сільської місцевості та туризму за фінансової підтримки приватного сектору та координації уряду; поділ району на зони відпочинку та зелені зони
Італія	розвиток агротуристичного бізнесу пов'язаний з курортним, спеціалізація на гастрономічних та дегустаційних турах
Італія, Іспанія	виникнення спеціальних готелів у сільській місцевості біля монастирів
Австрія	зайнятість гостей у збиранні трав, приготуванні молочних продуктів, випасі худоби
Франція	приморські агросадиби, кінні ферми, винні агросадиби, рибальські будинки
Румунія	етнографічні види сільського зеленого туризму

Для України сільський зелений туризм в цілому та фермерський туризм, зокрема – нове поняття, яке розвивається досить активно. Як показує світовий досвід, функціонування програм розвитку сільського туризму сприяє вирішенню низки актуальних соціальних та економічних проблем, а саме:

1. Наявність додаткових можливостей для розвитку сільських громад щодо покращення фінансового стану, накопичення коштів та направлення їх на реалізацію місцевих соціальних проєктів.

2. Створення нових робочих місць для представників місцевої територіальної громади, як у туристичній індустрії, так і у споріднених галузях.

3. Сприяння розвитку малого і середнього підприємництва в сільських регіонах України.

4.. Інвестування у раціональне використання туристичних ресурсів, особливо природоохоронних територій.

5. Формування і просування на ринку туристичних послуг «сільських агротурів» доступних для кожного мешканця міста.

6. Збільшення переліку індивідуалізованих активних видів відпочинку.

7. Наближення міських жителів до основ народної культури.

8. Пришвидшення формування сучасних засобів розміщення туристів у сільській місцевості та становлення культури обслуговування туристів.

9. Підвищення рівня краєзнавчо-пошукової роботи та мотивація розробки нових туристичних маршрутів у сільській місцевості.

Отже, вище зазначений міжнародний досвід розвитку фермерського туризму надзвичайно цінний для України у післявоєнний відбудовчий період.

Розділ 2 Аналіз стану фермерського туризму в Україні

2.1 Характеристика діяльності фермерського туризму в Україні

Здебільшого в Україні агротуризм розвивається у окремих регіонах або на окремій фермі, виноробні чи сироварні. Тобто, там, де фермери зрозуміли, що турист – це потенційний споживач їхньої продукції, а організація екскурсії на виробництво чи у господарство є місточком довіри, найдієвішою рекламою, яка дозволяє налагодити збут вироблених ними продуктів. Просування своєї продукції через різноманітні атракції практикують господарства та компанії у різних регіонах.

Промислове розведення равликів (геліцекультура) – нішевий агробізнес з додатковою вартістю, який інтенсивно розвивається. В Україні рентабельності равликівництва сприяють кліматичні умови та експорт-орієнтованість. І хоча вітчизняний ринок споживання равликів робить лише перші кроки, однак швидко зростає і має досить непогані перспективи.

Для підприємців-початківців, особливо в сільській місцевості, равликовий бізнес цікавий з кількох причин:

- стабільний попит на їстівних равликів у сегменті HoReCa;
- мінімальні вкладення та порівняно швидка окупність (1-2 сезони);
- сезонність (лютий-жовтень) із перервою процесу взимку;
- наявність апробованих технологій вирощування молюсків;
- різноманітність продукції (ікра, живий равлик, репродуктивне стадо та молодняк, муцин, раковини);
- ресурс виробництва власного крафтового продукту;
- сприятлива кон'юнктура експорту.

Ще один важливий момент – равлики практично не хворіють, а в умовах ферм їхніх природних ворогів нескладно знешкодити за допомогою сучасних технічних рішень.

Щоб розпочати прибутковий бізнес на равликах та створити равликову ферму, достатньо навіть 30 соток землі, невеликого первинного капіталу та реального бізнес-плану. Біологічний ритм равликів «вдень сплю, а вночі гуляю, їм, росту і розмножуюсь» вимагає від власника равликової ферми управлінського досвіду, мотивованого кваліфікованого персоналу, оптимізації часових та матеріальних витрат, відмінних комунікативних якостей.

Восени 2020 року в селі Нижчі Вовківці на Хмельниччині з'явилася равликова ферма «Епіравлик». Спочатку Альона Шибунько разом із чоловіком орієнтувалися на експорт, та згодом зрозуміли, що для них це не вигідно — ціна живого равлика цьогоріч була на рівні 3,5 євро/кг. Набагато рентабельніше збувати молюсків на внутрішньому ринку та розвивати на базі ферми туристичний напрям.

У перший рік «Епіравлик» значну частину молюсків здав на експорт. Того року зробили акцент на внутрішній ринок — продавали равлика на маточне стадо, на ресторани і залишили собі на сети. 2021 року вирішили, що будуть все залишати собі, оскільки в січні мусили докуповувати молюсків у своїх колег.

Фермери вважають, аби бути в плюсі, потрібно захопити весь спектр равликівництва: екскурсії, розведення на продаж маточного стада, малька, ікри та сетів. На зустрічі із фермером із Каталонії, Іспанія вони переконались, що експортувати равликів наразі не вигідно. Оптова ціна в 2022 році була на рівні 3,5 євро/кг, це від тонни равликів. В Україні було більше ста равликових ферм. Але багато хто 2022 року взагалі не запустився або запустився на неповну потужність.

Равликова ферма «Епіравлик» займає 25 соток земельної ділянки з 30-ти. Равлики живуть під дерев'яними щитами, харчуються спеціальним

кормом і рослинами. Під час відвідування равликової ферми, окрім оглядової екскурсії та розповідей про життя равликів, гостям пропонують дегустацію равликової продукції – равлик фарширований під соусом, канапки з равликовою ікрою та канапки з м'ясом равлика та овочами. Також є можливість замовити доставку продукції.

На території ферми «Епіравлик» є сторічна відреставрована українська хата — місце відпочинку та крута локація для фотосесій. Окрім хати, існує кілька цікавих фотозон. Равликові перегони, дегустації, екскурсії, під час яких можна дізнатися все, що цікаво, про життя равликів, майже домашня атмосфера та тепле відчуття «як у бабусі в селі» - ферма привертає увагу і поціновувачів незвичного продукту, і туристів.

Окрім м'яса равлика, ферма продає також й ікру. Ікра збирається так само, але потім без визрівання довго-довго промивається та перед тим, як потрапити на стіл для споживача, готується за власним фірмовим рецептом.

На фермі працює 4 особи: сім'я засновників та 2 найманих працівника: один – для збору равликів та екскурсовод.

Вартість екскурсії без дегустації – 100 грн з особи, з дегустацією – 350 грн (з особи) (за цінами 2022 року).

За період існування ферма прибуток вкладала у вдосконалення власного бізнесу: утримування равликів, облаштування паркану, столиків для дегустації і відпочинку туристів, копання свердловини та інше.

В Україні сотні ферм заробляють на вирощуванні равликів. Водночас через невелику прибутковість 500 равликових ферм закрились за 1,5 року в Україні [17].

2.2 Оцінка функціонування ринку фермерського туризму на прикладі равликової ферми «Епіравлик»

Фермерський туризм - різновид туризму, що пов'язаний з певною фермою, незалежно від проживання, відвідування ферми, проїздом, із зупинкою в ній на обід, деяких розваг.

Фермерський туризм спирається на фермерські господарства, що вирощують худобу і овочі та додатково приймають туристів. Це надає приблизно 25% прибутку фермерській родині. Причому велика частина цих коштів реінвестується в облаштування будинку, відновлення інтер'єру, створення умов для гостей. Власні екологічно чисті продукти фермерського господарства заощаджують гроші на їхню закупівлю і служать додатковою перевагою для екотуристів, за якістю послуг, які надаються, уважно стежить Європейська федерація сільського та фермерського туризму EVROGITES.

Цей вид туризму не має шкідливого впливу на довкілля і, разом з тим, робить істотний внесок у регіональний розвиток.

Переважну частину доходу равликової ферми «Епіравлик» отримує із екскурсійної діяльності (50-60%), решта – продаж продукції (равликів, малька) (рис 2.1.)

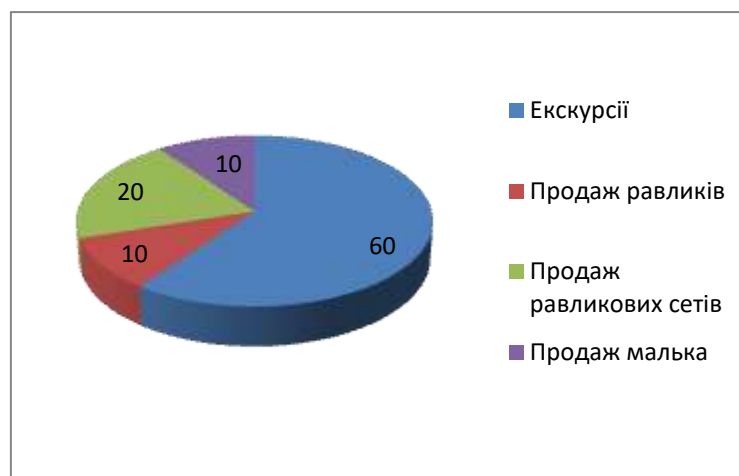


Рисунок 2.1 – Структура доходу равликової ферми «Епіравлик», %

Ферма активно працює з травня по листопад. Екскурсійні тури проводяться з червня по жовтень як у будні дні, так і на вихідних. Основні дані наведено у таблиці 2.1.

Таблиця 2.1 - Кількість відвідувачів равликової ферми «Епіравлик»

Кількість відвідувачів, осіб	Роки	
	2021	2022
Червень	210	267
Липень	215	300
Серпень	243	308
Вересень	258	310
Жовтень	184	280

Калькуляція туру наведено у таблиці 2.2.

Таблиця 2.2 - Калькуляція туру «Епіравлик» [складено автором]

№	Найменування витрат	Ціна, грн	Кількість	Сума, грн
1	ЗП екскурсовода	500	1	500
2	Харчування	150	6	900
3	Екскурсійне обслуговування	100	6	600
4	Накладні витрати	-	10%	200
5	Прибуток	-	20%	440
6	Загальна вартість туру	-		2640
7	Ціна туру на 1 особу	-	6	440

Отже, впровадження таких турів в регіоні сприятиме збалансованому в екологічному, соціальному та економічному відношенні сталому розвитку сільських місцевостей, що тим самим підтримує туристичну привабливість територій.

2.3 Оцінка послуг равликової ферми «Епіравлик»

Для того, щоб створити равликову ферму продуктивністю 2 тонни на рік, потрібно: приміщення площею 300 м², ділянка в 16-17 соток, чотири людини персоналу і обладнання.[18]

Загальний обсяг необхідних коштів для проекту становить близько 50 тис. євро, а розрахункова рентабельність продажів майбутнього підприємства - 30-35%.

Основними напрямками реалізації равликів на внутрішньому ринку є: ресторани з європейською кухнею; елітні супермаркети, які реалізують імпорту і нішеву продукцію; компанії, що виробляють заморожені напівфабрикати; фармацевтичні компанії, які на основі равликового м'яса та слизу виготовляють різні препарати. Практичне застосування равлика може включати в себе: гастрономічну складову, SPA-догляд, екскурсії, виробництво декору та прикрас з мушель. Сума витрат для створення равликової ферми може варіюватися залежно від обсягів виробництва та вже наявних у фермера ресурсів.

Таблиця 2.3 - Цінова політика підприємства

Найменування	Кількість	Ціна, грн
Варене філе равлика (вакуумний пакет)	0,5 кг	650
Готові напівфабрикати в мушлях з різними соусами	1 кг	980
Ікра равлика (під замовлення)	100 г	2800
Живі равлики в стані анабіозу	5 кг	1000 (200 грн за 1 кг)
Філе равлика на шпажках	1 кг	1300
Очищені мушлі для фарширування	від 50 шт.	1 шт – 2 грн

Равлики харчуються перемеленими злаками, травою і крейдою. У раціон обов'язково варто включити овес, пшеницю, насіння конопель та льону, кукурудзу, гречку, сою, подорожник. Необхідно стежити за тим, щоб залишки їжі не залежувались в тераріумі. Процеси гниття здатні привести до хворіб і знищити все потомство. Потрібно проводити прибирання залишків їжі.

Для ефективного ведення даного бізнесу треба мати основні фонди танематеріальні активи. Перелік яких наведено в таблиці 2.4

Таблиця 2.4 - Потреба в основних фондах

Довгострокові активи	Наявні	Загальна потреба
1. Нематеріальні активи (ліцензії, патенти)	Ліцензії, бази даних	
2. Основні фонди:		
2.1. Земельні ділянки	1 га	2 га
2.2. Будівлі та споруди	Підсобне, основне приміщення	Офісне приміщення, нове технічне обладнання, WI-FI
2.3. Машини та устаткування	Сонячні батареї, авто полив, свердловина	Система подачі та розподілення води
2.4. Виробничий інвентар	Мотоблок, робочий одяг, сільськогосподарське приладдя	електрокультиватор
2.5. Транспортні засоби	Службове авто, вантажна газель	газель
2.6. Інші основні фонди	Целофанова плівка	

Визначення виробничої собівартості продукції (таблиця 2.5)

Таблиця 2.5 – Результати діяльності равликової ферми «Епіравлик» [складено автором]

Показник	2021	2022
1. Обсяг продажів, виручка від реалізації, тис грн	945,0	1000,0
2. Собівартість:		
Сировина і матеріали, тис грн	112,5	120,0
Вода на технологічні потреби, тис грн	1,5	1,7
Паливо на технологічні цілі, тис грн	45,0	50,0
Електроенергія на технологічні потреби, тис грн	10,0	15,0
Витрати на оплату праці, тис грн	316,0	316,0
Нарахування на зарплату, тис грн	45,0	45,0
Амортизаційні витрати, тис грн	60,0	60,0
Витрати на рекламу, тис грн	5,0	6,0
Податки, тис грн	10,0	12,0
Орендна плата, тис грн	8,0	8,0
Витрати на запасні частини, тис грн	22,0	25,0
Оплата за воду, тис грн	1,3	1,8
Інші витрати, тис грн	6,0	8,0
Разом за розділом 2	642,3	698,5
3. Податки, віднесені на фінансові результати діяльності:		
Податки на майно, тис грн	6,0	8,0
Податок на рекламу, тис грн	1,6	1,6
Цільові збори	-	-
Разом за розділом 3	7,6	9,6
4. Балансовий прибуток, тис грн	295,1	321,9
5. Податок на прибуток (18%), тис грн.	53,12	57,94
6. Чистий прибуток, тис грн	241,98	263,96

На початку будь - якої діяльності необхідні грошові вкладення в цю справу. Постійні та змінні витрати на реалізацію підприємства «Епіравлик» представлені у таблиці 2.6

Таблиця 2.6 – Річний розрахунок витрат

Статті витрат		Обсяг витрат, тис грн
Постійні витрати	Річна амортизація основних засобів	60,0
	Витрати на рекламу	18,0
	Витрати на опалення, освітлення, зв'язок	4,2
	Заробітна плата адміністративного персоналу	198,0
	Витрати на охорону, пожежну безпеку	10,0
Змінні витрати	Витрати на технологічні портеби	4,0
	Витрати на сировину	25,0
	Витрати на допоміжні матеріали	0,5
	Витрати на заробітну плату робітників	118,0
	Відрахування на соціальні заходи	20,0
Разом		457,7

Отже, перед інвестуванням у будь-який вид бізнесу варто все ретельно підрахувати. Важливим фактором є не лише прибутковість, а й період повернення інвестицій. Якщо йдеться про равликову ферму, то таке господарство окупиться вже після першого сезону, а з кожним роком обсяги виробництва і прибутки збільшуватимуться.

Розділ 3 Удосконалення системи розвитку фермерського туризму в Україні

3.1 Розширення можливостей фермерських господарств як суб'єктів надання туристичних послуг

На початку XXI століття індустрія сільського туризму визнається експертами Всесвітньої Туристичної Організації, як суттєвий, найдинамічніше зростаючий сектор світового туристичного господарства. Обсяги надання агротуристичних послуг у постіндустріальних країнах нині в 2-4 рази перевищують обсяги зростання готельної бази і курортного сервісу в цих країнах. Важливим є досвід найближчих сусідів України. Наприклад, законодавством Угорщини сільський зелений туризм віднесено до сфери ведення особистого селянського господарства, тут формуються відповідні пільгові податкові інструменти. Законодавство Польщі чітко відмежовує основні поняття та принципи ведення сільського зеленого туризму від інших видів туристичних послуг, що надаються у сільській місцевості, але законодавчо віднесені до підприємницької діяльності [19]

Дієвим інструментом підтримки фермерів може стати дозвіл на зайняття сільським та іншими видами туризму, надання послуг у цій сфері. Як свідчать дослідження [20], сезонність туризму й сезонність сільського господарства являють собою цикли, що повторюються. З позицій сільського туризму як складової сталого розвитку регіонального туризму, слід розглянути можливість кореспондування цих циклів. Це може реалізуватися в рамках нових туристичних продуктів, спрямованих на задоволення потреб як туристів, так і фермерські господарства. Негативні наслідки циклічності використання робочої сили в сільському господарстві мають значний прояв у зимовий період і посилюються на фоні скорочення населення, особливо молодого, в багатьох сільських регіонах. Додатковим фактором зменшення

потреби в робочій силі стає розвиток технологій, які застосовуються в сільському господарстві. Інструментом подолання зазначених ризиків може стати створення додаткових робочих місць у сільському туризмі на базі фермерських господарств, у т.ч. – в зимовий період.

Оскільки туристична діяльність, зокрема, надання туристичних послуг, не є видом сільськогосподарської діяльності, регулюється іншими законами та нормативно-правовими актами, фермери обмежені у своїх можливостях щодо розширення сфер діяльності. Оскільки будівництво та функціонування об'єктів, які пов'язані із наданням туристичних послуг, на території фермерського господарства повинні здійснюватися в межах правового поля, а розширення можливостей фермерського господарства до здійснення туристичної діяльності не має призвести до нової проблеми – необхідності вирішувати питання щодо зміни цільового призначення земель фермерських господарств, необхідне законодавче врегулювання розширення цільового призначення земель для ведення фермерських господарств та туристичної діяльності, одночасно, узгодженого із необхідними змінами до Закону України «Про фермерське господарство» та інших законів щодо здійснення такої діяльності. [21]

Унормування такої діяльності на законодавчому рівні дозволило б активізувати діяльність фермерських господарств у сфері надання туристичних послуг, – перш за все, послуг з тимчасового розміщення та харчування, що приведе до генерування додаткового доходу фермерських господарств як суб'єктів підприємницької діяльності, послаблення проблеми сезонності сільгоспвиробництва, збільшення наповнення місцевих та державного бюджетів. Запропоновані зміни дадуть можливість українським фермерам офіційно займатися сільським й іншими видами туризму, диверсифікувати власну діяльність, створити додаткові робочі місця у сільській місцевості, що сформує й соціальноекономічні вигоди для відповідних територіальних громад і регіонів у цілому. Серед завдань за напрямом «Розвиток сільських територій» Державна стратегія регіонального

розвитку на 2021-2027 роки визначає: «Сприяння розвитку туристичної інфраструктури на сільських територіях».

3.2 Розвиток маркетингової стратегії фермерського туризму

Філософія маркетингової діяльності полягає в отриманні прибутку від задоволення потреб споживачів. Щоб забезпечити успіх у розвитку фермерського туризму, власна діяльність повинна враховувати три орієнтації: на покупця (метою діяльності має бути задоволення потреб покупців агротуристичних послуг), продуктивний (треба прагнути до створення туристичного продукту), горизонтальний (потрібно враховувати дії конкурентів). Для того, щоб реалізований проект був успішним, необхідно поєднати кілька факторів, які його визначають.

Маркетинг в фермерському туризмі починається з визнання реальних потреб ринку, тобто дослідження ринку. Це означає збір, аналіз та оцінку інформації про клієнтів і ринок, розпізнавання сильних і слабких сторін конкурентів, нових клієнтів і можливостей розвитку. Невірні джерела інформації можуть сприяти прийняттю неправильного рішення і тим самим спричинити збитки всьому підприємству. Тому перед початком туристичної діяльності необхідно знати відповіді на ряд питань, найважливішими з яких є: Де знаходяться поточні та передбачувані ринки збуту, які їх розміри, які вимоги клієнта? Яка є конкуренція, які її сильні та слабкі сторони? Як виглядає забезпеченість ресурсами обслуговування, фінансовими ресурсами та вмінням ними керувати, а також вмінням приймати гостей? Яка характеристика пропонованого продукту, як туристи зможуть провести час? Який стан інфраструктури на селі, чи буде туристам де скористатися комерційними та гастрономічними послугами? Який тип промоції буде використано (скільки на це можна витратити), хто буде розподіляти ферму?

У маркетинговій діяльності виділяють наступні елементи, активізація яких може підвищити ефективність маркетингової стратегії фермерського туристичного підприємства: продукт, ціна, дистрибуція, промоція, персонал (люди та їх компетенції) (рисунок 3.1)



Рисунок 3.1 - Елементи маркетингової діяльності у фермерському туризмі

Найбільш поширеними варіантами використання інформаційних технологій, як засобу впливу на просування агротуристичного продукту на сьогодні виступає Інтернет, електронна пошта та мультимедійні диски (CD та DVD). Глобальна мережа Інтернет є найперспективнішим напрямом у просуванні агротуристичного продукту. Основними перевагами користування мережею Інтернет є: -зручність у користуванні; - невеликі витрати на рекламу в мережі; - постійні зростання кількості споживачів (клієнтів); - оперативність передачі (отримання) інформації, тощо[22].

Разом з тим слід констатувати, що у маркетингу СТ в Україні ще мало використовуються інформаційні технології просування агротурпродукту, що довели свою ефективність у практиці цієї галузі в інших країнах. Зокрема в багатьох зарубіжних країнах мережа Інтернет широко використовується для прямого продажу турів власниками агроосель чи його рекламування осередками агротуристичних місцевостей. Україна зараз знаходиться на шляху такого розвитку, і перші кроки в цьому напрямку вже зроблені. Протягом останнього часу Спілкою сприяння розвитку сільського зеленого

туризму та її регіональними відділеннями проведені роботи з ефективного використання ІТ для реклами послуг сільського туризму на ринку. Була створена інформаційна база даних про можливості розміщення та надання послуг СЗТ більше, ніж 600 агрооселям. Вона представлена на Інтернет-сторінці Спілки, а також на спеціально підготовленому диску та в каталогу. Крім того, на офіційному сайті Спілки сприяння розвитку сільського зеленого туризму - www.greentour.com.ua - можна отримати інформацію не лише про агросадиби конкретного регіону, а й інформацію щодо законодавчої бази та нових проектів, навчання відповідних фахівців; систему бронювання місць; міжнародну діяльність і безліч інших новин, пов'язаних із туризмом сільської місцевості. Інформацію про сільський відпочинок в Україні можна отримати також із сторінок сайту зелений туризм - www.ruraltourism.com.ua.

Туристичні Інтернет-ресурси є своєрідною електронною візитною карткою країни або ж її окремого регіону. У мережі існує велика кількість інформаційних проектів, за допомогою яких споживачі мають змогу отримати інформацію про основні питання туристичної галузі різних держав світу. Кожний ресурс дає можливість взаємних посилань на інші інформаційні сайти, забезпечуючи постійний зв'язок між ними та взаємне просування їх в Інтернет-просторі. Найбільш важливі туристичні Інтернет-ресурси в Україні представлені в таблиця 3.1 [22]

Здійснюючи розробку порталів туристичних регіонів, необхідно враховувати те, що вони представляють відповідний регіон чи область у мережі Інтернет і відповідно сприяють формуванню сприятливого іміджу даного регіону [5, с. 397].

Адреса Інтернет-ресурсу	Назва Інтернет-ресурсу
http://www.tourism.com.ua	Державна туристична адміністрація України
http://www.mincult.gov.ua	Міністерство культури і туризму України
http://www.ukraine-itm.com.ua	Офіційний сайт турсалону України
http://www.greenfour.com.ua	Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму
http://www.ruraltourism.com.ua	Зелений туризм. Все про сільський відпочинок в Україні
http://www.travel.com.ua	Всеукраїнський Союз асоціацій, підприємств та організацій туристичної сфери «УкрСоюзТур»
http://www.utis.com.ua	Українська інформаційна система
http://www.world-tourism.org	Інформаційний відділ Всесвітньої Туристичної Організації
http://www.travel-web.com	Система бронювання готелів і авіарейсів у мережі Інтернет
http://www.travel.net	Інформаційний розділ стосовно туризму в Інтернеті
http://www.travel.net/europe.htm	Інформаційний розділ європейських країн
http://www.tour-spravka.kiev.ua	Довідка по туризму
http://www.all-hotels.com.ua	Онлайн-служба бронювання готелів
http://www.visas.com.ua	Новини зі світу туризму
http://www.tour.crimea.com	Туристичний сервер Криму
http://www.skinet.ru/top/	Спортивно-туристичний портал

Рисунок 3.2 - Інтернет-адреси туристичної індустрії

Тому при розробці конкретного веб-сайту варто звернути увагу на його дизайн, а ілюстративна складова повинна лише спростувати пошук та отримання необхідної інформації. Споживач, який заходить на сайт, очікує знайти інформацію стосовно конкретних закладів розміщення, умов організації туру, вартості. Форма подання має бути максимально стислою та лаконічною. Дуже зручним вважається, коли турист може самостійно розрахувати вартість поїздки залежно від обраних блоків туру [24].

В даному контексті виділимо найбільш чіткі положення, на які необхідно звернути увагу при формуванні маркетингової стратегії просування агротуристичного продукту через мережу Інтернет. Основні рекомендації до створення, оформлення та розміщення окремих елементів сайту задля кращої інформативності та сприйняття його споживачем наведені в таблиця 3.1.

Таблиця 3.1 - 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 по засобах розміщення, туристичних об'єктах, інфраструктурі, екскурсійних маршрутах; розміщення посилань на інші сайти для отримання додаткової інформації
	Доступність викладу	Компоновка матеріалів у вигляді невеликих блоків з підзаголовками
	Ефективна система рубрик	Поліпшення зорового сприйняття сайта, чергування тексту з ілюстраціями
Оперативність і зручність користування	Можливість швидкого повернення на головну сторінку або переходу в інший розділ	Наявність в кожній сторінці посилання на головну сторінку і списку розділів сайта
	Зручність користування сайтом для повільних комп'ютерів	Наявність можливості швидкого завантаження даних і відміни 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	Розміщення версій сайта з використанням мови країни планованої аудиторії (рекомендується декілька мов: англійська, німецька)
Комерціалізація	Можливість бронювання і оплати турів через сайт	Розробка сервісу, що передбачає бронювання послуг і можливості оплати через різні платіжні системи

Ще одним із важливих видів інформаційних технологій, що використовується для просування агротурпродукту на ринку, є електронна пошта або e-mail маркетинг. Для електронної розсилки можуть використовуватися як власні електронні бази туристичних господарств, так і можливості масових розсилок через спеціалізовані організації, в цьому випадку адресатом, як правило, є безпосередньо потенційні клієнти (споживачі послуг). Такі розсилки недорогі і дозволяють оперативно інформувати клієнтів про новини, до того ж важливим позитивним фактором є швидка передача інформації [22].

За допомогою застосування сучасних інформаційних технологій в галузі туризму значно спрощується процедура формування та реалізації туристичних послуг.

Таблиця 3.2 - Рекомендовані пропозиції щодо удосконалення фермерського туризму в Україні за матеріалами равликової ферми «Епіравлик» Хмельницька обл. с. Нижні Вовківці

№ з/п	Назва заходу	Зміст заходу	Очікуваний результат
1	Розширення можливостей равликової ферми як суб'єкта надання туристичних послуг (додаткові послуги)	1. Очищені мушлі для фарширування (1шт. 2грн) 2. Збільшити зону відпочинку та дегустації.	Збільшення клієнтської бази на 15%
2	Просування послуг фермерського туризму за допомогою сучасних інформаційних технологій	Агресивніше використовувати інтернет-ресурс про послуги РФ «Епіравлик» для інформування наявних та потенційних клієнтів.	Збільшення клієнтської бази на 30%

Отже, реалізація очищених мушль для фарширування, а також розширення зони відпочинку та дегустації дасть можливість збільшити клієнтську базу на 15%. Необхідно агресивніше використовувати інтернет ресурс щодо популяризації послуг РФ «Епіравлик» це дасть можливість збільшити клієнтську базу на 30 %.

Висновки

На основі проведеного дослідження ми можемо зробити наступні висновки.

1. Нами було охарактеризовано сутність, поняття, різновиди, функції та чинники розвитку фермерського туризму. Узгоджено зв'язок між поняттями «сільський туризм», «агротуризм» і «фермерський туризм». Визначено сучасні функції фермерського туризму: головними є: відпочинкова, оздоровча, соціальна, економічна, екологічна

2. Було обґрунтовано основні підходи до класифікації фермерського туризму, туризм поділяється за метою поїздки на декілька видів туризму в тому числі і фермерський туризм, а також - екотуризм (зелений), а за ознакою розташування туристичного місця – на гірський, водний, сільський та приміський. Слід визначити, що сільський туризм є одним з видів туризму, тобто він частина туристичної галузі.

3. Було проаналізовано міжнародний досвід розвитку фермерського туризму, охарактеризувати функціонування ринку фермерського туризму на прикладі равликової ферми «Епіравлик».

4. Здійснена оцінка послуг та обґрунтована цінова політика равликової ферми «Епіравлик».

5. Обґрунтовано тенденції розширення та можливості ефективного функціонування фермерських господарств, як суб'єктів надання туристичних послуг.

6. Було розроблено рекомендації та пропозиції щодо удосконалення фермерського туризму в Україні за матеріалами равликової ферми «Епіравлик» Хмельницька обл. с. Нижні Вовківці.

Список використаних джерел

1. Белей Н.П. Сутність фермерського туризму та його значення для ефективного розвитку фермерських господарств / Науковий вісник Ужгородського університету 2015
<https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/36567/1/3.pdf>
2. Герасименко В.Г. Аграрний туризм як вид підприємництва: монографія [Електронний ресурс] / В.Г. Герасименко, С.Г. Нездоймінов. – Одеса: ПАЛЬМІРА, 2011. – 178 с. – Режим доступу: <http://dspace.oneu.edu.ua/>, с.111
3. Горішевський П. Сільський зелений туризм: організація надання послуг гостинності / П. Горішевський, В. Васильєв, Ю. Зінько. – ІваноФранківськ: Місто НВ, 2003. – 148, с.12
4. Биркович В. І. Розвиток сільського туризму в депресивних регіонах України: економіко-правовий аспект / В. І. Биркович [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://old.niss.gov.ua/Monitor/September 09/05.htm>, с.138
5. Medlik, S. (2003). Dictionary of Travel, Tourism and Hospitality. Third edition. Oxford: ButterworthHeinemann. 273 S.
6. Прончук Б. Туризм в ОТГ: як розвивається і чи приносить прибутки? <http://www.nrcu.gov.ua/news.html?newsID=92139>
7. Про туризм: Закон України від 15.09.1995 р. № 324/95-ВР [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show80>.
8. Белей Н.П. Сутність фермерського туризму та його значення для ефективного розвитку фермерських господарств / Науковий вісник Ужгородського університету 2015
<https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/36567/1/%d0%a1%d0>
9. Горьовий В.П. Менеджмент фермерських господарств : навч. посіб. [Електронний ресурс] / В.П. Горьовий, С.В. Тимчук, за ред. В. П. Горьового –

К.: Центр учбової літератури, 2014. – 366 с. – Режим доступу: <http://pidruchniki.com/>

10. Костриця М. М. Підприємницькі засади розвитку сільського туризму: дис. канд. екон. наук.: 08.00.04 / М. М. Костриця, Житомирський державний технологічний університет. – Житомир, 2008. – 213 с

11. Сердюкова О. М. Сутність сільського зеленого туризму / О. М. Сердюкова // Економіка та держава. – 2014. – № 3. – С. 87-90

12. Зінченко А. І. Маркетинг підприємств зеленого туризму: дис. канд. екон. наук.: 08.00.04 / А. І. Зінченко. – К.: Київський національний торговельно-економічний університет, 2012. – 215 с

13. Цьохла С. Ю. Систематизація факторів розвитку туристичної індустрії // С. Ю. Цьохла // Учение записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. – 2009. – Т. 22 (61). – С. 376-380

14. Печенюк А.П. Формування стратегії розвитку сільського зеленого туризму: дис. ... канд. екон. наук : 08.00.03 / Печенюк Алла Петрівна. – Кам'янець-Подільський, 2018. – 225 с

15. Аграрний туризм може дати фермеру до 70% додаткового доходу. URL: <https://landlord.ua/news/agrarniy-turizm-mozhe-dati-fermeru-do-70-dodatkovogo-dohodu/>

16. Оппельд Л. І. Міжнародний досвід зеленого туризму в Україні: проблеми та перспективи / Л. І. Оппельд, А. О. Гордіян // Ефективна економіка. – 2014. – № 1 URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2667>

18. Шидловська О.Б. Економічна доцільність створення равликової ферми як додаткового джерела доходу готельного підприємства/ О.Б. Шидловська, Т.І. Іщенко, І.М. Медвідь, О.Є.Савега. – Агросвіт. – 2020. - № 23. - URL: http://www.agrosvit.info/pdf/23_2020/8.pdf

19. Міжнародний досвід зеленого туризму в Україні: проблеми та перспективи. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2667>

20. Шарко М.В., Шмулевич П.В. Можливості синхронізації туристичних і сільськогосподарських циклів у територіальних громадах регіону. Управління та раціональне використання земельних ресурсів в новостворених територіальних громадах: проблеми та шляхи їх вирішення: Матеріали IV Всеукраїнської науково-практичної конференції. (Херсон, 04-05 березня 2020 р.). Херсон, 2020. С. 129-133.

21. Максименко О.П. Розширення можливостей фермерських господарств як суб'єктів надання туристичних послуг в Україні. URL: <https://niss.gov.ua/sites/default/files/2021-11/fermerski-gospodarstva.pdf>

22. Просування туристичних послуг за допомогою сучасних інформаційних технологій / Теличкань В.В. Збірник наукових праць Уманського національного університету садівництва. Випуск 72 (частина 2 - економіка). С.169-175. [Електронний ресурс] - Режим доступу: https://tourlib.net/statti_ukr/telychkan.htm

23. Баранович, А. Планування вуличної мережі фермерських господарств [Електронний ресурс] / А. Баранович, Л. Баранович // Вісн. Львів. нац. аграр. ун-ту. Архітектура і с.-г. буд-во. – 2021. – № 22. – С. 109–111. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vldau_2021_22_21

24. Беляєва, Л. А. Функціонування фермерських господарств в сучасних умовах господарювання в Україні [Електронний ресурс] / Л. А. Беляєва, Д. Ю. Хемліна // Економ. простір. – 2020. – № 159. – С. 162–165. – URL: <http://prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/641/625>

25. Білоног, А. І. Задача та нейромережна модель оптимізації структури посівних площ фермерського господарства [Електронний ресурс] / А. І. Білоног [та ін.] // Енергетика і автоматика. – 2022. – № 1. – С. 23–36. – URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eia_2022_1_5