

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ

Навчально-науковий інститут заочної та післядипломної освіти

КАФЕДРА ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА ТОРГІВЛІ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

Освітній ступінь «Магістр»

на тему: «**РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦТВА У СФЕРІ АГРОТУРИЗМУ В
ІВАНО-ФРАНКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ**»

Виконав: студент 2 МАГ курсу, групи ПТБ-71

Спеціальності 076 «Підприємництво,
торгівля та біржова діяльність»
(шифр і назва)

Козакевич Богдан Богданович

Керівник: **Зеліско Н.Б., к.е.н., доцент**
(Прізвище та ініціали)

Рецензент: _____
(Прізвище та ініціали)

ЛЬВІВ-ДУБЛЯНИ
2024

АНОТАЦІЯ

Представлено результати дослідження розвитку підприємництва у сфері агротуризму у Івано-Франківській області. Проведено опрацювання літературних джерел щодо питання розвитку агротуристичного підприємництва як напрямку диверсифікації підприємницької діяльності на селі.

Проаналізовано основні тенденції у розвитку підприємництва у сфері агротуризму у досліджуваному регіоні та визначено основні чинники, що формують зазначені тенденції та динаміку рівня ефективності агротуристичної діяльності. Проаналізовано досвід агротуризму в зарубіжних країнах.

Обґрунтовано основні напрями можливого розвитку підприємництва у сфері агротуризму на перспективу та визначено основні заходи, реалізація яких дасть можливість досягнути обґрунтовані перспективні орієнтири у його розвитку. Обґрунтовано, що розвиток агротуризму може стати ефективним інструментом активізації регіонального розвитку сільських територій.

Ключові слова: агротуризм, агросадиба, агротуристичне підприємництво, сільське господарство, розвиток сільських територій

ANNOTATION

The results of the research on the development of entrepreneurship in the field of agritourism in the Ivano-Frankivsk region are presented. The study of literary sources on the issue of the development of agro-tourism entrepreneurship as a direction of diversification of entrepreneurial activity in the countryside was carried out.

The main trends in the development of entrepreneurship in the field of agritourism in the studied region were analyzed and the main factors were determined, that form the indicated trends and dynamics of the level of efficiency of agro-tourism activities. The experience of agritourism in foreign countries is analyzed.

The main directions of the possible development of entrepreneurship in the field of agritourism for the future are substantiated, and the main measures are defined, the implementation of which will make it possible to achieve reasonable prospective benchmarks in its development. It is substantiated that the development of agritourism can become an effective tool for the activation of the regional development of rural areas.

Keywords: agrotourism, agro-manor, agro-tourism entrepreneurship, agriculture, development of rural areas.

Кваліфікаційна робота 75 стор. текст. част.; 12 рис.; 12 табл.; 58 літературних джерел. Розвиток підприємництва у сфері агротуризму в Івано-Франківській області. Козакевич Б.Б. Кваліфікаційна робота. Кафедра підприємництва та торгівлі. Дубляни. Львівський національний університет природокористування, 2024.

Представлено результати дослідження розвитку підприємництва у сфері агротуризму у Івано-Франківській області. Проведено опрацювання літературних джерел щодо питання розвитку агротуристичного підприємництва як прямої диверсифікації підприємницької діяльності на селі.

Проаналізовано основні тенденції у розвитку підприємництва у сфері агротуризму у досліджуваному регіоні та визначено основні чинники, що формують зазначені тенденції та динаміку рівня ефективності агротуристичної діяльності. Проаналізовано досвід агротуризму в зарубіжних країнах.

Обґрунтовано основні напрями можливого розвитку підприємництва у сфері агротуризму на перспективу та визначено основні заходи, реалізація яких дасть можливість досягнути обґрунтовані перспективні орієнтири у його розвитку. Обґрунтовано, що розвиток агротуризму може стати ефективним інструментом активізації регіонального розвитку сільських територій.

ЗМІСТ

Вступ	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ АГРОТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА У СІЛЬСЬКІЙ МІСЦЕВОСТІ	9
1.1 Сутнісні характеристики та особливості підприємництва у сфері агротуризму як форми економічної зайнятості на селі	9
1.2 Важливість агротуристичної галузі як специфічної форми господарювання	15
1.3 Зарубіжний досвід підприємництва у сфері агротуристики та передумови його формування на території України	20
РОЗДІЛ 2. АНАЛІТИЧНІ ЗМІНИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В АГРОТУРИСТИЧНІЙ ГАЛУЗІ ІВАНО-ФРАНКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ	26
2.1. Аналіз туристичного потенціалу Івано-Франківщини, як передумови розвитку агротуристичного підприємництва	26
2.2. Дослідження агротуристичного підприємництва Івано-Франківської області та з'ясування проблем його розвитку	36
2.3. Аналіз-SWOT агротуристичного підприємництва Івано-Франківської області	45
РОЗДІЛ 3. ПЛАНУВАННЯ ПЕРСПЕКТИВ АГРОТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА НА ІВАНО-ФРАНКІВЩИНІ	48
3.1 Прогнозування рівня розвитку агротуристичного підприємництва у формі державної підтримки та аспектів участі громади	48
3.2 Напрями розвитку агротуристичного підприємництва в контексті сталого розвитку сільських територій	55
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	67
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	70
ДОДАТКИ	74

ВСТУП

Сучасна ситуація в Україні вимагає пошуку нових перспективних напрямів розвитку економічної діяльності для подолання соціальних проблем. Одним із найефективніших шляхів є розвиток галузі агротуристичної галузі. Сьогодні вона стала одним із найпотужніших рушіїв розвитку села. Це близька до екологічного туризму галузь, здатна задовольнити потреби споживачів на основі ефективного використання природного, соціально-економічного та історико-культурного потенціалу села.

Агротуристичне підприємництво – це діяльність у сільській місцевості, яка надає відвідувачам широкий спектр послуг, таких як розміщення та розваги, харчування, походи, відпочинок і спорт, активний туризм, риболовля, полювання та набуття нових знань і навичок. Основними завданнями діяльності сільського туризму є забезпечення розвитку окремих сільських населених пунктів, підвищення доходів мешканців, запобігання міграції сільського населення в міста шляхом створення додаткових можливостей зайнятості, послаблення соціальної напруги в сільській місцевості шляхом організації нових конкурентних переваг.

Ці завдання є надзвичайно важливими для сільської місцевості та країни в цілому, що робить дослідження цього напрямку підприємництва та його ефективності надзвичайно актуальним, особливо в західних областях України, де органічний розвиток сприяє цьому напрямку. Специфічні умови сільськогосподарського виробництва, концентрація сільського населення, поєднання природних та історичних національно-культурних цінностей. Українські та зарубіжні вчені, серед яких: Ю. Губені, Ю. Зінька, Г. Іваницької, М. Мальської, І. Прокопи, Н. Липчук, В. Липучка, Г. Черевка, С. Пономарьова, М. Сальської, О. Колодрубської, М. Рутинського, Триліса В., М. Костиці, Я. Маєвського, М. Снайдера, В. Васильєва, П. Горішевського, В. Головацької, тощо. та ін.

Проте повною мірою ця тема не обговорювалася, тому що з розвитком агротуристичної галузі закономірно виникатиме все більше проблем, і необхідно шукати рішення, виходячи з динамічних змін економічного середовища країни. Це формує досить широке поле для подальших досліджень аграрного туризму, особливо оцінки його ефективності, що є предметом даної статті.

Метою кваліфікаційної роботи є на прикладі Івано-Франківської області узагальнити теоретико-методичні положення щодо ефективності агротуристичного підприємництва. Відповідно до мети дослідження визначаються такі основні завдання:

- ✓ дослідити економічну природу агротуристичного підприємництва області як підприємницької діяльності на основі загальних термінів та підприємницьких теорій;
- ✓ визначити особливості та закономірності розвитку агротуристичної галузі в Івано-Франківській області;
- ✓ оцінити ефективність діяльності агротуристичного підприємництва в сільській місцевості Івано-Франківської області;
- ✓ внести пропозиції щодо підвищення ефективності агротуристичного підприємництва в регіоні;

Об'єктом дослідження є агротуристичне підприємництво у сільській місцевості Івано-Франківської області.

Предметом дослідження є низка наукових теорій, методології та практичних аспектів процесу розвитку агротуристичного підприємництва в регіоні.

Основні методи дослідження: монографічні, соціологічні, економічні та статистичні дослідження, системні методи та комплексний аналіз. За допомогою методу наукової абстракції в ході дослідження можна узагальнити та обґрунтувати суть суб'єктів господарської діяльності, здійснити їх класифікацію, систематизувати та вивчити чинники, що впливають на функціонування сільськогосподарських господарств.

Одним із основних статистичних методів є проведення групувань. Групування дають можливість розкривати взаємозв'язок між досліджуваними явищами та виявляти певні тенденції по групах об'єктів в залежності від зміни ознаки за якою здійснено групування. При цьому із великої чисельності ознак вибираються найбільш суттєві та вирішальні, які здійснюють безпосередній вплив на діяльність досліджуваних об'єктів.

Монографічні методи дозволяють вивчати наявні опубліковані ресурси, пов'язані з розвитком агротуристичної галузі. Також проводилось анкетування під час відвідування низки місцевих агротуристичних господарств. Застосовані елементи економіко-статистичних методів дослідження дозволяють оцінити динаміку розвитку агротуристичної галузі та тенденції формування ринків агротуристичних послуг, визначити основні чинники, що впливають на цей розвиток.

На основі результатів всебічного аналізу та системного методу процесу дослідження вносяться пропозиції щодо розвитку аграрного туризму та створення організованого ринку послуг сільськогосподарського туризму в регіоні для посилення комерційної діяльності сільського населення, а також на цій основі формується всеохоплююча рівновага сільської місцевості.

Інформаційною основою кваліфікаційного дослідження є спеціалізована науково-довідкова література, законодавство, інформаційні ресурси світової комп'ютерної мережі Інтернет, власні спостереження, дані громадських організацій, особливо головного статистичного управління Івано-Франківської області.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ АГРОТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА У СІЛЬСЬКІЙ МІСЦЕВОСТІ

1.1 Сутнісні характеристики та особливості підприємництва у сфері агротуризму як форми економічної зайнятості на селі

Агротуризм (інш. англ. *«farm tourism»*) – як різновидність сільського туризму (від англ. пох. *«rural tourism»*) - ще один вид діяльності, що здійснюється на фермах як спосіб раціонального використання природних умов місцевості. Для туристів агротуристичні послуги – це знайомство з сільськогосподарським виробництвом або відпочинок у сільській місцевості. Закон України «Про сільський агротуристичне підприємництво» визначає агротуристичну діяльність як діяльність у господарствах, спрямовану на задоволення потреб туристів та надання їм послуг агротуристичних.

Послуги агротуристичного відпочинку включають тимчасове розміщення, харчування (в тому числі з використанням власноруч вирощених продуктів), фермерське майно для рекреаційних цілей, розміщення туристів, знайомство з традиційними формами господарства та сільським способом життя. Ми вважаємо, що агро туризм визначається як туристичні послуги, які надаються господарями у власних домівках. Ці послуги включають, зокрема, надання проживання та харчування, але можуть також включати інші послуги, такі як організація дозвілля для туристів. Суть агротуристичної галузі полягає в тому, щоб використовувати створені господарства як джерело етнографічної привабливості та запропонувати можливість справжнього дозвілля в гармонії з природою.

Класифікація підвидів агротуристичного підприємництва залежить від економічних і практичних факторів, враховуючи географічне положення сіл і господарств, враховуючи їх здатність виконувати соціальні, соціально-

економічні функції, що відповідають їх життєвому та сільськогосподарському призначенню та економіці країни.

Нами узагальнено основні напрями розвитку агротуристичного підприємництва в Україні на рисунку 1.1.

Модель організації агротуризму в Україні

<p>Умови проживання (типи поселень)</p>	<p>У будинку сільського господаря (агросадибі) з послугами харчуванням у вигляді:</p> <ul style="list-style-type: none"> - сніданку; - сніданку та обіду / вечері; - повний пансіон (триразове харчування). <p>У будинку сільського господаря (агросадибі) без харчування</p> <p>В окремо орендованій агросадибі в межах сільської місцевості з харчуванням / без харчування</p> <p>Агрокемпінг (без харчування на базі особистого селянського господарства / агросадиби)</p> <p>Нічліг у межах агросадиби із самообслуговуванням (як варіант – ночівля на сіні).</p>
<p>Види діяльності</p>	<p>Пішохідні, кінні, велосипедні прогулянки;</p> <p>катання на безмоторних човнах, байдарках;</p> <p>риболовля та мисливство;</p> <p>збирання грибів, ягід та лікарських рослин;</p> <p>знайомство з побутом і традиціями регіону;</p> <p>гастрономія (споживання та самостійне приготування страв місцевої кухні);</p> <p>допомога господарям у сільськогосподарських роботах, догляд, випасання та годівля тварин;</p> <p>екскурсії та агророзваги (як приклад – кукурудзяні лабіринти);</p> <p>гіпнотерапія (аромотерапія, апітерапія);</p> <p>ярмарки, фольклорні й тематичні вечори тощо.</p>
<p>Значення</p>	<p>Підтримка та розвиток сільського регіону</p> <p>Екологічна просвіта та виховання</p> <p>Підтримка сільськогосподарського виробництва</p> <p>Поліпшення якості та умов проживання сільських жителів</p>

Рисунок 1.1. Модель організації підприємництва у сфері агротуристичного підприємництва

**Джерело: розроблено на основі [25]*

Розглянемо детальніше підвиди агротуристичного підприємництва з

соціологічної функціональної точки зору, а саме [29]:

• Дозвілля

Для цього підвиду характерне поширення навколо сіл і хуторів у великих міських агломераціях. Зазвичай ці території можуть не мати особливих туристичних переваг і зручного транспорту.

Там ви можете використовувати вільний час для участі в наступних видах турів:

1. Поїздки у відпустку та вихідні.
2. Створення нових недорогих баз проживання навколо міських агломерацій.
3. Як освітня стежка для міських школярів (регіон, культура).

• Курортний

До цього підвиду відносяться всі сільські території, розташовані в особливо привабливих туристичних районах, далеко від цивілізованого суспільства. Характерно, що ці території мають давню історію дозвілля та різноманітних видів відпочинку [36].

1. Умілий і активний у пригодницьких подорожах, риболовлі, полюванні, катанні на байдарках, верховій їзді, їзді на велосипеді, піших прогулянках, стрибках з парашутом, гірському велосипеді, вітрильному спорті, лижах тощо.

2. Школи, пов'язані з довготривалим перебуванням під час канікул, одноденні поїздки, зелені школи, кемпінги, зимові поїздки та майстерні на свіжому повітрі.

• Здоровий

Цей підвид характеризується наявністю здорових баз у сільській місцевості або на околицях господарств. Агротуристичне підприємництво зазвичай має зручне транспортне сполучення та розвинену інфраструктуру, що є основою для лікування та лікування. Доступний цілий рік.

• Релігія

Цей підвид характеризується наявністю святих місць і місць релігійного

культу в сільській місцевості або в особливих районах навколо міст, які є символами релігійного культу та центрами міжнародних паломницьких рухів. Ці зони є хорошою основою для духовного досвіду та відпочинку після посту. В основному він використовується як база для паломництв, але іноді також може використовуватися, щоб познайомити вас із місцевістю та її звичаями.

Незважаючи на свою різноманітність, агротуристичне підприємництво як вид господарської діяльності в сільській місцевості включає такі складові:

- *Туристи* – хочуть відпочити в екологічно чистому та привабливому місці, спілкуватися з господарями (брати участь у сільському господарстві), активно проводити час, вивчаючи культуру та традиції місцевості;

- *Ведучий* – забезпечує місце та харчування, може бути провідником, організатором вільного часу чи цікавим співрозмовником;

- *Ферма* – це охайно облаштоване місце відпочинку, яке зберігає свою основну функцію та надає відпочиваючим можливість поспілкуватися з домашніми тваринами та худобою;

- *Село* — це громада, об'єднана звичаями та плануванням.

З організаційної точки зору це додатковий стиль життя (розділений на різні послуги), але в той же час це регіон з інфраструктурою, яка відповідає потребам туристів;

Поєднання вищезазначених складових агротуристичного підприємництва забезпечує задоволення таких потреб: господарства, що надають послуги; Туристи, які користуються цими послугами, а також власники магазинів, АЗС, майстри та інші мешканці с.

Аграрний туризм є особливою формою туризму, тому він має багато характеристик, які відрізняються від загального туризму [32]:

- Перша особливість полягає в тому, що він відповідає потребам виробників продуктів харчування, фермерських сімей і місцевих громад. Більшість туристів не цікавляться цим видом туризму, лише ті, хто хоче поєднати відпочинок з опануванням нових навичок.

- Друга характеристика – можливість задоволення пізнавальних потреб людини у сфері сільськогосподарського виробництва та етнографії. Аграрний туризм створює умови для пізнання побуту, культури та звичаїв місцевих селян.

- Третя ознака – можливість задоволення емоційних потреб, безпосередній контакт з домашніми тваринами, задоволення потреби у відчутті сільського пейзажу у співвідношенні з навколишньою атмосферою, тихим і гамірним фоном села.

Найкращі управлінські практики для агротуристичного бізнесу включають [38]:

- ❖ Надання автентичного досвіду роботи на фермі
- ❖ Забезпечення освітнього досвіду
- ❖ Забезпечення відмінного обслуговування клієнтів
- ❖ Забезпечення адекватних громадських об'єктів
- ❖ Підтримання безпечного та доступного довкілля
- ❖ Створення добрих відносин з громадою
- ❖ Планування вашої майбутньої фінансової вигоди

Започатковуючи агротуристичний бізнес або оцінюючи свою діяльність, потрібно ознайомитись з наявними ресурсами та взяти до уваги найкращі відомі практики управління [34].

Агротуристичний бізнес можна визначити як будь-яку особу, фермерське господарство або корпорацію, що активно займається використанням, управлінням або просуванням туристичного бізнесу, пов'язаного з аграрним сектором, відкритого для громадськості. Приклади агротуристичної діяльності включають, але не обмежуються ними [7]:

U-picks: фермерські господарства U-pick дають клієнтам можливість отримати практичний досвід роботи на фермі, запрошуючи їх приїхати і зібрати продукти з поля, щоб придбати їх і забрати додому.

Внутрішні ринки: дають покупцям можливість придбати продукцію та/або товари на території фермерського господарства.

Гарбузові ятки: фермерські господарства, які вирощують та продають гарбузи. Гарбузові плантації часто продають гарбузи на умовах само-вивозу та/або через фермерський ринок.

Кукурудзяні лабіринти: лабіринт, вирізаний на кукурудзяному полі, яким можуть переміщатися покупці.

Виноградники та виноробні: фермерські господарства та підприємства, що займаються вирощуванням винограду для вина та/або виготовленням вина.

Квіткові ферми: запрошують відвідувачів приїхати подивитися або спробувати виростити квіти в польових умовах. На квіткових фермах можуть проводитися заходи та майстер-класи, надаватися послуги зі збору квітів та можливості для фотографування.

Демонстраційні ферми: Діюче господарство, яке запрошує відвідувачів на свою територію, щоб побачити або відчувати роботу ферми [6].

Фермерські садиби: Проживання на фермі запрошує відвідувачів зупинитися на фермерському господарстві.

Експерсії на ферму: Фермерське господарство, яке взаємодіє з відвідувачами, проводячи для них експерсії по своїй фермі.

Фермерські табори: Освітня можливість для дітей познайомитися з фермою та долучитися до сільськогосподарських практик.

Обіди від ферми до столу: Вечеря на фермі, яка часто включає страви від шеф-кухаря, свіжі фермерські продукти та розваги.

Кінний агротуристичне підприємництво: можливість для відвідувачів поспілкуватися з кіньми на фермі.

Платна оренда ставків для риболовлі: власники земельних ділянок відкривають свої ставки для відвідувачів для риболовлі.

Оренда мисливських угідь: землевласники запрошують відвідувачів полювати на своїх угіддях, як правило, за певну плату.

1.2 Важливість агротуристичної галузі як специфічної форми господарювання

Активізацію розвитку агротуристичного підприємництва слід розглядати з різних позицій, пов'язаних із функціональністю окремих територій. Зокрема, першою з них є агро туризм, який є впливовим важелем розвитку інфраструктури регіону. Тут можна виділити чотири форми дії, як показано на малюнку 1.2.



Рис. 1.2. Імплементация агротуристичного підприємництва на інфраструктуру регіону [12]

Розвиток аграрного туризму надзвичайно важливий у регіонах і населених пунктах з низьким економічним потенціалом, які перебувають у рецесії через відсутність необхідної основи для промислового розвитку.

Розвиток таких колоній був можливий лише на основі інноваційних форм господарювання. Вплив агротуристичної галузі на села потребує специфічних оцінок і методів дослідження. Для успішної діяльності в Україні необхідна відповідна законодавча база [10].

На даний час прийнято багато різних стратегічних документів, які визначають основні напрямки розвитку агротуристичного підприємництва.

Але необхідно підкреслити, що в нашій країні немає чіткої державної політики щодо агротуристичної галузі. Отже, основою діяльності агротуристичної галузі є туризм, заснований на екологічних аспектах.

Ви повинні максимально враховувати власні інтереси та інтереси місцевої громади. Розвиток агротуристичної галузі може стати важливим елементом у зміцненні співпраці між різними службами та організаціями, особливо на місцевому рівні – в селах, районах та районах [17].

Особливе значення агротуристичної галузі для особистого розвитку власників та їхніх родин полягає в тому, що вони можуть навчити гостей сільському господарству та тваринництву, сільським ландшафтам, культурі, народній культурі та традиціям, охороні природи, історії та культурній спадщині [14].

Це хороша передумова для підвищення рівня знань фермерів.

Проте агротуристичне підприємництво не можна розглядати лише як джерело доходу для фермерів. Цей вид діяльності може принести відвідувачам і власникам інтелектуальне і моральне задоволення.

Підсумовуючи, можна сказати, що розвиток агротуристичної галузі є перспективним та пріоритетним напрямком, який сприятиме вирішенню соціально-економічних та фінансових проблем у сільській місцевості. Таким чином, агротуристичне підприємництво поєднує інтереси трьох груп: економіки, сіл і туристів.

Аналізуючи різні види підприємництва на рівні національного та регіонального ринків, для формування концепції агротуристичного підприємництва, нами пропонується виокремити класичну та інноваційну моделі агротуристичного підприємництва з альтернативними варіантами групування за складовими економічними видами підприємницької агротуристичної концепції (рис. 1.3).

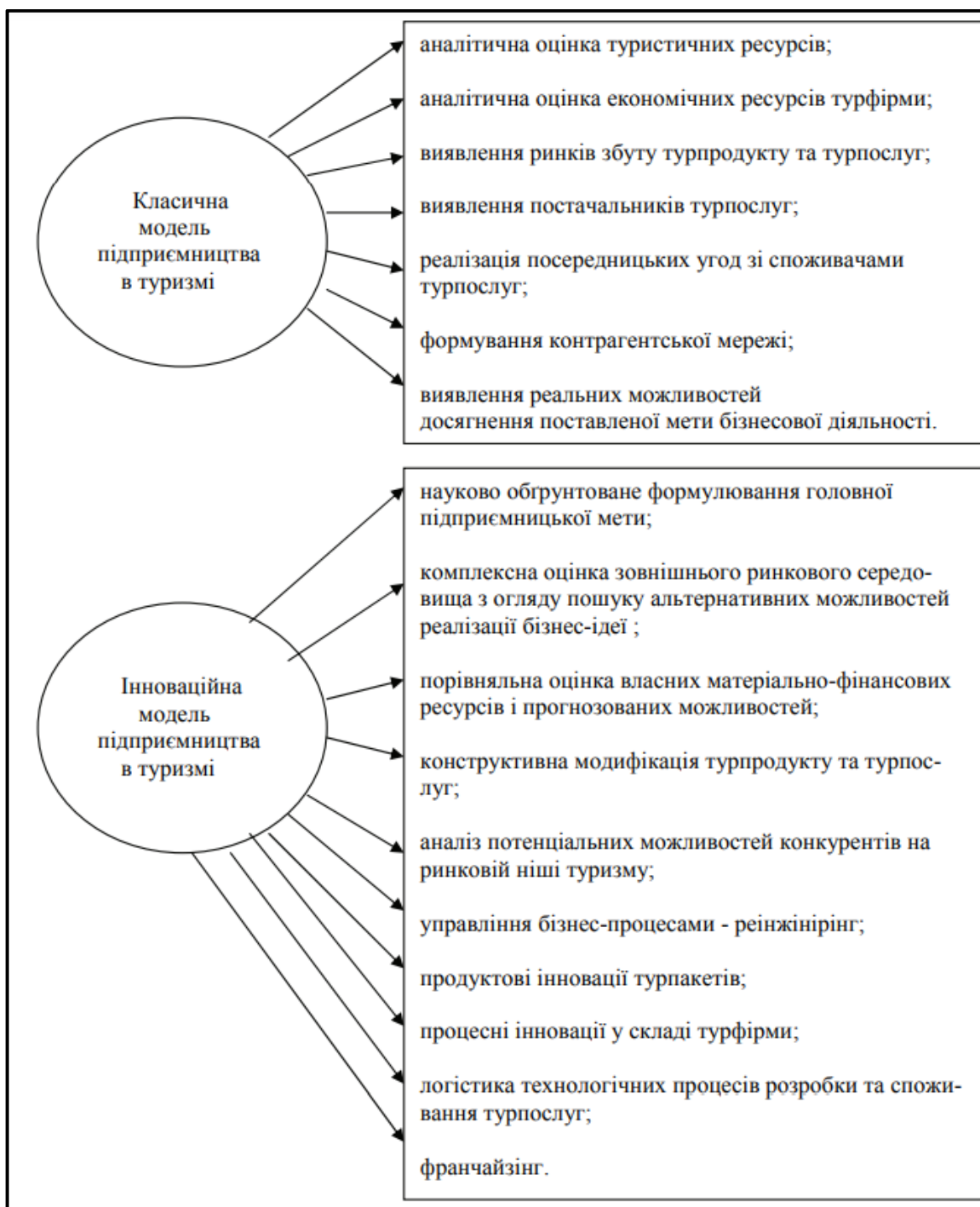


Рисунок. 1.3 Моделі агротуристичного підприємництва

**Джерело: розроблено на основі [14]*

Як бачимо агротуристичне підприємництво виконує важливу функцію для кожної із груп зазначених вище.

У сучасній літературі здебільшого розглядається економічна функція підприємництва в агротуризмі [11]. Водночас ця діяльність виконує й інші не менш важливі рольові значення, оскільки пов'язана його діяльність з різними контактами: природа та люди, спосіб життя міський та сільський, культура, історія, тощо. Тому важливою є не менш виховна функція, яку з точки зору можна розглядати відвідувачів і господарів .

Нами підкреслено деякі виховні функції агротуристичної галузі, вони проявляються з такими основними завдань:

- ✓ Виховувати молодь, берегти традиції та гордість свого краю;
- ✓ Розширити уявлення про історію, культуру, традиції та природу сільської місцевості та прилеглих територій – посилити самоосвіту господарів;
- ✓ Розвивати нові навички обслуговування гостей, особливо туристів, що веде до нових робочих місць і професій у сільській місцевості.

Тому агротуристичне підприємництво виконує багато важливих завдань, які знаходять своє відображення у всіх сферах життя людей, зокрема:

- ✓ Розвивати місцеву інфраструктуру: очищення стічних вод, водопостачання, дороги, транспорт громадський, щоб покращити в сільській місцевості життя, підвищити умови життя та рівень;
- ✓ Зменшити безробіття та надати додаткові робочі місця, як правило, окремі;
- ✓ Отримати потенційне додаткове джерело доходу;
- ✓ Розширити базу розміщення, підтримувати виробництво наявне сільськогосподарське та покращувати якість обслуговування завдяки реалізації сільськогосподарської продукції та розвитку місцевих галузей – ковальства, рукоділля, лозоплетіння тощо;
- ✓ Накопичити знання у сфері послуг агротуристичних та глибше

сприймання регіону;

- ✓ Сприяти соціально-економічному еволююванню територій, які розташовані в не таких сприятливих для заняття сільським господарством умовах (бідні ґрунти, гориста місцевість,);
- ✓ Реагувати на мобільність та міграцію жителів у сільській місцевості, особливо юного та освіченого населення;
- ✓ Покращити привабливість сільських будинків і присадибних ділянок, піклуватись про красу сіл, вулиць та інших громадських місць;
- ✓ Мати можливість відроджувати традиції села, виховувати повагу до них, до народних традицій повертатися і культури;
- ✓ Формувати до довкілля дбайливе ставлення та охорони навколишнього середовища;
- ✓ Встановлювати нові контакти, дружні стосунки, співпрацювати та обмінюватися досвідом.

Метою агротуристичної галузі та будь-якого виду економічної діяльності є надання продукції чи послуг, які потребують клієнти та на основі яких можна отримати прибуток [19].

Продукція має відповідати вимогам, бути повторюваною та доступною, а також відповідати встановленим стандартам. У структурі агротуристичних продуктів основою буде село, розуміння традицій, культури, звичаїв, свіже повітря, контакт з тваринами, тиша, спокій. Значне значення агротуристичного підприємництва свідчить про необхідність дослідження, виявлення такої діяльності, розробки відповідних механізмів реалізації, підтримки та стимулювання розвитку на державному та регіональному рівнях [42].

Виявляється, незважаючи на багато проблем, агротуристичне підприємництво з кожним роком набирає обертів, приваблює все більше людей, які не тільки заробляють гроші але й заощаджують природну красу України, національні традиції, історію та пам'ятки культури, що пропагують місцевий шарм і розповсюджують на міжнародний ринок.

1.3 Зарубіжний досвід підприємництва у сфері агротуристички та передумови його формування на території України

Агротуристичне підприємництво почав стрімко розвиватися у всьому світі в половині другій двадцятого століття. В останні періоди ефективність агротуристичної галузі довели Іспанія, Франція, Італія, Австрія, Чехія, Польща, та інші країни, і він став популяризуватися через різноманітний настрій у суспільстві. Якщо ми дивимось на Європу, то Франція тут займає лідируючі позиції. У цій країні вказаний вид діяльності вже з часом є високоприбутковою галуззю економіки, представляють яку Національний будинок «агровідпочинку» та організація туризму зеленого (Maison des Gites de France et du Tourisme Vert). Організація надає агро-оселі на будь-яке вподобання і різновид розваг, за високими національними стандартами сертифіковане обслуговування. Особливо у Франції так зване сільське житло ми поділяємо на [17]:

- ❖ оселя з садибою і садом, умебльована; на кімнати душ і WC один (до 6 осіб), «гриль-бар чи міні-духовка», плита, холодильник, посуда і посудомийна машина, дитяча колиска на вимогу.
- ❖ у доповнення до послуг першої категорії на території саду знаходимо необхідні умови для барбекю, додатково, у будинку є ванна, пральна техніка, міксер, кавова машина, теле-бачення.
- ❖ додаючи до умов другої категорії тут є окремий вхідний сад для прогулянок; дві санітарні кімнати для близько сімох осіб, телефон; надання прибиральниці за потреби.
- ❖ як додаток до умов категорії 3 є вишуканий особняк з усім необхідним умеблюванням і художнім внутрішнім оздобленням, камінн;
- ❖ доповнюючи умови 4 категорії є приватний парк може сад з ландшафтом, облаштовані майданчики для приватного хорошого дозвілля (наприклад: тенісний може бути корт, басейн, сауний зал та джакузі), також гараж для авто, відеоапаратура, інша техніка побуту.

Сніданок завжди включений у вартість проживання. Згідно з кулінарними традиціями, ви матимете можливість скуштувати свіжоспечений хрусткий хліб з молоком, круасани з домашнім варенням, тістечка та печиво, різні сорти сирів і, звичайно, вишукані місцеві вина. Коти, собаки, морські свинки та інші тварини всіх видів зустрічають гостей та їхніх улюбленців, створюючи для них спеціальну інфраструктуру.

У країні також є власне сільське селище для людей з обмеженими можливостями, сертифіковане організацією під назвою «A.P.F.».

Є дві категорії:

I категорія: розташована на першому поверсі, доступна для інвалідів на візках.

II категорія: має умови, аналогічні першій категорії, але з обмеженими можливостями використання інвалідного візка або спеціального обладнання вдома.

У Франції є спеціальні програми для розваги дітей під час шкільних канікул. Власники ферми запрошують дітей віком від 3 до 13 років жити з сім'єю, доглядати за домашніми тваринами, брати участь у активних іграх на свіжому повітрі, веселих походах та пригодах з однолітками. Також діти мають можливість вивчати танці, декоративно-прикладне мистецтво, місцеві звичаї та іноземні мови. Якість цього дозвілля контролюється та сертифікується DDASS. Французькі туристи, які люблять подорожувати країною на автомобілі, можуть скористатися мережею кемпінгів навколо сільських населених пунктів, де можна придбати свіжі домашні продукти [13].

Агротуристична діяльність у сфері підприємництва у французькому регіоні тісно пов'язаний із національною гордістю гастрономічного та винного туризму. Кожен штат пропонує туристам свої фірмові вина і сир. Винний туризм є «обличчям» французької індустрії агротуристичного підприємництва. У Франції паралельно реалізуються різні концепції агротуристичного підприємництва прибережних сільськогосподарських сіл: коняферма, виноробня лижний будиночок; сільський замок, будинки рибалок.

Конкурентом Франції є Іспанія на ринку агротуристичних послуг. Агротуристичне підприємництво у цій країні – вибір тих, хто хоче відпочити та насолодитися природою далеко від натовпу. Згідно з дослідженнями, 90% агротуристів Іспанії - це літні іспанці, які живуть у великих містах. Асоціація агротуристичного підприємництва Іспанії пропонує різні види розміщення. Окрім замських будинків, відвідувачі також можуть зупинитися у відреставрованих старих абатствах, корчмах та історичних замках, розташованих на фермі та на її території. Спокій і відокремленість від приватного життя туристу на 100% гарантують власники ферми.

Існує класифікація замських готелів за системою «INNS OF SPAIN», в якій присвоюється від 1 до 4 тюльпанів. Щоб залучити іспанських та іноземних туристів, країна активно розвиває агротуристичне підприємництво. Ефективне просування сектору агротуристичного підприємництва в Іспанії є одним із найкращих серед інших європейських країн. Цьому сприяють різноманітні виставки, ярмарки, туристичні форуми та конференції в країні. Вже понад 10 років у цій країні щорічно проводяться міжнародна виставка «Туризм, спорт і сільський розвиток» і Європейська конференція сільського туризму, організовані Європейською асоціацією сільського господарства та сільського туризму.

Італія в агротуристичному підприємстві ні в чому не поступається Франції чи Іспанії. Ця країна привертає увагу гостей не тільки красивою береговою лінією, а й славними історичними традиціями відпочинку в горах і передгір'ях. Агротуристичне підприємництво в Італії був визнаний громадськістю як основна форма підприємництва та зайнятості з моменту його заснування. Агротуристичний бізнес тісно пов'язаний з курортами. Країна має розгалужену мережу відомих вілл і пансіонатів не менше трьох зірок і всю необхідну інфраструктуру розваг (джакузі, басейни, тенісні корти, навіть іподроми). Винний та гастрономічний туризм поступово став важливим елементом професіоналізації міжнародної індустрії агротуристичного підприємництва Італії [14].

Кожен штат має різні сорти винограду та вина з неперевершеним смаком. Більшість з них можна спробувати на невеликих приватних виноробнях. Власники ферми пропонують своїм гостям увесь свій винний льох (а також сирну та м'ясну продукцію). Однак обладнання входить у вартість оренди і є безкоштовним для користування. Зараз в Італії розроблено більше 100 винних і гастрономічних маршрутів, які безпосередньо пов'язані з агротуристичне підприємництвом. Порівняно з іншими країнами, туристи, які обирають відпочинок на узбережжі, залишаються довше, в середньому на 6 днів.

Ще одна суто італійська особливість сільського туризму в цій країні полягає в тому, що майже половина власників сільськогосподарських угідь «не поспішають» «виходити з тіні». Неодмінно потрібно пройти національну кваліфікацію, отримати дозволи та сплатити податки [7].

За даними Національного бюро туризму, в країні налічується близько 12 тисяч операторів агро-туризму, але лише близько тисяч семи з них мають державну ліцензію.

Інші італійці досі скептично бачать резон до стандартизованих процедур міської влади, централізованих систем бронювання та активізації у виставках і заохочені у прямих контактах із споживачем. Хоча вартість послуг в Італії «агродозвілля» майже у два рази дорожчі, ніж наприклад у Франції або Іспанії, щороку користуються ними майже два мільйони людей (зокрема 78% з них – також італійці). Річний дохід від аграрного туризму становить близько 350 мільйонів \$ США.

Агротуристика діяльність розвивається також інтенсивно в країнах, що є сусідами з України. Нами зосереджено увагу на декількох національних європейських моделях організації агротуристичної діяльності як підприємства: моделі французька, британська, італійська, німецька, чеська, польська, іспанська та латвійська (табл. 1.1).

Відповідно до угорського законодавства, агротуристична підприємства діяльність відноситься до особистого сільсько-господарського сектору, який є відповідним інструментом податкових мотиваторів. «Родзинкою»

агротуристичного підприємництва Угорщини є її інтеграція до національних традицій кінного виду спорту.

Таблиця 1.1 Моделі організації агротуристичного підприємництва у різних країнах

Модель	Особливості
<i>Італія</i>	Поєднання відновлення здоров'я із типовим відпочинком в сільській місцевості. Вивчення продуктів місцевих виробників та гастрономії. Спортивні заняття
<i>Польща</i>	Чітке розмежування агрогосподарств, які зустрічають туристів, на ті, для яких це бізнес єдиний, а також ті, які розглядають агротуристичну діяльність ще як джерело додаткового заробітку
<i>Іспанія</i>	Відпочинок на фермі, знайомство з гастрономією, з побутом, піклування про тварин
<i>Британія</i>	Системи розміщення в агросадибах, що передбачають контакт з фермерською сім'єю, можливість індивідуального власного обслуговування. Включає також елементи екологічного та пізнавального видів туризму
<i>Чехія</i>	Поєднання відвідування конферм і відпочинок на території сільської місцевості
<i>Німеччина</i>	Проживання та харчування у фермерському будиночку. Схильний до безпосередньої фермерської роботи в полях господарства
<i>Франція</i>	Включає різноманітні форми аграрного туризму, що змінюються залежно від місця розташування до водойм. Переваги надаються розвитку винного та гастрономічного видів агротуристичного підприємництва
<i>Латвія</i>	Відпочинок на фермерському обійсті, ознайомленням з побутовими умовами, способом життя і традиціями фермерів та їх родин

Джерело: розроблено на основі [14]

Щороку у різних країнах відбуваються національні фестивалі кінного виду спорту, який представляє глядачам близько сорока розважальних програм.

У Румунії захист та зацікавленість підприємств, що займаються агротуристичною діяльністю представляє «ANTREC» – Національна асоціація екологічного також сільського та культурного туризму (член «Euro-Gites» з Румунії). Сьогодні налічує організація 3250 членів, понад 2,5 тис. агро-сіл,

загальний потенціал дозвілля тут становить майже одинадцять тисяч ліжок.

Агротуристичний бізнес цієї країни в основному розвивається в Карпатах південних, з тим же спрямуванням, що й в Україні, а саме охорона довкілля та екологія, національні культурні традиції. Серед різних зарубіжних країн розвиток, набутий нашими західними сусідами, зокрема Польщею, є особливо притаманним для України, більш за все в Карпатах.

Як показує наше дослідження, кожна країна має свої характерні риси розвитку агротуристичного підприємництва (табл. 1.2).

Таблиця 1.2. Особливості організації агротуристичного підприємництва в різних країнах світу

Країна	Особливі характеристики
Австрія	Заняття із збору трав, приготування продуктів з молока, активний відпочинок в горах та еко-відпочинок
Угорщина	Поєднання сільського зеленого туризму з національними традиціями конярства. Агро туризм віднесено до сфери ведення особистого господарства на селі.
Фінляндія	Відпочинок на берегах заповідних озер та річок
Великобританія	Відпочинок в агрооселях
Румунія	Відпочинок в агрооселях
Кіпр	Відпочинок на природі, тобто розвиток природного туризму
Іспанія	Відпочинок в агросадибах
Німеччина	Участь у торгових шоу та міжнародних ярмарках
Польща	Відпочинок в агросадибах
Італія	Курортний, дегустаційний та гастрономічний туризм

Джерело: складено на основі [4]

Таким чином, як свідчить закордонний досвід, агротуристичне підприємництво є не лише джерелом отримання додаткового доходу, а й засобом збереження та охорони довкілля і збалансованого сталого сільського розвитку територій.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІТИЧНІ ЗМІНИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АГРОТУРИСТИЧНІЙ ГАЛУЗІ ІВАНО-ФРАНКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

2.1 Аналіз туристичного потенціалу Івано-Франківщини, як передумови розвитку агротуристичного підприємництва

Територія Івано-Франківщини характеризується потужними соціокультурними, природними та історичними багатствами і вже тривалий час є лідером за уподобаннями та задоволенням смаків туристів. Агротуристична діяльність в цьому регіоні надзвичайно різноманітна, і таким чином агротуристичне підприємництво є одним із прогресивних сучасних напрямків. На цій карті (рисунок 2.1) зображено особливості туристичного потенціалу Галицького регіону: Івано-Франківська область.



Рисунок 2.1. Івано-Франківщина: мапа туристичного потенціалу [5]

Один з важливих показників для аналізу стану туризму в Івано-Франківській області - це кількість суб'єктів туристичної діяльності (табл.2.1). За допомогою цього показника можна визначити потенціал області для розвитку агротуристичного підприємництва.

Таблиця 2.1.- Динаміка суб'єктів туристичної діяльності України

	2020	2021	2020	2021
	Кількість туроператорів та турагентів	Кількість туроператорів та турагентів	Рейтинг областей за наявністю туроператорів та турагентів	Рейтинг областей за наявністю туроператорів та турагентів
Україна	4441	3867		
Вінницька	87	79	14	14
Волинська	89	70	13	16
Дніпропетровська	429	431	1	1
Донецька	94	82	12	13
Житомирська	66	59	21	19
Закарпатська	84	72	16	15
Запорізька	146	147	7	6
Івано-Франківська	117	104	8	8
Київська	223	220	5	4
Кіровоградська	68	57	20	20
Луганська	44	37	23	23
Львівська	359	265	2	2
Миколаївська	84	89	16	11
Одеська	261	194	3	5
Полтавська	150	124	6	7
Рівненська	107	102	10	9
Сумська	104	85	11	12
Тернопільська	85	65	15	17
Харківська	253	234	4	3
Херсонська	73	54	19	22
Хмельницька	78	63	17	18
Черкаська	110	99	9	10
Чернівецька	77	55	18	21
Чернігівська	57	57	22	20

**Сформовано на основі статистичних даних [9]*

На Івано-Франківщині агротуристична галузь вже значний проміжок часу розвивається досить швидкими темпами, зростає попит на агротуристичні послуги.

Агротуристичні підприємницькі суб'єкти регіону переважно розташовані

в місцях найбільш відвідуваних Карпатського відпочинку, але їх можна знайти останнім часом в далеких куточках Карпатських гір. Для агротуристичного підприємництва характерною особливістю є подорож в місце туриста, де певний етнос мешкає зі своєю культурою, самобутністю та історичними особливостями, які туриста дуже приваблюють.

З розвитком агротуристичного підприємництва ми простежуємо невідповідність між можливістю надання якісних туристичних послуг над зростаючим потребам отримання їх, недостатність працівничої компетентності, зайнятих туристичним підприємництвом, що ставить потребу у професійній підготовці майбутніх для агротуристичної галузі фахівців.

Проаналізувавши динаміку статистичних показників по Україні ми розробили стосовно суб'єктів туристичної діяльності рейтинг областей і нам стало зрозуміло, що лідерами є Львівська область, нажаль Івано-Франківська область в рейтингу займає восьме місце. У Івано- Франківській області в межах 2021 року налічується 124 суб'єкти діяльності туристичної, що на 14 суб'єктів менше , ніж в 2019 році. В більшій мірі ці тенденції до зменшення спричинені пандемією COVID-19. Область, незважаючи на негативну тенденцію змогла в рейтингу втриматись на своєму місці, що про її туристичної галузі гнучкість свідчить.

Ведення та розвиток агротуристичної діяльності у Івано-Франківській області має свої індивідуальні особливості. Лівова частка сільських садиб та агротуристичних підприємств сконцентрована в «Карпатському рекреаційному регіоні», що зумовлено кліматичними сприятливими умовами, багатствами природи, рельєфною специфікою, прекрасними мальовничими ландшафтами, чистими екологічно територіями, наявністю трудового потенціалу, а також в Україні найбагатшою культурною та історико-ментальною спадщиною з великою важливістю об'єктів, збереженням автентичних національних традицій і культури, особливою ментальністю господарювання та особливістю корінних жителів. Ресурсний потенціал агротуристичного підприємництва формують: рекреаційні, природні, виробничі, матеріально-технічні,

демографічні, соціально-економічні, політико-правові, інформаційні, історико-етнокультурні ресурси [4; 6].

Скарбницю природно-заповідного фонду Івано-Франківської області творять 474 об'єкти. Їх загальна площа 218,8 тисяч гектарів, що складає 25,6 % від всієї наявної площі Франківщини. Рекреаційний регіональний потенціал становить майже 30 % загально-державного із великою часткою територій заліснення [2].

Житлова площа у сільській місцевості в Івано-Франківській області становить 12637 тис. квадратних метрів, або від житлового фонду 36,7 %, тобто досягає 172,5 тисяч приватних житлових будинків. Зазначимо, що за адміністративним поділом в Івано-Франківській налічується 765 сільських населених пунктів [2]. Станом на 1 січня 2022 р. частка сільського наявного населення в Івано-Франківській області сягає 777.8 тис. осіб (або 56,26 - %). Трудові ресурси Івано-Франківської області налічують 697 тис. осіб сільського працездатного населення з рівнем зайнятості 54,1 %, [2]. Розвиток агротуристичного підприємництва характеризується зональністю високого рівня. Основна частка агротуристичних підприємницьких господарств розташована в гірській зоні та передгір'ї Карпат. Тут майже сконцентровано з десяти дев'ять господарств агротуристичного підприємництва.

Сформувався певні «агрорекреаційні вузли», тобто «сукупність агро-рекреаційних пунктів, що згрупувались навколо курортного та туристичного центру за межами і всередині компактною певною територією» [1]. Такими найвідомішими «агрорекреаційними вузлами» на Франківщині є Косівський та Яремчанський. Із загальної кількості агросадіб, які дають можливість отримати туристичні послуги, тут розташовано 67,9 % [2]. У так сказати менших масштабах функціонують в цьому регіоні агротуристичні господарства і в інших природних зонах. Проведені вибірково аналітичні дослідження агротуристичних господарств показали, що в досліджуваному регіоні у 2020 р. відпочивало близько 145,9 тисяч осіб. Час перебування при цьому одного туриста в агросадібі складав 2 або 3 дні.

Фахівці й науковці у сфері агротуристичного підприємництва здійснили розробку інтегрованого показника агротуристичної привабливості районів двох досліджуваних регіонів за таким розподілом привабливості відбором критерію [13]:

- 1) лісистість території - x_1 - у межах 29 %;
- 2) екологічна чистота - x_3 - у межах 23 %;
- 3) наявність охоронних територій - x_4 – у межах 17 %;
- 4) наявність сільсько-господарських угідь - x_2 – у межах 25 %;
- 5) густина населення - x_5 – 6 % [13].

Із врахуванням вище зазначених критеріїв коефіцієнт сприятливості території розвитку агротуристичного бізнесу «Ic» буде рівний:

$$Ic = 0.29 (X_1) + 0.25 (X_2) + 0.23 (X_3) + 0.17 (X_4) + 0.06 (X_5)$$

У кожному з районів Івано-Франківської області сприятливий для розвитку агротуристичного підприємництва визначений коефіцієнт (рис. 2.2).

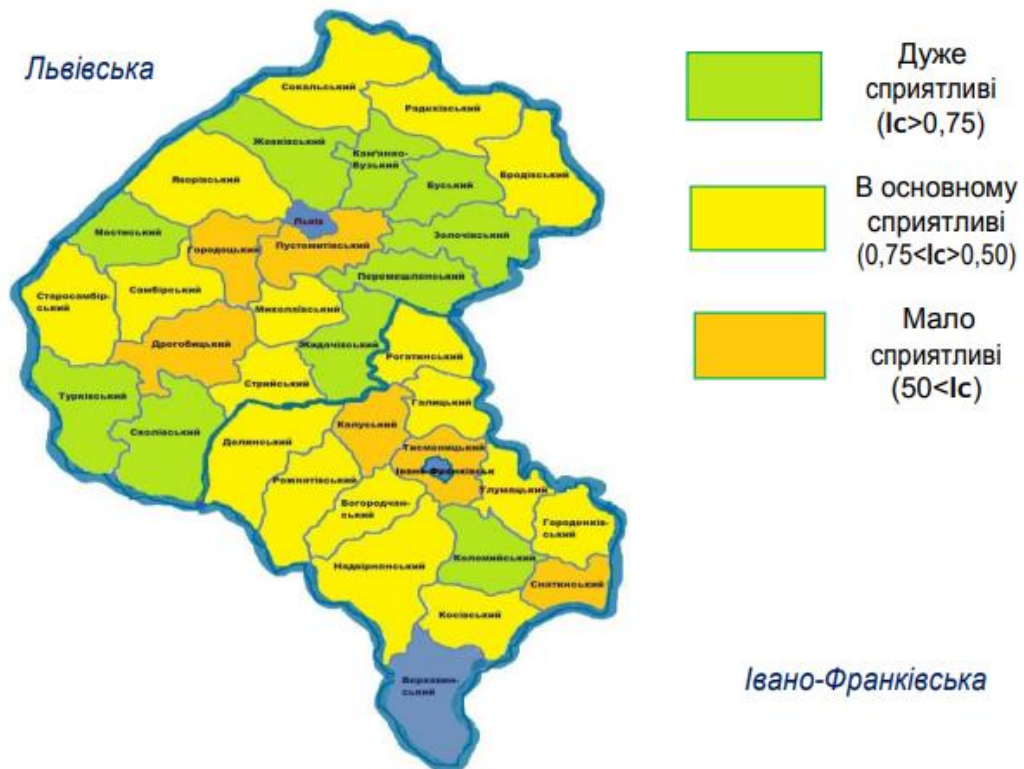


Рис. 2.2. Івано-Франківська та Львівська області: карта розподілу районів за коефіцієнтами сприятливості розвитку агротуристичного підприємництва

*Джерело: [13]

Достовірних офіційних даних та об'єктивних зокрема в Західному регіоні і в Україні, щодо кількості агросадіб зеленого сільського туризму та агротуристичних підприємств, які офіційно як, так і неофіційно свою підприємницьку діяльність ведуть, немає. Тому у результаті оцінки динамічних та характерних тенденцій ми використали матеріали обласних організацій Івано-Франківської та Львівської «Спілки сприяння розвитку зеленого сільського туризму в Україні», сільських територіальних громад, результати анкетних опитувань та власних спостережень і досліджень. Ми якраз зауважили, що майже понад 92 % агросадіб зеленого сільського туризму та господарств агро-туристичних офіційно не завжди зареєстровані як юридичні особи, переважно через високі ставки податків, а отже, вони процедуру добровільної категоризації не проходять, що фактично їх рівень діяльності обмежує. Про стан розвитку агротуристичного підприємництва та агротуристичної діяльності й свідчать дані динаміки щодо їх зміни (рис, 2.3).

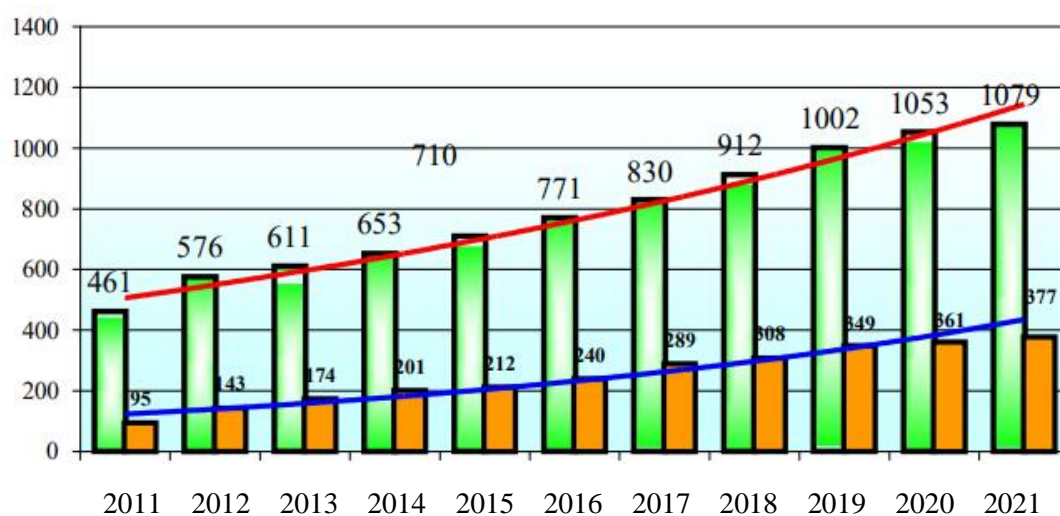


Рисунок 2.3 Львівська та Івано-Франківська області: динаміка агросадіб у 2011-2021 роках.

**Джерело: складено на основі [13]*

Динаміка помітного зростання кількості агротуристичних підприємств у досліджуваному нами регіоні є активнішою набагато, ніж динаміка формування ринку послуг агротуристичного підприємництва в умовах невизначеності та конкурентних змін. Динамікою ще стрімкішою відзначаються агросадіби

туризму сільського. Робота агротуристичного бізнесу сільські громади стимулює більше уваги приділяти благоустрою сіл, реформуванню інфраструктури транспорту, медичних закладів та освітніх, відновленню роботи закладів місцевої культури, архітектурних пам'яток, забезпеченню екологічності та чистоти довкілля, бізнес-планування агротуристичного підприємництва, розвитку кластеризації тощо

Беручи те до уваги, що населення області у величині 57.9% проживає на території сіл, важливим для Франківщини є розвиток агротуристичного підприємництва.

Набув популярності агротуристичне підприємництво туризм в усіх уже громадах регіону. У сфері сільського туризму, за останніми даними, працюють близько 750 сімей з різним в обслуговуванні відпочиваючих ступенем якості. Кількість сімей, з року в рік, зростає що приймають у сільських садибах. Причому найбільша, понад 500 садиб, кількість їх, зосереджена на території Яремчанської міської територіальної громади (м. Яремче, с. Татарів, с. Паляниця, с. Ворохта, с. Микуличин, с. Яблуниця).

В рамках оригінального проекту «Створення комплексної системи розвитку туристичної індустрії Івано-Франківщини», що у 2006 році впроваджувався АЕРІФ, запроваджено стандарти та процедури нові щодо підвищення на території всієї області якості туристичних послуг: розпорядженням обл.держ.адміністрації від 23.11.2006 р. № 668 затверджено «Положення про процедуру добровільної «категоризації» індивідуальних засобів розміщення («туристичних садиб») області».

У 2002 році в рамках спільного проекту Асоціації економічного розвитку Івано-Франківської області, Івано-Франківської обласної організації Альянсу сільського зеленого туризму України та Карпатської регіональної ради з туризму було розроблено Добровільну класифікацію. порядок сільських садиб в Ярим обл. У період 2006-2010 рр. Верховинська, Долинська, Коломийська, Косівська, Надвірнянська, Рожнятівська, Болехівська та Яремчанська міські ради. Класифікація проведена Івано-Франківською

обласною організацією Асоціації сприяння розвитку сільського зеленого туризму України у співпраці з Івано-Франківською Асоціацією регіонального розвитку та Регіональним туристично-інформаційним центром.

Пропозиція Івано-Франківської області щодо класифікації та екологічної класифікації садиб агро туризму комітетом «EUROGITIES» вважається основою для розробки стандартів по Україні.

В Івано-Франківській області, завдяки багатству природних ресурсів, є багато можливостей поєднати спокійний відпочинок в сільськогосподарському поселенні з великою кількістю активного дозвілля. Це призвело до створення на початку ХХІ ст. Карпатський регіон має потужну мережу аграрних сіл, які активно просувають свої послуги на Інтернет-ресурсах, зокрема нещодавно створено два туристичних портали: discover.if.ua, www.iftourism.com. [9,10,11].

Аналізуючи географічний розподіл сільськогосподарських населених пунктів області, згруповано адміністративні одиниці Івано-Франківської області за кількістю приватних населених пунктів сільського зеленого туризму на 1000 сільського населення (див. табл. 2.2)

Таблиця 2.2. Івано-Франківщина: рівень розвитку агротуристичного підприємництва

Назва адміністративної одиниці	Кількість агроосель на 1000 осіб сільського населення	Рівень розвитку інфраструктури сільського зеленого туризму
Івано-Франківська міська рада, Коломийська міська рада, Калуська міська рада, Калуський, Галицький, Городенківський, Снятинський райони	не виявлено	Потенційні території для розвитку
Болехівська міська рада, Богородчанський, Тисменицький, Тлумацький райони, Долинський, Коломийський, Косівський, Надвірнянський, Рожнятівський	0,01-2,0	Незначний розвиток
Верховинський район	2,1-10,0	Середній розвиток
Яремчанська міська рада	Більше 10	Високий розвиток

*Джерело [9]

Проаналізувавши дані найпопулярніших інтернет-сайтів, що надають інформацію про сільськогосподарські садиби Івано-Франківської області (всього близько 800) та їх різноманітні послуги для туристів з метою незабутнього заміського відпочинку, можна сказати, що попит на сільськогосподарські об'єкти є високим. в Івано-Франківській області, розташовані на Яремчанщині, а також у гірських районах Верховинського та Косівського районів області.

Тому, виходячи з рівня розвитку туристичної інфраструктури в горах Івано-Франківської області, характеристик пропонованого турпродукту, наявності туристично-рекреаційних ресурсів та привабливості території, М. Рутинський виділив три напрямки, які сприяють сільській зелені. Різні туристичні райони для розвитку туризму, зокрема: «Ворохтинсько-Яремчанський, Верховинсько-Косівський та Осмолодсько-Болехівський райони. Найбільш популярним серед туристів є Ворохтинсько-Яремчанський туристичний район, який містить близько 2/3 від гірських туристичних комплексів області та понад 50% сільських зелених туристичних садиб Івано-Франківської області.

Наступним пунктом за туристичними потоками в області є Верховинсько-Косівський туристичний район з двома потужними туристичними центрами в Косові та Верховині.

Але Осмолодсько-Болехівський туристичний район не дуже популярний, хоча має найбільш перспективний потенціал розвитку туризму порівняно з іншими регіонами, оскільки межує з великими бальнеологічними курортами Західної України (Трускавець, Моршин), відомими гірськолижними курортами України.

Відвідує істотно менше туристів передгірно-долинну зону туристичну області, в якій виділяють Снятинсько-Коломийський і Галицько-Рогатинський туристичні райони. Очевидно, це зумовлено недостатньою на регіональному туристичному ринку промоцією території. На Івано-Франківщині умови проживання комфортні, страви смачні традиційної та регіональної Української кухні агросадиби надають, що зокрема належать, до мережі «Українська садиба гостинна».

Наприклад, «Краща територія сільського зеленого туризму» належить до третьої категорії – «Княжий град» у селі Княздвір Коломийського району. Номерний фонд готелю включає розміщення в двох цінових категоріях: «Стандарт» і «Все в одному». А гостинні господарі садиби, крім основних послуг, надають туристам і ряд додаткових послуг, зокрема організують для них екскурсії.

До цієї ж категорії відноситься приватна садиба «Еко-Карпати» в селі Кути Косівського району, розташована в мальовничому куточку біля річки Черемош та Покутсько-Буковинських Карпат.

До другого ряду входять садиба «12 місяців», розташована в центральних Карпатах на одному з мальовничих пагорбів села Мислівка (урочище Йозифсталь), садиба «Дарваїв кут» у селі, Старий Мізунь Долинського району, та гостинний двір Горицвіт, що затишно розташувався на березі старовинної гори біля лісистого пагорба у Верхньому Ясеникові. «Бойківські Світанки» та «На Горі Бабієвій» – садиби, що складають першу категорію, яка знаходиться в селі Новошин районів Оболонського та Косівського. Також кілька базових садиб в околицях пропонують послуги туристам [11].

Як повідомляється на офіційному сайті Головного управління туризму, євроінтеграції, зовнішніх зв'язків та інвестицій, збереження реєстру садиб сільського зеленого туризму є вкрай важливим для потенційних туристів, які шукають ці послуги, оскільки допомагає надавати власникам інформацію про питання дотримання нормативних вимог, якість обслуговування та екологічна категоризація. Розподіл на категорії приватної агротуристичної діяльності забезпечує: Прозорість пропозицій клієнтам. Контроль якості агротурпродукту. Різноманітність пропонованих туристичних послуг і різниця в цінах. Цей знак надала Асоціація сприяння розвитку сільського зеленого туризму України. Приватні будинки в Івано-Франківській області класифікуються за рівнем сервісу («апартаменти гостинні») та екологічності («апартаменти зелені»), що сприяє підвищенню конкурентоспроможності продукту туристичного. [12].

2.2 Дослідження агротуристичного підприємництва Івано-Франківської області та з'ясування проблем його розвитку

Отже, як уже зазначалось Франківщина має великий потенціал для розвитку агротуристичного підприємництва, у сільській місцевості налічується близько 200 тисяч приватних садіб, які можуть якісні послуги надавати агротуристичного підприємництва. Дослідження ще раз показали, що більшість господарств України зосереджена в Карпатському регіоні, особливо у Закарпатській, Львівській та Івано-Франківській області.

Таблиця 2.3. Характеристика кількості агротуристичних підприємств на території України – 2021 рік

№ п/п	Область	Кількість агросадіб, одиниць	Від загальної кількості в Україні, %
1	Вінницька область	73	1,15
3	Волинська область	375	5,92
4	Дніпропетровська область	45	0,71
5	Донецька область	4	0,06
6	Житомирська область	38	0,60
7	Закарпатська область	493	7,78
8	Запорізька область	56	0,88
9	Івано-Франківська область	2179	34,40
10	Київська область	59	0,93
11	Кіровоградська область	138	2,18
12	Луганська область	5	0,08
13	Львівська область	1157	18,26
14	Миколаївська область	124	1,96
15	Одеська область	372	5,87
16	Полтавська область	154	2,43
17	Рівненська область	130	2,05
18	Сумська область	23	0,36
19	Тернопільська область	63	0,99
20	Харківська область	49	0,77
21	Херсонська область	287	4,53
22	Хмельницька область	163	2,57
23	Черкаська область	42	0,66
24	Чернівецька область	274	4,33
25	Чернігівська область	32	0,51
Разом		6335	100

Як бачимо з даних таблиці, в наявну найбільша кількість агросадиб Івано-Франківській області, що свідчить про надзвичайні потужності розвитку цієї діяльності. Агротуристичне підприємництво Івано-Франківської області має потенціал для розвитку та нарощення темпів, проте ряд факторів сповільнює цей процес.

Для виявлення факторів, що гальмують розвиток агротуристичної галузі, було проведено опитування представників аграрної галузі та потенційних споживачів агротуристичних послуг. Крім того, метою дослідження було підвищення поінформованості мешканців громади про стан та перспективи розвитку галузі агротуристичного підприємництва в сільській місцевості Івано-Франківської області. Для дослідження було зібрано 200 опитувань, на основі яких можна поміркувати про основні проблеми розвитку підприємництва в агротуристичне підприємстві. На рисунку представлена структура респондентів.

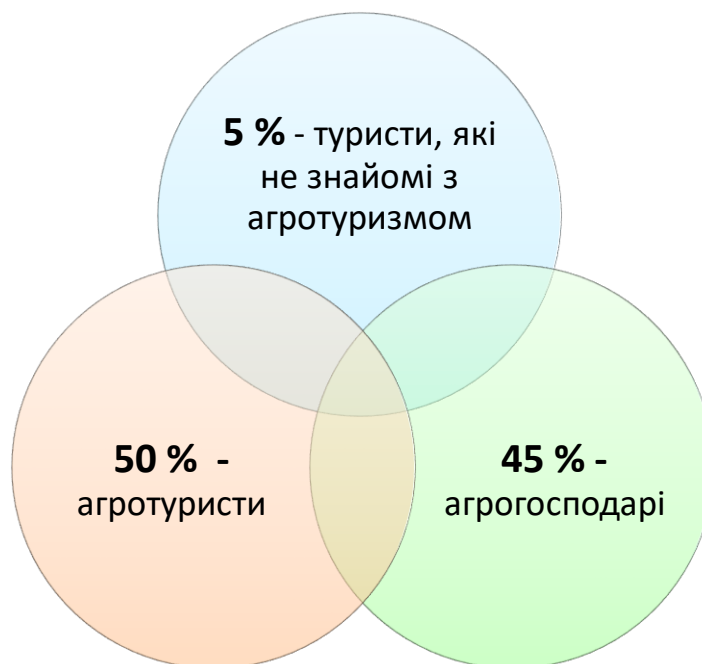


Рисунок 2.4. Розподіл респондентів опитування за категоріями, та їхня частка в загальній структурі опитаних

Питання сформульовані таким чином: половина питань стосувалася безпосередньо проблем розвитку, друга половина була спрямована на

виявлення успішних сторін і переваг розвитку агротуристичного підприємництва та визначення перешкод і загроз для розвитку агротуристичного підприємництва та визначення в області агротуристичної діяльності. Одним із питань основних опитування є привабливість послуг агротуристичного підприємництва, результати наведено нами на рисунку 2.5.

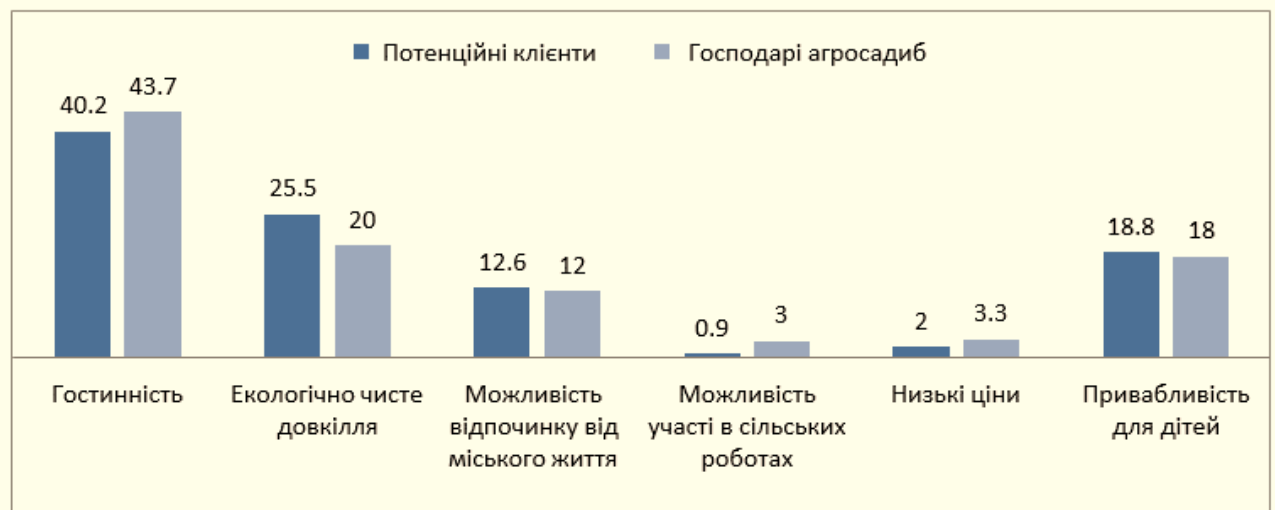


Рисунок 2.5. Привабливість агротуристичної галузі: основні мотиви

На малюнку видно, що гостинність є найважливішим фактором розвитку агротуристичної індустрії, але власники агротуристичних вілл повинні збалансувати цей фактор до рівня, прийняттого для потенційних споживачів, зокрема знизити його до 3,5%.

Ще одним фактором, який спонукає людей користуватися послугами агротуристичного підприємництва, є екологічно чисте довкілля. Потенційні споживачі називають цей мотив на 5,5% частіше, ніж власники господарств. Не менш важливим є фактор привабливості агротуристичної галузі для дітей, оскільки він пов'язаний з когнітивними функціями, особливо для жителів великих міст. Унікальність Івано-Франківської області розширює горизонти пізнання української культури як для іноземців, так і для вітчизняних туристів. Також ми бачимо, що фактор низької ціни має невелику частку, що підвищує планку рентабельності господарств і суперечить твердженням про агротуристичне підприємництво як «дешевий вид туризму». Ми дотримуємося тенденції, що клієнти не хочуть активно брати участь у сільськогосподарській

діяльності, а люблять спостерігати за процесами, які відбуваються в сільському господарстві. У багатьох місцях загальне уявлення споживачів і власників про привабливість агротуристичного підприємництва схоже. Це означає, що між двома категоріями існує досить високий рівень розуміння.

В опитуванні ми поцікавилися мотивами агротуристичного підприємництва, що допомогло нам зрозуміти причини його розвитку. Результати показано на рисунку 2.6.

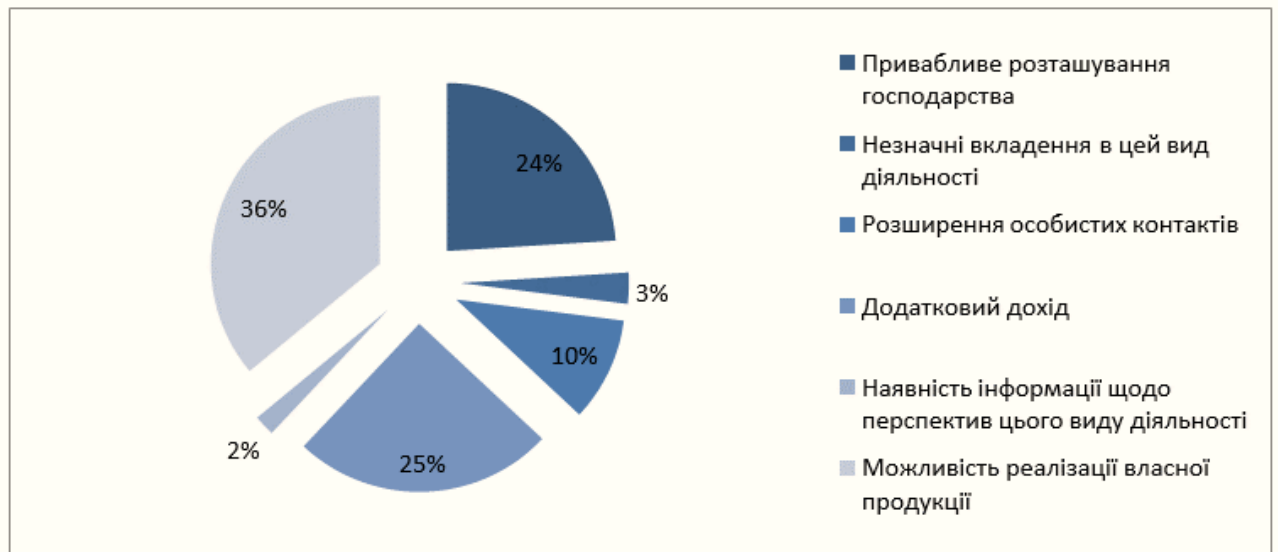


Рисунок 2.6. Мотивація до агротуристичного підприємництва

На рисунку видно, що основним фактором розвитку агротуристичного підприємництва є наявність продукції для продажу. Тому агротуристичне підприємництво виступає як альтернативний ринок. Не менш важливим мотивом для розвитку агротуристичної галузі є привабливе розташування садиби та бажання додаткового заробітку. Також ми бачимо, що в нашому дослідженні найменш важливим фактором є наявність інформації про перспективи розвитку агротуристичного підприємництва та невеликі інвестиції в цю діяльність, а тому вони є меншими мотиваторами.

На підставі проведеного дослідження можна зробити висновок, що агротуристичне підприємництво є короточасним видом відпочинку, оскільки більшість респондентів не готові перебувати в агротуристичному підприємстві довше трьох днів. 38% респондентів готові провести в аграрних поселеннях до

тижня, і лише 16% можуть насолоджуватися таким відпочинком більше тижня.

Також було запропоновано важливість факторів, які впливають на вибір агросадиби, оцінити, та співставити важливість цих критеріїв з точки зору туристів та господарів, на рисунку 2.7 відображено результати.

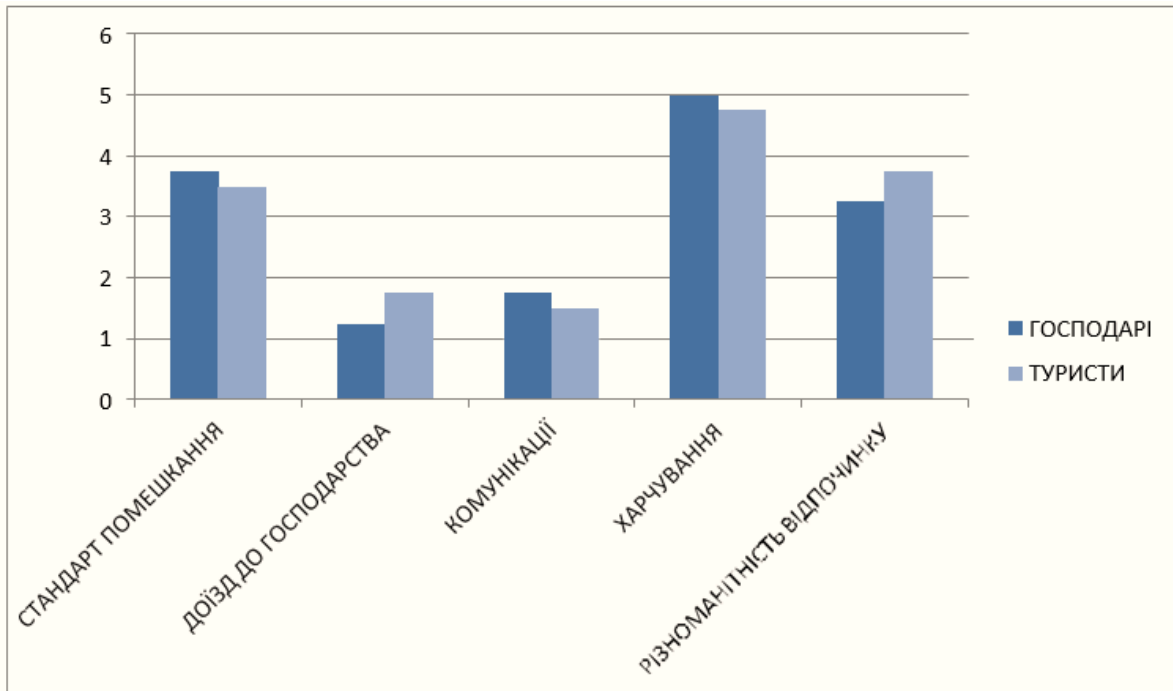


Рисунок 2.7. Вибір туриста щодо агросадиб: фактори впливу

Основними причинами вибору сільського туристичного помешкання є різні вимоги до відпочинку та проживання. Слід зазначити, що опитані туристи мають більший вибір варіантів дозвілля, ніж стандарти розміщення. Тому важливо урізноманітнити туристичні послуги.

Тому найважливішим критерієм при виборі садиби є харчування, якість та різноманітність якої є перевагою оренди садиби. В агротуристичне підприємстві їжа розглядається двояко: по-перше, їжа є культурним надбанням, бо готується на старовинних українських хуторах, секрет приготування яких передається з покоління в покоління; По-друге, це екологічність і можливість займатися вирощуванням трав чи виготовленням сиру.

Будь-який вид туризму заснований на отриманні інформації про його

діяльність, організовану в різних просторах і основах. Зокрема, інформацію про розвиток туризму ми знайшли у статистичних збірниках області та України. На жаль, сьогодні агротуристичне підприємництво не виокремлено на державному рівні, тому систематизована інформація відсутня.

Більш серйозною проблемою для населених пунктів є транспортна інфраструктура, оскільки вона не в змозі забезпечити гроші на ремонт доріг, а під'їзд до населених пунктів, як бачимо, відіграє важливу роль, за що туристи готові ділитися. Тому власники мусять звертатися за допомогою до місцевої влади.

Розвиток агротуристичного підприємництва від попиту залежить, а він – від багатьох факторів в свою чергу, їх нами систематизовано на рисунку 2.8.

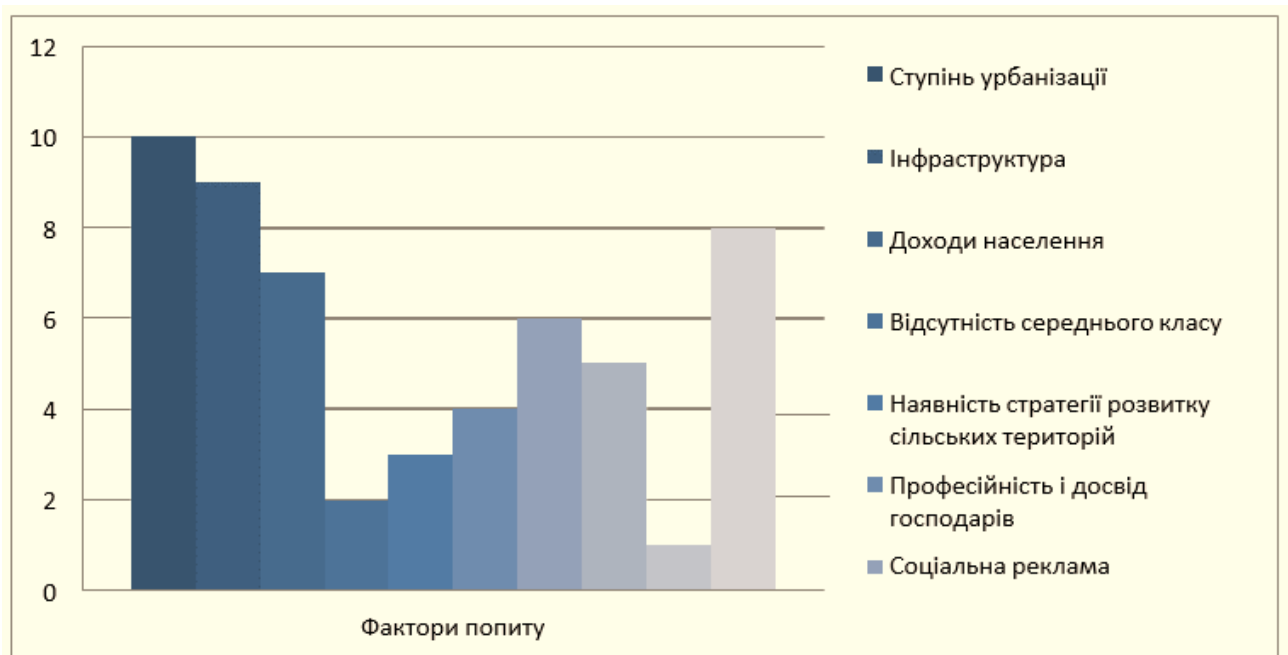


Рисунок 2.8. Фактори впливу на попит у агротуристичному секторі

До *першої групи* факторів віднесемо щільність населення та ступінь урбанізації. Даний фактор є прямим за впливом. У великих промислових містах, де спостерігається значний рівень урбанізації та висока щільність населення на одиницю території, існує значно більший попит на послуги агротуристичного комплексу, ніж, наприклад, у районах, де цей показник нижчий. Тому великі міста є стабільним джерелом пропозиції для туристів.

Оскільки Івано-Франківська область має не промисловий, а аграрний характер, вона має орієнтуватися на туристів з інших міст.

Другим фактором попиту є орієнтація споживачів на туристичний імпорт. Імпортний туризм означає, що громадяни імпортують в Україну туристичний досвід від поїздок за кордон, але це супроводжується виведенням коштів з країни. Це тому, що наші співвітчизники лише нещодавно відкрили для себе подорожі за кордон. Ця тенденція в країні ще стабільна. Розвиток галузі агротуристичного підприємництва певною мірою сприятиме популяризації внутрішнього туризму. Під час пандемії Covid-19 закордонні поїздки були обмежені, тому агротуристичне підприємництво став альтернативним видом відпочинку.

Третій фактор є рівень доходів населення. Як відомо, туризм можливий лише за умови стабільної фінансової підтримки. Не менш важливий рівень доходів туристів, адже туристи з вищими доходами отримують ширший пакет послуг, а отже, власники садиб мають можливість отримати додатковий дохід.

Четвертий фактор – відсутність комплексної державної стратегії розвитку агротуристичної діяльності, що суттєво гальмує розвиток цієї сфери. За відсутності загальнодержавної програми розвитку галузі агротуристичного підприємництва сформуванню громадської думки та попиту на послуги дуже важко, тому цей вид діяльності не є поширеним.

П'ятий фактор – це інфраструктура поселень сільських і господарств. Ця причина є важливою для формування попиту, оскільки більшість потенційних споживачів туристичного продукту бажають отримати туристичну послугу в комфортних умовах. Слід глибоко зазначити, що серед споживачів сільськогосподарської продукції є й інша частина громадян, для яких брак комфорту відіграє важливу роль і шукає відпочинку саме там, де ні люди, ні технології не впливають на стан природного середовища.

Ще одним чинником, на який варто звернути увагу, є відсутність досвіду розвитку галузі агротуристичного підприємництва як у населення, так і в органів державної влади. Агротуристичне підприємництво є новим явищем для

України, тому важливо набути знань та навичок організації управління ним на основі впровадження зарубіжного досвіду, організація консультаційних послуг та стажування з метою підвищення рівня та якості агротуристичного підприємництва та вдосконалення туристичного продукту.

Не менш великий вплив на формування попиту має відсутність соціальної реклами цього виду туристичної діяльності та престижність споживання. Негативним є також те, що більшість туристів не вважають агротуристичне підприємництво престижним. Наявність соціальної реклами агротуристичного продукту сприятиме формуванню позитивної громадської думки, що в кінцевому підсумку призведе до зростання попиту та збільшення кількості споживачів у районі.

Восьмий фактор, що впливає на попит, це брак інформації та досвіду споживання агротуристичного продукту серед потенційних споживачів. У цьому випадку на попит впливає досвід інших відпочиваючих у даному середовищі, а брак і брак інформації не сприятиме збільшенню туристичного попиту на туристичні послуги та їх популяризації серед населення. Як відомо, змусити туриста повернутися туди, де він уже був, дуже важко, але в агротуристичне підприємництво є мотиви, які передбачають можливість такого повернення.

Дев'ятий фактор є велика соціальна прірва між багатими і бідними. Сьогодні найбільш значущим показником рівня економічного розвитку у світі є показник ВВП на душу населення.

Проблема України в тому, що майже немає людей, які мають можливість вимагати плату за туристичні послуги, можливість витратити гроші як на зовнішньому, так і на внутрішньому туристичному ринку, які цікавляться історією, культурою, етнографією тощо. цікавляться всім, що пропонує агротуристичне підприємництво. За цим показником усі країни поділяють на три частини: розвинені, де є значний попит на агротуристичне підприємництво; помірно розвинений – існує велика варіація між потребами у дозвіллі багатих і бідних, при цьому потреби «еліти» в основному задоволені; Для третьої групи

країн, що розвиваються, характерний відпочинок вдома.

Деякі туристи шукають тихе місце, де можна відпочити від суєти навколо. Інші розглядають сільське господарство як елемент освіти і хочуть якомога більше зануритися в сільське життя. Значний вплив на попит на працю в сільському господарстві мають також психологічні фактори. Тому що психологічний стан є визначальним для того, щоб прийняти роботу, яку пропонують компанія та її власники. Найменше на туристичному ринку впливає орієнтація на клієнта. Це можна пояснити тим, що в туризмі існує поняття розкошного споживання, яке виражається в намірі споживача відпочивати тільки на дорогих курортах. Під впливом цього фактора будемо розуміти вікову структуру населення, яке має різні причини, потреби та очікування щодо споживання послуг. З проведених опитувань можна зробити висновок, що найбільший вплив на попит на сільськогосподарські послуги має ступінь урбанізації.

Сільський зелений туризм Івано-Франківської області є умови розвитку в країні унікальні пам'ятки світової історії та культури, природні ландшафти. Проте в регіоні доцільно розвивати такі напрямки туристичної діяльності, як відкриті інтерактивні музеї, агроготелі, контактні зоопарки; іпотерапія та апітерапія, а також відвідування історичних сіл та участь в етнофестивалях та різні класи майстрів були прищеплені простому народу ремесла, тому що місцеве населення зберегло донині багаті матеріальні та духовні блага, специфічний смак давньої України, наповнений оригінальними обрядами, костюмами, побутом, ремеслами та архітектурою; що позитивно впливає на етнографічний розвиток у регіоні туризм, наприклад, у селі Яблуниця осередок гуцульської культури відкрито «Полонина Перці», де можна побачити та відчути справжнє життя гуцулів, познайомитися з ними. Їхні звичаї та традиції, в основі яких лежить автентичне святкове вбрання, смак гуцульських страв та слухання його віршів. Це гостинне, цікаве, приємне та пізнавальне місце, що приваблює туристів [13].

2.3 Аналіз-SWOT агротуристичного підприємництва Івано-Франківської області

Загальна оцінка передумов розвитку аграрного туризму в Івано-Франківській області на діагностиці сильних і слабких сторін базуються. Виявивши недоліки та переваги, ми отримаємо на питання відповіді, як його переваги використати для покращення умов господарств подібних, як усунути сторони слабкі чи зменшити їх впливу інтенсивність. Це допоможе з'ясувати, чи є передумови у господарства для роботи на ринку тому чи іншому галузі агротуристичного підприємництва. Аналіз на меті визначення економічних переваг і недоліків має її позиції на конкурентному ринку. Він основні переваги може визначити економіки та недоліки її можливі, які загрозу розвитку можуть становити та слабкою ланкою стати у захисті конкуренції.

Сьогодні використовується широко SWOT-аналіз як метод, який можливість охарактеризувати дає зовнішні та внутрішні фактори, які опосередковано можуть та безпосередньо впливати на ефективність бачення стратегії розвитку майбутнього агротуристичної галузі. За результатами SWOT-аналізу головну мету розвитку агротуристичного підприємництва визначено як галузі та з'ясовано для її досягнення найважливіше завдання.

Проведені дослідження показують, що Івано-Франківська область, хоч і є переважно аграрним регіоном, має достатній потенціал для розвитку туризму.

Як показує SWOT-аналіз (рисунок 2.9), основною метою розвитку галузі агротуристичного підприємництва є створення необхідних умов, заснованих на підприємницькій діяльності, а отже, підвищення рівня соціально-економічного розвитку сільської місцевості області. Важливими факторами, що впливають на розвиток агротуристичного підприємництва, є наявні трудові та земельні ресурси, гармонійний аграрний культурний ландшафт, чисте довкілля, низька густота населення, безкоштовне житло, багаті природні ресурси та історико-культурна спадщина.



Рисунок 2.9. Аналіз SWOT «Розвиток агротуристичного підприємництва на Івано-Франківщині»

Аналіз цього малюнка вказує на достатність сильних сторін регіону, які можуть принести користь агротуристичного підприємництва. Зокрема, слід зазначити, що в Івано-Франківській області існує декілька факторів, які перешкоджають ефективному розвитку галузі агротуристичного підприємництва в інших регіонах. Також варто звернути увагу на можливості, їх, на жаль, небагато, але є значні та перспективні. Для їх реалізації потрібне фінансування, але не тільки для їх оплати, а й для покращення іміджу країни в цій країні за власні кошти. Щодо перерахованих слабких місць і загроз, то вони вже розглядаються в розробці регіональної та національної політики з метою їх усунення та збільшення можливостей.

Для просування розвитку агротуристичного підприємництва необхідно зосередити увагу на таких аспектах:

- ❖ створення єдиної законодавчої бази, що забезпечує регуляторну діяльність.
- ❖ розробка системи класифікації фермерських господарств.
- ❖ систематизація інформації у відповідних центрах, особливо в містах обласного значення, що в свою чергу розширює межі міського населення та зацікавлює їх відвідуванням прилеглих господарств.
- ❖ розробка стратегії розвитку діяльності, що відповідає поточним реаліям.
- ❖ передбачити можливі сценарії розвитку з урахуванням загроз, які можуть контролювати розвиток, та заходів розвитку, які можуть зменшити негативний вплив наслідків загроз.
- ❖ інтенсивність діяльності: тим самим підвищуючи її якість.
- ❖ модернізація та різноманітність: варто шукати нові види розваг та розширювати спектр послуг.

Отже, для діяльності агротуристичного підприємництва на Івано-Франківщині є кілька факторів, які контролюють її розвиток, але є ще багато моментів, які потрібно вирішити, щоб розвиток діяльності не був контрольованим.

РОЗДІЛ 3

ПЛАНУВАННЯ РОЗВИТКУ АГРОТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА НА ІВАНО-ФРАНКІВЩИНІ

3.1. Прогнозування рівня розвитку агротуристичного підприємництва у формі державної підтримки та аспектів участі громади

Тенденції розвитку сільського господарства та туризму визначають майбутнє агротуристичного підприємництва. Протягом наступних 75 років дві зіткнуті сили формуватимуть сільське господарство. Постійне зростання світового населення разом із виснаженням ключових сільськогосподарських ресурсів (тобто землі, води та робочої сили) та порушенням природи (наприклад, зміна клімату) продовжуватиме ускладнювати виробництво їжі, клітковини та енергії, щоб бути більш ефективним та стійким. У той же час інші соціальні чинники (наприклад, збільшення глобальної мобільності, поява рухів, пов'язаних з продовольством) посилять попит на локалізоване нішеве сільське господарство можуть розділити сільськогосподарський ландшафт з невеликими варіаціями всередині на землі заводського типу для забезпечення потреб населення світу (наприклад, вертикальне землеробство, інтелектуальні системи поливу) та дрібні землі спадщини, які збережуть сільські культурні та природні ресурси (наприклад, історичні сараї та місцеві заводи) через нішеве виробництво.

Майбутні простори агротуристичного підприємництва також визначатимуть уточнення двох типів відвідувачів ферми.

- *«Цілеспрямований»* – той, хто прагне покращити своє розуміння або досвід сільського господарства шляхом спостереження за сільськогосподарськими процесами та участі в практичних заходах – збільшить їхній пошук більш автентичних і значущих вражень
- *«Рекреаційний»* – той, хто шукає будь-який вид відпочинку чи гостинних послуг, які проводяться в сільськогосподарських умовах – кількість буде збільшуватися в міру розширення міського вторгнення. Такі чіткі потреби агротуристів створять градієнт сільських просторів, закріплених на фермах

сільськогосподарської інтерпретації та землях сільськогосподарської тематики.

У той час як перші продовжуватимуть займатися сільським господарством, щоб зберегти природні та (сільськогосподарські) ресурси через освіту, останні розвиватимуться у великих розважальних напрямках, створених за сільськогосподарськими проектами. Поступово ядро агротуристичного підприємництва як підприємства диверсифікації сільського господарства буде втрачено десь у цьому континуумі, оскільки фермери переходитимуть до опікунства, а розробники розваг захоплять величезні сільськогосподарські угіддя.

Взаємозв'язок агротуристичного підприємництва між сільським господарством і туризмом у зв'язку з вищезазначеними змінами в обох секторах визначатиме ключові питання, на які мають бути спрямовані майбутні дослідження. По-перше, якими будуть межі агротуристичного підприємництва? Вважається, що агротуризм має відбуватися впрацює сільськогосподарські об'єкти землі сільськогосподарської тематики не впишуться в таку типологію туризму. Але більш складною проблемою буде каталогізація ферм агроінтерпретації в освітньо-рекреаційному континуумі. Якщо більша частина сільськогосподарського виробництва йде на освіту, охорону природи чи відпочинок, чи буде це все ще агротуризмом?

Вирішення цього питання має серйозні політичні наслідки поза межами онтологічних дебатів, оскільки така класифікація може дискваліфікувати певну ферму для отримання сільськогосподарських субсидій та податкових пільг, що може поставити під загрозу збереження сільськогосподарських угідь. По-друге, як агротуристичні ферми можуть максимізувати свій привілейований простір, щоб подолати зростаючий суспільний дисонанс, що походить від розриву між селом і містом. Агротуризм може сприяти культурним (наприклад, гастрономія) і природним (наприклад, ландшафти) ресурсам місцевих громад.

Крім того, чи може агротуризм стати платформою для просування соціально відповідального сільського господарства (наприклад, гуманні ініціативи та практики збереження ґрунту).

Агротуризм як туристична діяльність на основі громади, яка використовує

сільськогосподарський бізнес як туристичну привабливість, може покращити економіку громади. Розвиток бізнесу в агротуризмі є життєздатним підприємницьким рішенням для незалежних сільських громад. У здійсненні агротуристичного підприємництва також необхідно мати інноваційне поєднання екотуризму, культурного туризму та інклюзивного сільського господарства, що робить фермерів сільськогосподарських громад незалежними та стійкими [55]. Сьогодні туристів все більше приваблюють гірські природні місця через клімат, чисте повітря, мальовничу красу, місцеву культуру, історію та регіональну спадщину. У розвитку агротуристичного підприємництва що потребує уваги, туристи сподіваються, що там будуть заклади для доповнення знань та досвіду, місце для відпочинку та нова атмосфера.

Пріоритетними атрибутами розвитку агротуристичного підприємництва є маркетингова діяльність, а також важливість наявності типології стратегій і політики на основі груп клієнтів. Проте агротуризм все ще має проблеми у своєму розвитку, пов'язані з інституціями, стійкістю та конкуренцією. Не лише виклики потребують уваги, а й підтримка з різних сторін в агротуризмі. Сталий і орієнтований на громаду туризм потребує підтримки зацікавлених сторін, будь то місцева влада, приватний сектор чи науковці. Політика місцевого самоврядування через координацію відіграє дуже важливу роль у процесі впровадження туристичної політики, це спроба збільшити участь громади через партнерства для сталого туризму, координацію ресурсів та бюрократичні системи в туристичній політиці.

Агротуристична діяльність Франківщини, яка розташовані у Західному регіоні, одним із потенціалів, які потрібно розвивати, привабливість природних пейзажів із красивими терасами як місцева культурна спадщина має свою власну привабливість. Природне багатство має важливе значення в туристичному секторі, тому розвиток агротуристичного підприємництва має більше потенціалу для просування продуктів місцевих ресурсів, а також розвиток туризму в процесі сільськогосподарського виробництва є однією з альтернатив диверсифікації сільського господарства. Це також очікується для розвитку агротуристичного підприємництва. Проте все ще потребує

поглибленого дослідження, пов'язаного з підтримкою інфраструктури, інституцій, участі громади та взаємозв'язком між існуванням агротуристичного підприємництва та збільшенням доходу навколишньої громади, який не є оптимальним. Таким чином, це дослідження має на меті проаналізувати форму підтримки з боку місцевого уряду та навколишньої громади в розвитку агротуристичного підприємництва в Івано-Франківській області, зв'язок із стійкістю та його вплив на навколишню громаду, щоб можна було отримати модель, яка може підтримувати розвиток туризму з точки зору державної та громадської підтримки.

Це дослідження зосереджено на створенні простої моделі для прогнозування рівня розвитку агротуристичного підприємництва (дуже поганий, поганий, стандартний, хороший, дуже хороший) на основі туризму на основі громад (СВТ) у формі державної підтримки та аспектів участі громади. Модель використовуватиме кілька інших факторів, таких як умови навколишнього середовища, суспільство, уряд та об'єкти. З наявною динамікою системного підходу. Динамічний системний підхід для цілей прогнозування отримав широке застосування [26, 28]. Таким чином, очікується, що динамічний системний підхід може бути використаний для прогнозування планування розвитку агротуристичного підприємництва просто та з мінімальною похибкою.

Дослідження проводилося в агротуристичному районі Яремча, який розташований в центральній частині Івано-Франківської області, біля підніжжя гори Говерла, і є одним із об'єктів агротуризму, який привертає велику увагу місцевих, національних і навіть іноземних туристів через свою природну красу. У цьому дослідженні використовуються первинні та вторинні дані. Основними даними, що використовуються, є дані щодо форми державної та громадської підтримки, надалі іменовані як вхідна змінна, і змінна розвитку агротуризму, надалі іменована як вихідна змінна. Водночас використані вторинні дані включають дані про географічне розташування агротуризму, огляд літератури з журналів та інших допоміжних джерел. Потім дані були виміряні за шкалою Лайкерта від 1 до 5. Оцінки були розбиті від дуже позитивних до найбільш негативних.

Методи збору даних у цьому дослідженні здійснювалися за допомогою методів опитування шляхом розповсюдження анкет, а також за допомогою методів інтерв'ю. Вибірка досліджень була проведена за допомогою методу цілеспрямованої вибірки серед членів громади навколо агротуристичного району Яремча, які мають внесок у розвиток агротуризму Івано-Франківщини. У цьому дослідженні було відібрано 56 респондентів.

Техніка аналізу, використана для цього дослідження, є описовим кількісним методом з використанням методу ANFIS. Система ANFIS — це адаптивна нейронна мережа на основі системи нечітких висновків. Причини використання ANFIS у цьому дослідженні полягають у тому, що він простий для розуміння, дуже гнучкий, допускає дані, які вважаються невідповідними, здатний моделювати нелінійні дані та може будувати та застосовувати досвід експертів безпосередньо [34]. Метод ANFIS має перевагу моделювання якісної сторони людських знань і механізму процесу прийняття рішень за допомогою структурованих правил.

Штучні нейронні мережі також мають перевагу розпізнавання певних закономірностей, вивчення нових речей і вирішення проблем без необхідності застосування математичного моделювання. Він може працювати на основі введених у нього історичних даних і може передбачати майбутні події на основі цих даних. Змінні, використані в цьому дослідженні, склалися з двох незалежних змінних і однієї залежної змінної. Незалежна змінна складається зі змінної державної підтримки та змінної ролі громади, яка називається вхідною змінною. У той час як залежна змінна є рівнем розвитку агротуризму на основі СВТ, яка називається вихідною змінною. Змінні державної підтримки та ролі громади класифікуються як вхідні змінні, оскільки ці дві змінні впливають на змінну рівня розвитку агротуризму на основі СВТ, яка є вихідною змінною. Змінна державної підтримки в цьому дослідженні складається з двох підзмінних, а саме управління та просування. Кожна з цих підзмінних складається з кількох індикаторів у формі покращення: якості людських ресурсів громади, управлінської спроможності, доступності, управління відходами, об'єктів чистої води та планування. Водночас підзмінна просування

складається з трьох показників: відвідування агросадиб, просування в різних засобах масової інформації та рекламна синергія в різних державних установах.

Крім того, для інших вхідних змінних, а саме, рольова змінна громади складається з п'яти показників: участь громади в управлінні, наявність ініціаторів розвитку агротуризму, повноваження приймати рішення, оцінка роботи менеджерів громадою та активність участь в управлінні. Що стосується рівня розвитку агротуризму, то сама змінна СВТ складається з 11 індикаторів, а саме: наявність інших закритих туристичних об'єктів, туристичних маршрутів, які з'єднують агротуризм з іншими туристичними об'єктами, громадського/спеціального транспорту, сувенірних центрів, житло, інші допоміжні засоби (які є всі надані місцевими громадами), засоби до існування місцевих жителів як фермерів, які виконують додаткову роботу в агротуристичному районі, здатність місцевих громад бути гідями з агротуризму, програми розширення можливостей для збільшення туристичного потенціалу місцевої громади, унікальні туристичні продукти відповідно до до характеристик місцевих громад та спеціальних організацій, які керують територіями агротуризму від місцевої громади.

Спрощений опис цих показників для кожної змінної (як вхідної, так і вихідної) більш чітко показано на рисунку 3.1. Моделювання проводилося за допомогою методу ANFS, а проектування кількох вхідних і вихідних даних, які будуть використані в аналізі, здійснювалося згідно з рисунком 3.1. Наступним етапом є створення бажаного діапазону значень і назва кожного членства: державна підтримка, роль громади та рівень розвитку агротуризму для вкладів і результатів відповідно.

Розвиток сфери агротуристичного підприємництва вимагає більш комплексного просторового управління (просторового планування), яке включає регулювання, оцінку, контроль, а також перегляд використання простору як зони агротуристичного підприємництва з екологічної, економічної та соціально-культурної точки зору. Облаштування цієї зони агротуристичного підприємництва, швидше за все, збігатиметься з використанням інших територій, таких як житлові райони чи промислові зони.

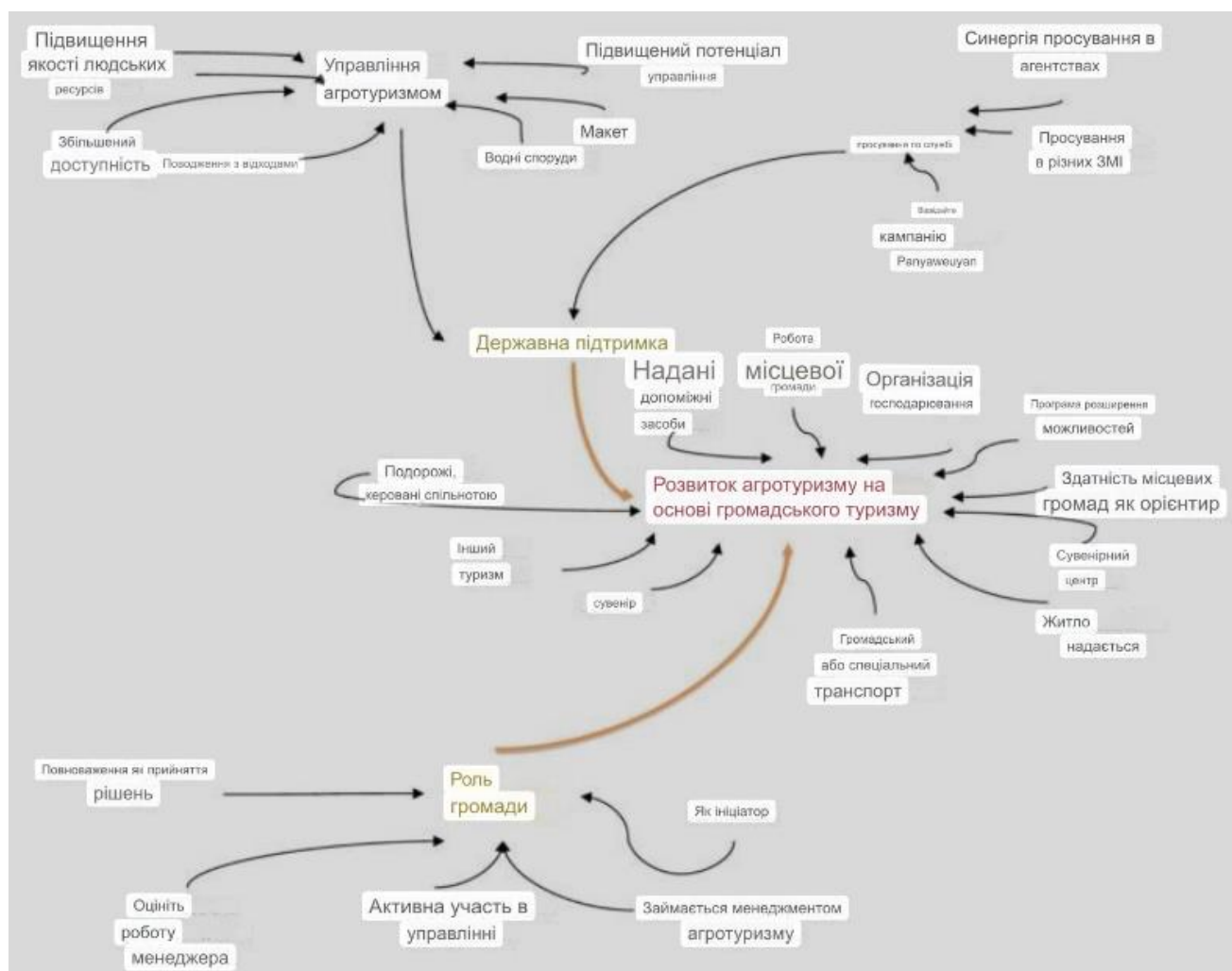


Рисунок 3.1. Модель ідентифікації та прогнозування підтримки з боку місцевої влади та громади розвитку агротуристичного підприємництва

Пріоритети потрібно розставляти, враховуючи довгострокові інтереси. Тому в його розвитку необхідний регіональний підхід, який включає не тільки екологічну сторону, а й соціокультурні та економічні аспекти. Щоб у довгостроковій перспективі можна було досягти не лише збереження пропускну́ї спроможності навколишнього середовища, а й стабільного економічного зростання та стійкої культури.

Напрямок і стратегія розвитку сфери агротуристичного підприємництва повинні спиратися на місцеві сили та потенціал і бути орієнтованими на ринок. Зростання агротуристичного підприємництва, як і ринку екотуризму, який є досить високим у світі, вимагає креативності та інновацій, щоб мати можливість продавати унікальні місцеві першокласні продукти агротуристичного підприємництва.

3.2 Напрями розвитку агротуристичного підприємництва в контексті сталого розвитку сільських територій

Індустрія туризму стає одним із найважливіших видів економічної діяльності для сталого розвитку, і це один із головних секторів світової економіки, що розвиваються. Це приносить багато переваг як для сільського господарства, так і для туризму, а також для сільського населення та регіонів у багатьох країнах. Протягом останніх п'яти десятиліть кількість міжнародних туристів зростала в середньому приблизно на 3,5% на рік, що робить туризм одним із найбільших секторів економіки; він становить близько 10,3% світового ВВП [8]. Таким чином, кілька розвинених країн і країн, що розвиваються, докладають зусиль для розвитку туризму як основного джерела процесу економічного розвитку за допомогою нових технологій і послуг.

Однак, щоб отримати реальні вигоди від туризму, вигоди повинні залишатися в руках місцевої громади. У більшості країн, що розвиваються, вигоди для сільських громад від туризму є меншими через низький рівень інвестицій у туризм та просування. Іншими словами, агротуризм пропонується допомогти фермерам у несільськогосподарському бізнесі та підвищити продуктивність наявних ресурсів на фермах шляхом використання ними туристичної діяльності. Це також покращить рівень життя сільського населення та є популярним серед туристів у всьому світі.

Агротуризм став широко поширеною альтернативною формою туризму, яка пов'язує аграрний сектор з туристичним сектором і створює можливості для підвищення доходів сільського населення. З цієї причини багато розвинутих країн і країн, що розвиваються, зараз починають агротуризм як успішну стратегію розвитку сільської місцевості. Концепція агротуристичного підприємництва не є новою діяльністю для багатьох країн; це було визнано на початку попереднього століття [9,10]. У 2020 році вартість агротуристичного підприємництва для світової економіки оцінювалася в 69,24 мільярда доларів США [11]. Агротуризм є загальноприйнятою практикою в багатьох розвинених країнах як альтернативне джерело доходу для сільських фермерів.

Діяльність агротуристичного підприємництва вже практикується в багатьох країнах світу, таких як Італія, США, Великобританія, Німеччина, Іспанія, Франція, Польща, Малайзія та Індонезія, де вона надає численні переваги сільській місцевості. У цих країнах агротуризм став альтернативною та важливою частиною сільськогосподарського сектору та розвитку сільських територій. Також кажуть, що це інструмент сталого розвитку для диверсифікації сільського господарства; крім того, він переважно зосереджується на покращенні засобів до існування сільської фермерської громади.

Тенденція агротуристичного підприємництва, яка останнім часом привертає все більше уваги як мандрівників, так і туристичних корпорацій, є хорошою ознакою потенціалу розвитку цієї форми туризму. В наші дні, багато міжнародних туристів все частіше очікують отримати більше унікальних вражень, брати участь у навчанні та творчості під час своїх подорожей, а також робити внесок у природоохоронну діяльність, а не просто відпочивати через туризм [12]. Отже, форми сталого туризму та екологічно чисті напрямки та види діяльності, серед яких типовим є агротуризм, мають потенціал для розвитку в майбутньому. Хоча агротуризм в Україні ще недостатньо розвинений, країна має багато можливостей і сприятливих умов для сталого розвитку агротуристичного підприємництва. Україна – аграрно-індустріальна країна в Центральній Європі. Аграрний сектор є одним із найбільших секторів національної економіки, а туристичний сектор є одним із секторів, що швидко розвиваються. Україна є однією з найбільш сприятливих країн для розвитку різних сільськогосподарських видів діяльності, а також секторів туризму. Природний світ України дуже різноманітний і складається з рівнин, засніжених гір, річок.

Важливість агротуристичного підприємництва в сталому розвитку сільських територій та в стратегії покращення життя сільського населення визнається дослідниками галузі. Стратегія сталого розвитку сільськогосподарського туризму, яка полягає у збільшенні додаткового доходу через туристичну діяльність, передбачає сільське господарство, збирання врожаю, природне середовище, участь у сільськогосподарських практиках та

відпочинок. Така соціальна діяльність базується на участі фермерських господарств у сільській місцевості в сільськогосподарській діяльності; це створює сприятливі умови для сталого розвитку агротуристичного підприємництва.

У цьому контексті Україна має можливість скористатися перевагами агротуристичного підприємництва, який можна розглядати як ефективну та доступну альтернативну практику для підвищення економічного та соціального добробуту сільської фермерської громади, що в кінцевому підсумку може призвести до розвитку сільських територій. Агротуризм в Україні є одним з нових напрямків, що вивчаються дослідниками в останні роки, і інформації про цю діяльність дуже мало. Ні фермери, ні селяни не мають навіть початкового розуміння цього виду туризму. Індустрія туризму визнана одним із головних секторів світової економіки, що розвивається. Сільське господарство в Україні є основним джерелом доходу в сільській громаді, і необхідно звернути увагу на потенціал побудови зв'язків з іншою сферою економіки.

Більшість, тобто 50%, населення Узбекистану проживає в сільській місцевості, і майже 23% з них займаються сільськогосподарською діяльністю як основним засобом існування [8]. Досвід розвинених країн показує, що сьогодні сфера агротуристичного підприємництва відіграє важливу роль у диверсифікації сільського господарства та сталому розвитку сільських територій. Незважаючи на те, що в Україні є певні види діяльності та ресурси, пов'язані з сільськогосподарським сектором, які можна використовувати для агротуристичного підприємництва, ця діяльність та ресурси не використовуються належним чином в нашій країні, особливо в порівнянні іншими країнами регіону світу.

Оскільки сільськогосподарський сектор став головним чинником економіки країни, зв'язок між сільським господарством і туризмом буде доповнювати обидва сектори. Проте країна не використала ці зв'язки для отримання максимальної вигоди від агротуристичного підприємництва як успішної стратегії створення альтернативних джерел доходу для сільської громади, включно з фермерами. Основну частину території України складають

сільські райони з туристичним і сільськогосподарським потенціалом. Однак взаємопов'язані аспекти туризму і сільського господарства в Україні досліджувалися дослідниками майже науково у вузькому діапазоні, а в Івано-Франківській області – тим більше. Таким чином, важливо вивчити наявні можливості в регіоні [13]. Таким чином, основною метою дослідження є виявлення ключових факторів, що впливають на участь фермерів в агротуризмі в Івано-Франківській області як альтернативне джерело доходу для місцевих фермерів і сільського населення.

Івано-Франківська область розташована в західній частині України і займає одне з провідних місць в країні за чисельністю населення і валового промислового продукту.

Це дослідження проводилося в Івано-Франківській області, яка була обрана з двох причин. По-перше, цей регіон є одним з основних туристичних напрямків в Україні, особливо завдяки його спадщині та культурному туризму, який тісно пов'язаний з агротуризмом. По-друге, цей регіон є одним з основних сільськогосподарських виробничих районів країни, і сільськогосподарська діяльність у цьому районі значно диверсифікована. Для цього регіону це дослідження використовувало дані, які були зібрані з усіх 14 колишніх існуючих районів Івано-Франківській області, тепер 6. Ці райони були обрані через наявність фермерів. Завдяки багатому природному різноманіттю цього регіону Франківщина вважається найбільшим потенціалом для розвитку туризму в країні.

Дві основні форми туризму в Івано-Франківській області дуже популярні серед міжнародних і національних туристів. Із загальної кількості туристів 60% намагаються брати участь у культурному туризмі спадщини, а 26% – у рекреаційному туризмі відповідно. Більшість місцевих туристів хочуть звернути увагу на спадщину, і невелика частина з них зацікавилася іншими видами туризму в останнє десятиліття. Такими видами туризму є природоохоронний туризм, наприклад екотуризм, спортивний туризм, агротуризм. Ці три форми туризму є новими та молодими видами діяльності в туристичній сфері.

У цьому дослідженні для аналізу території дослідження було обрано

Івано-Франківську область в Україні. Збір даних проводився шляхом анкетування 110 фермерів в 14 районах Івано-Франківській області в 2021 році. Обсяг анкетування склав 100 фермерів, які не займаються агротуризмом, і 10 фермерів, які займаються агротуризмом. Анкету виготовлено в друкованому вигляді для обох типів фермерів. Крім того, всі вони перебувають на обліку в управлінні статистики та асоціації фермерів.

З 2013 року фермери в Україні почали займатися агротуризмом як альтернативним видом діяльності. Це дослідження виділило ферми на дві групи: Y_i (Y_{ATF}) вважаються фермерами, які займаються агротуристичною діяльністю, а Y_i (Y_{NATF}) вважаються фермерами, які не займаються агротуризмом під час роботи свого господарства.

Бажання фермера брати участь у новій та сучасній діяльності можна розглядати як намагання диверсифікувати власну виробничу діяльність у аграрній сфері. Це дає можливість проаналізувати модель вибору теорії споживача та рівнянь максимізації корисності при визначенні вибору фермера приєднатися до агротуристичного підприємництва чи не запроваджувати агротуристську діяльність та максимізувати додатковий дохід від цього [14].

У цьому дослідженні ставлення фермера до агротуристичного підприємництва було виражено у фіктивній формі (незалежно від того, пропонують фермери агротуризм чи ні). Нехай $Y_i = 1$, якщо цей фермер займається агротуризмом і $Y_i = 0$, якщо цей фермер не займається агротуризмом, як ймовірність того, що даний фермер прийме або не прийме інноваційну діяльність, обмежена нулем і одиницею.

Тому для моделювання ймовірності події в статистиці використовується модель логістичної регресії. Ця модель була використана для ймовірності адаптації агротуристичного підприємництва фермером. Використовуючи модель логістичної регресії, де фермери оцінюють ймовірність участі в агротуризмі (Y_i (Y_{ATF} і Y_{NATF})) на основі незалежних змінних (X_i), ймовірність адаптації агротуристичного підприємництва можна розрахувати за такими рівняннями:

$$Y_{ATF} = \frac{e^{X_i}}{1 + e^{X_i}} \quad \text{and} \quad Y_{NATF} = \frac{1}{1 + e^{X_i}} \quad (1)$$

$$\begin{aligned} AGRITOURISM = & \beta_0 + \beta_1 Farm_income + \\ & \beta_2 Farm_employment + \\ & \beta_3 Education + \beta_4 Farm_location + \beta_5 Distance_city \\ & + \varepsilon. \end{aligned} \quad (2)$$

where,

Y(AGRITOURISM) = dummy dependent variable;
X = independent variables;
β = parameter to be estimated;
ε = error term.

Ця емпірична модель використовувалася для аналізу впливу факторів на ймовірність участі фермерів в агротуризмі. Дані щодо інтересу фермерів щодо участі в агротуризмі були зібрані з досліджуваної території; додатково було проведено статистичний аналіз за допомогою програмного забезпечення STATA-16.

Івано-Франківська область є важливим географічним об'єктом для наукового аналізу з ряду причин. З 2000 року існуючі фермери стикаються з кількома викликами: структурними змінами, процесами урбанізації, міграцією, низькими доходами тощо. Такі проблеми призвели до зниження їхніх економічних доходів і скорочення орних земель, а також до закриття деяких фермерських господарств. Сьогодні багато фермерів намагаються позбавити свою сільськогосподарську діяльність від цих проблем, включаючи переробку своєї продукції, багатофункціональне землеробство та діяльність поза фермою. За даними статистики України (2020), в останні роки 0,10 відсотка фермерів Івано-Франківської області займаються агротуризмом і отримують додатковий дохід від агротуристичного підприємництва.

Опис залежних і незалежних змінних наведено в табл 3.1 для всієї вибірки та підмножин агротуристичних фермерів ($n = 10$) і неагротуристичних фермерів ($n = 100$). Остаточний набір даних містив 110 фермерів, з яких 0,10% повідомили про додатковий дохід від агротуристської діяльності. Залежна змінна (агротуризм) на основі двійкових даних, розроблених для моделі логістичної регресії, встановлюється на «1», якщо фермер займається агротуризмом, інакше на «0». Емпіричну модель можна сформулювати так:

Таблиця 3.1. Опис залежних і незалежних змінних

Змінні	Опис
<i>Залежна змінна</i>	
Агротуризм	Фермер агротуристичного підприємництва (1), Фермер неагротуристичного підприємництва (0)
<i>Незалежні змінні</i>	
Ферма_дохід	Річний дохід фермера, дол.
Ферма_зайнятість	США Зайнятість (особа)
Освіта	(Початкова = 0; Середня школа = 1; Бакалавр = 2; Магістр = 3; Інше = 4)
Розташування_ферми	Сільська місцевість (1), інші (0)
Відстань_місто	Розташування Фермера до міста Івано-Франківськ (км)

Як залежна змінна, так і незалежні змінні описані в таблиці 3.1. У 2020 році характеристичні змінні Фермера були отримані з даних, зібраних під час обстеження в Івано-Франківській області. Незалежні змінні, які розглядаються та використовуються для емпіричної оцінки, складаються з соціально-економічних факторів фермерів у Івано-Франківській області. Незалежні змінні, що впливають на адаптацію фермерів до агротуристичної діяльності, були обрані на основі наукових поглядів раніше вивчених дослідників [4,14,15]. В емпіричній моделі було показано, що коефіцієнт *Farm_location* мав бути негативним, тоді як змінні *Farm_income*, *Farm_employment*, *Education* і *Distance_city* мали позитивні коефіцієнти. Ці розрахункові коефіцієнти, ймовірно, відповідають на запитання, які мотивували дослідження. Теоретичні основи, на яких базуються очікувані знаки коефіцієнтів, можна пояснити наступним чином: Усі типи ферм (*fermer*) і двійкові змінні, що відображають, чи займається ферма агротуризмом (*Agritourism*).

У цьому розділі обговорюються результати, проаналізовані за допомогою статистичного програмного забезпечення STATA-16. Проведено аналіз логістичної регресійної моделі сталого розвитку агротуристичного підприємництва в Івано-Франківській області. Аналіз містить дві категоріальні залежні змінні, які представляють вибір фермерів з точки зору сільськогосподарської діяльності, і це показано в табл. 3.1. Статистичний аналіз використовував кілька методів, якими є описова статистика, t-тест і модель

логістичної регресії. Кожна таблиця відображалася в цьому розділі. У цьому розділі розглядаються загальні характеристики неагротуристичних ферм в Івано-Франківській області, Україна; загальні конкурси щодо розвитку агротуристичного підприємництва на території дослідження; перспективи агротуристичного підприємництва; та проблеми сталого розвитку агротуристичного підприємництва для фермерів регіону.

У дослідженні взяли участь 100 неагротуристичних фермерів. Серед фермерів Івано-Франківської області 12% фермерів були знайомі з поняттям агротуристичного підприємництва, 47% фермерів чули про нього, а 41% фермерів не знали про нього. Проте 36% фермерів були зацікавлені в агротуризмі, тоді як 64% фермерів обрали інший нефермерський сектор (див. табл. 3.2).

Таблиця 3.2. Кількість фермерів за обізнаністю в агротуризмі (n = 100).

Категорії	Кількість Фермерів	В тому числі	
		<i>Зацікавлений в агротуризмі</i>	<i>Не зацікавлений в агротуризмі</i>
знав	12	12	0
чув	47	24	23
не знаю	41	0	41
Всього	100	36	64

Незважаючи на те, що 36% (36 фермерів) опитаних фермерів, які не займаються агротуризмом, були зацікавлені в агротуристській діяльності, більшість із них стикаються з поганою соціально-економічною ситуацією для розвитку агротуристичного підприємництва в регіоні. Дослідження показало, що брак знань про агротуризм і доступні об'єкти є одними з проблем, які стоять перед сталим розвитком агротуристичного підприємництва в Івано-Франківській області.

Як показано в табл 3.2 фермери чоловіки та 18 – жінки, або у відсотковому співвідношенні понад 82,0 % фермерів – чоловіки, а їхній середній вік коливається від 41 до 50 років. Крім того, більшість фермерів

отримали вищу освіту, в основному ступінь бакалавра, що є вищим за середній рівень вищої освіти в Україні. В Узбекистані цей показник становить менше 20 %. Результати порівняння статі, віку та освіти фермерів, які не займаються агротуризмом, за допомогою t-критерію різниці між фермерами, які зацікавлені в агротуризмі, та фермерами, які не цікавляться агротуризмом, показали, що чітка кореляція спостерігається лише в освіті ($t = 2,071$; $стор < 0,05$). За результатом рівень вищої освіти фермерів, зацікавлених в агротуризмі, вища, ніж у фермерів, які не зацікавлені в агротуризмі.

Таблиця 3.3. Загальна інформація про неагротуристських фермерів (власників) на території дослідження ($n = 100$).

Змінні	Категорії	Неагротуризм Фермери	В тому числі	
			Зацікавлений в агротуризмі	Не зацікавлений в агротуризмі
Стать	Чоловік	82	29	53
	Жінка	18	7	11
Вік	<24	0	0	0
	25–30	3	1	2
	31–40	24	7	17
	41–50	30	10	20
	51–60	23	9	14
	61>	20	9	11
Освіта	Вторинний школа	25	7	18
	Бакалавр	71	25	46
	майстер	3	3	0
	Інший	1	1	0

Джерело: Результати опитування районів дослідження, 2021 р.

Демографічно 102 (98,2%) фермери знаходились у сільській місцевості. Загалом із них 7 агротуристичних та 95 неагротуристичних. Всього 8 (1,8%) ферм були розташовані в інших частинах Івано-Франківської області (див. табл. 3.4).

Агротуризм сильно впливає на доходи фермерських господарств, як показано в табл.5.

Коли ми проаналізуємо середній дохід 100 фермерів, які не займаються агротуризмом, і порівняємо дві групи фермерів, зацікавлених в агротуризмі, і

тих, хто не зацікавлений в агротуризмі, дослідження виявить, що середній і мінімальний дохід фермерів, зацікавлених в агротуризмі, вищі, ніж у фермерів, які не зацікавлені в агротуризмі.

Наведено значення критерію t для перевірки значущості відмінностей середніх для двох типів ферментів (див. табл. 3.5). Очевидно, існує сильний зв'язок між річними доходами та тим, чи займаються фермери агротуризмом чи ні. Однак немає жодного зв'язку між річними доходами та тим, зацікавлені чи не зацікавлені фермери, які не займаються агротуризмом.

Таблиця 3.5. Річні доходи фермерів в Івано-Франківській області, 2020 рік.

Категорії	Всі Фермери (n = 110)	В тому числі			
		Усі Фермери (n = 110)		Неагротуризм (n = 100)	
		Агротуризм (n = 10)	Неагротуризм (n = 100)	Зацікав- лений (n = 36)	Не зацікав- лений (n = 64)
0–5000 дол США	23,9%	0,0%	11,0%	4,3%	14,1%
5001–10 000 дол США	34,8%	0,0%	16,0%	8,7%	18,8%
10001–20 000 дол США	87,0%	0,0%	40,0%	32,6%	39,1%
20001–30 000 дол США	43,5%	20,0%	20,0%	19,6%	20,3%
30 001 дол США	28,3%	80,0%	13,0%	34,8%	7,8%
Mean	19 722,7	36 098,4	18 085,1	24 016,4	16658,3
Min	2299,5	23 861,0	2299,5	3165,8	2299,5
Max	63 101,6	50 000,0	63 101,6	63 101,6	58 930,5
<i>t-test results</i>		$p < 0.01$		$p > 0.1$	

Як показано в табл 3.6., частка позасільськогосподарської діяльності як джерела річного доходу для господарств була дуже невеликою.

Дослідження показало, що при аналізі агротуристичних та неагротуристичних фермерів лише 0,10 відсотка агротуристичних фермерів отримували свій річний дохід від послуг агротуристичного підприємництва, і це становило 14,1 відсотка їх річного доходу. Доходи неагротуристичних фермерів отримують лише від діяльності на фермі. Менше фермерів отримують додатковий дохід від інших послуг.

Таблиця 3.6. Частка позасільськогосподарської діяльності в річному доході фермерів (n = 110).

	На фермерському господарстві	Нефермерство		
		Промисловість	Агротуризм	Інший
<i>1. Фермери агротуристичного підприємництва (n = 10), у %</i>				
10 фермерів	83.2	-	14.1	2.7
<i>2. Фермери неагротуристичного підприємництва (n = 100), у %</i>				
2 фермери	89.7	-	-	10.3
98 фермерів	100.0	-	-	-
<i>2.1. Інтерес до агротуристичного підприємництва фермерів (n = 36), у %</i>				
36 фермерів	95.9	-	3.1	1.0
<i>2.2. Відсутність інтересу до агротуристичного підприємництва (n = 64), у %</i>				
64 фермери	100,0	-	-	-

На основі логістично регресійної моделі проаналізовано рішення фермерів Івано-Франківської області зайнятися агротуризмом. Модель дуже добре підходить для аналізу співвідношення шансів фермерів, які беруть участь в агротуризмі. У цій моделі критерій хі-квадрат для оцінки, яка включає всі незалежні змінні відносно оцінки лише з постійним членом (відсіченням), становить 43,030 і є значущим на рівні менше ніж 0,000. У цьому дослідженні всі коефіцієнти незалежних змінних є значущими на рівні 10 відсотків або нижче. Модель дає псевдо R-квадрат 0,642, і її прогнози правильні. Модель оцінює, що пов'язані стандартні помилки на основі співвідношення шансів і тест хі-квадрат для показників відповідності, створених моделлю, наведені в таблиці 3.7.

Таблиця 3.7. Логістично-регресійна модель оцінки ймовірність участі фермерів в агротуристичній діяльності

Змінні	Відношення шансів	Стандартна помилка	P- значення (критерій)
Перехоплення (<i>intercept</i>)	0,000 ***	0,000	0,002
Ферма дохід	1 000 ***	0,000	0,005
Ферма_зайнятість	1,164 **	0,079	0,026
Освіта	8,564 **	9,334	0,049
Розташування_ферми	0,024 **	0,040	0,027
Відстань_місто	2,862 **	1,432	0,036
Кількість спостережень = 110 LR LR chi2 (5) = 43.030		Журнал ймовірності = -11,993 Prob > chi2 = 0.000 Pseudo R2 = 0.642	

У даному дослідженні досліджено методи сталого розвитку агротуристичного підприємництва в Івано-Франківській області. Зроблено багато науково-теоретичних і практичних висновків, розроблено рекомендації. Сьогодні екологічні проблеми, що виникають у багатьох країнах, роблять туристичну діяльність новим потенційним підходом до охорони природних ресурсів [24,25]. Концепція агротуристичного підприємництва вдосконалилася як основна характеристика туристичної діяльності на фермах і є ринковою формою туризму для продажу сільськогосподарської продукції ферми [26,27]. Розглядається як один із основних механізмів формування нових соціальних, культурних та економічних можливостей фермерів [28].

Результати цього дослідження показали, що на участь фермерів Івано-Франківської області в агротуризмі значною мірою впливають дохід кожного фермера, освіта, зайнятість, місце розташування та відстань від міста Самарканд. Результати дослідження можуть бути корисними для місцевої економіки та сприятимуть збільшенню кількості фермерів. Ці висновки особливо корисні для фермерів, які хочуть розпочати агротуристську діяльність та навчання. Наприклад, важливість доходу, освіти та місця розташування фермера може допомогти фермеру розпочати агротуризм.

Нарешті, бракує наукової літератури про розвиток агротуристичного підприємництва в країні, і кілька дослідників проводили дослідження цієї діяльності. Таким чином, організація широкомасштабних досліджень агротуристичного підприємництва може генерувати більше інформації та розуміння серед громадськості. Ми сподіваємось, що результати цього дослідження в агротуризмі підвищать зацікавленість фермерів у залученні до агротуристичного бізнесу в регіоні та стануть відправною точкою.

Отримані результати поточних і майбутніх досліджень прислужаться місцевій громаді, особам, які приймають рішення, політикам, і фермерам. Вони також можуть бути використані іншими дослідниками, які проводять подібні дослідження в країнах, що розвиваються, де фермери можуть бути зацікавлені у збільшенні доходу своїх ферм через розвиток агротуристичного підприємництва.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Отже, агротуристичне підприємництво це напрям потенційний розвитку бізнесу у місцевості сільській. Сутність цієї діяльності через надання послуг проявляється з метою забезпечення для туристів відпочинку, отримання для власників агросадиб доходу, а також для підтримки рівня села соціального. Синергія агровиробництва та агротуристичної підприємницької діяльності забезпечують такій діяльності особливість та її різноманітність, що в чергу свою туристів приваблює. Відповідно до туристичного попиту, агротуристичну діяльність на форми поділяють: рекреаційна, оздоровча, курортна та релігійна.

Аграрна туристична діяльність є надзвичайно важливим економічним чинниковим вектором розвитку села. Будучи сільським підприємницьким центром, агротуристичне підприємництво активує мислячих економічно людей, середній клас у селі створюючи, що, у чергу свою, є фундаментом соціальної, політичної та економічної стабільності. Завдяки розвитку галузі агротуристичної безробіття зменшується, а також творчі аспекти праці стимулюються в сільській місцевості. Того зокрема, розвиток типу цього діяльності реформування транспортної інфраструктури забезпечує, відновлення закладів культури місцевих, довкілля охорону та інших ряд функцій.

Не в чергу останню агротуристичне підприємництво стає явищем глобальним, зміцнюються на основі якого зв'язки в сфері туристичній не лише в нашій Україні, а й за кордоном. Досвід розвитку зарубіжний агротуристичної галузі відображає різноманітні аспекти, які втілити варто у життя агрогосподарям українським. Зокрема, варто увагу звернути на втілення норм законодавчих розвитку підприємництва агротуристичного, виділення серед ряду її інших напрямів туристичних, розробки забезпечення сертифікації та стандартизації зайнятості цієї сфери, розробка системи податків. Також зазначити варто, що має необхідні передумови Україна розвитку агротуристичного підприємництва: історико-етнографічна унікальна

спадщина українських сіл, екологічна чистота в місцевості сільській, багата рекреація, ентузіазм традиційний, гостинність і ціни більш менш доступні.

Івано-Франківська область одним з туристичних найпотужніших осередків є в Україні. Вона особливими природними характеризується та культурно-історичними ресурсами, які туристичний попит забезпечують напрямків різних. Відповідно, область до дослідження займає 8 та 3 місце за кількістю суб'єктів діяльності туристичної та кількістю туристів обслуговуваних, відповідно, в рейтингу областей України, що про наявність свідчить туристичного потенціалу.

З аналізу динамічного туристичних потоків стверджувати можна, що на 2020 рік станом потенціал в цій галузі області частково використовувався, що до пошуку нових напрямів спонукає, які максимально ефективно використання туристичного потенціалу забезпечать.

Сьогодні в області агротуристичне підприємництво є перспективним напрямом розвитку туристичної галузі, оскільки має ряд передумов, зокрема: в області переважає частка сільських жителів над міськими; 39% населення області зайняті в сільському господарстві; 68% населення володіють індивідуальними будинками, які можуть стати базами ночівлі для туристів.

В області налічується найбільша кількість агросадиб по Україні, проте є не менша кількість проблем, що стримує розвиток цієї сфери, зокрема: відсутність законодавчої бази, недосконалість транспортної інфраструктури, відсутність досвіду щодо ведення такого виду бізнесу. Агротуристичне підприємництво є короткостроковим видом туризму, 46 % опитаних розглядають такий відпочинок тривалістю 1-3 дні, на жаль за такий короткий період не можливо реалізувати потенціал агросадиб повноцінно. У зв'язку з цим основна задача агрогосподарів полягає в реалізації власної продукції. Цей вид діяльності підкорює туристів неймовірною гостинністю власників. Важливим аспектом такого відпочинку є харчування, якість та різноманітність якого впливає на вибір агросадиб. Варто зазначити, що

туристи і агрогосподарі перебувають в розумінні потреб один одного, тому взаєморозуміння є рушійною силою розвитку.

Ототожнюючи SWOT-аналіз агротуристичної діяльності було виявлено ряд сильних і слабких сторін, можливостей та загроз, які мають безпосередній вплив на розвиток цієї галузі не тільки в області а й в країні в цілому. Також на основі цих даних сформовано ряд пропозицій, які забезпечать ефективний розвиток агротуристичної галузі, зокрема рекомендуємо зосередити зусилля на таких аспектах: створенні нормативно-правової бази та класифікації агросадиб; систематизації інформації та досвіду про даний вид діяльності; залученні інвестиційних коштів; модернізації та диверсифікації даного типу відпочинку.

Невід'ємною частиною розвитку агротуристичного підприємництва є стратегічне планування. Сьогодні одним з його ефективних проявів є впровадження інновацій. Їхня реалізація може відбуватись на основі введених механізмів, а також бути докорінно новою. Ми пропонуємо розширювати можливості агротуристичної галузі за рахунок таких інноваційно- стратегічних напрямів: спеціалізованих програмах відпочинку сім'ї; бізнес- консалтингу; інтернет-магазину; технічного оснащення; поширенні агротуристичного підприємництва в соціальних мережах; екостандартизації.

Різноманітність відпочинку важлива для туристів, проте поодинокі агросадиби не можуть забезпечити повноцінно цей аспект, тому багато господарів обирають стратегію об'єднання в кластер. Ефективна співпраця учасників агротуристичного кластеру дозволяє зосередитись на своїй спеціалізації кожному та удосконалювати якість послуг.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. «Бойківський колорит» об'єднався у кластер. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://kuryer.if.ua/bojkivskiy-koloryt-obyednavsya-uklaster/>.
2. 10 років від започаткування власного агротуристичного бізнесу в Україні / [З. Домбровський, О. Гордієнко, П. Горішевський та ін.]. К. : Проект, 2018. 230 с.
3. Арбузова Ю.В. Перспективні напрямки розвитку зеленого туризму в Україні. Інформаційні технології в освіті, науці та виробництві. 2013. № 3. С. 120-128.
4. Гуткевич С.О., Габа М. І., Коріняко М. Д. Привабливість Українських Карпат. К. : НУХТ, 2016. 212 с.
5. Забуранна Л. В. Туристична підприємницька діяльність в аграрній сфері: теорія, організація : монографія / Л. В. Забуранна. К. : ННЦ ІЕА, 2012. 482 с.
6. Бондар В.В., Ганжа Я.Л. Агротуристичне підприємництво як вид диверсифікаційного розвитку сільськогосподарського підприємництва. Вісник Чернігівського державного технологічного університету, 2014. №56. С.89-95.
7. Власенко І. В. Агротуристичне підприємництво в Україні та його інноваційна складова. *Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Гжицького: серія економічні науки*. Львів, 2018. Т. 20, № 86. С. 73-77.
8. Герасименко В.Г., Нездоймінов С.Г. Аграрний туризм як вид підприємництва: монографія. Одеса: Пальміра, 2011. 178с.
9. Головне управління статистики в Івано-Франківській області [Електронний ресурс]. URL : <http://www.ifstat.gov.ua/>.
10. Гримак О., Вовк М., Джура В. Перспективи розвитку аграрного туризму в Карпатському регіоні. *Науковий вісник ЛНУВМБ імені С. З. Гжицького*, 2017. Т. 19, № 81. С. 114-117.
11. Губені Ю.Е. Європейський досвід та теоретичні засади агротуризму / Ю.Е. Губені // Вісник Львівського ін-ту економіки і туризму. 2007. № 2. С. 50-55.
12. Губені Ю. Е., Коверко Ю. А. Розвиток особистих селянських господарств в умовах адміністративної децентралізації. *Економіка АПК*. Львів, 2017. №1. С. 68-73.
13. Давиденко І. В., Михайлюк О. Л. Концептуальні підходи до організації та діяльності туристичних кластерів: монографія. Київ: ФОП Гуляєва В. М., 2020. 497 с.
14. Дидів І. Б. Діяльність та розвиток агротуристичної галузі у Львівській та Івано- Франківській області. *Вісник Львівського національного аграрного університету: економіка АПК*. Львів: Львівський національний аграрний університет, 2016. №23 (1). С. 119-123.
15. Дудзяк О.А. Оцінка агротуристичної привабливості регіону: основні фактори та показники. Вісник Сумського національного аграрного університету. Випуск 5/2. 2010. С. 16–20.

16. Економічні дослідження (методологія, інструментарій, організація, апробація : навч. посіб. / за ред. А. А. Мазаракі. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2011. 280 с.
17. Закон України «Про туризм» // Відомості Верховної Ради України (ВВР). 1995. №31. Ст.24. URL: https://tourlib.net/zakon/pro_turyzm.htm.
18. Іванишин В.В., Дудзяк О.А. Застосування в Україні досвіду розвитку сільських територій Європейських країн та США. Збірник наукових праць Подільського державного аграрно-технічного університету, 2016. Вип.24. Том 3. С. 5-10
19. Ісаєнко В М. Методичні рекомендації з управління агротуристичною діяльністю [Електронний ресурс] / М. Ісаєнко В. – 2014. – Режим доступу до ресурсу: <http://enpuir.npu.edu.ua/handle/123456789/7300>.
20. Карпенко О. В. Тенденції розвитку особистих селянських господарств у контексті складових економічної безпеки [Електронний ресурс] / О. В. Карпенко – Режим доступу до ресурсу: <http://global-national.in.ua/vipusk-1-2014/81-karpenko-o-v-tendentsiji-rozvitku-osobistikh-selyanskikh-gospodarstv-u-konteksti-skladovikh-ekonomichnoji-bezpeki>.
21. Корнійчук А.А. Сутність стратегічної діагностики як основи стійкого розвитку підприємства. Вісник Житомирського державного технологічного університету. Економічні науки. 2011. С. 222-224.
22. Кривов'язюк І. В. Економічна діагностика [текст]: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2013. 456 с.
23. Кудак К. М. Інноваційні напрями розвитку аграрного сектора економіки регіону на засадах кластеризації. *Регіональна економіка*. Львів, 2014. №4 (74). С. 172-179.
24. Кудла Н.Є. Агротуристичне підприємництво: перспективи розвитку в Україні // Наука, інновації та розвиток регіонів: тези Міжнар. наук.-практ. конф. Львів, 2004. С.56-63.
25. Кузьмін О.Є., Мельник О.Г., Романко О.П. Конкурентоспроможність підприємства : планування та діагностика : монографія, Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України, Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу, Кафедра економічної теорії. Івано- Франківськ : ІФНТУНГ, 2011. 197 с.
26. Лазарева О. В. Ключові аспекти розвитку агротуристичної галузі в Україні. *Вісника аграрної науки Причорномор'я*. 2017. Вип. 4. С. 25-35.
27. Левченко Ю. Г. Економіка й організація інноваційної діяльності : курс лекцій. Київ : НУХТ, 2012. 163 с.
28. Липчук В.В., Липчук Н.В. Агротуризм: організаційно-економічні засади розвитку. Львів: СПОЛОМ, 2008. 160 с.
29. Лупак. Р. Л., Васильців Т. Г. Конкурентоспроможність підприємства : Навч. посіб. Львів : Видавництво ЛКА, 2016. 484 с.
30. Матвійчук Л., Тищук І. Сільський зелений туризм як фактор регіонального розвитку: методологічний аспект та практичний досвід: монографія. Луцьк: РВВ Луцького НТУ, 2017. 260 с.
31. Основи методології та організації наукових досліджень : навч. посіб. для

- студентів, курсантів, аспірантів і ад'юнктів / за ред. А. Є. Конверського. Київ : Центр учбової літератури, 2010. 352 с.
32. Офіційний сайт Міністерства аграрної політики та продовольства України [Електронний ресурс]. URL: <http://www.minagro.gov.ua/>.
33. Панюк Т.П., Лукомська О.І. Аналіз туристичної галузі України в контексті розвитку сільського зеленого туризму. Вісник Приазовського державного технічного університету. Серія: Економічні науки. 2016. Вип. 31 (2). С. 79–85.
34. Печенюк А.В., Печенюк А.П. Перспективи формування та розвитку кластерних структур в Україні. Зб. наук. праць ПДАТУ. Випуск 20. Том 2. /За ред. М. Бахмата. Кам'янець-Подільський: ТОВ «Друк Сервіс», 2012. С. 583–585.
35. Плотнікова М.Ф. Зелений туризм як механізм багатофункціонального розвитку. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2018. Вип. 1. С. 98–100
36. Проект Закону України «Про аграрний туризм та агротуристичну діяльність». URL: <http://ruraltourism.com.ua/?a=viewmaterial&id=9>
37. Рібун Л. В. Суть та значення агротуристичної галузі [Електронний ресурс] / Л. В. Рібун, Г. В. Стричак // Науковий вісник НЛТУ України. 2013. Режим доступу до ресурсу: https://tourlib.net/statti_ukr/ribun.htm.
38. Рулицька К. М. Поплавський В. Г. Економічна діагностика – основа Форсайту: навч. посіб. Львів : Ліга-Прес. 2014. 180 с.
39. Ставська Ю. В. Напрями інноваційного розвитку туризму в Україні. *Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики*. 2019. № 2. С. 45-57.
40. Стеченко Д. М., Чмир О. С. Методологія наукових досліджень : підручник Київ : Знання, 2007. 317 с.
41. Ткачук В.І. Європейська парадигма сільського туризму в умовах диверсифікації сільської економіки. Вісник Житомирського НАЕУ. 2010. № 1. С. 25-35 <http://efm.vsau.org/>
42. Туристам покажуть 52 стилі життя в Карпатах [Електронний ресурс] – URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/2861741-turistam-pokazut-52-stilizitta-v-karpatah.html>.
43. Туристична асоціація України. Електронний ресурс. URL: <http://www.tau.org.ua/>
44. Туристичний потенціал як джерело підвищення інвестиційної привабливості суб'єктів господарювання в туризмі на прикладі туристичного кластеру «БОЙКІВСЬКИЙ КОЛОРИТ» [Електронний ресурс] / М. Матічин Ю // Економіка та держава № 7. 2020. URL: http://www.economy.in.ua/pdf/7_2020/28.pdf.
45. Формування стратегії розвитку сільського зеленого туризму : дис. канд. ек. наук : 08.00.03 / . Кам'янець-Подільський, 2018. 225 с.
46. Черевко Г.В. Стан та тенденції розвитку аграрного сектору економіки країн Вишеградської групи в умовах їх членства у ЄС. Формування глобального і регіонального ринків сільськогосподарської сировини та

- продовольства: монографія / Ю.О. Лупенко, М.І. Пугачов, Б.В. Духницький та ін.; за ред. Ю.О. Лупенка, М.І. Пугачова. Київ: ННЦ «ІАЕ», 2015. 320 с.
47. Черевко Г.В., Іванов А.О. Вдосконалення організації матеріально-технічної бази агротуристичних господарств як чинник підвищення рівня їх гостинності. *Економіка. Управління. Інновації*. 2011. №1 (5).
48. Школа І. М., Бутирська І. В. Інноваційний менеджмент : навч. посіб. Чернівці : Книги-XXI, 2010. 312 с
49. Яців І.Б. Конкурентоспроможність сільськогосподарських підприємств: монографія. Львів: Український бестселер, 2013. 427с.
50. Lypczuk V. Wykorzystanie zasobów agroturystyki w regionie Karpackim Ukraine / Lypczuk V., Kotliński W., Dydiv I. // *Gospodarka i finanse. Współczesne wyzwania rozwoju społeczno- ekonomicznego Polski i Europy*. Kielce, 2015. № 6. S. 147-158.
51. Allen J., O'Toole W., Harris R., McDonnell I. *Festival & Special Event Management*. John Wiley & Sons, 2011.
52. Destination-Ukraine: скільки Україна может заробити на туризмі. URL: <https://delo.ua/economyandpoliticsinukraine/destination-ukraine-skolko-ukraina-mozhet-zarab-355991/>
53. Getz D. Special Events: Defning the Product // *Tourism Management*. 1989. Vol.10(2). pp.135-137.
54. Getz D., Frisby W. Evaluating Management Effectiveness in Community-Run Festivals // *Journal of Travel Research*. 1988. Vol.27. Issue 1. pp.22-27.
55. Mahiiovych R., Zelisko N. Increasing the competitiveness of agricultural enterprises in conditions of economic risks. *Scientific Papers Series Management, Economic Engineering in Agriculture and Rural Development*. 2022. Vol. 22, Issue 1. P. 385-392 URL: <http://managementjournal.usamv.ro/index.php/scientific-papers/current>.
56. Pugh C., Wood E.H. The Strategic Use of Events within Local Government: a Study of London Borough Councils // *Event Management*. 2004. Vol.9(1/2). pp.61-71.
57. Robinson M., Picard D., Long P. Festival Tourism: Producing, Translating and Consuming Expressions of Culture(s) // *Event Management*. 2004. Vol.8(4). pp.187-189.
58. 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.

ДОДАТОК А

АНКЕТНЕ ОПИТУВАННЯ ВЛАСНИКІВАГРОСАДИБ

Шановні респонденти!

Просимо Вас взяти участь в опитуванні, яке проводиться з метою дослідження стану агротуристичного підприємництва Івано-Франківської області та ефективності подальшого розвитку цієї галузі. Результати опитування також будуть використані для обґрунтування рекомендацій щодо ефективнішого використання туристично-рекреаційних ресурсів області, залучення більшої кількості туристів, нових інвестицій та покращення інфраструктури сільських територій.

Просимо Вас дати відповіді на запитання! Щиро дякуємо!

a. Який з нижче перелічених мотивів спонукав вас до початку агротуристичного підприємництва?

- Привабливе розташування господарства
- Незначні вкладення в цей вид діяльності
- Додатковий дохід
- Розширення особистих контактів
- Можливість реалізації власної продукції
- Наявність інформації про перспективу цієї діяльності

b. Що на вашу думку приваблює користувачів агротуристичних послуг?

- Гостинність
- Екологічно чисте довкілля
- Можливість відпочинку від міського життя
- Можливість участі в сільських роботах
- Низькі ціни
- Привабливість для дітей
- Який тип поселення Ви пропонуєте туристам?
- Окремі будинки
- Власну оселю
- Поляну для палаток

c. Скільки спальних місць ви можете запропонувати для туристів?

- Менше 10 місць
- 10-15 місць
- Більше 15 місць

d. Скільки часу найчастіше у вас перебувають туристи?

- 1-3 дні
- 4-7 днів
- 8 і більше днів

e. Які фактори на вашу думку впливають на вибір туристів щодо агросадиби? Пронумеруйте від 1 до 5 фактори від найменш важливого до найбільш важливого.

- Стандарт помешкання
- До'їзд до господарства
- Комунікації Харчування
- Різноманітність відпочинку

7. Який інформаційний простір ви обираєте для поширення інформації про агросадибу?

- Радіо-телебачення
- Інтернет
- Ярмарки
- Туристичні агенства

ДОДАТОК Б

АНКЕТНЕ ОПИТУВАННЯ ТУРИСТІВ

Шановні респонденти!

Просимо Вас взяти участь в опитуванні, яке проводиться з метою дослідження стану агротуристичного підприємництва Івано-Франківської області та ефективності подальшого розвитку цієї галузі. Результати опитування також будуть використані для обґрунтування рекомендацій щодо ефективнішого використання туристично-рекреаційних ресурсів області, залучення більшої кількості туристів, нових інвестицій та покращення інфраструктури сільських територій. Просимо Вас дати відповіді на запитання! Щиро дякуємо!

1. Чим приваблює Вас агротуристичне підприємство?

- Гостинність
- Екологічно чисте довкілля
- Можливість відпочинку від міського життя
- Можливість участі в сільських роботах
- Низькі ціни
- Привабливість для дітей

2. Які фактори важливі для Вас при виборі агросадиби? Пронумеруйте від 1 до 5 фактори від найменш важливого до найбільш важливого.

- Стандарт помешкання
- Доїзд до господарства
- Комунікації
- Харчування
- Різноманітність відпочинку

3. Агровідпочинок ви розглядаєте, як тип відпочинку для...

- Одного
- Колективу
- Сім'ї

4. Скільки часу Ви готові відпочивати в агросадибі?

- 1-3 дні
- 4-7 днів
- 8 і більше днів

5. Якою інформаційною платформою Ви користуєтесь при виборі агросадиб для відпочинку?

- Радіо-телебачення
- Інтернет
- Ярмарки
- Туристичні агенства

6. В яку пору року Ви надаєте перевагу агротуристичній галузі?

- Зима
- Весна
- Літо
- Осінь

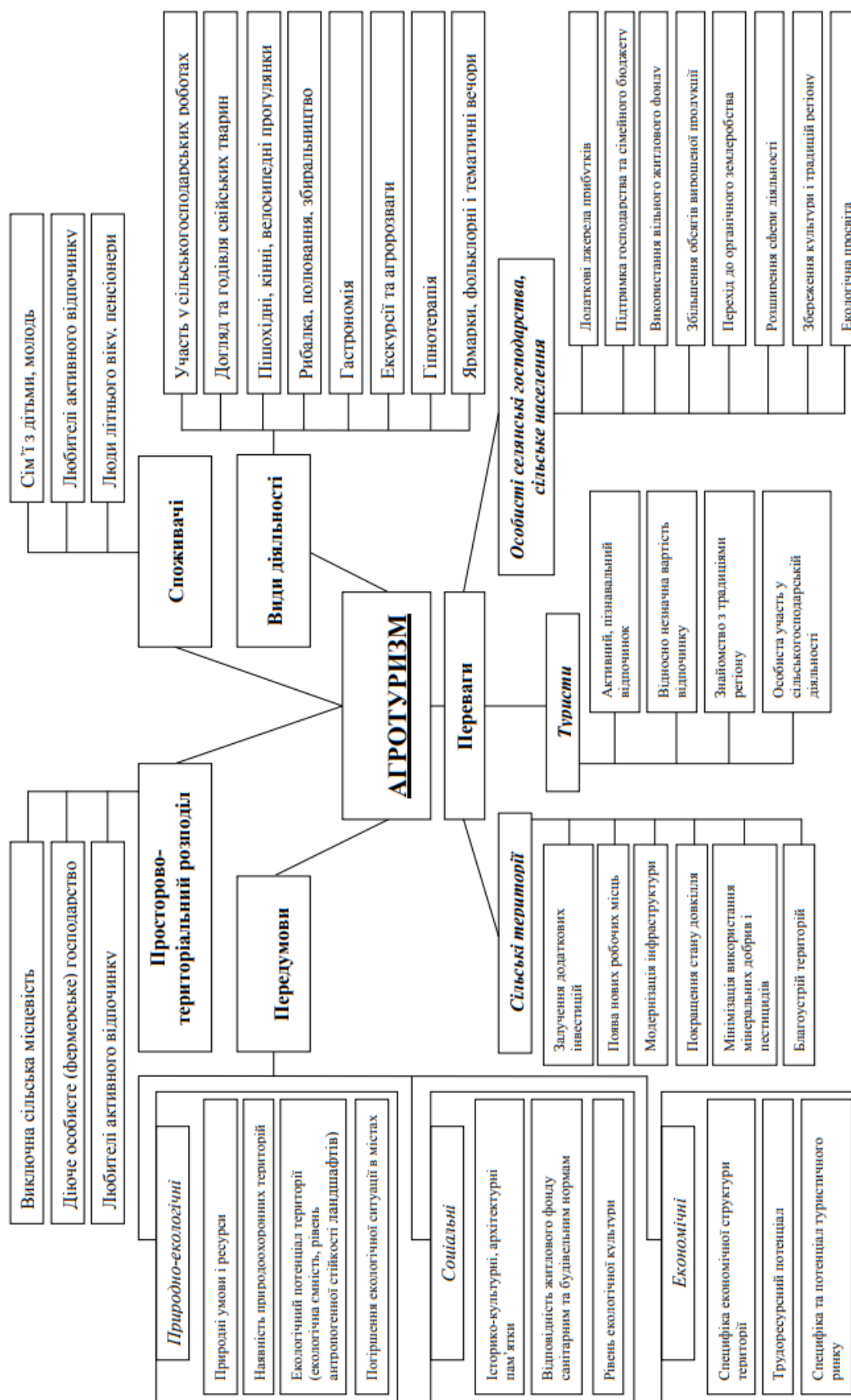
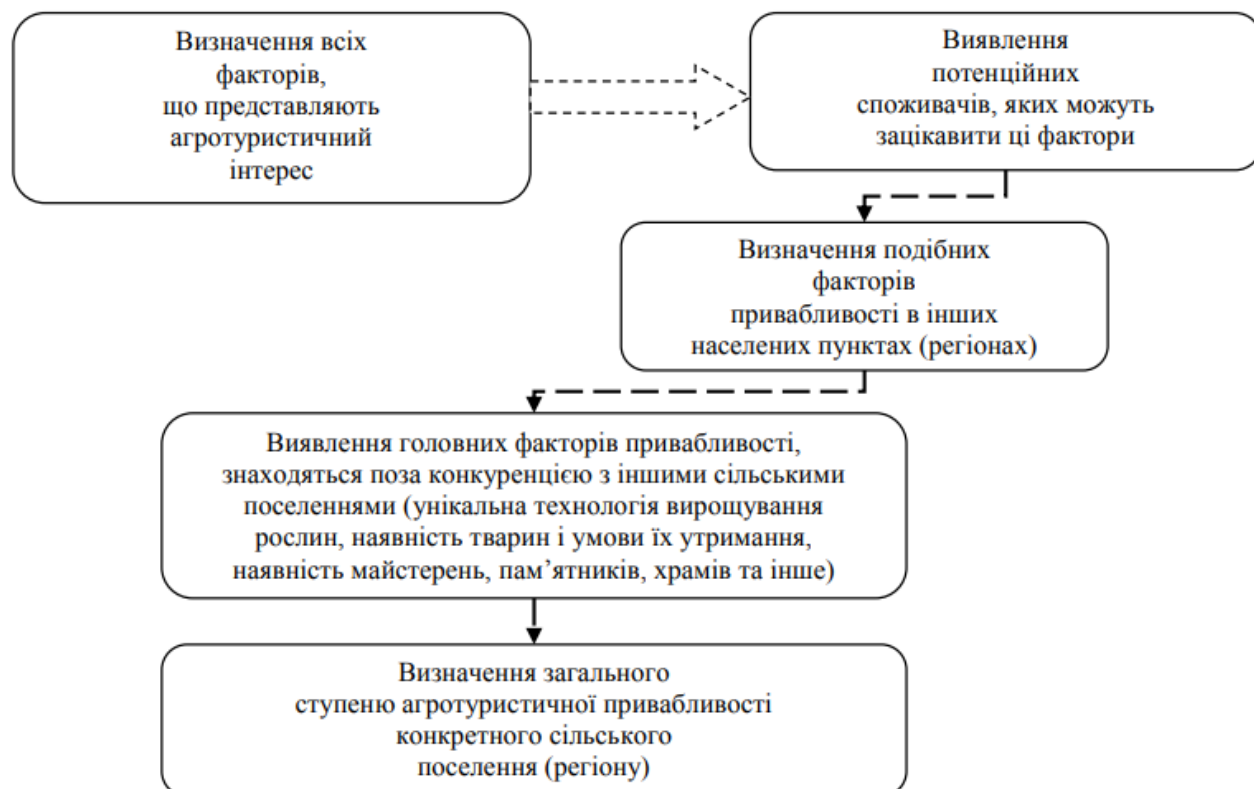


Схема розвитку агротуризму

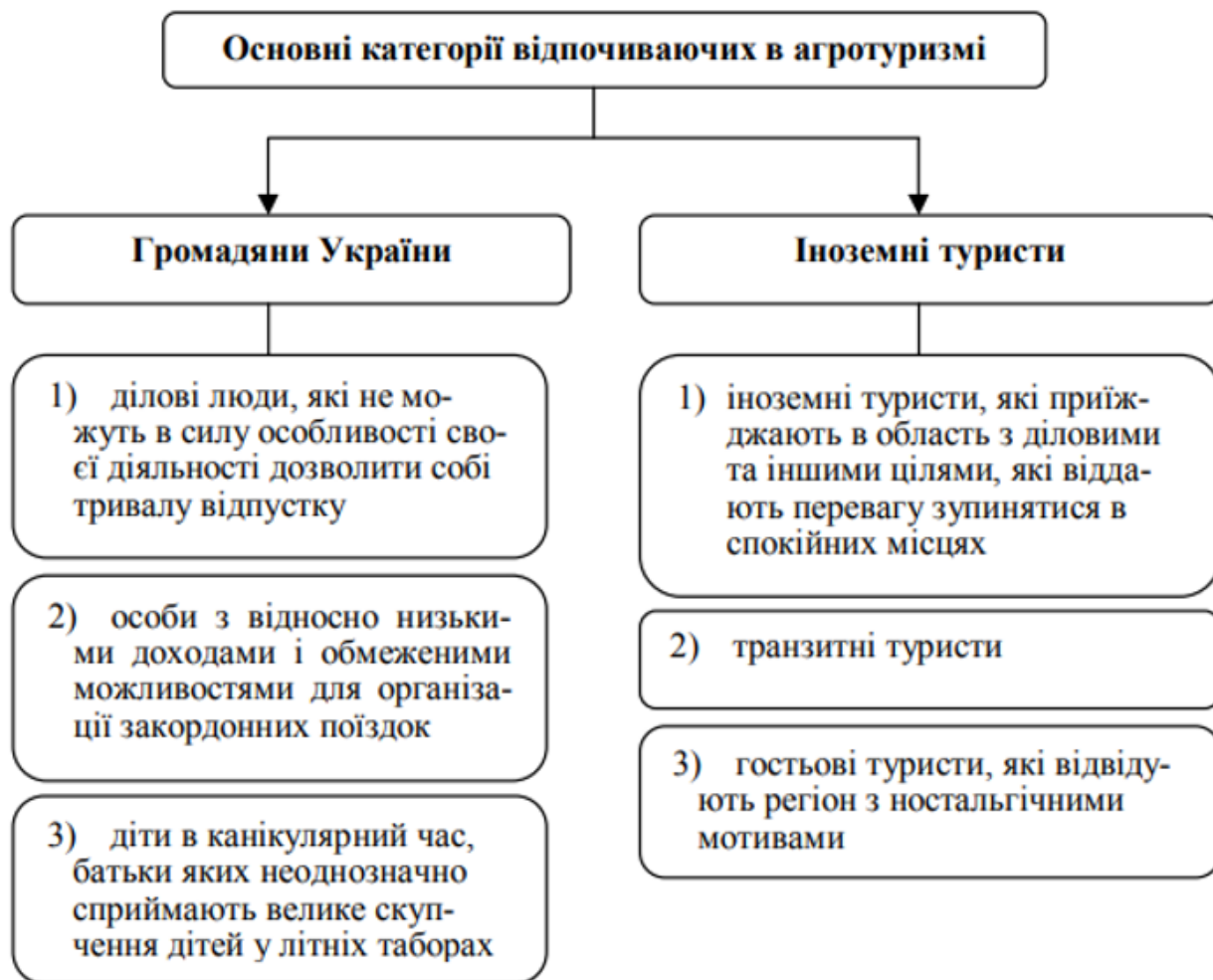
Підходи до визначення агротуристичного підприємництва

№	Автори, рік	Трактування
1.	D.V. Weaver, D.A. Fennell, 1997	Агротуризм являє собою сільськогосподарські підприємства, які розвивають на своїх територіях туризм. Агротуризм - найдавніша форма сталого туризму
2.	М. Шнайдер, Л. Пшезбурская, 2000	Агротуризм - «курорт під дахом», оскільки він пов'язаний з веденням сільського господарства, власники організують відпочинок туристів у своєму володінні
3.	I.B. Абросимова, 2004	До сільського туризму відноситься подорож з метою відпочинку, де турист розміщується в сільському чи фермерському будинку
4.	P.C. Гайсин, 2006	Сільський туризм не повинен бути обов'язково пов'язаний із сільськогосподарською діяльністю, але здійснюватися повинен у сільській місцевості
5.	P. Юнком, 2006	Агротуризм відноситься до «м'якого» туризму, оскільки даний вид туризму індивідуальний, тривалий, заснований на враженнях, активності та тактовності
6.	A.B. Здоров, 2007	У вузькому значенні агротуризм це відпочинок у сільській місцевості з орендою будинку; у ширшому розумінні поняття, аграрний туризм включає всі елементи проведення часу на фермі, у тому числі добровільну участь у сільськогосподарському виробництві
7.	<u>M.B. Біржаков</u> , 2008	Термін «сільський туризм», який включає сільський туризм або агротуризм, інакше кажучи, це відпочинок у селі
8.	T.B. Литвиненко, 2009	Агротуризм позиціонується як різновид сільського, але з обов'язковою умовою реалізації його у сільській місцевості. Серед цілей подорожі виділяється навчання туристів сільськогосподарській діяльності
9.	S. Phillip, C. Hunter, K. Blackstock, 2010	Агротуризм поділяється на п'ять видів: агротуризм на колишній фермі; агротуризм на фермі, що діє, з розміщенням; агротуризм на діючій фермі з розміщенням та харчуванням; агротуризм на фермі, що діє, з можливістю участі у майстер-класах, тренінгах та інших заходах; агротуризм на фермі, що діє, за участю в сільськогосподарському виробництві
10.	M. Forbord, M. Schermer, K. Griebmair, 2012	Агротуризм включає проживання, харчування місцевими продуктами та напоями, традиції сільського життя, а також культурну, освітню, рекреаційну діяльність (наприклад, збирання фруктів, вивчення народних звичаїв, освітні майстер-класи, їзда на велосипеді, катання на конях, хайриди)
11.	C. Gil-Arroyo, C. Barbieri, S. Rozier Rich, 2013	Агротуризм: діяльність, пов'язана з фермою, що виконується на її території чи іншому сільськогосподарському підприємстві для розважальних чи освітніх цілей. Агротуризм передбачає як прямий, так і непрямий контакт туристів з різними фермерськими заходами

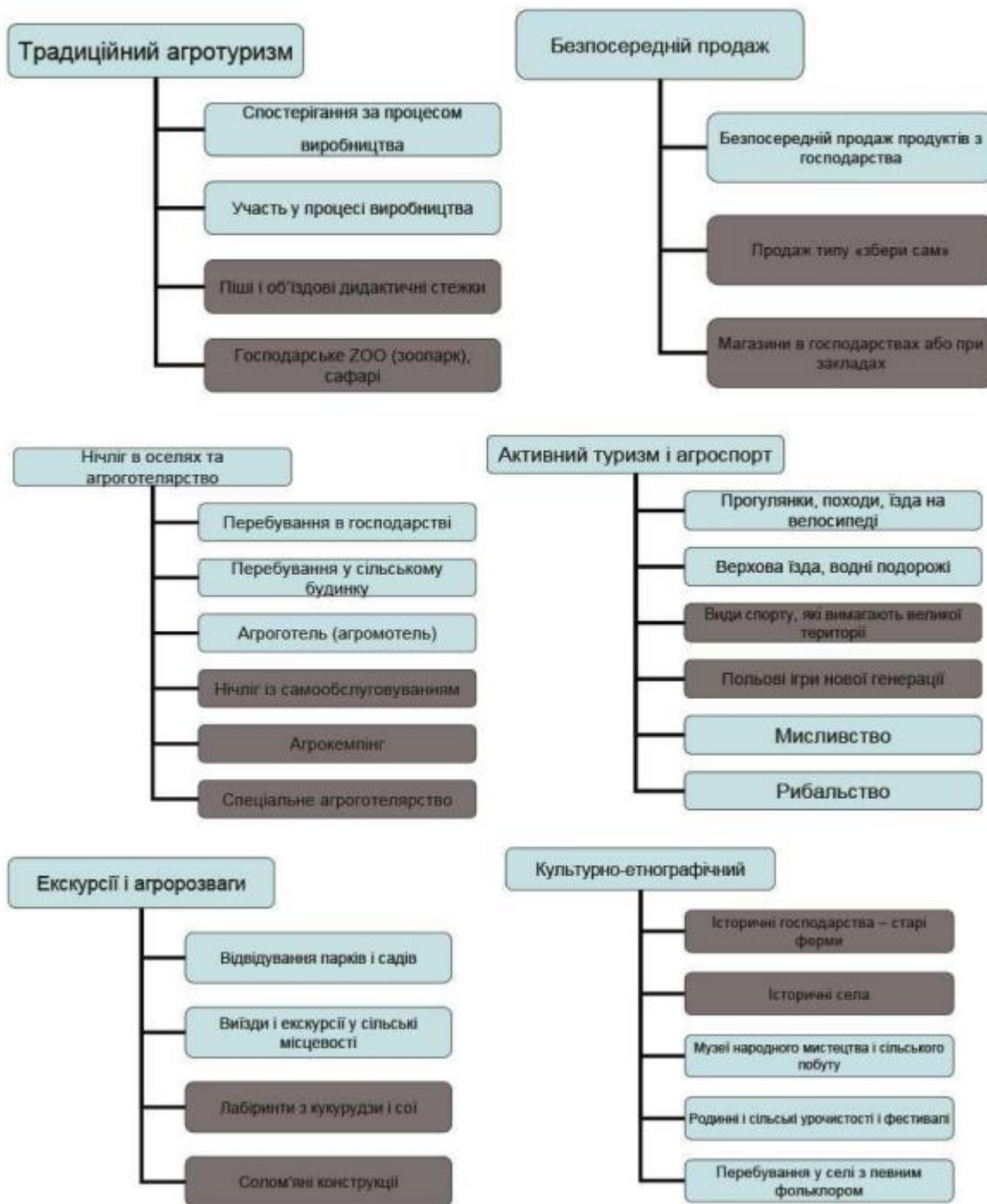
ДОДАТОК Д



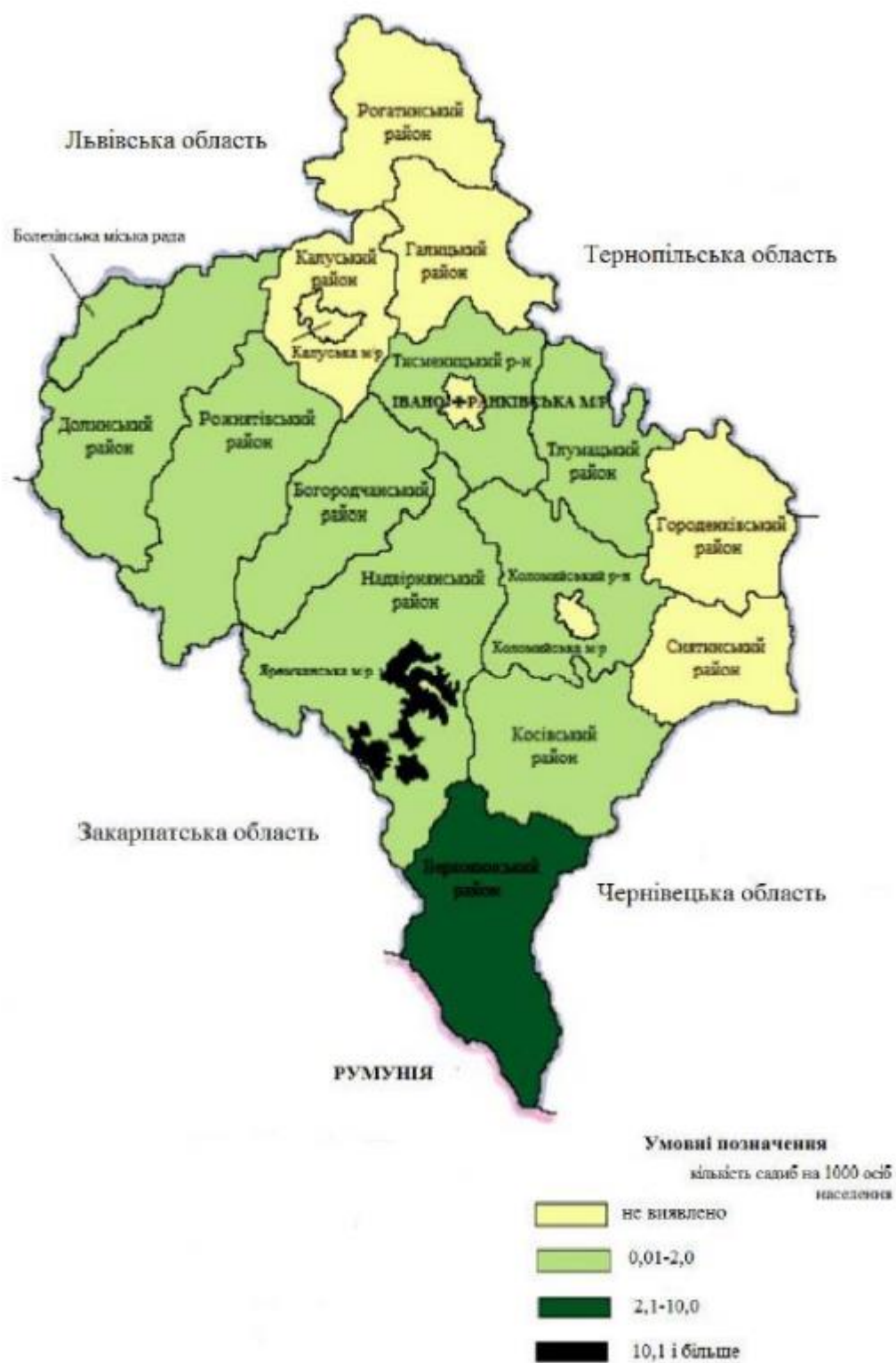
Алгоритм оцінки агротуристичної привабливості сільського поселення
Джерело: сформовано на основі [19]



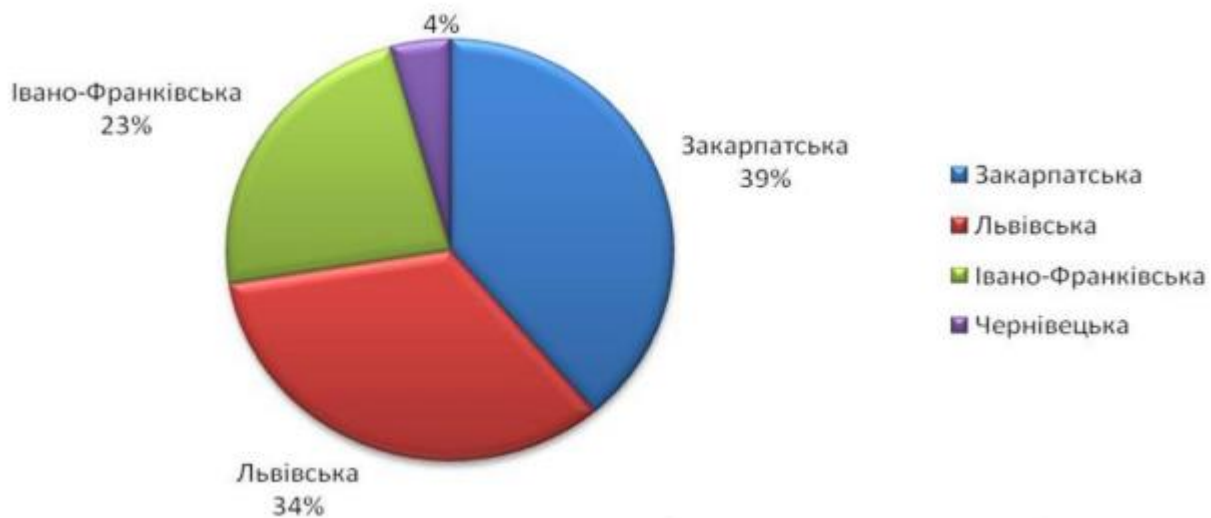
Цільові сегменти ринку агротуризму



Інноваційні напрямки розвитку агротуризму в Україні



Карто-схема розташування садиб сільського зеленого туризму в Івано-Франківській області



Співвідношення кількості садіб сільського туризму по областях Карпатського регіону