

Кальний С. В.

кандидат економічних наук, доцент,

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Kalniy Serhii

PhD in Economics, Associate Professor,
Taras Shevchenko National University of Kyiv

ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ФЕРМЕРСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ У КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ

Анотація. У статті розглянуто проблеми планування фермерського виробництва в контексті розвитку сільських територій. Запропоновано методологічну структуру процесу складання стратегічного плану розвитку фермерського господарства в співпраці з місцевою громадою. Досліджено елементи ланцюга вартості місцевого продукту. Розроблено модель створення нового виробничого напрямку (фермерського товару чи послуги). Зазначено важливість інноваційної складової а також обґрунтовано необхідність комунікацій, маркетингових та рекламних заходів як перспективних напрямків інвестування у розвиток фермерства та суміжних місцевих виробництв. Окреслено напрямки та результати організаційної трансформації фермерських господарств; рекомендовано низку заходів у межах політики розбудови місцевих громад та досягнення цілей сталого розвитку за рахунок підвищення ефективності фермерського виробництва.

Ключові слова: сталий розвиток, агроландшафт, локалізація постачання продуктів харчування, фермерські ринки, гастрономічні ярмарки, сільські території, зелений туризм.

Вступ і постановка проблеми. Фермерство є одним з локомотивів розвитку місцевої громади, про що свідчать зміни останніх десятиліть. Зростаючий інтерес до сільськогосподарської продукції, готових продуктів харчування та напоїв місцевої локалізації призвів до того, що зв'язок між фермерством та зеленим туризмом розвивається у напрямку нових моделей, розширює існуючі чи породжує нові сегменти сільського господарства. Для туристів гастрономія набуває вирішального значення, що створює можливості для популяризації локального виробництва та переробки.

Розвиток фермерських господарств з метою розбудови місцевої громади базується на концепції поширення знань про локальну аграрну та гастрономічну культуру, яка отожнюється з територією та забезпечується ідентичністю кулінарних якостей на основі клімату, ландшафту, ґрунту, методів та прийомів вирощування та обробки сільгосппродукції. Стратегія розвитку автентичності територій забезпечує просування пропозицій, за допомогою яких харчові властивості, особливості місцевих технологій вирощування та переробки можуть мати важливий вплив на зростання попиту на місцеву продукцію та послуги. Саме тому дослідження проблем планування діяльності фермерських господарств у контексті розвитку сільських територій є актуальним.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Розвиток фермерських господарств, сільських територій, а також питання реалізації у сільському господарстві принципів економіки сталого розвитку досліджуються у роботах Л. Березіної, І. Беззуб, О. Бігдана, Н. Брейди, С. Бродта, В. Докучаєва, В. Жмуденка, Ю. Лупенка, М. Маліка, Л. Молдаван, В. Месель-Веселяка, В. Дієсперова, О. Попової, П. Саблука, Д. Семенди, А. Светлакова, Л. Хромушиної, О. Шабінського, О. Шпикуляка та ін.

Метою статті є дослідження діяльності фермерських господарств та розробка рекомендацій щодо їхнього стратегічного й оперативного планування та інноваційної діяльності у контексті розвитку сільських територій.

Результати дослідження. Протягом останніх 15 років в Україні існує стійка тенденція скорочення чисельності

фермерських господарств, їх укрупнення у високорентабельних галузях, а також кооперування в аграрні спілки (кластери, альянси, партнерства тощо). Крім традиційних проблем щодо матеріально-технічної бази, можливостей переробки продукції, забезпечення добривами та насінням, зростає проблема реалізації виробленої продукції. Разом з тим, за підсумком 2021 року внесок сільського господарства до ВВП склав понад 10%; при цьому відзначався найвищий приріст виробництва – 14,4 %. У 2021 р. експортовано сільськогосподарської продукції на суму 27,7 млрд дол. США, що на 25% більше, ніж у 2020 році.

Пошук нових можливостей підвищення ефективності аграрного сектора, розвитку регіонів та держави в цілому у контексті цілей сталого розвитку вимагає нарощування фермерського потенціалу у напрямку зростання попиту на місцеву продукцію та послуги. Це забезпечить розбудову економіки сільських територій, створення робочих місць, підвищення рівня добробуту та, загалом, якості життя населення, а також відродження місцевих традицій, збереження культурної спадщини. Слід, однак, відзначити високий рівень мінливості даного середовища, в якому виникає необхідність планування та визначення стратегії розвитку окремих напрямків виробництва та реалізації локалізованої продукції та послуг.

Економічне стимулювання розвитку фермерства з боку регіональних органів влади стосується також соціальних та культурних процесів, інфраструктурних та туристичних проєктів тощо [1]. Вплив фермерства на місцеву громаду слід розглядати з точки зору використання потенціалу сучасних методів вирощування, переробки (чи обробки у системі громадського харчування), розповсюдження та організації системи споживання якісної місцевої сільськогосподарської сировини, їжі та напоїв, що матиме позитивний вплив на фізичне, психічне та соціальне благополуччя як безпосередніх споживачів, так і місцевих мешканців. Поряд з тим, популяризація автентичних кулінарних вражень включає відвідування місцевих виробників, курсів кулінарії, участь у фестивалях їжі, винний туризм, місцевих об'єктів культурної спадщини та центрів ремесел.

Забезпечення конкурентоспроможності окремого напрямку виробництва ґрунтується на стратегічному плануванні та управлінні його порівняльними перевагами, створенні якісних продуктів, які уособлюють цінність локалізації чи є пам'ятками гастрономічної культури, а також на мінімізації негативного впливу коливань попиту шляхом передбачення потреб, підвищення гнучкості пропозиції, покращення роботи зі споживачами, боротьбу з сезонністю тощо. Стратегічний план визначає шлях розвитку локального ринку, базується на консенсусі агентів місцевої господарської, соціальної, культурної та екосистем, забезпечує адаптивність та вбудовується у план розвитку місцевої громади. Забезпечення функціональності та встановлення вимог до робочих процесів вирізняється різноманітним колом агентів, які беруть у них участь, тому при складанні стратегічного плану слід відповідно до методології, дотримуватись визначеної послідовності (рис. 1) та враховувати механізми участі агентів на основі відкритого процесу взаємодії багатопрофільної робочої групи з представників місцевої влади, профільних асоціацій, громадськості, лідерів думок у даному секторі, спеціалістів з культури та екології тощо.

На попередньому етапі визначається робоча група, методологія, основні цілі та часові межі. Діагностика зосереджена на господарській локалізації, поточній ситуації та потенціалі території, а також на визначенні основних недоліків і можливостей. Стратегічне планування є ключовим у забезпеченні цілей сталого розвитку за рахунок економічної та соціокультурної складових, збереження спадщини та екологізації агросфери. Оперативний план розвитку та маркетингу охоплює пріоритети для ефективного використання потенціалу території, що розкриваються у формі річних планів і операційних програм, а забезпечення комунікації та поширення інформації має охоплювати всіх агентів та використовувати канали зв'язку для пошуку потенційних споживачів.

Розробляючи проєкт розвитку фермерського господарства, слід зважати на різні галузі діяльності: виробництво продуктів харчування (сільське господарство, рибальство, мисливство та харчова промисловість); розповсюдження через будь-який тип каналу (традиційні ринки, супермаркети, бакалійні магазини, пекарні та кондитерські, онлайн-комерція); послуги переробки, приготування та дегустації на підприємствах громадського харчування (включно з фірмами доставки) та гастрономічний туризм.

Це стосується таких цінностей, як ландшафти, культурна та кулінарна ідентичність, матеріальна та нематеріальна спадщина (ремесла, традиційні рецепти, посуд) та пов'язано з іншими елементами різного ступеню впливу, такими як державна політика, адміністративне регулювання, інфраструктура, навчання та наукові дослідження.

У даному випадку ланцюгом створення вартості буде низка основних і допоміжних видів діяльності, важливих для забезпечення продуктивності фермерського виробництва, що має враховуватись при інтегрованому плануванні розробки продукту та упаковки, просуванні та маркетингу, розповсюдженні та продажу, а також окремих послуг в місцях локалізації основного виду діяльності. Допоміжні напрямки включають транспорт та інфраструктуру, розвиток людських ресурсів, технології виробництва та поширення додаткових товарів і послуг, що не пов'язані з основним напрямком, але справляють на нього значний вплив (рис. 2).

Інтегроване планування та управління фермерською діяльністю на інноваційній основі вимагає виявлення та аналізу потенціалу та ступеня розвитку різних елементів ланцюга вартості:

– природні, культурні та гастрономічні ресурси, ландшафти, рецепти, типові страви, ремесла; якісні продукти із захищеним найменуванням походження PDO та захищеним географічним зазначенням PGI, а також місця їхнього виробництва, пов'язаний з ними туризм та дозвілля;

– заклади сфери гостинності, обслуговування та розміщення, їхні типи та географічний розподіл, позначки якості;

– спеціалізована торгівля (традиційні ринки, гастрономічні заходи, ярмарки місцевих продуктів, магазини делікатесів, винні льохи тощо);

– заходи з популяризації здорового харчування та споживання органічних продуктів, поширення гастрономічної культури, розвитку історичної самоідентифікації та пізнання територіальної автентичності;

– місця освіти, центри досліджень і навчання: музеї та центри ремесел, осередки виробництва та дегустації вина та їжі, школи сфери гостинності.

Це дає змогу місцевим громадам та спеціалістам з історичної, культурної, сільськогосподарської та харчової місцевої спадщини брати участь у зміцненні ідентичності та відчувати причетність до збереження територіальної автентичності. Підтримка держави чи міждержавних організацій у поширенні обізнаності, профільному навчанні та підвищенні кваліфікації фермерів, продавців, працівників туристичної галузі та місцевої інфраструктури, представників органів самоврядування та громадських організацій має сприяти встановленню зв'язків між сегментами територіальних громад. Це стосується розвитку виробництва продуктів харчування та гастрономії, збереження пам'яток історії та культури, забезпечення біорізноманіття та захисту природних ландшафтів, підвищення добробуту та здоров'я населення, розвитку науки, техніки та освіти.

Аналіз тенденцій запровадження проєктів, що стосуються фермерства та сільських територій, має відображати конкретну динаміку у відповідному секторі та можливий вплив на локальний ринкову пропозицію, однак має розглядатись у контексті розвитку суспільства загалом – як інструмент підвищення інноваційності та конкурентоспроможності на регіональному рівні, ключовий елемент збереження культурної спадщини або локомотив у забезпеченні пріоритетів сталого розвитку. При цьому необхідним є створення системи ринкової інформації, що дозволить інтерпретувати основні тенденції, а також покращувати планування та управління. З цією метою визначається система показників для реєстрації інтегрованої інформації про міжнародні, національні, регіональні та місцеві організації, зміни попиту, стратегії провідних або конкуруючих напрямків; можливості цифрової економіки; вплив технологій та соціальних мереж, у тому числі електронної комерції, технології доповненої реальності, а також застосування мобільних додатків щодо пошуку фермерських ринків або місцевих ресторанів тощо.

У межах стратегічного плану також необхідно використовувати джерела первинної інформації (опитування, робота з експертними групами, аналіз коментарів на фермерських цифрових платформах, публікації в ЗМІ на генеруючих додатковий попит ринках, блоги про фермерство, гастрономію та туризм). Необхідна затверджена процедура обробки, використання інформації та поширення знань. Важливо періодично переглядати систему показників, обробляти та враховувати дані. Порівняльний аналіз є першим кроком для позиціонування за окремими ринковими напрямками; при цьому мають досліджуватись аналогічні пропозиції конкурентів (за географічними розташуванням та типом продукції), та подібні пропозиції-замінники.

Критеріями відбору є: вид продукції чи послуг; природне та культурне середовище; агротехніка та харчова

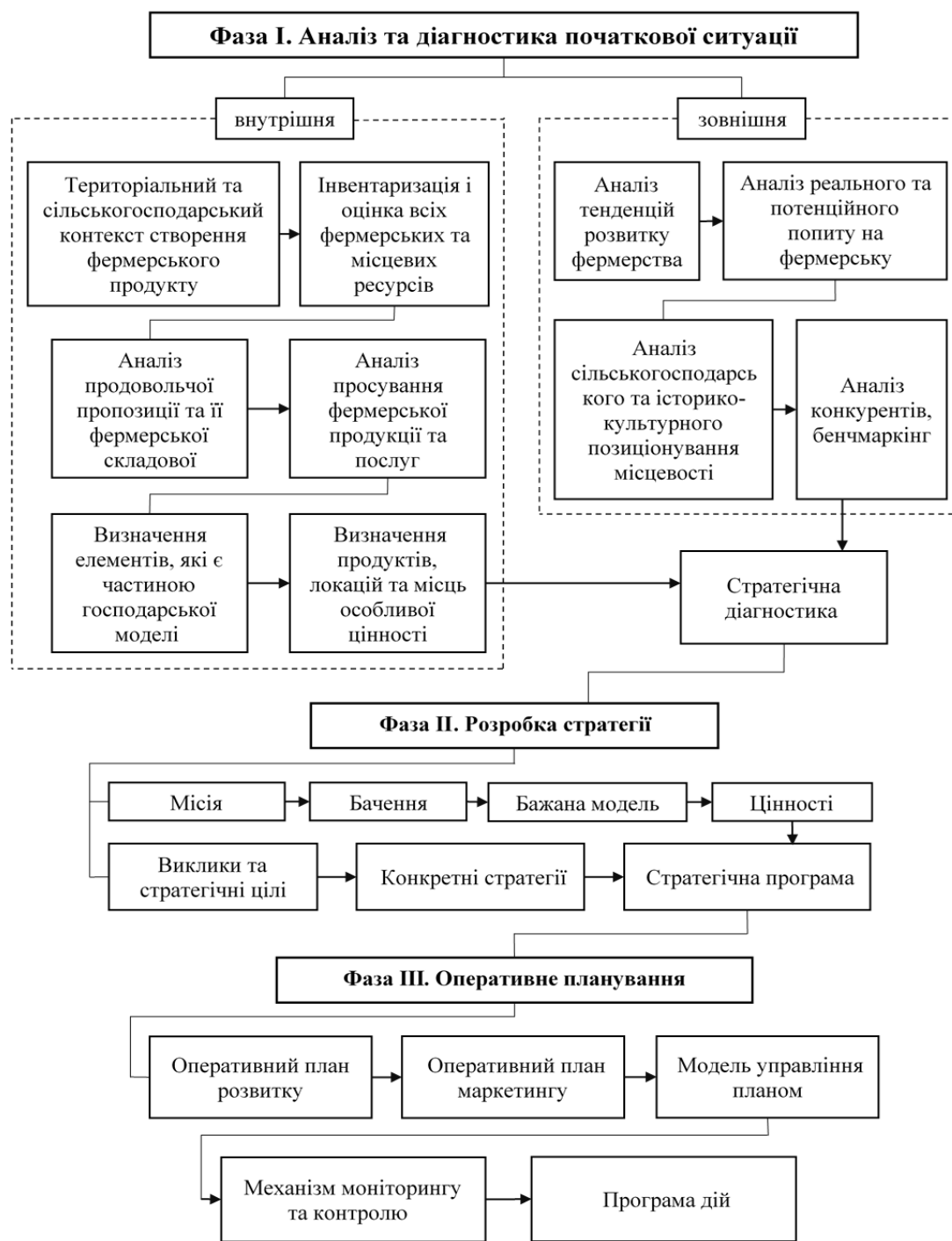


Рис. 1. Методологічна структура процесу складання стратегічного плану розвитку фермерського господарства в контексті співпраці з місцевою громадою

Джерело: авторська розробка

технологія, особливості смаку; якість обслуговування та доступність інформації; унікальність туристичних вражень, які пропонуються у зв'язку з фермерством та гастрономією; доступність місцевості: частота руху транспорту та кількість напрямків, наявність маршрутів національного чи міжнародного туризму; якість комунікацій; різноманітність товарних категорій аналогічного призначення; рівень професійної підготовки; рентабельність; ступінь інноваційності пропозицій і процесів взаємодії зі споживачами.

Створення нового виробничого напрямку (рис. 3) у співпраці з місцевими громадами має забезпечувати задоволення попиту на основі комплексного підходу щодо наступних потреб: фізіологічних (їжа, здоров'я, відпочинок) завдяки забезпеченню продуктами харчування та напоями, місцем проживання, транспортом; почуття безпеки за рахунок контролю якості продукції та охорони правопорядку; емоційний досвід та утворення соціальних зв'язків під час екскурсій, дегустацій, відвідування ринків, фермерських виробництв чи закладів

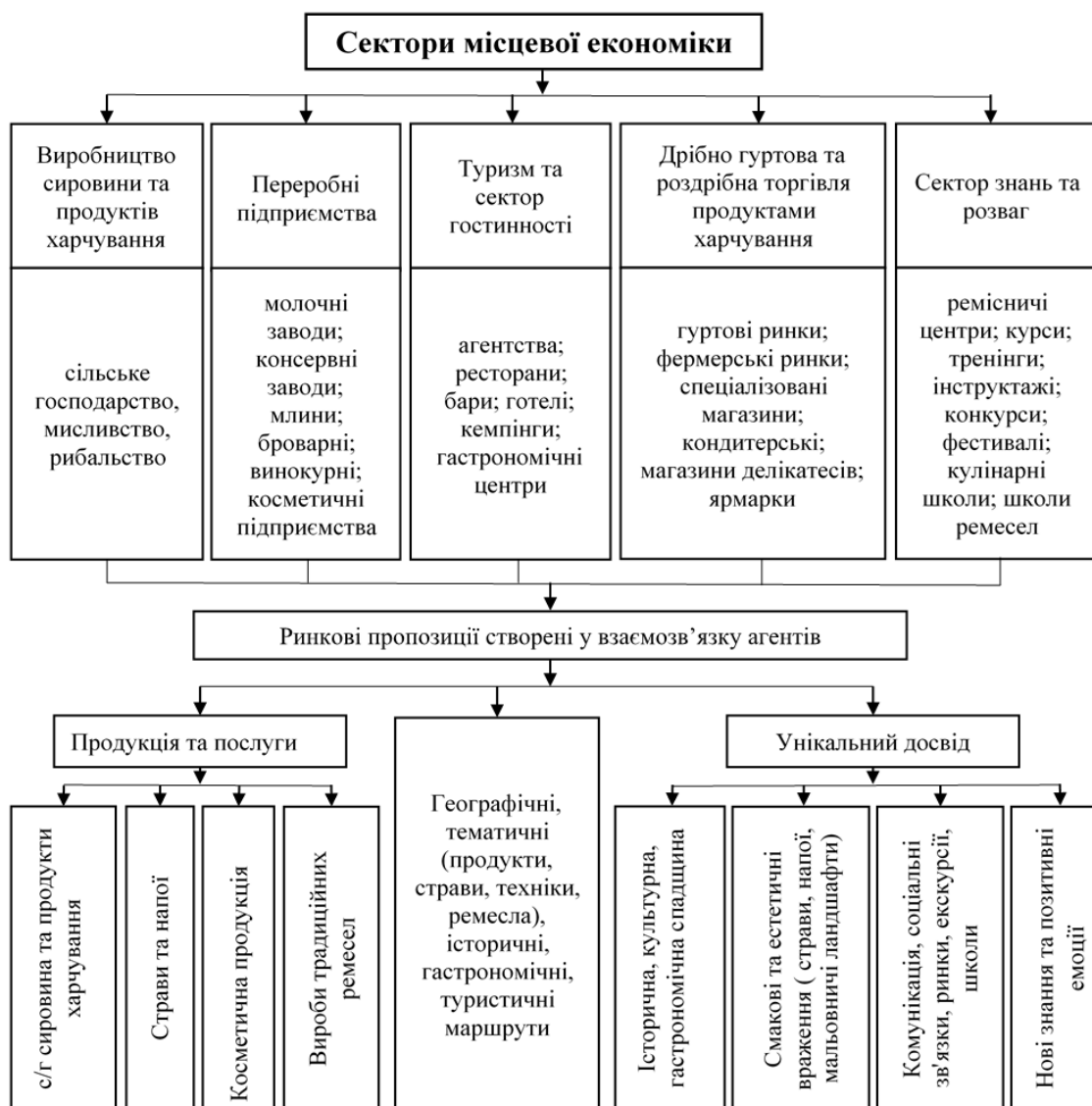


Рис. 2. Елементи ланцюга вартості місцевого продукту

Джерело: авторська розробка

місцевої кухні; самореалізація за рахунок нових знань та досвіду.

Кількісний та якісний аналіз привабливості фермерського сегменту для споживачів має враховувати їхні соціально-демографічні (вік, стать, дохід, професія, освіта) та психологічні (спосіб життя, цінності, інтереси, смаки) характеристики, обсяги споживання та популярні моделі продажів, частоту поїздок на ринки чи у сільську місцевість, вибір розміщення, транспорту, тривалість перебування, використані канали збуту, витрати на продовольчі закупівлі та розважальні заходи, чутливість до цін та звички споживання.

Оцінювання ринкового сегмента та визначення цільових груп вимагає врахування таких аспектів: потенціал зростання, вирішальні ознаки вибору (ціна, якість та екологічність продукції, близькість, зручність, рівень обслуговування, обсяг пропозиції, автентичність, унікальність місцевості тощо), конкурентоспроможність аналогічних напрямків чи товарів-замінників.

Цифровізація є важливою, оскільки соціальні медіа виступають платформою для спілкування споживачів та надають інформацію, що дозволяє вимірювати спо-

живацький досвід та визначати онлайн-репутацію ринкових агентів. Використання великих баз даних, поведінкової економіки та маркетингу на основі електронної комерції дозволяють розробляти пропозиції, адаптовані до кожного сегменту, пропонувати послуги для полегшення покупок або інші комплексні рішення. Важливою є розробка інструментів для покращення позиціонування в мережі Інтернет (веб-сайти, блоги, профілі в соціальних мережах, кампанії в пошукових системах та реклама), а також створення релевантного, привабливого, інтерактивного аудіовізуального контенту щодо персоналізації, пропозиції для різних каналів B2B та B2C, використання інтерактивних інструментів тощо (рис. 4).

Особливу роль відіграють фермерські ринки, цінний актив територіальних громад, який стимулює місцеву економічну діяльність, сприяє залученню населення до трансформаційних процесів; вони також полегшують входження на ринок новачків та створення клієнтської бази, забезпечують розширення доступу до здорової їжі, сприяють розвитку підприємництва, що стимулює укорінення молодих сімей та розбудову економіки занепадаючих територій. При цьому пандемія виявила важливість



Рис. 3. Модель створення нового виробничого напрямку (фермерського продукту)

Джерело: авторська розробка

постачання продовольства місцевого виробництва. Існує світова тенденція поширення фермерських ринків: від великих міст до селищ та сіл, що відбувається завдяки розвитку транспортної інфраструктури, інформаційного забезпечення, та сприяє зростанню обсягів надання послуг зеленого, у тому числі гастрономічного туризму.

Сталий розвиток як загальна тенденція у розбудові сучасного суспільства збільшує потребу у продуктах харчування, вироблених на основі природних технологій, що забезпечують багатство смаку, місцеву ідентичність, є складовою здорового харчування, насолоди їжею та ландшафтами [2]. Це призводить до розширення різноманітних ринкових структур, підходів та способів організації у сфері продажів, оплати та підвищення інформованості споживачів. У цьому контексті необхідна підтримка управління фермерськими ринками для використання передового досвіду поширення прямих продажів. Для розширення доступу до сільських ринків необхідна робота з цільового охоплення окремих груп споживачів [3]. Підвищення обізнаності та інтересу забезпечується за допомогою скоординованої маркетингової та рекламної кампанії в друкованих і цифрових ЗМІ, проведення музичних та дитячих заходів, створення поліграфічної продукції, інтерактивних карт, залучення спеціалістів туристичної галузі.

Завданнями при розробці продуктів є виявлення характерних для даної місцевості чи традиційних продуктів, які мають найбільший потенціал для ринкового впровадження, а також природних ресурсів та предметів культурної спадщини, які мають стати основою для виробництва продуктів та послуг, що символізують територію. Серед конкурентних стратегій альтернативами є: лідерство у вартості (базується на ефективності, яка мінімізує витрати та дозволяє конкурувати на ринку з нижчими цінами, ніж у інших подібних напрямках); спеціалізація за місцевою локацією, відповідною продукцією

чи послугами, за якими відсутні конкуруючі напрямки; диференціація, тобто виокремлення та зосередження на якостях місцевої пропозиції, які характеризують її цінність та виокремлюють її серед конкурентів. Однак, обов'язковим є застосування інноваційних методів господарювання, здатних радикально підвищувати ефективність виробництва та продажів (рис. 5).

Опис продуктів і послуг має включати техніко-економічні характеристики; дані щодо цільової аудиторії, перелік задіяних агентів та виконавців; потребу у інвестиціях, необхідне обладнання, матеріали та поточні витрати; опис унікальних складових пропозиції, у тому числі нематеріальних, а також місцевих ресурсів. Слід враховувати необхідність розвитку зеленого туризму та покращення догляду за ландшафтами, підтримки культурних та гастрономічних традицій, місцевих ремесел та виробництва сувенірної продукції.

Ключовим елементом пропозиції є автентичність, що прив'язує виробництво до природних та культурних пам'яток, ландшафтів, історії регіону, розкриває локальні харчові звички, традиційні рецепти, надає смаковий, естетичний, комунікаційний досвід завдяки кулінарній ідентичності місцевої їжі [4]. Якість продукції, процесів та систем управління забезпечується контролем ризиків, перевітками у критичних точках та запобіжними заходами для гарантування безпеки споживачів. Якість декларується або гарантується знаками якості чи добровільною сертифікацією; потреба у її здійсненні зумовлена вимогами споживачів чи посередників до окремих характеристик продукту чи процесу виробництва. Це створює додаткове навантаження для фермерів, особливо за участі у кількох схемах для різних покупців, однак слід зважати на такі переваги: виробники розширюють частку ринку та отримують націнку на сертифіковану продукцію, а для проміжних учасників ланцюга постачання забезпечу-

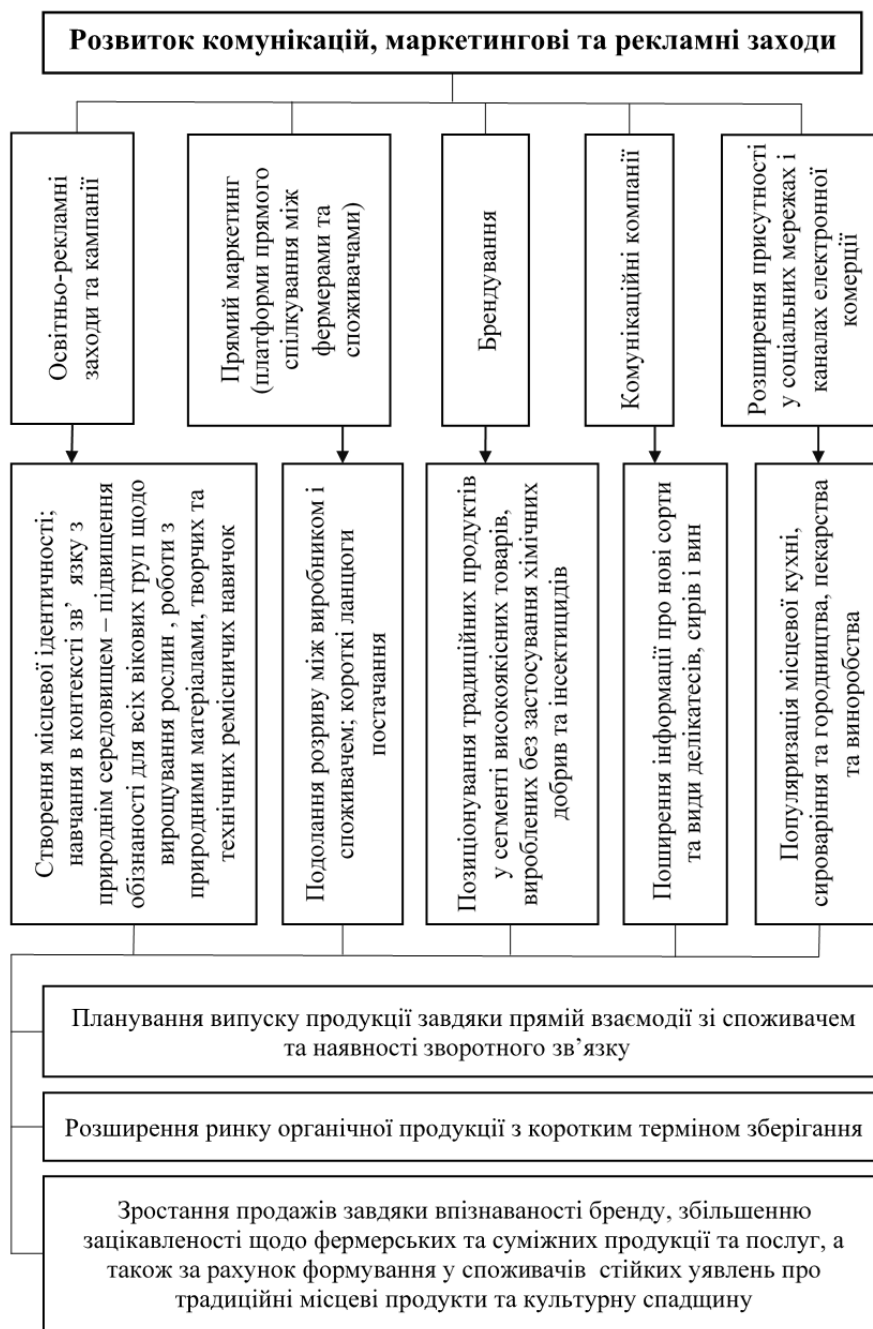


Рис. 4. Розвиток комунікацій, маркетингові та рекламні заходи як перспективні напрямки інвестування у розвиток фермерства та суміжних місцевих виробництв

Джерело: авторська розробка

ються стандарти та захист репутації продуктів відповідно до заявлених показників якості.

У розвитку фермерського господарства людський капітал є визначальним фактором, тому підготовка персоналу має бути гнучкою та постійною [5]. Важливою є співпраця невеликих виробників, адже розвиток території за рахунок фермерства охоплює різні сектори, традиційно не пов'язані з цією діяльністю. Через канали комунікацій утворюються стійкі зв'язки, які дозволяють спільно користуватись брендом, інформаційними технологіями, ресурсами. Однією з цілей розширення виробництва є залучення місцевого населення та спеціалістів для створення відчуття причетності та захисту автентич-

ності. Місцевий колорит як невід'ємна частина способу життя громади існує у досвіді поколінь, на основі якого розвиваються виробничі практики, розширюючи своє застосування через інновації. У просуванні моделі співпраці (фермерсько-туристичний продукт, ринок, гастрономічна мережа) слід враховувати місцеві традиції, тип локального продукту, профіль агентів та їхнє поєднання, рівень взаємодії та соціальні зв'язки (від неформальних до структурованих у формі юридичних осіб) (рис. 6).

Виокремимо основні складові реалізації ефективної політики розвитку фермерського господарства у контексті впливу на територію: прозора, оптимальна та всеохоплююча модель управління; стратегічне планування з враху-

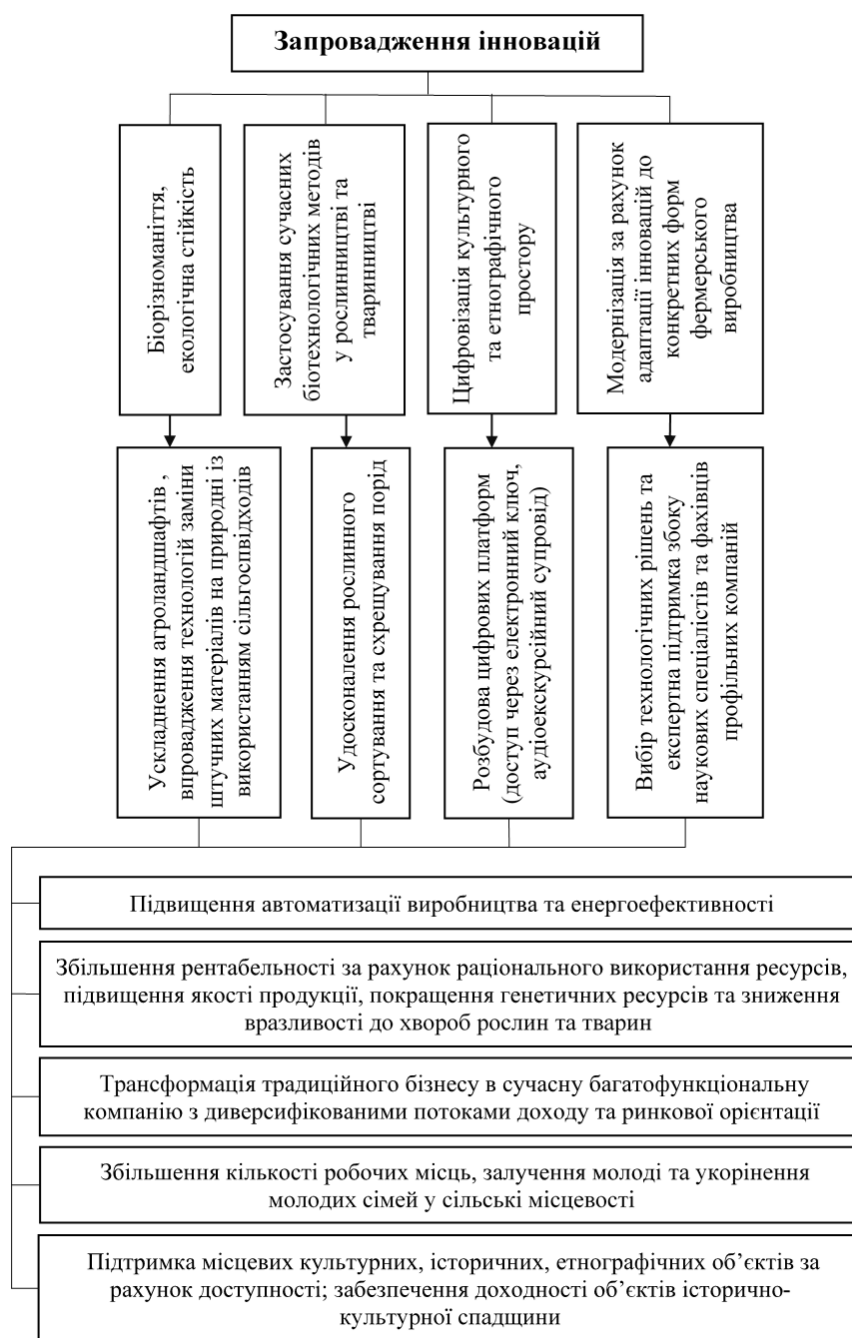


Рис. 5. Інноваційні складові розвитку фермерських господарств

Джерело: авторська розробка

ванням цілей сталого розвитку; технологічні розробки для зниження витрат та впливу на навколишнє середовище; ефективна комунікація учасників ланцюга створення вартості, суміжних галузей, представників органів влади, громадських організацій, об'єктів місцевої інфраструктури, освіти, історії та культури, консенсус щодо політики розвитку території; достатні економічні та людські ресурси для реалізації програми дій; визначена локалізація продуктів та послуг, кулінарна ідентичність, унікальність культурної спадщини; відновлення, підтримка та покращення місцевих порід, сортів, захист ландшафтів; поширення знань для підтримки автентичності агрокультури та гастрономії, пропаганди здорового харчування, цінностей історичної та культурної спадщини; марку-

вання якості та брендинг для запобігання стандартизації; збереження естетичних та тематичних аспектів спадщини (музеї, відкриті для відвідувань виробництва, місця традиційних продажів та дегустації, а також заходів, за допомогою яких утверджується самобутність місцевої громади); інформаційний супровід (регіональні фермерські та туристичні каталоги, бюлетені, буклети; профільні портали, електронна комерція); позиціонування території у якості осередку фермерських практик, що характеризуються інноваційністю, самобутністю та різноманіттям.

Висновки. Продовольчий ринок характеризується складністю, динамічністю та мінливістю, а також високим рівнем конкуренції. Технологічні, соціальні, економічні та політичні фактори обумовлюють зміни як у обсягах спожи-



Рис. 6. Напрямки та результати організаційної трансформації фермерських господарств

Джерело: авторська розробка

вання, смаках і звичках споживачів, так і в рівні конкурентоспроможності напрямків, змушуючи учасників ринку трансформувати та адаптувати свої стратегії. Отже, планування фермерського виробництва має бути динамічним та універсальним, що забезпечуватиме адаптивність до реалізації різних сценаріїв розвитку, а також постійних і численних змін. Управління господарством має включати створення механізмів контролю та моніторингу впливу результатів реалізації планів, зміни тенденцій чи дії конкурентів. Достовірна інформація для аналізу з метою прийняття рішень необхідна при складанні маркетингових планів, визначенні обсягів інвестицій, розробці ринкових стратегій, створенні нових ринкових продуктів, а також розвитку людського капіталу.

Конкурентна стратегія має базуватися на моделях розвитку фермерства та місцевої громади; на основі загальної концепції формулюються стратегічні цілі; усі важливі рішення

повинні мати довгострокову перспективу реалізації, адже фермерство, зелений туризм, гастрономія є наскрізними видами діяльності з тривалим часом реалізації заходів та постійним і значним впливом на територію. Вони потребують довгострокових інвестицій, створюють взаємозалежність між різними секторами економіки та суспільства, а розвиток основного продукту, локальної сільськогосподарської практики, гастрономічної культури та місцевих традицій виходить за межі будь-якої стратегії. Тому планування має ґрунтуватися на консенсусі та підтверджуватися різними місцевими агентами, щоб гарантувати прийняття, розуміння та продовження в довгостроковій перспективі. Територіальний розвиток навколо фермерського господарства є оптимальним з точки зору культурної, соціальної та екологічної стійкості та конкурентоспроможності, покращення якості життя місцевого населення.

Список використаних джерел:

1. Організація сімейних фермерських господарств : методичні рекомендації / укладачі Лупенко Ю. О., Малік М. Й., Шпикуляк О. Г. та ін. Київ : ННЦ «ІАЕ», 2020. 92 с.
2. Кононенко О. М. Регулювання земельних відносин у забезпеченні сталого розвитку сільських територій : автореф. дис. канд. екон. наук. Київ, 2021. 20 с.
3. Організаційно-економічне забезпечення розвитку сімейних фермерських господарств : монографія / Лупенко Ю. О., Малік М. Й., Шпикуляк О. Г. та ін. Київ : ННЦ «ІАЕ», 2019. 212 с.
4. Концепція розвитку сімейних фермерських господарств на період до 2030 року : проєкт / Ю. О. Лупенко, М. Й. Малік, О. Г. Шпикуляк, В. А. Мамчур, Р. Я. Корінець. Київ : ННЦ «ІАЕ», 2021. 20 с.
5. Малік М. Й., Шпикуляк О. Г., Мамчур В. А. Інституційна формалізація розвитку сімейних фермерських господарств в Україні. *Економіка АПК*. 2018. № 10. С. 72–86.
6. Малік М. Й., Шпикуляк О. Г. Тенденції і перспективи розвитку особистих селянських господарств. *Економіка АПК*. 2018. № 1. С. 11–20.
7. Шпикуляк О. Г., Малік М. Й. Становлення організаційно-економічної моделі сімейного фермерства в Україні: інституційні засади, проблеми та пріоритети. *Економіка АПК*. 2019. № 9. С. 86–98.

References:

1. Lupenko, Yu. O., Malik M. Yo., Shpykuliak, O. H., et al. (2020) Orhanizatsiia simeinykh fermerskykh hospodarstv: metodychni rekomendatsii. [Organization of family farms: guidelines]. Kyiv: NNTs "IAE".
2. Kononenko, O. M. (2021) Rehuliuвання zemelnykh vidnosyn u zabezpechenni staloho rozvytku silskykh terytorii [Regulation of land relations in ensuring sustainable development of rural areas]. Candidate's thesis. Kyiv.
3. Lupenko, Yu. O., Malik, M. Yo., Shpykuliak, O. H., et al. (2019) Orhanizatsiino-ekonomichne zabezpechennia rozvytku simeinykh fermerskykh hospodarstv: monohrafiia [Organizational and economic support for the development of family farms: a monograph]. Kyiv: NNTs "IAE".

4. Lupenko, Yu. O., Malik M. Yo., Shpykuliak, O. H., Mamchur V. A., Korinets R. Ya., et al. (2021) Kontseptsiiia rozvytku simeinykh fermerskykh gospodarstv na period do 2030 roku: proiekt [The concept of development of family farms for the period up to 2030: a project]. Kyiv: NNTs "IAE".
5. Malik, M. Yo., Shpykuliak, O. H. & Mamchur, V. A. (2018) Instytutysiina formalizatsiia rozvytku simeinykh fermerskykh gospodarstv v Ukraini [Institutional formalization of the development of family farms in Ukraine]. *Ekonomika APK*, no. 10, pp. 72–86.
6. Malik, M. Yo. & Shpykuliak, O. H. (2018) Tendentsii i perspektyvy rozvytku osobystykh selianskykh gospodarstv [Trends and prospects for the development of personal farms]. *Ekonomika APK*, no. 1, pp. 11–20.
7. Shpykuliak, O. H. & Malik, M. Yo. (2019) Stanovlennia orhanizatsiino-ekonomichnoi modeli simeinoho fermerstva v Ukraini: instytutysiini zasady, problemy ta priorytety [Formation of organizational and economic model of family farming in Ukraine: institutional principles, problems and priorities]. *Ekonomika APK*, no. 9, pp. 86–98.

PLANNING THE ACTIVITIES OF FARMS IN THE CONTEXT OF RURAL DEVELOPMENT

Summary. The paper considers a problems of planning farm production in the context of rural development. Farming is one of the locomotives of local community development, job creation, improving the welfare and, in general, the quality of life of the population, as well as the revival of local traditions, preservation of cultural heritage. The high level of variability of the environment is noted, in which there is a need to determine the strategy for the development of certain areas of production and sale of localized products and services. The methodological structure of the process of drawing up a strategic plan for the development of the farm in cooperation with the local community is proposed. The elements of the local product value chain are investigated. A model for creating a new production area has been developed. The key element of the proposal is authenticity, which links production to natural and cultural monuments, landscapes, history of the region, reveals local food habits, traditional recipes, provides taste, aesthetic, communication experience through the culinary identity of local food. The importance of the innovative component is noted, as well as the need for communication, marketing and advertising activities as promising areas of investment in the development of farming and related local industries is substantiated. The directions and results of the organizational transformation of farms are outlined; a number of measures are recommended within the framework of the policy of building local communities and achieving sustainable development goals by increasing the efficiency of farm production. The main components of the implementation of an effective policy of farm development in the context of impact on the territory are highlighted, including: transparent, optimal and comprehensive management model; consideration of sustainable development goals; effective communication of value chain participants, related industries, representatives of government, public organizations, local infrastructure, education, history and culture, consensus on the policy of territory development; culinary identity, uniqueness of cultural heritage; quality labeling and branding; preservation of aesthetic and thematic aspects of heritage; information support; positioning the territory as a center of farming practices characterized by innovation, originality and diversity. It was noted that territorial development around the farm is optimal in terms of cultural, social and environmental sustainability and competitiveness, improving the quality of life of the local population.

Key words: sustainable development, agro-landscape, localization of food supply, farmers' markets, gastronomic fairs, rural areas, green tourism.