

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний університет «Запорізька політехніка»

Бізнес-технології та економіка
(повне найменування факультету)
Бізнес та управління
(повне найменування кафедри)

Пояснювальна записка

до дипломного проєкту (роботи)

Бакалавр
(ступінь вищої освіти)
на тему Управління зеленим туризмом
(назва теми)
як елемент підприємництва
сільських громад

Виконав(ла): студент(ка) 4 курсу, групи БТЕ-1211
Спеціальності 076 Підприємство та торгівля
(код і найменування спеціальності)

Освітня програма (спеціалізація)
Економіка бізнесу

Куківник Р. А.
(ПРИЗВИЩЕ та ініціали)

Керівник Левченко Л. М.
(ПРИЗВИЩЕ та ініціали)

Рецензент Карпенко А. В.
(ПРИЗВИЩЕ та ініціали)

Форма № 25

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний університет «Запорізька політехніка»

Факультет Бізнес-технології та економіки
Кафедра Бізнес та управління
Ступінь вищої освіти бакалавр
Спеціальність 076 Підприємництво та торгівля
(код і найменування)
Освітня програма (спеціалізація) Економіка бізнесу
(назва освітньої програми (спеціалізації))

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

Ткаченко А. М.« » 20 року

ЗАВДАННЯ

НА ДИПЛОМНИЙ ПРОЄКТ (РОБОТУ) СТУДЕНТА(КИ)

Куковенчук Ростислав Анатолійович

1. Тема проєкту (роботи) Управління зеленим туризмом як елементом підприємництва сімейних громад
(ПРИЗВИЩЕ, ім'я, по батькові)

керівник проєкту (роботи) д. держ. упр., проф. Левченко А. М.
(науковий ступінь, вчене звання, ПРИЗВИЩЕ, ім'я, по батькові)

затверджені наказом закладу вищої освіти від «4» квітня 2015 року № 146

2. Строк подання студентом проєкту (роботи) 12.06.2015 р.

3. Вихідні дані до проєкту (роботи) законодавчі та нормативні акти, наукові публікації, статистичні звітності сімейних громад Одеської області

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) Теоретичні основи зеленого туризму та його роль у розвитку сімейних громад; аналіз сучасного стану розвитку зеленого туризму в сімейних громадах; управління зеленим туризмом як ефективний механізм розвитку підприємництва сімейних громад

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень, кількість слайдів, плакатів)

6. Консультанти розділів проєкту (роботи)

Розділ	ПРИЗВИЩЕ, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	прийняв виконання завдання
1, 2, 3	Левченко Н. М., д. держ. упр., проф.		

7. Дата видачі завдання « 02 » травня 2025 року.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів дипломного проєкту (роботи)	Строк виконання етапів проєкту (роботи)	Приміт
1.	Опрацювання наукових джерел	02.05.25	
2.	Складання ма узагальненням ліній	09.05.25	
3.	Написання 1 розділу	16.05.25	
4.	Написання 2 розділу	23.05.25	
5.	Написання 3 розділу	06.06.25	
6.	Оформлення роботи	11.06.25	
7.	Перевірка нов ліній	12.06.25	
8.	Проходження коректорсько-колегіально	13.06.25	
9.	Рецензування	16.06.25	

Студент(ка)


 (підпис)
Ростислав Кувшинів
(Ім'я ПРИЗВИЩЕ)

Керівник проєкту (роботи)


 (підпис)
Надія Левченко
(Ім'я ПРИЗВИЩЕ)

РЕФЕРАТ

Дипломна робота присвячена дослідженню управління зеленим туризмом як інструменту активізації підприємницької діяльності у сільських громадах. У роботі розкрито сутність зеленого туризму, його економічне та соціальне значення, а також механізми управління, що сприяють розвитку сталого сільського підприємництва.

Метою дослідження є аналіз сучасного стану зеленого туризму в Україні (на прикладі Одеської та Запорізької областей) та розробка ефективних управлінських і маркетингових підходів до його розвитку. Об'єкт дослідження — сільські громади, предмет — процеси управління в галузі зеленого туризму.

У ході дослідження використано методи аналізу, синтезу, порівняння, статистики та стратегічного планування. У роботі акцентовано увагу на важливості маркетингу, цифровізації, інвестиційної підтримки та державно-приватного партнерства у сфері зеленого туризму.

Запропоновано комплекс заходів з удосконалення управління, включаючи створення локальних туристичних брендів, розвиток інфраструктури, підвищення якості послуг, підготовку кадрів та просування туристичних продуктів.

Результати дипломної роботи можуть бути використані органами місцевого самоврядування, підприємцями, громадськими об'єднаннями та туристичними організаціями для формування ефективної стратегії розвитку сільського туризму.

ЗЕЛЕНИЙ ТУРИЗМ, СІЛЬСЬКІ ГРОМАДИ, ПІДПРИЄМНИЦТВО, УПРАВЛІННЯ, МАРКЕТИНГ, СТАЛИЙ РОЗВИТОК, ТУРИЗМ В УКРАЇНІ.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ ТА ЙОГО РОЛЬ У РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ГРОМАД.....	9
1.1. Сутність та особливості зеленого туризму.....	9
1.2. Зелений туризм як елемент підприємництва сільських громад.....	12
1.3. Світовий та вітчизняний досвід розвитку зеленого туризму.....	14
1.4. Нормативно-правове регулювання зеленого туризму в Україні.....	18
1.5. Механізми впливу зеленого туризму на зайнятість і добробут сільського населення.....	22
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ РОЗВИТКУ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В СІЛЬСЬКИХ ГРОМАДАХ.....	26
2.1. Характеристика природно-ресурсного та соціокультурного потенціалу регіону.....	26
2.2. Аналіз інфраструктури зеленого туризму на прикладі Запорізької області.....	29
2.3. Аналіз впливу зеленого туризму на соціально-економічний розвиток сільських громад (на прикладі Одеської області).....	32
РОЗДІЛ 3. УПРАВЛІННЯ ЗЕЛЕНИМ ТУРИЗМОМ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ МЕХАНІЗМ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА СІЛЬСЬКИХ ГРОМАД.....	36
3.1. Розробка стратегії розвитку зеленого туризму в Одеському регіоні.....	36
3.2. Формування ефективної системи управління зеленим туризмом.....	39
3.3. Залучення інвестицій та розвиток державно-приватного партнерства.....	43
3.4. Розвиток маркетингових стратегій та просування зеленого туризму.....	46
3.5. Цифровізація в управлінні зеленим туризмом.....	48

3.6. Екологічна сертифікація та стандарти зеленого туризму.....	52
3.7. Оцінка економічної ефективності розвитку зеленого туризму.....	55
ВИСНОВКИ.....	58
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	62
ДОДАТКИ.....	64

ВСТУП

Зростання світового інтересу до сталого розвитку та збереження природної спадщини відкриває нові перспективи для сільських територій, багатих на унікальні природні та культурні ресурси. В цьому контексті зелений туризм постає не лише як перспективний напрямок туристичної діяльності, що відповідає принципам екологічної відповідальності, але й як важливий елемент підприємництва, здатний активізувати соціально-економічний розвиток сільських громад. Залучення місцевого населення до туристичної діяльності, використання місцевих ресурсів та збереження автентичності територій є ключовими характеристиками зеленого туризму, що вирізняють його серед інших видів туризму. Україна, володіючи значним потенціалом у сфері зеленого туризму – мальовничими ландшафтами, багатим біорізноманіттям та унікальною культурною спадщиною, – має всі передумови для його активного розвитку в сільських регіонах. Однак, ефективне використання цього потенціалу вимагає науково обґрунтованих підходів до управління, врахування специфіки сільських громад та забезпечення сталого розвитку територій. Актуальність дослідження зумовлена необхідністю пошуку ефективних механізмів розвитку підприємницької активності в сільській місцевості, сприяння зайнятості населення, збереження природних та культурних ресурсів, а також підвищення якості життя сільських громад через впровадження принципів зеленого туризму. Незважаючи на зростаючий інтерес до цієї сфери, питання управління зеленим туризмом як системним елементом підприємництва сільських громад потребують подальшого наукового осмислення та розробки практичних рекомендацій для їх ефективної реалізації в українських реаліях.

Метою даного дослідження є розробка теоретико-методичних засад управління зеленим туризмом як ефективного елемента підприємництва сільських громад.

Для досягнення поставленої мети визначено наступні завдання:

1. Розкрити сутність та особливості зеленого туризму та визначити його роль у розвитку сільських громад.
2. Проаналізувати світовий та вітчизняний досвід розвитку зеленого туризму.
3. Дослідити нормативно-правове регулювання зеленого туризму в Україні.
4. Оцінити сучасний стан розвитку зеленого туризму в сільських громадах [на прикладі конкретного регіону].
5. Виявити основні проблеми та перспективи розвитку зеленого туризму в досліджуваному регіоні.
6. Розробити стратегічні напрями управління зеленим туризмом як механізму розвитку підприємництва сільських громад.
7. Запропонувати практичні рекомендації щодо формування ефективної системи управління зеленим туризмом та залучення інвестицій.
8. Оцінити потенційну економічну ефективність розвитку зеленого туризму для сільських громад.

Об'єктом дослідження є процес управління зеленим туризмом.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних, методичних та практичних аспектів управління зеленим туризмом як елементом підприємництва сільських.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ ТА ЙОГО РОЛЬ У РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ГРОМАД

1.1. Сутність та особливості зеленого туризму

Зелений туризм визначається як екологічно чиста туристична діяльність з різними напрямками та значеннями. У широкому сенсі, зелений туризм – це бути екологічно чистим туристом або надавати екологічно чисті туристичні послуги. Концепція зеленого туризму була б дуже привабливою для туристичних підприємств та операторів через зростаючий тиск з боку уряду щодо покращення екологічної діяльності шляхом впровадження ефективних та відчутних методів управління навколишнім середовищем.

Зелений туризм – це форма туризму, що передбачає відвідування крихких, незайманих та відносно неушкоджених природних територій, що є низько масштабною та часто мало масштабною альтернативою стандартному комерційному туризму. Його метою може бути навчання мандрівника, надання коштів на збереження довкілля, пряма користь для економічного розвитку та розширення політичних можливостей місцевих громад або сприяння повазі до різних культур та прав людини. Екологи вважають зелений туризм критично важливим починанням, щоб майбутні покоління могли насолоджуватися місцями призначення, відносно не зачепленими втручанням людини. Крім того, отримання та просування міжнародно визнаних екологічних нагород відіграло б важливу роль у маркетингу туристичних послуг туристичними підприємствами.

Як результат, багато зацікавлених та відповідальних сторін висунули рекомендації щодо продуктів зеленого туризму для регулювання негативного впливу туризму. У цій концептуальній роботі зроблено спробу обговорити концепцію зеленого туризму, його процеси, а також пояснити підходи гілки зеленого (сільського) туризму, які можуть легітимно відкрити нові сфери для більш вибагливого та ширшого кола ринку, а туристи чи відвідувачі можуть насолоджуватися бажаним відпочинком з чистою совістю. Програми та плани відповідального зеленого туризму включають ті, що мінімізують негативні

аспекти традиційного туризму для навколишнього середовища та покращують культурну цілісність місцевого населення. Тому, окрім оцінки екологічних, соціальних та культурних факторів, невід'ємною частиною зеленого туризму є сприяння переробці, енергоефективності, збереженню водних ресурсів та створенню економічних можливостей для місцевих громад. З цих причин зелений туризм часто звертається до прихильників екологічної та соціальної відповідальності.

Маркетологи – як державні, так і приватні фахівці – які працюють у туристичному секторі, повинні розробляти найкращі зелені рішення для поточних та майбутніх стратегій. Необхідні реальні зелені альтернативи, щоб запропонувати нову перспективу (процес переосмислення) маркетингових стратегій туризму.

Тож визначимо що таке поняття «зелений туризм».

Зелений туризм (сільський) визначається як екологічно чиста туристична діяльність з різними напрямками та значеннями. У широкому сенсі, зелений туризм – це бути екологічно чистим туристом або надавати екологічно чисті туристичні послуги. Також визначенням зеленого туризму є – екотуризм відносно новий напрямок відпочинку, який досить часто плутають з кемпінгом, походами у гори та ночівлею у наметах, але це далеко не одне й те ж. Сільський або зелений туризм - це унікальна форма відпочинку у сільській місцевості з проживанням у приватних домогосподарствах місцевих жителів. Характерною особливістю сільського туризму є те, що гості розділяють побут, особисте майно та ресурси сільського населення. А передбачає сільський туризм ознайомлення з традиціями та культурою, а також вивчення та збереження навколишнього середовища та біорізноманіття.

За своєю суттю зелений туризм (сільський) обертається навколо трьох основних стовпів: збереження навколишнього середовища, соціокультурна повага та економічна життєздатність. Ці стовпи допомагають мандрівникам, туроператорам і менеджерам напрямків впроваджувати стійкі практики, які приносять користь як навколишньому середовищу, так і громадам, які вони

відвідують. З екологічної точки зору, зелений туризм робить сильний акцент на скороченні викидів вуглецю, збереженні природних ресурсів і захисті біорізноманіття. Мандрівникам рекомендується вибирати екологічно чисті помешкання, брати участь у природоорієнтованих заходах з мінімальним порушенням екосистем і підтримувати підприємства.

Однією з головних переваг зеленого туризму є його позитивний вплив на навколишнє середовище. Пропагуючи стійкі практики, такі як енергозбереження, скорочення відходів та використання відновлюваних ресурсів, зелений туризм допомагає мінімізувати екологічний слід від туристичної діяльності. Це призводить до зменшення вуглецевого сліду, зменшення забруднення, а також збереження природних середовищ існування та біорізноманіття. Крім того, зелений туризм заохочує мандрівників брати участь у природоорієнтованій діяльності, яка сприяє глибшому розумінню та розумінню навколишнього середовища. Ця підвищена оцінка може призвести до збільшення підтримки природоохоронних зусиль та захисту крихких екосистем.

Значну соціокультурну користь приносить і зелений туризм. Пропагуючи повагу до місцевих звичаїв, традицій і культури, вона допомагає зберігати та вшановувати культурну спадщину. Мандрівники мають можливість зануритися в автентичний культурний досвід, взаємодіяти з місцевими громадами та сприяти економічному зростанню цих громад шляхом купівлі продуктів і послуг місцевого виробництва.

Крім того, зелений туризм (сільський) часто призводить до створення робочих місць для місцевих жителів. Підтримуючи малий бізнес, еко-будиночки та туристичні ініціативи на рівні громад, зелений туризм генерує дохід для місцевих громад, розширюючи їх економічні можливості та зменшуючи залежність від зовнішніх джерел доходу. Для мандрівників зелений туризм пропонує унікальний і значущий досвід подорожей. Це дозволяє їм спілкуватися з природою, глибше розуміти місцеві культури та позитивно впливати на місця, які вони відвідують.

Зелений туризм надає можливості для особистісного зростання, саморефлексії та почуття задоволення, яке походить від відповідального та сталого подорожування. З точки зору бізнесу, впровадження практик зеленого туризму може призвести до конкурентної переваги. Демонструючи прихильність до сталого розвитку, компанії можуть залучити екологічно свідомих мандрівників, які активно шукають екологічно чисті варіанти. Ініціативи зеленого туризму також часто призводять до економії коштів за рахунок заходів з енергоефективності, скорочення відходів та операційної оптимізації.

1.2. Зелений туризм як елемент підприємництва сільських громад

Зелений туризм (сільський) у світовому туризмі має стратегічне значення для економічного розвитку, оскільки є важливим інструментом для змін, інновацій та генерування зростання. Туристична індустрія - це сектор економіки, в якому підприємництво має цінний внесок через диверсифікацію туристичних продуктів, товарів і послуг. Диверсифікація необхідна для задоволення підвищеного попиту на новий туристичний досвід і збільшення можливостей для сталого туризму в новому тисячолітті. Так звані «зелені підприємці» пропонують свої продукти чи послуги за допомогою екологічних процесів або чистих технологій, таких як екотуризм.

Метою даного дослідження є визначення зеленого підприємництва та аналіз можливостей, перспектив і тенденцій впровадження нової моделі зеленого підприємництва в екотуризмі. Дослідження показує, що управління еко-підприємствами, які створюються та розвивається в умовах глобальної економічної реальності, має здійснюватися переважно за рахунок таких трьох груп факторів: економічного, соціального та екологічного. Всі ці фактори позитивно впливають на результати діяльності еко-підприємства, сприяють зниженню витрат, поліпшенню якості та підвищенню вартості підприємства.

Туризм пов'язаний із захистом навколишнього середовища та соціальною відповідальністю бізнесу в глобальному масштабі. «Сільське» підприємництво тісно пов'язане з секторами, які зацікавлені у впровадженні різних видів еко-інновацій, таких як зменшення або запобігання негативному впливу на навколишнє середовище з метою досягнення віддачі та тривалих конкурентних переваг.

Інновації в екотуризмі можуть бути застосовані в наступних напрямках «зеленої економіки»:

- 1) охорона та ефективне управління екосистемами;
- 2) зменшення забруднення атмосферного повітря та шкідливих викидів;
- 3) стале використання водних ресурсів;
- 4) енергоефективність;
- 5) система поводження з відходами;
- 6) розвиток сталого і високопродуктивного сільського господарства;
- 7) виробництво органічних продуктів харчування тощо.

Велику роль у становленні та розвитку сільського зеленого туризму відіграє неприбуткова громадська організація – Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні, яка збирає і концентрує дані з різних регіонів країни, проводить конференції та тематичні виставки з метою популяризації відпочинку в українському селі, сприяє розвитку сільської інфраструктури, самозайнятості сільського населення, виховання поваги до краси рідного краю, гостинних мешканців сільської місцевості, збереженню існуючого культурного та історичного надбання Українського народу. За її ініціативою створені й успішно функціонують осередки сільського (зеленого) туризму у більшості областей України.

Розвиток сільського зеленого туризму в Україні підтримується спеціальними програмами Міжнародного фонду «Відродження», фонду «Євразія», Європейської федерації сільського зеленого туризму «Єврожітс» та іншими. Але цього недостатньо, щоб сільський зелений туризм в Україні відіграв роль каталізатора розвитку багатьох галузей економіки (сільське

господарство, транспорт, зв'язок, торгівля, будівництво тощо), став провідним чинником стабільного і динамічного збільшення надходжень до бюджету. Необхідно передусім здійснити законодавчо-нормативне врегулювання основ його функціонування. Нині тільки окремі аспекти діяльності сільського зеленого туризму регулюються Законом України про туризм, детальніше про це буде наведено в роботі далі, «по особисте господарське право» та інші. Разом з тим, прийнята 19 вересня 2007 р. Кабінетом Міністрів України Державна цільова програма розвитку українського села на період до 2015 року, на жаль, не передбачає жодних заходів щодо розвитку сільського зеленого туризму.

Для усунення наявних нормативно-правових прогалин у цій сфері та забезпечення пріоритетності розвитку сільського зеленого туризму доцільно прийняти окремий закон прямої дії «про сільський зеленний туризм» проєкт, якого розроблено за ініціативою Співки сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні та Інституту сільського розвитку і подано на розгляд до Верховної Ради. Такий підхід зумовлений тим, що туристична діяльність у сфері сільського зеленого туризму відрізняється від туристичної діяльності в цілому тим, що суб'єктами надання туристичних послуг є не професіонали, а господарі селянських особистих, підсобних та фермерських господарств, які спираються на наявні місцеві ресурси. Положення цього закону мають визначати загальні правові, організаційні та соціально-економічні засади реалізації державної політики України у цій сфері, сприятимуть заохоченню сільського населення до розвитку приватної ініціативи, до забезпечення самозайнятості та підвищення рівня і якості життя на селі. Забезпечити належний рівень національного стандарту послуг у сфері сільського зеленого туризму має підготовлений Державною службою курортів і туризму проєкт нормативного акту «Послуги туристичні. Туризм сільський зелений. Основні вимоги», який відповідає чинним стандартам європейського зразка.

1.3. Світовий та вітчизняний досвід розвитку зеленого туризму

На сучасному етапі розвитку туризму зелені (екологічно орієнтовані) форми відпочинку стали одними з найперспективніших у контексті глобальної стратегії сталого розвитку. У країнах із розвиненою туристичною інфраструктурою зелений туризм не тільки виконує рекреаційну функцію, а й слугує інструментом розвитку сільських територій, збереження природного середовища, підтримки місцевих громад і збереження традиційної культури.

Франція. Франція є одним з першовідкривачів у сфері зеленого туризму. Тут ще з 1950-х років активно функціонує національна мережа "Gîtes de France" — система сертифікованих сільських гостьових будинків, що об'єднує понад 60 000 об'єктів. Власники садиб проходять обов'язкову підготовку, дотримуються стандартів якості, а туристам гарантується екологічно безпечне, комфортне перебування.

Ключові особливості французького досвіду:

- активна участь держави у фінансуванні;
- розвинена система класифікації та сертифікації;
- створення туристичних маршрутів з фокусом на природу, гастрономію та традиції;
- підтримка фермерських господарств як учасників туристичного ринку.

Італія. В Італії поширеним є явище агротуризму, яке поєднує сільське господарство та надання туристичних послуг. Законодавство Італії дозволяє фермерським господарствам розширювати джерела прибутку шляхом відкриття міні-готелів, ресторанів, проведення екскурсій, майстер-класів із приготування традиційних страв тощо.

Італійський агротуризм:

- отримує дотації ЄС;
- має високий рівень популярності серед європейських туристів;
- розвивається із збереженням локальної ідентичності.

Німеччина. У Німеччині сільський туризм має чітке законодавче регулювання та тісно інтегрований у загальнонаціональну туристичну політику. Організація «Landurlaub Deutschland» координує роботу понад 8000 сільських

садиб. Тут робиться акцент на екологічну відповідальність, органічне виробництво, комфорт туриста та енергозбереження.

Крім того, велика увага приділяється:

- велосипедному туризму;
- зеленим сертифікаціям (як-от "Blue Angel");
- просуванню сільських територій через цифрові платформи.

Скандинавські країни. Швеція, Норвегія та Фінляндія демонструють приклад екологічно-збалансованого туризму. Туристам пропонуються маршрути з мінімальним впливом на природу, включаючи:

- кемпінги з енергозберігаючими технологіями;
- спостереження за дикою природою;
- активні види туризму в природному середовищі.

Держава підтримує такі ініціативи через податкові пільги, освітні програми та просування національного бренду як еко-дестинації.

США. У США зелений туризм часто подається в контексті «rural tourism» або «eco-farming tourism». Тут великого значення надають освітньому компоненту — туристи знайомляться з життям фермерів, беруть участь у польових роботах, вивчають екологічне землеробство.

Особливості американського досвіду:

- широке застосування грантової підтримки на місцевому рівні;
- маркетинг регіональних маршрутів (наприклад, «Wine Trails», «Cheese Roads»);
- інтеграція у національні екологічні стратегії.

Вітчизняний досвід розвитку зеленого туризму. В Україні зелений туризм почав формуватися на зламі XX–XXI століть, переважно завдяки ініціативам мешканців сільських територій, які прагнули створити додаткові джерела доходу. У 2000-х роках з'явилася «Спілка сприяння розвитку «сільського» зеленого туризму в Україні», яка стала рушієм популяризації цієї форми туризму на державному рівні.

Найбільш сприятливими регіонами для розвитку зеленого туризму в Україні є:

- Карпати (Івано-Франківська, Закарпатська, Львівська області) — традиційна культура, гори, етнографічна спадщина;
- Поділля (Вінницька, Хмельницька області) — м'який клімат, гастрономія, ландшафти;
- Полісся (Волинь, Рівненщина) — дикі ліси, озера, фольклор;
- Буковина — мультикультурне середовище, традиційні ремесла, природні пам'ятки.

Українські садиби зазвичай пропонують:

- проживання у традиційних будинках;
- місцеву кухню (власного виробництва);
- участь у ремеслах, народних святах;
- екологічно чисту місцевість і спокійне середовище.

Проблеми та виклики вітчизняного зеленого туризму:

1. Відсутність системної державної підтримки. Законодавство недостатньо стимулює розвиток сільського туризму, немає податкових пільг, чіткої програми фінансування.

2. Низький рівень інфраструктури. Часто у селах відсутні зручні дороги, інтернет-зв'язок, елементарна туристична інфраструктура.

3. Недостатня маркетингова підтримка. Більшість садіб просуваються через приватні сайти або соцмережі, без участі держави або туристичних агенцій.

4. Відсутність сертифікації. Немає єдиної системи сертифікації, яка б гарантувала туристу певний рівень сервісу.

Світовий досвід розвитку зеленого туризму доводить, що за умови скоординованої політики, підтримки місцевих громад і збереження природного середовища ця галузь може стати потужним інструментом сталого розвитку. В Україні зелений туризм має великий потенціал, проте потребує системного підходу: створення законодавчої бази, державного фінансування, сертифікації

садиб і залучення інвестицій. Успішне впровадження європейських практик дозволить створити конкурентоспроможний внутрішній туристичний продукт і сприятиме економічному піднесенню сільських територій.

1.4. Нормативно-правове регулювання зеленого туризму в Україні

Зелений туризм, як відносно новий, але активно розвиваючий напрям туристичної діяльності в Україні, потребує чіткої законодавчої регламентації, що визначає правовий статус його суб'єктів, дозволені види діяльності, механізми господарювання, питання безпеки, якості послуг, охорони довкілля та фіскального навантаження. Попри те, що зелений туризм ще не виділено як окремий вид туризму у більшості нормативно-правових актів, законодавча база України містить низку положень, які прямо або опосередковано регулюють його функціонування. Комплексне дослідження нормативного забезпечення є необхідним для оцінки правових умов ведення підприємницької діяльності в сфері зеленого туризму, особливо в сільській місцевості.

Закон України «Про туризм» (№ 324/95-ВР від 15.09.1995 р.) Цей Закон є базовим нормативним актом, який визначає правові засади здійснення туристичної діяльності в Україні. У статті 1 Закону наводиться визначення туризму як тимчасового виїзду особи за межі постійного місця проживання з метою відпочинку, оздоровлення, пізнання, тощо, без здійснення оплачуваної діяльності. Закон розмежовує такі поняття, як внутрішній, в'їзний, виїзний, міжнародний та сільський туризм. Зелений туризм напряму не згадується, однак його вважають формою сільського туризму, що є окремим різновидом внутрішнього туризму, орієнтованим на відпочинок у сільській місцевості, взаємодію з природним середовищем і традиційною культурою.

Незважаючи на загальний характер регулювання, закон встановлює права та обов'язки суб'єктів туристичної діяльності, зокрема, в частині укладання договорів на туристичне обслуговування, відповідальності за якість послуг, забезпечення безпеки туристів тощо. Також визначено засади ліцензування (де це потрібно), реєстрації операторів, права туристів на достовірну інформацію,

страхування, компенсацію шкоди тощо. Однак, закон не враховує специфіку діяльності приватних осіб, які ведуть господарство без реєстрації юридичної особи — тобто саме ту категорію, яка переважає серед учасників зеленого туризму.

Закон України «Про особисте селянське господарство» (№ 742-IV від 15.05.2003 р.) Оскільки велика частина садиб зеленого туризму функціонує в межах особистих селянських господарств (ОСГ), цей закон має безпосереднє значення для правової легітимізації діяльності у сфері сільського туризму. Згідно зі статтею 1 закону, ОСГ — це форма непідприємницької діяльності громадян, метою якої є задоволення особистих потреб шляхом ведення сільського господарства. Однак фактично багато ОСГ надають платні послуги з розміщення, харчування, дозвілля, не маючи статусу підприємця.

Це створює правову колізію: з одного боку, ОСГ не вважаються суб'єктами господарювання, тому формально не підпадають під дію Господарського кодексу; з іншого — вони здійснюють діяльність, яка має ознаки підприємництва. Відсутність чіткої законодавчої позиції щодо легальності туристичних послуг, наданих ОСГ, призводить до ризиків штрафів, неможливості участі в грантових програмах, відсутності податкових пільг або навпаки — необхідності переходу на складніші форми обліку.

Господарський та Цивільний кодекси України. Господарський кодекс України регламентує підприємницьку діяльність, у тому числі на ринку туристичних послуг. Згідно зі статтею 42 ГКУ, підприємництво — це самостійна, ініціативна, систематична діяльність суб'єктів господарювання, що здійснюється на власний ризик з метою отримання прибутку. У зв'язку з цим власники туристичних садиб, які працюють як фізичні особи — підприємці (ФОП), зобов'язані дотримуватись норм, пов'язаних з укладанням договорів, сплатою податків, реєстрацією видів діяльності (КВЕД 55.20, 55.90, 79.12 тощо).

Цивільний кодекс України також регулює питання укладення договорів між туристом і надавачем послуг, відповідальність за порушення умов, правила

повернення коштів, відшкодування моральної та матеріальної шкоди. Також передбачено основи договірних зобов'язань у сфері надання послуг — що важливо для формалізації відносин із туристами, туроператорами, страховими компаніями.

Закон України «Про охорону навколишнього природного середовища» та «Про природно-заповідний фонд України». Зелений туризм як форма екологічно чутливої туристичної діяльності нерозривно пов'язаний із природним середовищем. Закон «Про охорону навколишнього природного середовища» встановлює загальні вимоги до екологічної безпеки, допустимих форм використання природних ресурсів, права та обов'язки фізичних та юридичних осіб щодо збереження довкілля. У випадку туристичної діяльності в межах заповідників, заказників, регіональних ландшафтних парків необхідне дотримання режимів охорони та рекреаційного навантаження.

Закон «Про природно-заповідний фонд України» визначає правовий статус природоохоронних територій, обмеження господарської діяльності та умови рекреаційного використання. У низці випадків, для розміщення туристів у таких зонах, потрібні дозволи або погодження з органами охорони природи, що є складною процедурою для малих господарств.

Земельне законодавство. Відповідно до Земельного кодексу України, землі сільськогосподарського призначення не можуть використовуватися не за цільовим призначенням. Це створює серйозну проблему для власників садиб, які прагнуть надавати туристичні послуги, не змінюючи цільового призначення своїх земельних ділянок. Процедура зміни цільового призначення тривала, бюрократизована та пов'язана з додатковими фінансовими витратами. Це знижує легальну активність та стимулює тіньову зайнятість у сфері сільського туризму.

Потрібне створення правового механізму, який дозволив би надавати послуги зеленого туризму на базі приватної садиби, розташованої на землях ОСГ, без обов'язкової зміни цільового призначення — за умови дотримання екологічних, санітарних та безпекових норм.

Податкове законодавство. Податковий кодекс України визначає загальні принципи оподаткування суб'єктів господарювання, в тому числі фізичних осіб — підприємців, які займаються наданням туристичних послуг. ФОП, що працюють на спрощеній системі оподаткування (1–3 група), можуть вести діяльність у сфері розміщення, харчування, організації відпочинку. Однак значна частина сільських господарів не реєструється як ФОП, що створює ризики штрафів, особливо у випадках перевірок ДПС або споживчого контролю.

На сьогодні не існує спеціальних податкових пільг для зеленого туризму. Пропозиції громадських організацій щодо введення нульової ставки для ОСГ, які надають послуги не більше 90 днів на рік, залишаються на рівні законопроектів. Водночас легалізація діяльності дозволяє брати участь у грантових програмах, отримувати пільгове кредитування та підвищувати якість послуг.

Нормативи безпеки та якості. Організація зеленого туризму повинна відповідати вимогам щодо санітарно-гігієнічних норм, пожежної безпеки, екологічної безпеки, страхування туристів та технічного стану будівель. Проблемою залишається відсутність чітких стандартів саме для малих господарств — більшість існуючих вимог орієнтовані на готельні комплекси або заклади громадського харчування. Необхідно розробити національні стандарти для агроосель, адаптовані до сільських умов, що дозволить підвищити рівень довіри споживача і полегшить доступ до ринку.

Правове регулювання зеленого туризму в Україні базується на фрагментарному підході, де ключові аспекти діяльності регулюються різними галузями права — туристичним, господарським, цивільним, земельним, екологічним, податковим. Відсутність чітко виокремленого законодавчого поля для зеленого туризму створює низку правових ризиків, колізій та організаційних труднощів для його учасників.

Необхідним є:

1. Прийняття спеціального підзаконного акту, який би врегулював діяльність садиб сільського туризму.
2. Адаптація податкової системи до умов мікробізнесу в сільській місцевості.
3. Спрощення процедури зміни цільового призначення земель або створення винятків для короткотермінової туристичної діяльності.
4. Запровадження національного реєстру садиб зеленого туризму, який би поєднував інформацію про стандарти якості, сертифікацію, навчання та підтримку господарів.

Лише за умов комплексного підходу до правового регулювання зелений туризм зможе реалізувати свій потенціал як механізм підприємницького розвитку сільських громад.

1.5. Механізми впливу зеленого туризму на зайнятість і добробут сільського населення

У сучасних умовах соціально-економічної трансформації сільських територій, зумовленої процесами децентралізації, демографічного старіння, міграційної мобільності та структурних змін у сільському господарстві, пошук альтернативних форм зайнятості та джерел доходів для сільського населення набуває критичної важливості. Одним із дієвих механізмів стабілізації соціально-економічного середовища у селі виступає розвиток зеленого (сільського) туризму як форми малого підприємництва, яка поєднує екологічну свідомість, локальну самозайнятість та сталий розвиток.

Зелений туризм як вид діяльності передбачає надання туристичних послуг сільськими домогосподарствами або малими підприємствами на базі природних, культурних і побутових ресурсів села. Основними учасниками процесу стають мешканці сільської місцевості, які самостійно організовують прийом туристів, забезпечують проживання, харчування, дозвілля, екскурсійне обслуговування, що в свою чергу створює цілий спектр нових можливостей для

соціально-економічної активності. Основним і найочевиднішим механізмом впливу зеленого туризму на зайнятість є створення нових робочих місць у сільських громадах. Зокрема, відкриття садиб, кемпінгів, екоферм та мініготелів передбачає залучення працівників до:

1. Надання готельних послуг (прийом, обслуговування гостей, прибирання, адміністрація).
2. Приготування страв локальної кухні.
3. Проведення майстер-класів, екскурсій, фольклорних подій.
4. Догляду за територією, господарством, транспортного забезпечення.

Ці робочі місця часто не потребують високої кваліфікації, але дозволяють залучити до зайнятості осіб з низьким рівнем формальної освіти, пенсіонерів, молодь, жінок — тобто групи, які найчастіше є соціально вразливими в контексті сільського безробіття. Зелений туризм відкриває широкі можливості для формування самозайнятих господарств, які самостійно ведуть діяльність без формального найму. Такі особи можуть реєструватися як фізичні особи—підприємці або діяти в межах особистих селянських господарств, відповідно до законодавства. Самозайнятість у зеленому туризмі часто базується на використанні власних ресурсів (будинки, господарство, кухня, земля), що мінімізує стартові витрати та ризики. При цьому зростає економічна незалежність домогосподарств, формуються підприємницькі навички, підвищується фінансова грамотність сільського населення.

Економічна активність, пов'язана із зеленим туризмом, має чітко виражений мультиплікативний характер: вона сприяє розвитку суміжних галузей та стимулює внутрішній ринок громади. Зокрема:

1. Зростає попит на локальні продукти (молоко, м'ясо, овочі, фрукти, мед, випічка), що підтримує малих фермерів.
2. Розвивається сфера послуг — транспорт, торгівля, ремесла, сувенірна продукція.
3. Підвищується інтерес до локальної культурної спадщини, що стимулює організацію музеїв, фестивалів, шкіл народного мистецтва.

4. Збільшується надходження до місцевих бюджетів через податки та туристичні збори.

Таким чином, зелений туризм стимулює економічну активізацію всієї громади, зміцнює локальні ланцюги доданої вартості та сприяє формуванню нової соціальної ідентичності на основі гордості за власний край. У довгостроковій перспективі зелений туризм сприяє реальному покращенню якості життя сільського населення. Це відбувається завдяки:

1. Стабільному приросту доходів домогосподарств.
2. Інвестуванню в інфраструктуру (дороги, освітлення, каналізація, зв'язок).
3. Модернізації житлових будівель та прибудинкових територій.
4. Активізації соціального життя, посиленню горизонтальних зв'язків між мешканцями.

Крім того, зменшується трудова міграція, особливо серед молоді, яка має альтернативу виїзду у великі міста чи за кордон. В умовах післявоєнного відновлення України зелений туризм може стати важливим запобіжником проти депопуляції села. Розвиток зеленого туризму відкриває нові можливості для інтеграції соціально вразливих категорій населення, зокрема:

1. Осіб з інвалідністю — через організацію інклюзивних туристичних продуктів.
2. Ветеранів та внутрішньо переміщених осіб — через участь у проектах зеленого туризму.
3. Жінок — як власниць туристичних садіб, організаторок культурних заходів.
4. Людей похилого віку — як носіїв традицій, ремесл, кухні, що мають високу туристичну цінність.

Це сприяє соціальній згуртованості, розвитку громади як єдиного соціального організму. Зелений туризм — це не лише спосіб організації відпочинку, але й потужний інструмент соціально-економічного піднесення сільських громад, що об'єднує економічну ефективність, зайнятість, екологічну

безпеку та соціальну інтеграцію. Його розвиток дозволяє реалізувати потенціал сільських територій, зменшити рівень безробіття, підвищити доходи місцевого населення та створити передумови для формування сталого середовища.

Таблиця 1.1 – Вплив розвитку зеленого туризму на соціально-економічні показники сільських громад (на прикладі умовних даних по громадах Одеської області, 2020–2024 рр.)

Показник / Громада	2020 рік	2021 рік	2022 рік	2023 рік	2024 рік (прогноз)
Кількість садиб зеленого туризму	18	32	51	67	85
Залучено туристів, осіб	3 200	5 800	9 400	12 700	15 500
Середній дохід на 1 садибу (грн)	38 000	58 000	74 000	93 000	110 000
Кількість створених робочих місць	45	87	135	168	210
Частка зайнятого населення, %	47,2	49,6	53,1	56,3	59,8
Середній дохід домогосподарства (грн/міс)	7 600	8 400	9 300	10 500	11 700
Внесок до місцевого бюджету, тис. грн	290	460	730	960	1 180

У період 2020–2023 рр. спостерігається динамічне зростання кількості туристичних садиб, що спричинило пропорційне збільшення зайнятості у сфері послуг. Середній дохід домогосподарств у громадах, де активно розвивається зелений туризм, збільшився майже на 54% за чотири роки. Внески до місцевих бюджетів від суб'єктів зеленого туризму зросли в чотири рази, що свідчить про економічну доцільність підтримки цього сектору. Прогноз на 2024 рік демонструє стійку позитивну динаміку — потенціал до масштабування

збережено, за умови підтримки з боку держави, інвесторів та місцевого самоврядування.

У подальших розділах дипломної роботи буде представлено конкретні регіональні приклади впровадження цих механізмів, зокрема на базі громад Одеської області, з оцінкою ефективності та перспектив розвитку цього напрямку в умовах сучасної соціально-економічної ситуації в Україні.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ РОЗВИТКУ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В СІЛЬСЬКИХ ГРОМАДАХ

2.1. Теоретичні засади оцінки потенціалу регіону для розвитку зеленого туризму

Поняття потенціалу регіону в контексті зеленого туризму охоплює сукупність природних, соціокультурних, історико-архітектурних, інфраструктурних і людських ресурсів, які можуть бути використані для створення конкурентоспроможного туристичного продукту з урахуванням принципів сталого розвитку. Важливою особливістю зеленого туризму є тісний взаємозв'язок між довкіллям, місцевими спільнотами та туристичною діяльністю, що передбачає гармонійне співіснування людини і природи.

Оцінка потенціалу регіону для розвитку зеленого туризму повинна враховувати: наявність цінних природних ландшафтів і ресурсів, що формують основу рекреаційної привабливості; рівень збереження традиційної культури, ремесл, обрядів, які становлять основу етнотуризму; наявність туристично придатної інфраструктури, включно з сільськими садибами, екофермами, місцевими дорогами, доступом до мобільного зв'язку та інтернету; готовність місцевого населення до участі в туристичній діяльності, зокрема в обслуговуванні гостей, проведенні майстер-класів, гастрономічних подій тощо.

Невід'ємною складовою є природно-ресурсний потенціал. Природно-ресурсний потенціал — це сукупність елементів природного середовища, які можуть бути використані як ресурсна база для організації туризму. У сфері

зеленого туризму його головним завданням є створення умов для відпочинку в екологічно чистому середовищі, у гармонії з природою.

Основними складовими природно-ресурсного потенціалу регіону для цілей зеленого туризму є:

Кліматичні умови. Регіони із помірним кліматом, невеликими сезонними коливаннями температур, достатньою кількістю опадів і тривалим теплим періодом мають значну привабливість для туристів. Комфортні погодні умови дають змогу організовувати відпочинок на відкритому повітрі протягом тривалого часу: від весни до осені.

Рельєф та ландшафтне різноманіття. Наявність пагорбів, ярів, балок, річкових долин, степових просторів або лісових масивів формує естетичну привабливість території. Особливо цінними для зеленого туризму є природно-заповідні території, включно з національними парками, заказниками, ботанічними садами, які сприяють розвитку екологічних маршрутів, фототуризму, спостереження за дикою природою.

Водні ресурси. Чиста прісна вода, наявність річок, ставків, джерел, озер, а також лікувальних мінеральних вод сприяє розвитку як активного (сплави, рибальство), так і оздоровчого туризму. Окрім того, естетичне сприйняття водних ландшафтів підсилює рекреаційну цінність території.

Лісові ресурси. Ліси є джерелом біологічного різноманіття, забезпечують затінок, чисте повітря, можливості для активного відпочинку, включаючи піші, велосипедні та кінні маршрути. У лісових регіонах можливе проведення занять з лісотерапії, збору лікарських рослин, грибів, ягід, що є додатковими туристичними приладами.

Екологічна безпека. Важливим фактором є відсутність інтенсивної промислової діяльності, низький рівень техногенного навантаження, чисте повітря та вода, відсутність забруднення ґрунтів. Це особливо важливо для залучення сімей з дітьми, осіб старшого віку, прихильників здорового способу життя.

Таким чином, природно-ресурсний потенціал є основою для розвитку зеленого туризму, забезпечуючи не лише матеріальні ресурси, а й емоційне, естетичне задоволення туристів, формуючи позитивний імідж регіону. Соціокультурний потенціал — це сукупність історичних, культурних, освітніх, духовних, ментальних та поведінкових характеристик населення регіону, які становлять його особливу цінність для туриста.

Збереження традиційного укладу життя. Сільський побут, господарювання, натуральне виробництво продуктів харчування, використання коней, возів, печей, ручної праці тощо створюють атмосферу автентичності та приваблюють міського туриста, який прагне «втечі» від технологічного світу.

Народна культура та ремесла. Місцеві ремесла — вишивка, ткацтво, лозоплетіння, гончарство, різьблення по дереву — можуть бути інтегровані в туристичну пропозицію у вигляді майстер-класів, ярмарків, сувенірної продукції. Це не лише збагачує туристичний досвід, але й сприяє збереженню нематеріальної культурної спадщини.

Гастрономічна культура. Традиційні страви, приготовлені за давніми рецептами із локальних продуктів, стають важливою складовою емоційного туризму. Організація дегустацій, сільських свят, фестивалів домашньої їжі створює додану вартість туристичних послуг.

Історико-культурна спадщина. Пам'ятки архітектури, дерев'яні церкви, етнографічні музеї, історичні локації, кургани, залишки поселень — все це дає змогу сформувати тематичні екскурсійні маршрути, що поєднують пізнавальний, духовний і емоційний аспекти подорожі.

Активність місцевих громад. Ефективний розвиток зеленого туризму можливий лише за умови активної участі місцевих жителів: господарів садиб, майстрів, гідів, волонтерів. Відкритість до співпраці, гостинність, готовність до навчання, формування кластерів та кооперативів підвищують якість надання послуг.

Подієвий та обрядовий туризм. Проведення календарних свят (Івана Купала, Великдень, Різдво, Андріївські вечорниці), весільних обрядів,

театралізованих дійств дає можливість туристам стати учасниками унікального культурного дійства. Така інтерактивність підсилює емоційне враження та формує лояльність до регіону. Сукупність природно-ресурсного і соціокультурного потенціалу створює сприятливі передумови для сталого розвитку зеленого туризму в регіоні. Природна краса, екологічна чистота, автентичність культури та традицій, активність місцевого населення є основними чинниками туристичної привабливості. За умови раціонального використання цих ресурсів і впровадження ефективної туристичної політики регіон має всі шанси стати успішною локацією на ринку внутрішнього та міжнародного туризму.

2.2. Аналіз інфраструктури зеленого туризму на прикладі Запорізької області

Запорізька область, розташована у південно-східній частині України, має сприятливі передумови для розвитку різних видів туризму, зокрема зеленого (сільського, екологічного, етнографічного). Географічне положення, природне розмаїття, наявність річки Дніпро, степових просторів, природних заповідників, а також багата історико-культурна спадщина створюють умови для туристичної привабливості регіону.

Однак ефективність розвитку зеленого туризму безпосередньо залежить від рівня розвитку інфраструктури — як базової (транспортної, комунікаційної, інженерної), так і туристично-рекреаційної (заклади розміщення, харчування, дозвілля). Більшість сільських територій, де потенційно може розвиватися зелений туризм, мають доступ до доріг з твердим покриттям. Проте якість дорожнього покриття у віддалених районах (наприклад, у Василівському, Пологівському, Бердянському районах) є незадовільною, що ускладнює логістику туристичних маршрутів. Одним із основних елементів інфраструктури зеленого туризму є сільські садиби, приватні садиби

відпочинку, фермерські господарства, які надають послуги з проживання, харчування та дозвілля.

У Запорізькій області такі об'єкти зосереджені переважно в таких районах:

Василівський район (с. Балки, с. Скельки): наявні фермерські садиби, які пропонують розміщення, риболовлю, прогулянки на човнах по Дніпру.

Оріхівський район (с. Преображенка, с. Новопавлівка): організовані невеликі агросадиби з елементами етнотуризму.

Бердянський район: зелений туризм поєднується з морським — діють екофазенди, мініготелі зі спрощеним рівнем обслуговування.

Станом на 2021 рік в області було зареєстровано близько 40–50 об'єктів сільського зеленого туризму, проте значна частина з них працює сезонно або без належної юридичної реєстрації. Більшість садиб пропонують базовий рівень комфорту (кімнати у приватному будинку, спільна кухня, вигоди на подвір'ї), що відповідає формату бюджетного еко-відпочинку. У межах зеленого туризму важливу роль відіграє локальна гастрономія.

На території Запорізької області діє понад 120 малих фермерських господарств, що займаються виробництвом органічної продукції: сири, мед, овочі, виноград, консервація. Частина з них приймає туристів на дегустації або проводять тематичні майстер-класи (наприклад, виготовлення домашнього сиру чи варення). Однак організовані маршрути гастрономічного туризму поки що не розвинуті системно. Є перспективи для створення регіонального бренду фермерських еко-продуктів і кооперації з садибами сільського туризму.

У межах сільського зеленого туризму пропонуються наступні види дозвілля:

риболовля, збирання грибів і лікарських трав;

екскурсії до історико-культурних об'єктів (острів Хортиця, заповідник Кам'яна Могила, Скіфське городище, музей "Скіфська Січ" у с. Веселе);

етнографічні програми: участь у народних святах, обрядових дійствах, вивчення козацьких традицій;

веломаршрути, кінні прогулянки, відвідування міні-ферм.

Існують також локальні туристичні ініціативи — наприклад, фестиваль «Козацькі забави» або «День пасічника», які залучають туристів до життя сільської громади. У більшості населених пунктів області забезпечено покриття мобільного зв'язку та доступ до інтернету, що є важливою умовою для туристів, особливо молоді. Разом із тим, в окремих селищах зв'язок нестабільний або обмежений (наприклад, в лісостепових або заповідних зонах).

Щодо банківських сервісів — POS-термінали та банкомати є лише в більших населених пунктах, що створює незручності в розрахунках у віддалених селах. Проблеми та перспективи розвитку інфраструктури зеленого туризму в Запорізькій області.

Основною проблемою на тепер є окупація частини запорізької області, але розглянемо проблеми не включаючи окупацію, бо проблематика в більшості областей є однаковою. Тож вирішення цих проблем може бути частково універсальним методом успішності зеленого (сільського) туризму в регіоні.

Основні проблеми:

Відсутність координації між суб'єктами туризму (садиби, місцева влада, громадські організації);

Недостатня підтримка малого підприємництва у сфері туризму;

Брак маркетингу й промоції туристичних маршрутів;

Низький рівень підготовки персоналу (господарів садиб, екскурсоводів);

Незадовільний стан доріг у сільській місцевості.

Які існують рішення для перспективного розвитку?

Створення регіональної програми розвитку зеленого туризму; Розвиток кластерів сільського туризму із залученням громад; Підтримка навчання для власників садиб (маркетинг, обслуговування, сертифікація); Розширення туристичної пропозиції за рахунок гастрономічних, етнографічних та аграрних маршрутів; Популяризація екотуризму у поєднанні з історико-культурним надбанням Запорізького краю.

Інфраструктура зеленого туризму в Запорізькій області перебуває на етапі становлення. Попри значний природний і культурний потенціал, рівень розвитку туристичних послуг залишається фрагментарним. Основні проблеми пов'язані з недостатнім рівнем інвестицій, відсутністю системного планування та низькою поінформованістю потенційних туристів. Проте, завдяки активності місцевих громад, наявності унікальних природних об'єктів і розвитку аграрного сектору, регіон має перспективи для розбудови конкурентоспроможної інфраструктури зеленого туризму.

2.3. Аналіз впливу зеленого туризму на соціально-економічний розвиток сільських громад (на прикладі одеської області)

Зелений туризм є ефективним інструментом підвищення добробуту сільського населення, стимулювання зайнятості та активізації місцевого економічного життя. В умовах депопуляції села, занепаду традиційних форм господарювання та нерівномірного розвитку регіонів, цей вид туризму може стати потужним каталізатором соціально-економічного оновлення. Одеський регіон — один із найперспективніших у цьому напрямі завдяки сприятливим природним умовам, багатій культурній спадщині та транскордонному розташуванню.

У цьому розділі проаналізуємо, яким чином розвиток зеленого туризму впливає на зайнятість, доходи та інфраструктуру сільських громад Одеської області. У сільських громадах Одещини (особливо у Болградському, Ізмаїльському, Татарбунарському, Білгород-Дністровському районах) зелений туризм стимулює розширення зайнятості як у традиційних сферах (аграрне виробництво, обслуговування), так і в нових (екскурсійна справа, культурна анімація, готельно-ресторанний бізнес).

Зокрема, фермерські господарства, приватні садиби та малі підприємства створюють сезонні та постійні робочі місця для:

- господарів садиб (житло, харчування, екскурсії);

- кухарів, водіїв, аніматорів, гідів;
- ремісників, які продають сувеніри чи проводять майстер-класи;
- працівників супутньої інфраструктури (технічне обслуговування, озеленення, прибирання, логістика).

За оцінками департаменту туризму Одеської ОВА, лише за 2023 рік зелені туристичні об'єкти у регіоні створили понад 450 робочих місць, з яких щонайменше 60% було зайнято мешканцями місцевих сіл. Збільшення доходів місцевого населення. Один із головних ефектів зеленого туризму — диверсифікація джерел доходу сільського населення. Завдяки наданню туристичних послуг (проживання, харчування, розваги, екскурсії), місцеві мешканці отримують додатковий дохід, не змінюючи постійного місця проживання та способу життя. На прикладі сіл Молочне (Білгород-Дністровський район) і Лиман (Татарбунарський район), де активно працюють приватні садиби, можна відзначити зростання середнього доходу на домогосподарство на 20–30% за рахунок туристичних надходжень у літній сезон. Додатково, жителі реалізують продукти власного виробництва (вино, сир, мед, овочі, фрукти, випічка), що створює внутрішній ринок збуту та підвищує стійкість локальної економіки.

За даними дослідження 2013 року (стаття «Сучасний стан та перспективи розвитку...») у 2012–2013 роках спостерігався значний ріст: кількість суб'єктів туристичної діяльності зросла з 289 до 302 (+4,5 %), а кількість суб'єктів саме зеленого туризму сягнула майже 8 % від загального їх числа. Водночас частка доходів від сільського зеленого туризму у загальному обсязі зросла до 5,8 %, що в абсолютних грошах становило понад 126 млн. грн. Зелений туризм у громадах Одеської області спричиняє активізацію локального розвитку.

Показники зеленого туризму в Одеському регіоні (2010–2013) можна розглянути в таблиці 2.1.

Таблиця 2.1 – Показники зеленого туризму в Одеському регіоні (2010–2013)

Рік	Кількість садиб	Кількість туристів	Доходи (млн. грн.)
2010	3	500	28.5
2011	4	950	52.7
2012	6	1300	93.2
2013	7	1566	126.8

У с. Шабо створення винного туристичного комплексу сприяло реконструкції центральної площі, будівництву громадських туалетів, прокладанню велодоріжки, що принесло додаткові вигоди усім мешканцям села. Соціальний капітал і згуртованість громад Залучення мешканців сіл до туристичної діяльності підвищує громадську активність, сприяє створенню кооперативів, ініціативних груп, неформальних об'єднань, які працюють над поліпшенням якості життя в селі.

Такі приклади спостерігаються у: с. Орлівка (Ренійський район), де громада самостійно облаштувала причал для туристичних прогулянок Дунаєм; с. Приморське (Кілійський район), де місцеві жінки створили культурно-етнографічний центр з метою збереження бессарабських традицій. Розвиток зеленого туризму також сприяє збереженню культурної спадщини: народних ремесел, пісень, кулінарних традицій, мови та діалектів. Туризм дає мешканцям стимул до збереження ідентичності, яка стає туристичним продуктом.

Незважаючи на позитивну динаміку, вплив зеленого туризму на сільські громади Одещини супроводжується певними труднощами:

- нестача інвестицій у модернізацію садиб і супутньої інфраструктури;
- обмежені маркетингові можливості для просування регіональних туристичних продуктів;
- низький рівень підготовки кадрів (гостинність, обслуговування, іноземні мови);
- відсутність координації між громадами, місцевою владою та туристичним бізнесом.

Зелений туризм відіграє все важливішу роль у соціально-економічному розвитку сільських територій Одеської області. Його вплив проявляється у створенні робочих місць, зростанні доходів місцевого населення, пожвавленні підприємництва та модернізації інфраструктури. Особливо помітним є ефект у громадах, які мають унікальний природний або культурний ресурс і спроможні згуртуватися навколо туристичних ініціатив.

Надалі зелений туризм в регіоні потребує більш активної державної та регіональної підтримки, стимулювання кооперації, впровадження стандартів якості та стійкого розвитку. У поєднанні з освітніми і маркетинговими заходами це дозволить зробити сільські громади Одещини не лише привабливими для туристів, а й життєздатними та економічно незалежними.

РОЗДІЛ 3. УПРАВЛІННЯ ЗЕЛЕНИМ ТУРИЗМОМ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ МЕХАНІЗМ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА СІЛЬСЬКИХ ГРОМАД

3.1. Розробка стратегії розвитку зеленого туризму в одеському регіоні

Розробка стратегії розвитку зеленого туризму на регіональному рівні є ключовим інструментом активізації місцевих ініціатив, підвищення економічної самостійності громад, а також збереження природної та культурної спадщини. В умовах децентралізації та реформування адміністративно-територіального устрою України, кожен регіон має можливість реалізувати власний унікальний підхід до формування туристичної політики, орієнтованої на сталий розвиток.

Першим етапом стратегії є глибоке дослідження природних, економічних та соціокультурних ресурсів. Для Одеської області це передусім: Природний потенціал: наявність унікальних ландшафтів — узбережжя Чорного моря, лимани, Національний природний парк «Тузлівські лимани», заповідник «Дунайські плавні», виноградники, степові екосистеми. Це створює ідеальні умови для організації активного екологічного та відпочинкового туризму.

Культурна спадщина: у регіоні проживають десятки етнічних груп — болгари, гагаузи, молдовани, євреї, албанці. Їхні традиції, обряди, кухня, ремесла можуть стати основою автентичного туристичного продукту.

Географічне положення: прикордонне розташування Одещини сприяє транскордонному співробітництву, залученню іноземних туристів, особливо з Молдови, Румунії та Болгарії.

Сільське населення: у сільських громадах області мешкає понад 1 млн осіб, з яких значна частина потенційно може бути залучена до сфери туризму. Водночас рівень безробіття і трудової міграції високий — саме зелений туризм може виступити альтернативою виїзду за кордон. Для ефективної оцінки потенціалу доцільно використовувати картографічне зонування, SWOT-аналіз, опитування місцевого населення та експертів. Визначення стратегічних пріоритетів дозволяє сконцентрувати ресурси на найперспективніших напрямках: Розвиток індивідуального підприємництва: створення садиб

сільського туризму як інструмент самозайнятості. Важливо сприяти спрощенню процедури реєстрації, наданню мікрокредитів, пільговому оподаткуванню. Тематичні туристичні маршрути: етнографічні (болгарські, гагаузькі села), винні дороги (наприклад, «Винний шлях Бессарабії»), гастрономічні тури (на кшталт «Смаки Півдня»), еко-маршрути (велотури в Тарутинському степу чи фотосафарі на озерах).

Кластеризація територій: створення локальних туристичних кластерів, у межах яких відбувається співпраця між власниками садиб, фермерами, ремісниками, органами влади та освітніми закладами. Формування регіонального бренду: необхідно розробити візуальну айдентику, логотип, туристичний портал, унікальні туристичні продукти під спільним брендом (наприклад, «Зелена Бессарабія»).

Жодна стратегія не буде ефективною без належного інституційного оформлення: Громадські організації та кооперативи: об'єднання власників садиб та місцевих жителів у кооперативи дозволяє знизити витрати на рекламу, логістику, навчання. Вони можуть також виступати одержувачами грантів. Агенції регіонального розвитку: функція таких структур полягає у координації стратегій, організації тренінгів, залученні експертів, проведенні моніторингу. Освітні установи: важливим є налагодження співпраці з вишами, що мають спеціальності з туризму, економіки, менеджменту, для підготовки кадрів і реалізації спільних проєктів. Муніципальна підтримка: місцеві ради повинні включити розвиток зеленого туризму до стратегічних планів громад (ПСРГ), виділяти кошти на інфраструктурні проєкти (дороги, освітлення, санітарія).

Ефективна реалізація стратегії потребує залучення фінансування та чіткого механізму реалізації: Державні програми: програми Мінагрополітики, Мінекономіки щодо підтримки сільських територій можуть передбачати компоненти для зеленого туризму. Грантове фінансування: ПРООН, USAID, Європейський інвестиційний банк, програми транскордонного співробітництва ЄС (ENI CBC) активно фінансують проєкти розвитку сільського туризму. Бізнес-планування та консалтинг: потрібна система консультаційної підтримки

для нових підприємців, розробка шаблонів бізнес-планів, прикладів успішних кейсів. Механізми державно-приватного партнерства (ДПП): залучення приватного бізнесу до відновлення історичних об'єктів, створення кемпінгів, розвиток екоінфраструктури.

Ефективна реалізація стратегії розвитку зеленого туризму в Одеській області має потенціал стати потужним драйвером соціально-економічного зростання сільських громад. На основі аналітичних оцінок та сценарного прогнозування було побудовано графік, що демонструє динаміку ключових індикаторів розвитку галузі в період 2023–2027 рр. Зокрема, проєктне впровадження комплексної стратегії має забезпечити: Суттєве зростання кількості нових садиб сільського туризму: з 10 у 2023 році до 80 у 2027 році. Це означає створення нових точок туристичного тяжіння у селах, що сприятиме розвитку місцевої економіки, залученню інвестицій та збереженню архітектурної й культурної спадщини. Більшість цих садиб будуть функціонувати на основі родинного бізнесу, що дозволить легалізувати зайнятість місцевого населення. Розширення ринку праці: щороку прогнозується зростання кількості створених робочих місць. У 2023 році кількість нових вакансій складала близько 20, а вже до 2027 року цей показник може сягнути 250. Мова йде не лише про безпосередньо зайнятих у садибах осіб, але й про працевлаштування у супутніх галузях – агропереробці, транспорті, логістиці, ремеслах, громадському харчуванні тощо.

Зростання загального доходу, генерованого від зеленої туристичної діяльності: згідно з прогнозом, обсяги доходу від туристичних послуг та супутнього бізнесу зростуть з 1,5 млн грн у 2023 році до понад 17 млн грн у 2027 році. Такий результат стане можливим за умов правильно організованого маркетингу, підвищення якості сервісу, диверсифікації пропозиції та налагодження стійких логістичних ланцюгів.

Динаміка зростання кожного показника на графіку є оптимістичним, але реалістичним сценарієм. Вона ґрунтується на таких факторах:

1. Активізації програм підтримки малого бізнесу.

2. Підвищенні інтересу до внутрішнього туризму.

3. Зростанні попиту на екологічний та безпечний відпочинок після пандемічних і воєнних викликів.

4. Підтримці стратегічних ініціатив з боку місцевої влади, донорів, НУО.

Таким чином, реалізація цієї стратегії може не лише змінити економічний ландшафт сільських територій Одещини, а й сформувати нову модель стійкого розвитку, що поєднує збереження природи, культурну ідентичність та підприємницьку активність.

3.2. Формування ефективної системи управління зеленим туризмом

Успішний розвиток зеленого туризму(сільського) в регіоні неможливий без чіткої, узгодженої та багаторівневої системи управління, яка забезпечує ефективну взаємодію між усіма суб'єктами туристичної діяльності — місцевою владою, підприємцями, громадськими організаціями, науковими установами та самими мешканцями сільських територій. Формування такої системи є необхідною умовою для створення конкурентоспроможного туристичного продукту, збереження ресурсного потенціалу та сталого соціально-економічного розвитку сільських громад. Ефективна система управління повинна включати три ключові рівні:

Державний рівень — формування загальнонаціональної політики, стандартів якості, законодавчої бази та фінансово-кредитної підтримки. В Україні ці функції виконують Міністерство аграрної політики та продовольства, Державне агентство розвитку туризму, Міністерство економіки, а також інші дотичні інституції. Регіональний рівень — координація стратегії в межах області, створення регіональних програм, брендинг територій, реалізація інфраструктурних проєктів, підтримка кластерних ініціатив. Тут важливу роль відіграють Одеська ОДА, Департамент культури, туризму, національностей та релігій, агенції регіонального розвитку. Місцевий рівень (громадський) — реалізація конкретних проєктів на території громад, організація туристичних

об'єктів, підготовка персоналу, забезпечення сервісу, а також формування громадської думки щодо важливості легального ведення туристичної діяльності.

Координація між рівнями управління повинна ґрунтуватися на принципах партнерства, прозорості, підзвітності й децентралізації.

Для створення ефективної системи управління необхідно чітко визначити ролі та зони відповідальності ключових учасників. Ролі і зони відповідальності розписані в таблиці 3.1.

Таблиця 3.1 – Ролі і зони відповідальності ключових учасників

Суб'єкт	Основні функції
Органи місцевого самоврядування (громади)	Включення туризму в Плани соціально-економічного розвитку; розвиток локальної інфраструктури; підтримка ініціатив жителів.
Регіональні департаменти/агенції	Формування бренду регіону, промоція, організація ярмарок, конкурсів, розробка маршрутів.
Підприємці (власники садиб, фермери)	Надання послуг, формування пропозицій, участь у кластерах.
Громадські організації/кооперативи	Підвищення компетенцій, інформаційна підтримка, адвокація інтересів сільського туризму.
Освітні та наукові заклади	Навчання кадрів, проведення досліджень, розробка стандартів якості послуг.

Розвиток зеленого туризму (сільського) в умовах децентралізації, економічної нестабільності та зростаючої потреби у збереженні культурної

спадщини й природного середовища стає не лише засобом підтримки сільських громад, а й стратегічним напрямом формування нової моделі місцевого підприємництва. У цьому контексті особливої ваги набуває ефективна система управління, яка здатна не лише координувати різнорівневі зусилля, але й об'єднувати ресурси, знання й ініціативи всіх зацікавлених сторін.

У ході аналізу було встановлено, що структура управління зеленим туризмом має бути багаторівневою, інтегрованою та адаптивною, тобто такою, що враховує динамічні потреби громад, туристів та державної політики. На державному рівні ключову роль відіграють міністерства та агентства, які формують нормативно-правову базу, забезпечують доступ до фінансових інструментів підтримки малого і середнього бізнесу в сільській місцевості, а також створюють маркетингові та інформаційні кампанії для просування України як туристичного напрямку. На регіональному рівні (наприкладі Одеської області) основну функцію виконує обласна державна адміністрація, її структурні підрозділи, а також регіональні агенції розвитку, які адаптують загальнонаціональні стратегії до локального контексту, сприяють залученню міжнародної допомоги, розробляють кластерні підходи до розвитку туристичних послуг, займаються брендингом територій і координують діяльність громад.

Водночас найважливішим і найскладнішим рівнем управління залишається місцевий, адже саме тут народжується безпосередній туристичний продукт — від прийому туристів у садибах до проведення локальних фестивалів, організації екскурсій, виготовлення ремісничих виробів тощо. Тому органи місцевого самоврядування, у тісній співпраці з громадськими організаціями, кооперативами, активними мешканцями та підприємцями, повинні не лише створювати сприятливе середовище для розвитку зеленого туризму, а й системно працювати над підвищенням якості послуг, інфраструктури та інформаційного забезпечення.

Аналіз управлінської системи також показав, що важливими чинниками її ефективності є:

чіткий розподіл повноважень між усіма рівнями управління;
наявність горизонтальних зв'язків між громадами, кооперативами та бізнес-структурами;
цифровізація процесів, зокрема створення реєстрів садиб, онлайн-платформ бронювання, геопорталів туристичних об'єктів;
навчання кадрів та підвищення кваліфікації сільських підприємців;
доступ до фінансування, включаючи місцеві бюджети, державні програми та гранти міжнародних організацій;
моніторинг та оцінка результатів на основі відкритих даних, соціально-економічних індикаторів, зворотного зв'язку від туристів та громади.

Особливу увагу слід приділити створенню інституційної моделі, яка передбачає не лише формальну наявність структур, а й ефективну комунікацію між ними. Успішний приклад такої моделі можна побачити у вигляді кластера сільського туризму, який об'єднує місцевих гравців ринку, муніципальну владу, освітні заклади, туристичні агенції, фермерів, транспортні компанії, ресторани й заклади дозвілля. Така структура забезпечує сталість, взаємодію та підвищення доданої вартості на місцях.

Таким чином, формування ефективної системи управління зеленим туризмом є ключовою умовою його перетворення на стабільне джерело доходів для сільських громад, інструмент збереження локальної ідентичності та рушійну силу розвитку сільського підприємництва. Це вимагає зусиль з боку держави, регіонів та громад, а також переходу до довгострокового стратегічного планування з орієнтацією на сталість, інклюзивність і екологічну відповідальність. У перспективі зелений туризм може стати не лише туристичним напрямом, а інтегрованою політикою регіонального розвитку, яка поєднує аграрну, екологічну, освітню та соціальну компоненти, сприяючи реалізації потенціалу кожної громади України.

3.3. Залучення інвестицій та розвиток державно-приватного партнерства

У сучасних умовах соціально-економічної трансформації сільських територій України однією з ключових умов ефективного розвитку зеленого туризму є активне залучення інвестицій та розвиток механізмів державно-приватного партнерства (ДПП). В умовах обмежених бюджетних ресурсів, нестабільної макроекономічної ситуації та потреби у відновленні територій, що постраждали від війни, саме ці інструменти здатні забезпечити створення якісної туристичної інфраструктури, стимулювання підприємницької активності та формування довгострокових конкурентних переваг регіону.

Інвестиції виступають ключовим чинником розвитку будь-якої галузі, проте для сільського туризму, який формується на основі природно-ресурсного, соціокультурного та людського потенціалу, їхнє значення набуває особливої ваги. Залучення капіталу дозволяє вирішити одразу кілька нагальних проблем, зокрема:

1. Інфраструктурне відставання більшості сільських територій.
2. Низький рівень туристичного сервісу та послуг.
3. Відсутність системного підходу до маркетингу територій.
4. Брак сучасних технологій у туристичній діяльності.

Інвестиції можуть бути реалізовані як у вигляді капітального вкладення у будівництво туристичних об'єктів (садиб, кемпінгів, музеїв, еко-ферм), так і шляхом непрямих витрат — на навчання персоналу, маркетинг, створення бренду місцевості тощо. При цьому, на практиці найчастіше залучаються такі форми:

Приватні інвестиції — особисті кошти підприємців, банківські кредити, інвестиції фермерських господарств у розширення своїх послуг для туристів; Інституційні інвестиції — участь благодійних фондів, міжнародних організацій (EU4Business, USAID, GIZ, ПРООН), які фінансують розвиток сільських територій та підприємництва; Бюджетні інвестиції — цільове фінансування з

державного та обласного бюджетів у межах програм підтримки сільських громад або розвитку туризму; Соціальні інвестиції — вкладення у збереження культурної спадщини, розвиток традиційних ремесл, підвищення екологічної стійкості територій. Державно-приватне партнерство (ДПП) — це форма співпраці між органами влади та приватними структурами, спрямована на реалізацію соціально значущих проєктів за умов розподілу ризиків, відповідальності та вигід.

У зеленому туризмі ДПП є ефективним механізмом поєднання ресурсів держави (земельні ділянки, інфраструктура, пільги) і бізнесу (фінансовий капітал, управлінський досвід, інновації). Таке партнерство дозволяє створити довгострокові, масштабні проєкти, які жоден з учасників не зміг би реалізувати самотійно.

Найбільш поширеними формами ДПП у сфері зеленого туризму є: Спільне фінансування туристичних об'єктів: наприклад, місцева рада надає приміщення чи землю, а приватний інвестор облаштовує садибу, ресторан, міні-готель чи етнопарк. Організація кластерів і кооперативів: коли громади, місцеві виробники, аграрії та підприємці спільно створюють маршрут або бренд (напр., «Бессарабський смак», «Винні дороги Подунав'я»). Концесії або довгострокова оренда: приватна особа бере в користування туристично-привабливий об'єкт і вкладає кошти в його відновлення, створюючи публічно-доступний туристичний продукт. Публічно-приватна маркетингова співпраця: держава або громада фінансує рекламні кампанії, створення сайтів, а приватні оператори забезпечують туристичний сервіс. Щоб інвестиції та ДПП справді працювали на розвиток зеленого туризму, необхідно дотримуватись кількох ключових умов:

1. Наявність туристичної стратегії на рівні громади чи регіону, яка містить чіткі пріоритети, обґрунтування туристичної привабливості, цільову аудиторію, партнерів та фінансові інструменти.

2. Інвестиційна відкритість: створення паспортів інвестиційної привабливості, публічний реєстр об'єктів комунальної власності, доступна інформація про вільні земельні ділянки.

3. Юридичний супровід: спрощення дозвільних процедур, створення умов для укладення договорів ДПП відповідно до законодавства України.

4. Підготовка кадрів: навчання працівників місцевої влади, менеджерів з туризму, підприємців щодо роботи з інвесторами та реалізації ДПП.

5. Інформаційна підтримка: просування проєктів через туристичні виставки, соціальні мережі, спеціалізовані портали.

Аналіз інвестиційної та партнерської діяльності у зеленому туризмі показаний в таблиці 3.2.

таблиці 3.2. – Аналіз інвестиційної та партнерської діяльності у зеленому туризмі

Сильні сторони (S)	Слабкі сторони (W)
- Значний природний, історико-культурний потенціал сільських регіонів;	- Відсутність досвіду реалізації ДПП на рівні ОТГ;
- Зростаючий попит на екологічний, гастрономічний, етнотуризм;	- Низький рівень управлінської компетентності на місцях;
- Наявність державних та міжнародних програм підтримки;	- Обмежена фінансова спроможність громад;
- Активне формування туристичних кластерів;	- Слабка транспортна та цифрова інфраструктура;
- Високий рівень мотивації серед сільського населення.	- Недостатній рівень правового забезпечення партнерства.

У сучасних умовах пошуку сталих шляхів розвитку сільських територій України особливої актуальності набуває зелений туризм як ефективна форма підприємницької діяльності та соціально-економічного відродження села. В

умовах децентралізації, поглиблення євроінтеграційних процесів та викликів повоєнної відбудови сільських громад, зелений туризм перетворюється не лише на альтернативне джерело доходу для місцевого населення, а й на стратегічну платформу формування нової моделі розвитку сільського простору.

3.4. Розвиток маркетингових стратегій та просування зеленого туризму

Зелений туризм як форма сталого підприємництва у сільській місцевості потребує чітко сформованої маркетингової стратегії, що враховує специфіку локального середовища, потреби туристів та можливості громади. Ефективне просування сільських туристичних продуктів дозволяє не лише підвищити рівень впізнаваності регіону, а й забезпечити сталий дохід для місцевого населення та підприємців.

На сьогодні маркетингові підходи у сфері зеленого туризму в Україні залишаються фрагментарними, часто зосередженими лише на базових каналах комунікації (соцмережі, туристичні сайти, локальна реклама). Водночас світовий досвід свідчить про ефективність застосування комплексного маркетингового підходу, що включає брендинг територій, розвиток унікальної торговельної пропозиції (УТП), digital-маркетинг, партнерські програми та подієвий туризм.

Основні завдання маркетингової стратегії зеленого туризму:

1. Формування позитивного іміджу регіону як привабливого туристичного напрямку.
2. Розробка унікальних туристичних продуктів з урахуванням місцевої ідентичності.
3. Забезпечення комунікації з цільовою аудиторією через сучасні цифрові канали.
4. Створення платформи для співпраці між громадами, туристичними операторами та бізнесом.

У межах Одеської області можна виділити кілька перспективних напрямів просування зеленого туризму:

1. Брендинг сільських громад та туристичних маршрутів. Формування бренду на основі місцевої культури, природних ресурсів та гастрономічної спадщини (наприклад, бренд «Тепла Таврія», «Аутентична Бессарабія» тощо) дозволяє виокремити регіон серед інших.

2. Цифровий маркетинг. Розробка сайтів садиб, інтеграція національних туристичних порталів, активність у соцмережах (Instagram, Facebook, TikTok), використання Google My Business. Це особливо важливо для залучення молодшої аудиторії та іноземних туристів.

3. Створення пакетних продуктів і турів. Комбінування послуг проживання, харчування, екскурсій, майстер-класів, велотурів тощо. Туристу важливо отримати готову пропозицію «під ключ».

4. Участь у туристичних виставках і форумах. Презентація продуктів на подіях, як-от «UITT: Україна – Подорожі та Туризм» чи «AGROPORT South» в Одесі, дозволяє громадам встановлювати прямі зв'язки з операторами та інвесторами.

5. Партнерство з блогерами та інфлюенсерами. Співпраця з travel-блогерами дозволяє досягти широкого охоплення з невеликим бюджетом.

6. Використання подієвого туризму. Проведення фестивалів, свят врожаю, етнографічних заходів стимулює повторні візити та залучає ЗМІ.

Приклад реалізації:

У с. Маяки (Одеська область) реалізовано проект «Дністровські гостини», де сільська громада об'єднала зусилля кількох садиб, створила спільний бренд, профілі у соцмережах та рекламну кампанію. Результатом стало зростання потоку туристів на 30% протягом двох сезонів.

Проблеми, які стримують просування зеленого туризму:

1. Відсутність у громадах фахівців з маркетингу.
2. Низький рівень цифровізації туристичних об'єктів.
3. Обмежене фінансування рекламних кампаній.
4. Відсутність єдиної регіональної стратегії просування.

Пропозиції:

1. Організація навчальних програм для власників садиб з основ маркетингу.

2. Створення регіональних туристичних порталів із геомаркетинговими картами.

3. Підтримка з боку ДАРТ (Державного агентства розвитку туризму) у просуванні локальних ініціатив;.

4. Запровадження мікрогрантів на маркетингове забезпечення туристичних продуктів.

Розвиток ефективних маркетингових стратегій є ключовим чинником успішного просування зеленого туризму та підвищення його конкурентоспроможності на сучасному туристичному ринку. В умовах децентралізації та зростання ролі місцевих ініціатив саме грамотна маркетингова політика дозволяє сільським громадам формувати позитивний туристичний імідж, залучати нових відвідувачів та забезпечувати сталі джерела доходу для населення.

Застосування сучасних інструментів маркетингу — цифрових технологій, соціальних мереж, брендингу територій, подієвого туризму та інфлюенс-маркетингу — створює нові можливості для популяризації регіональних туристичних продуктів. Водночас успішна реалізація таких стратегій потребує наявності професійних кадрів, координації зусиль громад, бізнесу та держави, а також системної підтримки з боку місцевих органів влади.

Таким чином, просування зеленого туризму повинно бути невід’ємною складовою загальної стратегії соціально-економічного розвитку сільських громад, оскільки саме маркетинг перетворює локальні ресурси на цінні конкурентні переваги.

3.5. Цифровізація в управлінні зеленим туризмом

В умовах трансформації економіки, децентралізації влади та розвитку інформаційного суспільства особливого значення набуває цифровізація — системне впровадження цифрових технологій у всі сфери суспільного життя. Зокрема, в аграрних і малонаселених регіонах, де традиційні джерела доходів скорочуються, розвиток зеленого (сільського) туризму на основі цифрових інструментів виступає інноваційним напрямом зміцнення місцевих економік.

Цифрові технології здатні забезпечити ефективніше управління туристичними потоками, аналітичну підтримку прийняття рішень, поліпшення сервісу, автоматизацію продажів та маркетингу. Для суб'єктів малого підприємництва на селі — зокрема власників агросадиб — це можливість вийти за межі локального ринку, залучити клієнтів із інших регіонів і країн, підвищити якість обслуговування та стабільність доходів. Цифрова трансформація як фактор модернізації зеленого туризму.

Цифровізація виступає не лише засобом автоматизації обліку чи ведення електронної комунікації, а й системним чинником перебудови бізнес-процесів у сфері сільського туризму. Вона дозволяє:

1. Оптимізувати управління сільськими туристичними ресурсами, маршрутами, агросадибами.
2. Забезпечити взаємодію між приватним сектором, органами влади та туристами через відкриті електронні платформи.
3. Формувати конкурентоспроможний туристичний продукт, що відповідає очікуванням сучасних споживачів, зокрема молоді, яка активно користується онлайн-сервісами.
4. Інтегруватися у міжнародні системи бронювання, що відкриває шлях до європейського туриста.

Слід підкреслити, що зелений туризм у сільській місцевості часто базується на низькорентабельному мікропідприємстві. Саме тому цифрові рішення (онлайн-реклама, мобільні додатки, платформи бронювання) дозволяють підприємцям значно скоротити витрати на рекламу, логістику, адміністрування. Елементи цифрового управління зеленим туризмом.

Реалізація цифрових підходів до управління у сфері зеленого туризму може відбуватися через кілька основних інструментів: Електронні платформи для обліку та промоції.

Онлайн-портали з інтерактивною картою агросадиб, тематичними маршрутами, календарями подій, фото- та відеооглядами, забезпечують комплексне представлення туристичного потенціалу громад.

Наприклад, такі функціональні рішення можуть включати:

1. Пошук садиб за локацією та типом послуг.
2. Онлайн-бронювання та оплата.
3. Відгуки туристів та рейтинги якості.
4. Систему рекомендацій на основі уподобань.

CRM-системи та автоматизація управління садибою. Індивідуальні підприємці можуть використовувати безкоштовні або платні CRM-системи для:

1. Ведення бази клієнтів.
2. Планування заселення.
3. Статистики завантаження.
4. Надсилання нагадувань і спеціальних пропозицій постійним клієнтам.

Цифрові канали маркетингу — таргетована реклама в соціальних мережах, SEO, Google Ads, партнерські програми з туристичними платформами — є одним із найефективніших інструментів залучення туристів у сільську місцевість. Сучасні онлайн-інструменти (Google Analytics, Data Studio, Tableau) дозволяють громаді або приватному власнику:

1. Аналізувати джерела трафіку.
2. Визначати "пікові" сезони.
3. Порівнювати попит за видами послуг.
4. Прогнозувати кількість відвідувачів.

Громади можуть розробляти власні мобільні додатки, в яких доступна інтерактивна карта регіону, опис об'єктів, а також функція "віртуального гіда", що дає змогу туристу самостійно планувати екскурсії. Основні бар'єри цифровізації зеленого туризму. Попри значні можливості цифрової трансформації, в сільських регіонах спостерігаються суттєві обмеження:

1. Нерівномірний доступ до якісного інтернету, особливо в гірських і віддалених селах.
2. Низька цифрова грамотність частини населення, особливо старшого покоління.

3. Відсутність системної підтримки з боку влади у просуванні цифрових рішень.
4. Недостатній рівень обізнаності підприємців про переваги онлайн-присутності.
5. Обмеженість ресурсів на створення цифрової інфраструктури, сайтів, платіжних систем (таблиця 3.3).

Таблиця 3.3 – Сильні сторони (Strengths) і слабкі сторони (Weaknesses)

Сильні сторони (Strengths)	Слабкі сторони (Weaknesses)
- Розширення доступу до клієнтів	- Недостатня цифрова інфраструктура в громадах
- Зниження адміністративних витрат	- Брак ІТ-навичок серед сільських підприємців
- Автоматизація маркетингу та продажів	- Слабка державна підтримка цифровізації у туризмі
- Аналітика та прогнозування попиту	- Погане розуміння стратегічного значення ІТ

Цифровізація відкриває новий вимір для сталого розвитку зеленого туризму як бізнес-моделі в сільській місцевості. Вона не лише сприяє ефективному управлінню туристичним потенціалом громад, а й створює передумови для соціального прогресу, розширення можливостей для молоді, інноваційного підприємництва. Завдання держави, місцевої влади та партнерських інституцій — забезпечити цифрову інклюзію сільських регіонів, надати необхідну підтримку та створити умови для масштабування успішних цифрових практик.

3.6. Екологічна сертифікація та стандарти зеленого туризму

У сучасних умовах активного розвитку туристичної галузі та зростання екологічної свідомості суспільства, питання відповідності туристичної діяльності екологічним нормам набуває особливого значення. Зелений туризм, як форма сталого відпочинку, передбачає мінімальне втручання в природне середовище, сприяє збереженню біорізноманіття та розвитку локальних культур. У цьому контексті важливим інструментом забезпечення якості та екологічності туристичних послуг виступає система екологічної сертифікації та стандартизації.

Сертифікація дозволяє офіційно підтвердити відповідність діяльності певним екологічним критеріям, що базуються на принципах сталого розвитку. Для суб'єктів сільського зеленого туризму це не лише підвищення довіри з боку споживачів, а й можливість інтегруватися у міжнародну систему «еко-брендів» і партнерств. Таким чином, екологічна сертифікація постає як ефективний інструмент управління якістю, іміджем і конкурентоспроможністю зеленого туризму.

Екологічна сертифікація — це процес оцінки туристичних об'єктів та послуг на відповідність екологічним стандартам, із подальшим наданням сертифіката, що засвідчує екологічну чистоту, ресурсозбереження, дотримання принципів сталого розвитку.

Основні завдання екологічної сертифікації в зеленому туризмі:

1. Підвищення екологічної відповідальності суб'єктів туристичної діяльності.
2. Забезпечення екологічної безпеки туристів та захист навколишнього природного середовища.
3. Підвищення рівня якості наданих послуг.
4. Створення позитивного іміджу регіону чи об'єкта як екологічно відповідального напрямку відпочинку.

5. Сприяння інтеграції у міжнародні екологічні програми (наприклад, Green Key, Blue Flag, EU Ecolabel тощо).

Таким чином, сертифікація є не просто формальною процедурою, а механізмом екологічного управління, який впливає як на саму господарську діяльність, так і на стратегію просування туристичного продукту. Види екологічної сертифікації у сфері зеленого туризму.

На сьогодні існують різні форми екологічної сертифікації, які можуть застосовуватись до об'єктів сільського туризму. Умовно їх можна класифікувати на. В Україні система екологічної сертифікації ще перебуває у стадії розвитку. Наразі діють такі основні нормативні акти:

1. ДСТУ ISO 14024:2002 — Екологічне маркування. Екологоорієнтована сертифікація продукції.

2. ДСТУ ISO 14001:2015 — Системи екологічного менеджменту. Вимоги та настанови щодо застосування.

3. Система добровільної екологічної сертифікації “Зелений журавлик” — впроваджується Всеукраїнською екологічною лігою для закладів, що прагнуть відповідати критеріям екологічності.

Проте на сьогодні немає єдиного національного стандарту, який би конкретно регламентував екологічні вимоги до об'єктів сільського туризму.

Міжнародна сертифікація. До міжнародних програм, що охоплюють туристичну сферу, належать:

1. Green Key — міжнародна екомарка для готелів, кемпінгів, В&В, що відповідають критеріям енергоефективності, поводження з відходами, екопросвітницької роботи.

2. EU Ecolabel — знак ЄС для екологічно чистих послуг і продуктів, у тому числі туристичних об'єктів.

3. Travelife — програма сертифікації туроператорів та готелів за сталими стандартами.

4. Biosphere Responsible Tourism — добровільна сертифікація об'єктів, що впроваджують стратегії сталого розвитку у своїй діяльності.

Впровадження подібних стандартів дозволяє українським агросадибам виходити на міжнародні ринки та приймати гостей, що дотримуються принципів "відповідального туризму". У процесі сертифікації зазвичай враховуються такі групи показників (таблиця 3.4). У процесі сертифікації зазвичай враховуються такі групи показників:

Таблиця 3.4 – Основні критерії екологічної сертифікації для об'єктів зеленого туризму

Група критеріїв	Зміст
Енергоефективність	Використання енергозберігаючих ламп, сонячних панелей, енергоаудит
Водозбереження	Встановлення приладів контролю, повторне використання дощової води
Поводження з відходами	Роздільне сортування, утилізація, компостування
Екотранспорт	Доступ до велосипедів, маршрутів пішки, громадського транспорту
Екологічна освіта гостей	Екозаняття, інформаційні стенди, включення тем природи у програму візиту
Харчування	Локальні продукти, органічне походження, відсутність одноразового пластику
Екологічний дизайн і матеріали	Використання натуральних будматеріалів, традиційних стилів
Вплив на довкілля	Відсутність шкоди біорізноманіттю, розташування поза межами заповідників

Екологічна сертифікація є невід'ємною складовою сталого управління зеленим туризмом. Вона забезпечує об'єктивне підтвердження екологічної відповідальності туристичних об'єктів, формує довіру споживачів та сприяє інтеграції до міжнародної туристичної спільноти. Для українських сільських

громад та підприємців розвиток системи сертифікації має стати пріоритетом регіональної політики. Важливим кроком у цьому напрямі є впровадження простих, прозорих та доступних стандартів, підвищення екологічної культури та активне інформування учасників туристичного ринку.

3.7. Оцінка економічної ефективності розвитку зеленого туризму

Оцінка економічної ефективності зеленого туризму є фундаментальним чинником при формуванні стратегій соціально-економічного розвитку сільських територій, особливо в умовах трансформаційних процесів, децентралізації та зростання ролі місцевого самоврядування. Зелений туризм, як один з інструментів сталого підприємництва, акумулює у собі не лише господарський інтерес, але й потенціал відновлення сільських громад, підвищення рівня життя населення та збереження природної і культурної спадщини. Відповідно, економічна ефективність зеленого туризму повинна розглядатися не у вузькому, виключно фінансовому аспекті, а як система взаємопов'язаних показників, що відображають динаміку розвитку територій, створення доданої вартості, зайнятість, рівень доходів населення та соціальну стабільність.

У сучасних умовах економічна ефективність сільського туризму набуває надзвичайно практичного виміру. Підвищення фіскальної відповідальності об'єднаних територіальних громад (ОТГ), зміщення акценту з вертикального управління до горизонтального, а також посилення конкуренції між громадами за інвестора і туриста, вимагають від органів влади більш глибокого аналізу й управлінських рішень, заснованих на фактичних даних і чітких індикаторах ефективності. Під економічною ефективністю у сфері зеленого туризму розуміють здатність об'єктів сільського туризму (садиб, ферм, екопарків, міні-готелів, етнокомплексів тощо) приносити прибуток з мінімальними витратами ресурсів, одночасно забезпечуючи позитивний вплив на економіку громади. При цьому слід враховувати не лише прямі грошові надходження, а й непрямі вигоди, серед яких: мультиплікаційний ефект на суміжні галузі (харчова

промисловість, логістика, торгівля), стимулювання приватних інвестицій, збільшення вартості земельних ділянок, зменшення безробіття, формування нових бізнесів.

Основні показники оцінки ефективності включають:

- рівень рентабельності садиб та господарств;
- обсяг доходів на одиницю вкладень;
- період окупності інвестицій;
- кількість новостворених робочих місць;
- надходження до місцевих бюджетів від діяльності туроператорів і господарств;
- витрати на утримання туриста;
- індекс задоволеності туристів та їх повернення (побічний, але важливий критерій успішності);
- ефект мультиплікації, що відображає скільки додаткової економічної активності генерується на одиницю витрачених коштів.

Також доцільним є використання інтегрального індексу ефективності, який може враховувати соціальні (зростання зайнятості), екологічні (рівень навантаження на природне середовище) та економічні компоненти одночасно.

Одеська область є одним із лідерів в Україні за кількістю функціонуючих об'єктів сільського туризму. Географічна близькість до Чорного моря, наявність унікальних біосферних ресурсів (Дунайський заповідник, озера Сасик і Ялпуг), етнічна мозаїчність (болгари, гагаузи, молдовани, українці, старообрядці), виноробні традиції та аграрне господарство — все це формує потужну базу для розвитку туризму на селі. Станом на 2024 рік в області функціонує понад 350 садиб зеленого туризму, з них більше третини зосереджено у Білгород-Дністровському та Болградському районах. Середній дохід від функціонування садиби протягом туристичного сезону (квітень–жовтень) становить 180–240 тис. грн, з яких близько 60-70% — це чистий прибуток після покриття змінних витрат. Середній рівень рентабельності — від 18 до 25%. За підрахунками експертів Асоціації розвитку зеленого туризму, інвестиції в розмірі 200–250 тис.

грн. (реконструкція будинку, закупівля інвентаря, маркетинг) можуть бути повністю окуплені за 2–3 туристичні сезони. Крім цього, зелений туризм створює непрямий ефект: на кожен туристичну гривню, витрачену на проживання, припадає ще 1,5–2 гривні, витрачені на місцеві послуги — харчування, екскурсії, майстер-класи, дегустації, трансфер. Таким чином, навіть невеликі господарства можуть генерувати мультиплікативний дохід у межах громади в розмірі 400–500 тис. грн щорічно.

Інтегральна оцінка ефективності

Для більш комплексного аналізу можна використати індекс економічної ефективності зеленого туризму (ІЕЕЗТ), який розраховується за формулою:

$$\text{ІЕЕЗТ} = (\text{ПП} + \text{БН} + \text{ЗП} + \text{ІВ}) / 4 \quad (3.1)$$

де ПП – прибутковість проекту (%),

БН – бюджетні надходження (% зростання),

ЗП – зайнятість (кількість нових робочих місць),

ІВ – інвестиційна вартість проекту (окупність).

Для типового туристичного проекту в селі Одеської області $\text{ІЕЕЗТ} = (20\% + 10\% + 3 + 1.7 \text{ років окупності}) / 4 \approx 8.675$, що вказує на середньо-високий рівень ефективності в умовах обмежених ресурсів.

ВИСНОВКИ

У ході дипломної роботи було всебічно проаналізовано теоретичні засади функціонування зеленого туризму, охарактеризовано природно-ресурсний та соціокультурний потенціал сільських територій (зокрема Одеського регіону), досліджено стан туристичної інфраструктури, проведено аналіз впливу зеленого туризму на соціально-економічний розвиток села, розкрито особливості системи управління цим напрямом діяльності, запропоновано стратегію його розвитку та механізми залучення інвестицій.

Насамперед, варто підкреслити, що зелений туризм — це не лише вид туристичної діяльності, а комплексне соціально-економічне явище, що базується на використанні локального потенціалу — природи, культури, традицій, гостинності сільських жителів. Він сприяє формуванню позитивного іміджу територій, активізує економіку, забезпечує самозайнятність населення, сприяє збереженню культурної спадщини, формує інститути громадянського суспільства та підвищує якість життя в селах.

У процесі дослідження було встановлено, що Одеська область володіє значним потенціалом для розвитку зеленого туризму. Її унікальні природні ресурси — море, лимани, степи, лісостепи, національні парки, виноробні зони, етнічне розмаїття, історичні пам'ятки, традиції виноградарства та гастрономії — створюють унікальні можливості для формування конкурентоспроможного туристичного продукту. Проте використання цього потенціалу є нерівномірним і часто фрагментарним через відсутність стратегічного планування, брак інвестицій, слабку координацію зусиль різних учасників процесу.

Значну увагу у дослідженні було приділено аналізу туристичної інфраструктури Одеського регіону, яка на сьогодні демонструє як позитивні тенденції (розвиток сільських садиб, гастрономічних фестивалів, локальних маршрутів), так і низку стримуючих чинників: поганий стан транспортних шляхів, обмежений доступ до інтернету в сільських територіях, відсутність централізованої інформаційної системи, нестача кваліфікованих кадрів.

Проведений аналіз впливу зеленого туризму на соціально-економічний розвиток сільських громад Одеської області дозволив зробити такі висновки: зелений туризм є дієвим інструментом створення нових робочих місць, особливо для жінок, молоді, людей передпенсійного віку; доходи від туристичної діяльності дають змогу селянам не лише покращити власне економічне становище, а й реінвестувати кошти у розвиток аграрного виробництва, благоустрій територій, збереження об'єктів спадщини; спостерігається позитивний мультиплікаційний ефект: розвиваються суміжні галузі (транспорт, громадське харчування, торгівля, ремесла); зелені туристичні ініціативи сприяють активізації місцевих громад, розвитку кооперативів, створенню кластерів.

Водночас було виявлено, що ефективний розвиток зеленого туризму неможливий без системної моделі управління, яка передбачає участь органів державної влади, органів місцевого самоврядування, громадських організацій, освітніх та наукових установ, бізнесу та самих сільських жителів. Запропонована в роботі структура управління зеленим туризмом охоплює всі рівні — від національного до місцевого, акцентуючи на необхідності інтеграції зусиль, прозорості, доступності, міжсекторної співпраці та цифрової трансформації туристичної галузі.

Особливу увагу було приділено формуванню стратегії розвитку зеленого туризму в регіоні, яка повинна базуватись на принципах сталого розвитку, збереження природного середовища, культурної спадщини, підтримки малого бізнесу та розвитку людського капіталу. У межах такої стратегії визначено ключові етапи: інвентаризація ресурсів, створення інфраструктури, просування продукту, моніторинг ефективності. Запропоновано низку практичних кроків — створення туристичних маршрутів, брендування територій, розвиток агросадиб, проведення фестивалів, освітніх програм тощо.

Значна увага була приділена темі інвестування та державно-приватного партнерства як рушіїв зеленого туризму. Встановлено, що лише поєднання державної підтримки, локальної ініціативи та приватних інвестицій може

забезпечити масштабний та довгостроковий розвиток галузі. Окремо в роботі представлено аналіз інвестиційної привабливості галузі, який дозволяє побачити ризики й потенціал для кожного типу гравців — як інвесторів, так і громад. Таким чином, проведене дослідження дозволяє зробити кілька загальних висновків:

1. Зелений туризм — перспективна і стратегічно важлива форма підприємницької діяльності в сільській місцевості України, яка сприяє диверсифікації доходів, підвищенню зайнятості, збереженню спадщини та розвитку локальної ідентичності.

2. Ефективне управління зеленим туризмом можливе лише за умови інтегрованого підходу, який включає державну політику, підтримку з боку громад, участь бізнесу, наукову та інформаційну підтримку.

3. Для розвитку зеленого туризму в Одеському регіоні необхідно активізувати стратегічне планування, інвестування, розвиток інфраструктури, маркетинг, освіту і співпрацю між усіма зацікавленими сторонами.

4. Одним із ключових напрямів подальшого розвитку має стати формування туристичних кластерів, розвиток цифрових інструментів (туристичні платформи, мобільні додатки, навігація), підтримка жіночого підприємництва та молодіжних ініціатив у туризмі.

5. Зелений туризм може стати каталізатором переходу від сільської бідності до сталого розвитку, якщо його підтримувати як пріоритетну політику на місцевому, регіональному та державному рівнях.

Підсумовуючи вищесказане, варто наголосити: зелений туризм — це не лише форма дозвілля для міського споживача, а інструмент глибокої соціально-економічної трансформації села. Його розвиток — це крок до нової України: екологічної, культурно багатой, економічно активної, соціально згуртованої та відкритої до світу.

Економічна ефективність зеленого туризму в сучасних умовах є не лише чинником прибутковості окремих господарств, а й системним інструментом розвитку сільських територій. Успішне функціонування навіть однієї садиби

може стати поштовхом для формування економічної активності у всій громаді, сприяючи самозайнятості, розвитку локальних брендів, інтеграції традиційних знань у нові ринкові умови.

За умови належної координації з боку органів влади, створення партнерських мереж, інформаційної підтримки та доступу до пільгових фінансових інструментів зелений туризм здатен перетворитися з нішевого сегменту на повноцінний напрям сталого місцевого розвитку.

Ефективне управління, планування і моніторинг економічних показників дадуть змогу громадам не лише забезпечити стабільне функціонування туристичних об'єктів, а й створити нову парадигму економіки сільської місцевості, в якій поєднуються прибуток, природа, культура і людина.

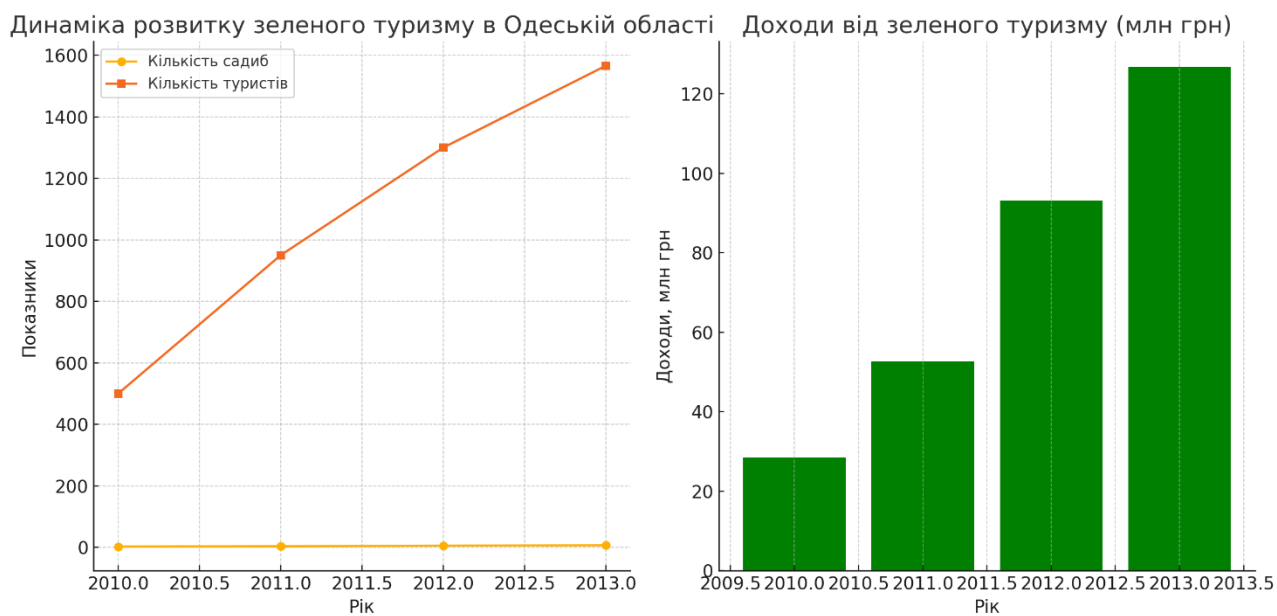
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України «Про туризм» від 15.09.1995 № 324/95-ВР (зі змінами станом на 2023 рік).
2. Закон України «Про сільський зелений туризм» (проект, реєстр. №10406 від 30.06.2023).
3. Стратегія розвитку туризму та курортів України до 2030 року. – К.: Мінкульт, 2023.
4. Постанова КМУ №1128-р від 09.08.2021 р. «Про затвердження Концепції розвитку сільського зеленого туризму».
5. Державна стратегія регіонального розвитку на 2021–2027 роки. – К.: Кабінет Міністрів України, 2020.
6. Аналітичний звіт: «Туризм в Україні – 2023. Внутрішній попит та перспективи сільського туризму». – Український інститут майбутнього, 2023.
7. Савчук В. Г. Сільський зелений туризм: навчальний посібник. – Київ: Центр учбової літератури, 2020. – 228 с.
8. Гуменюк І. І. Сільський зелений туризм як чинник підприємницького розвитку громад // Економіка та держава. – 2023. – № 11. – С. 41–46.
9. Коваль Л. І., Мельник Т. В. Підприємницькі ініціативи у сільському туризмі // Агросвіт. – 2023. – № 7. – С. 18–23.
10. Кудлаєнко С. О. Соціально-економічний ефект розвитку зеленого туризму на рівні громади // Наукові праці. – 2023. – № 6. – С. 54–60.
11. Білоконь Ю. В. Цифрові сервіси як інструмент просування агротуризму // Економіка. Фінанси. Право. – 2023. – № 4. – С. 33–37.
12. Діденко М. А. Туристичний потенціал Одещини: акценти на зелений туризм // Регіональні перспективи. – 2024. – № 2. – С. 74–80.
13. Тищенко М. П., Дубова С. Ю. Зелене підприємництво: стан розвитку в Запорізькій області // Економіка і суспільство. – 2023. – № 41. – С. 112–119.

14. Нікіфоренко І. В. Державна підтримка агротуристичних ініціатив в Україні // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2023. – № 3(86). – С. 95–101.
15. OECD (2022). “Sustainable tourism policies in rural areas”. OECD Rural Studies. <https://www.oecd.org>
16. UNWTO (2022). Tourism and Rural Development – UNWTO Reports. <https://www.unwto.org>
17. Lane B., Kastenholz E. (2021). Rural Tourism: Evolution and Impact. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(6), 983–1001.
18. Gannon A. (2021). Sustainable Rural Tourism: A European Perspective. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(10), 1651–1671.
19. Європейська платформа агротуризму “EuroGites”: <https://www.eurogites.org>
20. Офіційний сайт ДАРТ – Державне агентство розвитку туризму України: <https://www.tourism.gov.ua>
21. Державна служба статистики України. Регіональні дані про туризм: <https://www.ukrstat.gov.ua>
22. Українська асоціація сільського та екологічного туризму: <http://www.ruraltourism.com.ua>
23. Open Data Portal: відкриті дані по агросектору та туризму – <https://data.gov.ua>
24. Фесенко О. Ю. Цифровізація в управлінні туризмом: виклики для громад // Економіка і прогнозування. – 2023. – № 2. – С. 67–73.
25. Іщенко І. М. Екологічні стандарти та сертифікація в туризмі: українські перспективи // Сталий розвиток економіки. – 2023. – № 1. – С. 39–45.

Додаток А

Рисунок А.1



Додаток Б

Рисунок Б.1

