

Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»

Навчально-науковий інститут заочно-дистанційного навчання

Форма навчання заочна
(денна, заочна)

Кафедра туристичного та готельного бізнесу

Допускається до захисту

М.М. Логвин
(підпис, ініціали та прізвище)
« ____ » _____ 2025 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему «Механізм реалізації потенціалу зеленого туризму в Україні»

зі спеціальності 242 «Туризм і рекреація»

освітня програма «Туризм» ступеня магістра

Виконавець роботи Мауер Діана Романівна
(прізвище, ім'я, по батькові)

(підпис, дата)

Науковий керівник к.е.н. Тараненко Олександр Олексійович
(науковий ступінь, вчене звання, прізвище, ім'я, по батькові)

(підпис, дата)

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ПОТЕНЦІАЛУ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	6
1.1. Сутність і особливості зеленого туризму як форми сталого розвитку ...	6
1.2. Економічний, соціальний і екологічний потенціал зеленого туризму ...	14
1.3. Зарубіжний досвід реалізації потенціалу зеленого туризму та можливості його адаптації в Україні	27
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СТАНУ ТА ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	34
2.1. Сучасний стан і динаміка розвитку зеленого туризму в Україні	34
2.2. Проблеми та бар'єри розвитку зеленого туризму	44
2.3. Перспективи розвитку зеленого туризму на регіональному рівні	52
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМУ РЕАЛІЗАЦІЇ ПОТЕНЦІАЛУ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	64
3.1. Організаційно-економічний механізм стимулювання розвитку зеленого туризму	64
3.2. Інструменти підвищення інвестиційної привабливості та маркетингового просування зеленого туризму	78
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	86
ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	90

ВСТУП

У сучасних умовах трансформації економіки України, посилених повномасштабною війною, особливої актуальності набувають питання пошуку внутрішніх джерел соціально-економічного розвитку регіонів і сільських територій. Одним із перспективних напрямів такої трансформації виступає зелений туризм, який поєднує економічні, соціальні, екологічні та культурні складові розвитку. Зелений туризм сприяє диверсифікації зайнятості сільського населення, збереженню природної та історико-культурної спадщини, формуванню позитивного іміджу територій і розвитку малого підприємництва. В умовах воєнного стану цей вид туризму набуває додаткового значення як інструмент внутрішнього туризму, психологічної реабілітації населення та відновлення людського капіталу. Водночас розвиток зеленого туризму в Україні стримується низкою організаційних, економічних, інституційних і безпекових бар'єрів, що зумовлює необхідність наукового обґрунтування ефективних механізмів його стимулювання, підвищення інвестиційної привабливості та маркетингового просування на регіональному рівні.

Аналіз останніх досліджень. Питання розвитку зеленого туризму в Україні не втрачає актуальності серед вітчизняних вчених, зокрема: Адамовський О., Адамян В.Я., Батиченко, С. П., Бойко В.О., Видренко А., Гетьман В. І., Горіна Г. О., Грищенко С. І., Демко В. С., Добрянська Н. А., Єгорова О.В., Заваріка Г., Зарубіна А., Зоря О.П., Коваль В., Олійник В., Орел А. М., Островська Н., Перегуда Ю. А., Польова О., Пригара О., Роїк О.Р., Самсонова В. В., Соловій І., Тищук І., Ходаківська Ю. В., Худик Н.І., Шафранова К. В., Шевченко О. О., Ярема Л.В. та інші науковці.

Об'єктом дослідження є процеси розвитку зеленого туризму в Україні в умовах соціально-економічних трансформацій та воєнного стану.

Предметом дослідження – організаційно-економічні механізми, інструменти інвестиційного стимулювання та маркетингового просування зеленого туризму на регіональному рівні.

Мета дослідження. Теоретично обґрунтувати та розробити практичні рекомендації щодо вдосконалення організаційно-економічного механізму стимулювання розвитку зеленого туризму, підвищення його інвестиційної привабливості та ефективного маркетингового просування в регіонах України.

Для досягнення поставленої мети у роботі передбачено вирішення таких завдань:

- узагальнити теоретичні підходи до сутності, ролі та функцій зеленого туризму в системі сталого розвитку регіонів;
- проаналізувати сучасний стан і тенденції розвитку зеленого туризму в Україні з урахуванням впливу воєнного стану;
- визначити основні проблеми та бар'єри розвитку зеленого туризму на національному й регіональному рівнях;
- оцінити соціально-економічне значення зеленого туризму для розвитку сільських територій і територіальних громад;
- дослідити перспективи розвитку зеленого туризму на регіональному рівні;
- обґрунтувати організаційно-економічний механізм стимулювання розвитку зеленого туризму з урахуванням умов воєнного стану;
- визначити інструменти підвищення інвестиційної привабливості зеленого туризму;
- розробити напрями та заходи маркетингового просування зеленого туризму і формування регіональних туристичних магнітів.

Інформаційну базу дослідження становлять нормативно-правові акти України у сфері туризму та регіонального розвитку, статистичні матеріали Державної служби статистики України, дані профільних міністерств і відомств, аналітичні звіти міжнародних організацій, матеріали офіційних туристичних ресурсів, результати соціологічних опитувань, публікації у

фахових наукових виданнях, а також інформаційні матеріали щодо функціонування об'єктів зеленого туризму Полтавської області.

У процесі дослідження використано загальнонаукові та спеціальні методи, зокрема: аналіз і синтез – для узагальнення теоретичних положень і вивчення чинників розвитку зеленого туризму; порівняльний аналіз – для зіставлення особливостей туризму та агроекотуризму; статистичний метод – для оцінки динаміки показників туристичної діяльності; соціологічні методи – для аналізу результатів опитувань споживачів туристичних послуг; системний підхід – для обґрунтування організаційно-економічного механізму стимулювання розвитку зеленого туризму; графічні та табличні методи – для візуалізації результатів дослідження.

Результати дослідження. У роботі систематизовано теоретичні засади розвитку зеленого туризму, визначено ключові проблеми та бар'єри його функціонування в умовах воєнного стану, обґрунтовано перспективи регіонального розвитку на прикладі Полтавської області, сформовано організаційно-економічний механізм стимулювання розвитку зеленого туризму, а також визначено інструменти підвищення інвестиційної привабливості та напрями маркетингового просування зеленого туризму.

Практичне значення одержавних результатів дослідження полягає в можливості використання отриманих висновків і рекомендацій органами місцевого самоврядування, регіональними органами виконавчої влади, суб'єктами туристичної діяльності та територіальними громадами під час розроблення програм розвитку зеленого туризму, формування регіональних туристичних стратегій, підвищення інвестиційної привабливості сільських територій і вдосконалення маркетингового просування туристичних продуктів.

Дипломна робота складається з таких структурних елементів: вступ, три розділи, висновки та пропозиції, список використаних інформаційних джерел та додатки. Обсяг роботи – 99 сторінок, включаючи 7 таблиць, 11 рисунків, додаток та 84 використаних джерела.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ПОТЕНЦІАЛУ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

1.1. Сутність і особливості зеленого туризму як форми сталого розвитку

У сучасних умовах регіонального розвитку України однією з ключових управлінських проблем залишається забезпечення сталого соціально-економічного поступу територій. Сталий розвиток у науковому дискурсі розглядається як узгоджена взаємодія економічної діяльності, соціальної сфери, населення та навколишнього природного середовища, за якої досягається збалансоване економічне зростання без втрати потенціалу для майбутніх поколінь.

У науковій літературі сформувалися два концептуальні підходи до трактування сталого розвитку. Перший ґрунтується на ідеях збереження та відтворення обмежених природних ресурсів і акцентує увагу на екологічному вимірі розвитку. В межах такого підходу ключового значення набувають раціональне природокористування, мінімізація ресурсних втрат, пошук альтернативних джерел ресурсів і впровадження ресурсозберігаючих технологій. Для України, яка володіє значним природно-ресурсним потенціалом, зазначений підхід має особливу актуальність у контексті деградації земель, зниження біорізноманіття та зростання антропогенного навантаження на довкілля [8].

У таких умовах особливого значення набуває пошук форм господарської діяльності, здатних поєднувати економічну доцільність із екологічною відповідальністю. Саме розвиток екологічно орієнтованих видів економічної активності, зокрема зеленого туризму, відповідає логіці природоохоронного підходу до сталого розвитку. Зелений туризм створює передумови для збереження природних ландшафтів, стимулює раціональне використання земельних і рекреаційних ресурсів та формує економічну зацікавленість місцевого населення у підтриманні екологічної рівноваги.

Запровадження зеленого туризму сприяє трансформації природних ресурсів із об'єкта інтенсивної експлуатації у фактор довгострокового розвитку, орієнтованого на збереження та відтворення природного середовища. Такий підхід дозволяє мінімізувати екологічні ризики, пов'язані з аграрним і промисловим виробництвом, та водночас забезпечити альтернативні джерела доходів для сільських територій. Як результат формується модель взаємодії економіки та довкілля, у межах якої природні ресурси розглядаються не лише як база виробництва, а як стратегічний актив сталого розвитку країни [11].

Другий підхід до визначення сталого розвитку зосереджується на соціально-економічних аспектах та пов'язує його з категорією стійкого економічного зростання. У такому трактуванні сталий розвиток передбачає досягнення макро- та мезорівневої стабільності через взаємодію природно-екологічних, економічних, політичних і суспільних чинників. Для України цей підхід є визначальним, оскільки соціально-економічні диспропорції між регіонами, демографічні проблеми сільських територій та обмеженість фінансових ресурсів потребують комплексних і довгострокових рішень [25].

Сталий розвиток регіонів України формується під впливом сукупності взаємопов'язаних факторів. До групи природно-екологічних чинників належить забезпеченість територій природними ресурсами, ефективність їх використання та здатність до відтворення. Реалізація принципів сталості у цій площині передбачає орієнтацію на ресурсозбереження, екологізацію виробництва та зменшення негативного впливу господарської діяльності на довкілля.

Соціально-економічні фактори сталого розвитку охоплюють збалансованість матеріальних, трудових і фінансових ресурсів регіону, виконання соціальних зобов'язань перед населенням, здатність до розширеного відтворення та адаптації до змін зовнішнього середовища. В українських реаліях особливого значення набувають питання економічної безпеки регіонів, що зумовлює необхідність постійного моніторингу

внутрішніх і зовнішніх загроз та застосування інструментів державного і регіонального регулювання [67].

Регіональна стійкість в Україні значною мірою визначає загальнонаціональну економічну стабільність. Унітарний характер держави не нівелює ролі регіонів як базових елементів соціально-економічної системи. Забезпечення сталого розвитку територій передбачає поєднання короткострокової стабілізації з формуванням передумов для перспективного зростання. У цьому контексті стратегічне планування регіонального розвитку повинно враховувати специфіку ресурсної бази, структури економіки та людського потенціалу кожного регіону [48].

Більшість аграрних регіонів України традиційно орієнтовані на використання природно-ресурсного потенціалу, що зумовлює їхню залежність від кон'юнктурних коливань та підвищує вразливість до економічних криз. У таких умовах актуалізується потреба трансформації економічної структури сільських територій і пошуку нових точок зростання.

Одним із перспективних напрямів диверсифікації економіки сільських регіонів виступає розвиток зеленого туризму. Зелений туризм розглядається як специфічний вид туристичної діяльності, пов'язаний з організацією відпочинку та дозвілля у сільській місцевості з використанням природно-рекреаційних, історико-культурних, соціально-етнографічних і традиційних для певної території ресурсів. Надання туристичних послуг зазвичай здійснюється у приватному секторі на базі сільських садиб з можливістю залучення відвідувачів до традиційних видів господарської діяльності [6].

Поняття «зелений туризм» є відносно новим для України та набуло популярності переважно впродовж останніх років. На нашу думку, його активний розвиток як виду господарської та підприємницької діяльності значною мірою зумовлений наслідками повномасштабного вторгнення, зокрема процесами внутрішнього переміщення населення [5]. Вимушено переміщені особи, переїжджаючи до сільської місцевості, нерідко розпочинали власну справу фактично «з нуля», обираючи саме сферу зеленого

туризму як доступний інструмент економічної самореалізації, що, своєю чергою, сприяло посиленню попиту на село як простір проживання, відпочинку та відновлення. В науковій літературі визначено загальні передумови виникнення зеленого туризму та його класифікація (рис.1.1.1).



Рис. 1.1.1. – Передумови виникнення зеленого туризму та його видів [23, 42]

Одночасно зазначені процеси мають ширший соціокультурний вимір, відображаючись у загостренні питання національної ідентичності, зростанні інтересу до традиційного укладу життя, народних звичаїв і культурної спадщини. Зелений туризм у цьому контексті виступає не лише економічною діяльністю, а й середовищем для глибокого пізнання власної культури, переосмислення цінностей та пошуку шляхів психоемоційного відновлення в умовах тривалих кризових викликів [40].

Зелений туризм охоплює широкий спектр форм відпочинку у сільській місцевості, зокрема власне туристичну діяльність, а також відпочинок, пов'язаний із проживанням в агрооселях, що зазвичай визначається як агротуризм. Такі форми рекреації передбачають тісний контакт із природним середовищем, традиційним сільським укладом життя, місцевими звичаями, культурною спадщиною та господарською діяльністю сільських громад [2].

Використання терміну «зелений» у даному контексті акцентує увагу на екологічній спрямованості цього виду туризму, його орієнтації на збереження природних ресурсів, раціональне природокористування та формування екологічно відповідальної поведінки туристів. У практичному розумінні зелений туризм часто ототожнюється з відпочинком безпосередньо в селах або у так званих «зеленій місцевості», що характеризується чистим довкіллям, природними ландшафтами та сприятливими умовами для відновлення фізичних і психологічних сил людини [22].

Цільову аудиторію зеленого туризму в Україні формують переважно мешканці великих міст, які не мають досвіду життя у сільській місцевості та виявляють підвищений інтерес до автентичних форм відпочинку, екологічно чистих продуктів і традиційного способу життя. Попит на такі туристичні послуги зумовлений втомою від стандартизованих рекреаційних форматів і зростанням значущості нематеріальних цінностей, пов'язаних з культурною ідентичністю та гармонією з природою.

Зелений туризм не характеризується високою прибутковістю у короткостроковій перспективі, проте його значення полягає у вираженому

соціально-економічному ефекті. Розвиток цього виду діяльності сприяє зниженню соціальної напруги на сільських територіях, створенню додаткових робочих місць, раціоналізації використання трудового потенціалу та формуванню альтернативних джерел доходів для сільського населення. Водночас забезпечується збереження культурних традицій, підтримка місцевих ремесел і підвищення туристичної привабливості регіонів [64].

Розвиток зеленого туризму в Україні доцільно розглядати у взаємозв'язку з основним сільськогосподарським виробництвом. Поєднання аграрної діяльності з наданням туристичних послуг дозволяє підвищити загальну рентабельність господарств навіть за умов низької ефективності окремих напрямів діяльності [76]. Реалізація туристичних послуг разом із продажем екологічно чистої продукції за цінами виробника формує конкурентоспроможний ринковий продукт і створює передумови для формування регіональних брендів.

Комплексний вплив зеленого туризму проявляється на макроекономічному, мікроекономічному, соціокультурному та особистісному рівнях. На макрорівні зелений туризм інтегрує аграрний сектор у туристичну індустрію та виступає додатковим джерелом доходів для сільського населення. На мікрорівні розвиток зеленого туризму стимулює мале підприємництво та підвищує економічну цінність сільських домогосподарств. Соціокультурний вимір пов'язаний зі зменшенням розриву між міським і сільським способом життя, тоді як етнокультурний аспект забезпечує збереження традицій і формування національної ідентичності. Особистісний ефект виявляється у підвищенні рівня самореалізації та професійної компетентності осіб, залучених до надання туристичних послуг [41].

Роль зеленого туризму полягає у виконанні комплексу взаємопов'язаних функцій, що забезпечують соціально-економічний розвиток сільських територій, збереження природного та культурного потенціалу, підвищення рівня зайнятості населення та формування передумов сталого розвитку

сільських громад [62, 66]. На рисунку 1.1.2 узагальнено основні функції зеленого туризму.

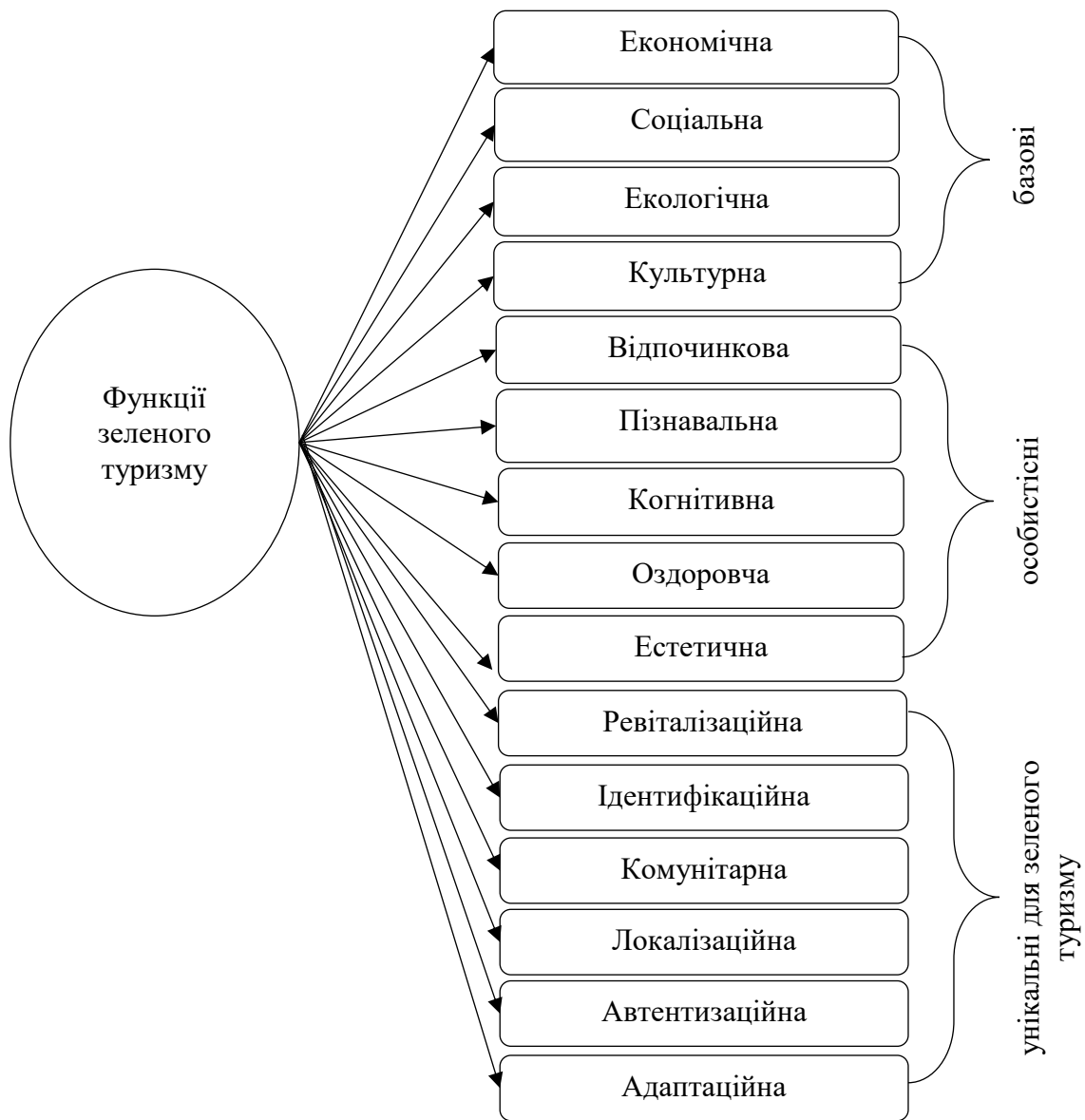


Рис. 1.1.2. Функції зеленого туризму [складено автором]

Поряд із загальновідомими та традиційно виокремлюваними функціями зеленого туризму, зміст і значення яких є достатньо висвітленими у наукових дослідженнях, доцільним є акцентування уваги на його унікальних функціях. Акцентування уваги, на нашу думку, зумовлене специфікою зеленого туризму як форми діяльності, що поєднує економічні, соціальні, культурні та світоглядні аспекти розвитку сільських територій. Унікальні функції

відображають глибший вплив зеленого туризму, який виходить за межі забезпечення зайнятості чи організації відпочинку та проявляється у відновленні локальної і національної ідентичності, збереженні автентичних традицій і способу життя, ревіталізації сільських громад, а також формуванні умов для психоемоційного відновлення особистості. Саме через ці функції зелений туризм виступає не лише як вид туристичної діяльності, а як інструмент соціокультурної стабілізації, адаптації населення до кризових викликів та сталого розвитку сільських територій. Зміст даних функцій пояснено у таблиці 1.1.1.

Таблиця 1.1.1

Зміст унікальних для зеленого туризму функцій [40, 41]

Назва	Зміст
Ідентифікаційна	сприяє формуванню та відновленню національної й локальної ідентичності через занурення в традиційний спосіб життя, звичаї та культурні практики сільських громад.
Ревіталізаційна	забезпечує відродження депресивних сільських територій, традиційних ремесел, локальної економіки та соціальної активності громад.
Комунітарна	посилює соціальну згуртованість місцевих громад, стимулює взаємодію між мешканцями та туристами, формує горизонтальні соціальні зв'язки.
Локалізаційна	орієнтує туристичний продукт на конкретну територію, її унікальні природні, історичні та культурні особливості, формуючи «місцеву унікальність» як конкурентну перевагу.
Автентизаційна	сприяє збереженню й трансляції автентичних елементів культури, побуту та господарювання, протидіючи їх уніфікації та комерціалізації.
Адаптаційна	виконує роль механізму соціально-економічної адаптації населення (зокрема внутрішньо переміщених осіб) до нових умов проживання та праці.

Зелений туризм України у сучасних умовах виступає багатофункціональним інструментом забезпечення сталого розвитку сільських територій, який органічно поєднує економічні, соціальні, екологічні та соціокультурні складові. Його значення виходить за межі суто туристичної діяльності, оскільки зелений туризм сприяє диверсифікації економіки аграрних регіонів, підвищенню рівня зайнятості та доходів сільського населення, збереженню природного середовища і культурної спадщини. В

умовах посилення регіональних диспропорцій, демографічних викликів та наслідків повномасштабного вторгнення зелений туризм набуває додаткового соціального й адаптаційного значення, виступаючи чинником відновлення громад, формування національної ідентичності та психоемоційної стабілізації населення. Таким чином, розвиток зеленого туризму слід розглядати як перспективний напрям регіональної політики та складову стратегії сталого розвитку України, що потребує системної підтримки, інституційного забезпечення та інтеграції у загальнодержавні й регіональні програми соціально-економічного розвитку.

1.2. Економічний, соціальний і екологічний потенціал зеленого туризму

Зелений туризм в Україні безперечно має багатовимірний потенціал, який включає економічні, соціальні та екологічні аспекти, що взаємно підсилюють один одного та формують умови для сталого розвитку сільських територій. В умовах нестабільної геополітичної ситуації вирішення соціально-економічних проблем потребує розробки нових підходів та моделей, які враховують не лише поточні військові ризики, а й цілі та завдання сталого розвитку країни, зокрема – відновлення та розвитку сільських територій. На нашу думку, туризм відіграє особливу роль у зміцненні соціально-економічного потенціалу територій. Напрямок зеленого туризму являє собою інструмент ефективної активізації та акумуляції місцевих ресурсів, збереження навколишнього середовища, історичної та культурної спадщини, а також збереження екологічної рівноваги [52]. Реалізація потенціалу зеленого туризму в сільських регіонах України в цілому може бути дієвим інструментом диверсифікації локальної економіки, відродження населених пунктів, і відповідно, чинником, що сприяє досягненню сталого розвитку як села, так і держави загалом.

Початок повномасштабного вторгнення зумовив зростання рівня внутрішньої міграції, питома вага якої припадає на сільські території, які відповідно отримали новий імпульс для розвитку. Міграційні процеси безпосередньо зумовлюють появу нових соціально-економічних реалій, що при свідомому та ефективному використанні трансформуються у так звані основи для відновлення інфраструктури та формуванню широких можливостей для розвитку сільських територій [33]. Ми вважаємо, що в даному контексті зелений туризм сприяє розвитку підприємницьких ініціатив, залученню інвестицій, активізації інноваційної діяльності, формуванню бізнес-ідеї та створення малого бізнесу, наприклад крафтверства як наслідку народного ремесла у тій чи іншій галузі, створення робочих місць та збереження культурної спадщини. В контексті поствоєнного відновлення зелений туризм може стати одним із ключових напрямів реалізації регіональної політики, спрямованої на відродження сільських територій, підвищення їх привабливості для життя й роботи, а також на формування позитивного міжнародного іміджу України як країни з потужним рекреаційним потенціалом і сталим підходом до розвитку.

Економічний потенціал зеленого туризму в Україні проявляється у здатності створювати додаткові джерела доходу для сільських громад та сприяти диверсифікації економічної активності на територіях, що відчують структурні дисбаланси, а отже дозволяє поєднувати традиційне виробництво продуктів харчування з наданням туристичних послуг, відповідно створюючи передумови для формування конкурентоспроможних регіональних брендів [27].

Зелений туризм виступає важливою складовою розвитку місцевого бізнесу, оскільки він стимулює розвиток малих і середніх підприємств у сфері послуг, готельно-ресторанного обслуговування та ремесел, водночас поєднуючи їх із традиційним аграрним виробництвом. Наукова література визначає зелений туризм як інструмент створення робочих місць в сільській місцевості, що, як наслідок сприяє зменшенню безробіття та активізації

економічних процесів у периферійних регіонах, де відсутні великі промислові або сервісні центри [1]. Розвиток цього сектора може підсилювати місцеву економіку за рахунок росту попиту на місцеві товари і послуги, включно з продуктами харчування, сувенірною продукцією та туристичними послугами, що реалізуються безпосередньо в агросадибах та сімейних господарствах.

Зелений туризм сприяє раціоналізації використання ресурсів сільських територій шляхом інтегрованого підходу до використання землі, де туристичні функції доповнюють традиційне сільськогосподарське виробництво і створюють мультиплікативний ефект для локальної економіки. Необхідною умовою сталого розвитку доцільно визначити включення сільського зеленого туризму до регіональних стратегій розвитку, що в результаті сприятиме зміцненню фінансової спроможності місцевих домогосподарств та розширенню джерел доходів мешканців села [63].

Важливо підкреслити, що економічний потенціал зеленого туризму не обмежується прямими фінансовими надходженнями від туристичних послуг, а має позитивні споживчі та мультиплікаційні ефекти для суміжних секторів, зокрема для фермерських господарств, ремісничих виробників і сфер обслуговування, що сприяє загальному підвищенню економічної активності сільських територій

Розвиток зеленого туризму в Україні має істотний вплив на локальну економіку сільських територій, оскільки створює механізми для підвищення зайнятості населення, забезпечує додаткові доходи місцевих домогосподарств, стимулює розвиток малого і середнього бізнесу та формує попит на локальні продукти і ремесла. Залучення туристів сприяє оживленню ринкової активності в регіонах, де відсутні великі промислові підприємства, і формує економічні передумови для відродження села через розширення спектру зайнятості та доходів мешканців [1, 9].

Як стратегія розвитку зеленого туризму, впровадження інвестиційно-інноваційної діяльності дозволяє модернізувати інфраструктуру сільських територій, створювати туристичні магніти та інтегрувати села у національні та

міжнародні туристичні маршрути. Створення та реконструкція агросадиб, туристичних маршрутів, об'єктів харчування та культурних центрів не лише підвищує привабливість регіону, але й сприяє залученню інвестицій, формуванню нових робочих місць та розвитку супутніх секторів економіки. Гострим питанням залишається транспортна інфраструктура, що створює суттєві перешкоди для зеленого туризму зокрема у сільській місцевості, тому на нашу думку інвестиційні вливання в покращення логістичних умов – в перспективі матиме позитивний економічний ефект в контексті розвитку туристичної галузі та сталого розвитку держави вцілому [1].

Економічні аспекти розвитку зеленого туризму в Україні тісно пов'язані зі зниженням рівня доходів населення у період воєнного стану та економічної нестабільності. Результати соціологічних опитувань, зокрема дослідження «Які перешкоди або обмеження ви бачите для подорожей в Україні в умовах воєнного стану?» показують, що одним із основних факторів, який стримує подорожі, є фінансові витрати [16]. Зниження купівельної спроможності населення вимагає розробки економічно доступних туристичних продуктів, стимулювання внутрішнього туризму та поєднання туристичних послуг із продажем локальної продукції за цінами виробника, що дозволяє підтримати місцеву економіку і підвищити економічну стійкість сільських територій.

Таким чином, зелений туризм виконує функцію економічного драйвера, інтегруючи соціальні та інвестиційні механізми розвитку села, підтримуючи інноваційні підходи у створенні туристичних продуктів та забезпечуючи комплексне відродження сільських територій України в умовах сучасних економічних викликів.

Соціальний потенціал розвитку зеленого туризму полягає у підвищенні рівня зайнятості та доходів населення, зменшенні соціальної напруги в депресивних сільських регіонах, інтеграції міських і сільських спільнот, формуванні нових соціальних зв'язків і культурного обміну [10]. Залучення місцевих жителів до туристичної діяльності стимулює розвиток професійних

компетенцій, покращує навички обслуговування та менеджменту, підвищує самооцінку та рівень особистісної реалізації учасників туристичних проектів.

Соціальний потенціал зеленого туризму в Україні має системний і багатовимірний характер та проявляється через його вплив на соціальну структуру сільських територій, якість життя населення, рівень соціальної згуртованості громад і відновлення людського капіталу. У сучасних умовах соціально-економічних трансформацій та воєнних викликів зелений туризм набуває особливого значення як інструмент соціальної стабілізації та розвитку [20].

Для України зелений туризм обґрунтовано розглядається як «точка зростання» сільських територій із вираженим мультиплікаційним ефектом. Його розвиток забезпечує паралельне функціонування двох взаємопов'язаних напрямів – базового сільськогосподарського виробництва та туристичної діяльності на його основі. Поєднання виробництва продуктів харчування з наданням послуг сільського туризму створює умови для підвищення економічної та соціальної стійкості домогосподарств, оскільки сукупна діяльність може залишатися рентабельною навіть за збитковості окремих складових. Низькі ціни сільськогосподарських виробників у порівнянні з міськими роздрібними цінами дозволяють формувати доступний туристичний продукт і водночас підтримувати доходи місцевого населення.

Важливим соціальним ефектом зеленого туризму є сприяння відродженню сільських територій. Туристична активність стимулює збереження сільського способу життя, підтримує функціонування малих населених пунктів, зменшує масштаби трудової міграції та сприяє поверненню економічної активності у депресивні громади. Формування туристичного попиту створює передумови для розвитку соціальної інфраструктури, відновлення громадських просторів, культурних об'єктів і місцевих ініціатив [52, 71].

Особливої актуальності соціальний потенціал зеленого туризму набуває в умовах зростання кількості внутрішньо переміщених осіб. Сільські

території, залучені до розвитку зеленого туризму, поступово перетворюються на простір соціальної інтеграції ВПО, забезпечуючи можливості для працевлаштування, самозайнятості та підприємницької діяльності. Залучення внутрішньо переміщених осіб до функціонування агросадіб, крафтового виробництва, обслуговування туристичних маршрутів сприяє їх соціальній адаптації, відновленню відчуття економічної самодостатності та включеності у життя громади [32].

Значний соціальний ефект зеленого туризму пов'язаний із психологічним відновленням населення. Взаємодія з природним середовищем, традиційним укладом життя, автентичною культурою та неспішним ритмом сільської місцевості формує сприятливі умови для зниження рівня стресу, емоційного вигорання та психологічної напруги, що є особливо важливим у період воєнних і посткризових трансформацій. У цьому контексті зелений туризм виконує не лише рекреаційну, а й соціально-терапевтичну функцію.

Соціальний потенціал зеленого туризму тісно пов'язаний із відродженням культурної спадщини та локальної ідентичності. Туристичний попит стимулює збереження народних традицій, обрядів, ремесел, гастрономічної культури, що сприяє міжпоколінній передачі знань і навичок. Розвиток крафтового виробництва, зокрема виготовлення локальних харчових продуктів, виробів народних промислів і сувенірної продукції, формує додаткові соціальні й економічні можливості для сільських громад та підвищує їх самобутність [46].

У територіальному вимірі зелений туризм традиційно найбільш розвинений у західних регіонах України, що зумовлено природно-ландшафтними умовами, збереженими традиціями та сформованим туристичним іміджем. Водночас останніми роками спостерігається активне поширення зеленого туризму в центральних регіонах країни, де він набуває нових форм, орієнтованих на локальні особливості, історико-культурну спадщину та аграрний потенціал. Значну роль у популяризації зеленого

туризму відіграють соціальні мережі, які забезпечують ефективне просування туристичних продуктів, формування довіри до локальних ініціатив і залучення нових цільових аудиторій.

Соціальний ефект зеленого туризму посилюється за рахунок реалізації інвестиційних і інноваційних проєктів, спрямованих на створення туристичних магнітів, розвиток культурних і рекреаційних просторів, модернізацію сервісів та інфраструктури. Такі проєкти сприяють зростанню соціального капіталу громад, активізації громадської участі та формуванню позитивного іміджу регіонів на національному й міжнародному рівнях [63].

Отже, соціальний потенціал зеленого туризму в Україні проявляється у здатності комплексно впливати на відновлення сільських територій, підтримку соціальної згуртованості, інтеграцію вразливих груп населення, збереження культурної спадщини та формування позитивного образу країни у світі. Такий підхід дозволяє розглядати зелений туризм як важливий елемент соціально орієнтованої моделі сталого розвитку.

Екологічний вимір зеленого туризму проявляється у збереженні природних ландшафтів, біорізноманіття та культурної спадщини. Він формує мотивацію для раціонального використання земельних, водних та рекреаційних ресурсів, стимулює дбайливе ставлення до довкілля та впровадження принципів екологічної відповідальності у місцевих громадах. Зелений туризм забезпечує синергію між економічною активністю і охороною природи, створюючи стійку модель розвитку територій [20].

Екологічний потенціал зеленого туризму в сучасних умовах формується не лише через збереження природних ресурсів, а й через трансформацію споживчих пріоритетів населення, зростання попиту на екологічно чисті продукти, відповідальні форми відпочинку та усвідомлене ставлення до довкілля. У глобальному вимірі спостерігається стійкий тренд на споживання органічної продукції, підтримку локальних виробників і вибір туристичних практик, що мінімізують негативний вплив на навколишнє середовище. В

Україні ці тенденції поступово посилюються, що створює додаткові можливості для розвитку зеленого туризму.

Зелений туризм органічно поєднує рекреаційну діяльність із виробництвом і споживанням екологічної продукції. Сільські садиби та господарства, які володіють відповідними земельними ресурсами, можуть не лише вирощувати органічну продукцію, а й інтегрувати її у туристичний продукт шляхом організації екскурсій на органічні ділянки, демонстрації екологічно безпечних технологій виробництва, дегустацій та освітніх заходів. Такий підхід сприяє формуванню доданої вартості, підвищує екологічну культуру споживачів і водночас стимулює збереження природного середовища.

Важливою складовою екологічного потенціалу зеленого туризму є реалізація еко-ініціатив на локальному рівні. Йдеться про впровадження практик органічного землеробства, відновлення ґрунтів, збереження біорізноманіття, раціональне використання водних ресурсів, відмову від надмірного застосування хімічних засобів захисту рослин. Участь туристів у таких ініціативах або ознайомлення з ними в межах екскурсійних програм підсилює екологічний ефект і формує відповідальну модель взаємодії людини з природою.

Екологічний потенціал зеленого туризму в Україні тісно пов'язаний із просторовою структурою органічного виробництва, яка відображає рівень екологічної сертифікації земель, стан природного середовища та готовність територій до впровадження природоорієнтованих моделей господарювання. Органічна карта України станом на кінець 2024 року демонструє суттєву диференціацію регіонів за площею сертифікованих органічних і перехідних сільськогосподарських угідь, що дозволяє визначити пріоритетні зони розвитку зеленого туризму на основі екологічно відповідального землекористування [82].



Рис. 1.2.1. – Органічна карта України [82]

Найвища концентрація органічних земель зосереджена у центральних і північних регіонах України, зокрема у Житомирській, Полтавській, Черкаській, Київській та Вінницькій областях, території яких характеризуються поєднанням значних площ сільськогосподарських угідь, відносно сприятливого екологічного стану, наявності лісових масивів, річкових долин і природоохоронних об'єктів, що створює передумови для формування комплексних моделей зеленого туризму. Високі показники органічного землекористування свідчать не лише про екологічну орієнтацію аграрного виробництва, а й про потенціал розвитку туристичних продуктів, пов'язаних із органічним харчуванням, агроекскурсіями, екоосвітою та сталим споживанням.

Сучасні споживчі тренди демонструють стабільне зростання попиту на екологічно чисті та органічні продукти, що зумовлено підвищенням рівня екологічної свідомості населення, турботою про здоров'я та прагненням до

відповідального способу життя. У цьому контексті зелені садиби та агротуристичні господарства, які володіють сертифікованими органічними земельними ресурсами, отримують можливість диверсифікувати свою діяльність шляхом поєднання туристичних послуг із демонстрацією органічного виробництва. Проведення екскурсій на органічні поля, сади, ягідники, участь туристів у сезонних роботах, дегустація продукції безпосередньо на місці її виробництва формують додану вартість туристичного продукту та підсилюють його екологічну складову.

Органічна карта України дозволяє виокремити регіони, де розвиток зеленого туризму на основі органічного виробництва має системний характер або перебуває на стадії активного становлення. Традиційно зелений туризм асоціюється із західними областями України, однак аналіз просторового розподілу органічних земель свідчить про активне поширення відповідних практик і в Центральній Україні. Зокрема, Полтавська область вирізняється значними площами сертифікованих органічних угідь, що у поєднанні з природними ландшафтами лісостепової зони, річковими екосистемами та культурною спадщиною формує сприятливі умови для реалізації екологічно орієнтованих туристичних проєктів.

Показовим прикладом розвитку зеленого туризму в Центральній Україні є проєкти, орієнтовані на мінімізацію антропогенного впливу на довкілля та інтеграцію туристичної інфраструктури в природне середовище. Зокрема, сучасні екоорієнтовані туристичні комплекси у Полтавській області поєднують використання енергоефективних технологій, локальних природних матеріалів і концепцію «повільного туризму», що передбачає глибоке занурення туристів у природне середовище. Організація екскурсій на ягідні та органічні поля, збирання врожаю, дегустація екологічної продукції та залучення відвідувачів до приготування локальних страв формують не лише туристичну атракцію, а й інструмент екологічної освіти та популяризації сталих практик споживання. До того, важливо зауважити, що згідно Цілей сталого розвитку – впровадження сільськогосподарської діяльності, що

базується на принципах органічного землеробства є одним із завдань, що забезпечує досягнення Цілі 2 «Подолання голоду». Однак на нашу думку, комплексний підхід до ефективної реалізації даного виду туризму сприятиме досягненню і наступних цілей: ЦСР 8 «Гідна праця та економічне зростання», ЦСР 11 «Сталий розвиток міст і громад», ЦСР «Відповідальне споживання і виробництво», ЦСР 13 «Боротьба зі зміною клімату» та ЦСР 15 «Збереження екосистем суші» [77].

Таким чином, розвиток зеленого туризму на основі органічного виробництва сприяє формуванню інвестиційних проєктів у сільській місцевості з природоорієнтованими рішеннями [31]. Такі проєкти поєднують економічну доцільність із екологічною відповідальністю, стимулюють збереження ландшафтного та біологічного різноманіття, підтримують локальні екосистеми та водночас створюють нові можливості для зайнятості населення. Органічна карта України у цьому контексті виступає аналітичним інструментом стратегічного планування, який дозволяє обґрунтувати територіальні пріоритети розвитку зеленого туризму, орієнтованого на довгострокову екологічну стійкість і відповідність принципам сталого розвитку.

В результаті інтеграція зеленого туризму з органічним виробництвом формує цілісну модель природоорієнтованого розвитку сільських територій України, здатну не лише задовольняти зростаючий попит на екологічні туристичні продукти, а й посилювати позиціонування країни на міжнародному ринку сталого та екологічного туризму.

Значний інтерес у цьому контексті становлять приклади розвитку зеленого туризму в центральних регіонах України, зокрема у Полтавській області, яка характеризується поєднанням сприятливих природно-кліматичних умов, аграрного потенціалу та наявності територій з підвищеною природоохоронною цінністю, що створює передумови для впровадження природо-орієнтованих туристичних проєктів.

Одним із прикладів є проєкт OBRIY village – комплекс смарт-будиночків для відпочинку, розташованих на панорамних схилах уздовж річки Ворскла, в оточенні дубових лісів і лугового різнотрав'я. Територія функціонує в межах заповідної Смарагдової мережі, що зумовлює особливі вимоги до збереження природного середовища та раціонального використання ресурсів. Вказана локація дозволяє забезпечити мінімальне втручання у природні ландшафти й водночас створити високоякісний туристичний продукт, орієнтований на екологічно свідомих споживачів [83].

Екологічна складова діяльності подібних об'єктів посилюється за рахунок інтеграції аграрних і туристичних елементів. Зокрема, організація екскурсій на малинові поля, збір свіжих ягід поблизу місць проживання, дегустація екологічних продуктів і їх подальше використання у гастрономічних практиках формують комплексний екоорієнтований досвід для туристів. Такий формат поєднує рекреацію, екологічну освіту та підтримку локального органічного виробництва [31, 83].

Подібні ініціативи демонструють, що зелений туризм може виконувати функцію платформи для просування органічної продукції та екологічних стандартів виробництва. Туристи отримують можливість безпосередньо ознайомитися з процесами вирощування екологічно чистої сировини, що підвищує довіру до продукту та стимулює попит на нього поза межами туристичної локації. У довгостроковій перспективі це сприяє розширенню ринку органічної продукції та екологізації аграрного сектору.

З екологічної точки зору важливим є й те, що зелені садиби та туристичні комплекси, орієнтовані на сталий розвиток, дедалі частіше впроваджують природо-орієнтовані рішення. До них належать використання енергоефективних технологій, відновлюваних джерел енергії, локальних будівельних матеріалів, систем ощадливого водокористування та мінімізації відходів. Такі підходи знижують екологічне навантаження та формують модель екологічно відповідального інвестування у сільській місцевості.

Узагальнюючи, екологічний потенціал зеленого туризму проявляється у здатності поєднувати охорону довкілля, розвиток органічного виробництва та інноваційні інвестиційні проєкти у сільській місцевості. Природо-орієнтовані рішення, реалізовані в межах зеленого туризму, сприяють збереженню природних екосистем, підвищенню екологічної свідомості населення та формуванню конкурентоспроможних туристичних продуктів, що відповідають сучасним запитам суспільства та принципам сталого розвитку.

Поєднання економічного, соціального та екологічного потенціалу дозволяє сформуванню комплексну стратегію розвитку сільських територій, в якій зелений туризм виступає як інструмент забезпечення стабільності та прогресивного зростання. Такий інтегрований підхід відповідає міжнародним стандартам сталого розвитку та створює умови для збалансованого використання ресурсів, підвищення рівня життя населення та збереження природної і культурної спадщини України.

Проте, активний розвиток зеленого туризму в Україні має як потенціал (сильні сторони), так і ряд факторів, що значно гальмують темпи його розвитку (слабкі сторони) наведених у табл. 1.2.1.

За даними проведеного SWOT-аналізу, доцільно зробити висновок, що попри можливі бар'єри – позитивні аспекти давного виду діяльності переважають потенційні загрози. Активний розвиток зеленого туризму є перспективним напрямом відродження та забезпечення соціально-економічного зростання сільських територій України, окрім того зелений туризм є важливим механізмом інтеграції внутрішньо переміщених осіб, стимулювання розвитку малого бізнесу, крафтового виробництва, ремесел та локальних ініціатив, що значно підвищує рівень інвестиційної привабливості, зміцненню соціальної згуртованості та екологічній стабільності регіонів.

Таблиця 1.2.1

SWOT-аналіз розвитку зеленого туризму в Україні [5]

Сильні сторони	Слабкі сторони
- значне природно-рекреаційне різноманіття; - багата культурна спадщина; - гостинність населення та зростаюча зацікавленість у формах екологічного відпочинку.	- недосконалість нормативно-правового регулювання; - низький рівень розвитку транспортної й туристичної інфраструктури; - обмежені фінансові ресурси місцевих мешканців; - недостатній рівень професійної підготовки локальних кадрів у сфері туризму.
Можливості	Загрози
- підвищення попиту на внутрішній туризм унаслідок воєнних подій; - активізація внутрішньої міграції, що створює передумови для заселення й відновлення сільських територій; - потенціал залучення грантових і інвестиційних ресурсів на екологічні ініціативи.	-воєнна нестабільність; - зниження купівельної спроможності населення; - екологічні ризики та можлива втрата туристичної привабливості окремих регіонів.

Отже, реалізацію потенціалу зеленого туризму необхідно позиціонувати як стратегічний напрям державної та регіональної політики, спрямований на відновлення сільських територій та формування нової моделі сталого розвитку.

1.3. Зарубіжний досвід реалізації потенціалу зеленого туризму та можливості його адаптації в Україні

У сучасних умовах сталого розвитку сільських територій зарубіжний досвід організації та підтримки зеленого туризму становить значний науково-практичний інтерес, оскільки демонструє ефективні моделі поєднання економічної доцільності, соціальної згуртованості та екологічної відповідальності. У багатьох країнах Європейського Союзу зелений туризм розглядається не як допоміжний вид туристичної діяльності, а як важливий інструмент регіональної політики, спрямованої на диверсифікацію сільської

економіки, збереження природного середовища та підтримку локальних громад.

Найбільш показовим є досвід таких країн, як Франція, Італія, Австрія, Німеччина, Польща та Греція, де зелений туризм інституціоналізований на державному та регіональному рівнях. У цих країнах сформовано розвинену нормативно-правову базу, діють національні та регіональні програми підтримки агротуризму, запроваджено фінансові стимули для власників сільських садиб, а також розвинені механізми сертифікації туристичних послуг з урахуванням екологічних стандартів [15].

Франція є одним із лідерів у сфері зеленого туризму, де агротуристична діяльність інтегрована з органічним сільським господарством, гастрономічною культурою та охороною ландшафтів. Розвиток мережі «Gîtes de France» сприяв перетворенню сільських домогосподарств на повноцінних учасників туристичного ринку, забезпечивши стабільні доходи для сільського населення та збереження традиційного укладу життя. Важливу роль у цій моделі відіграє державна підтримка, що реалізується через субсидії, пільгове кредитування та інформаційно-консультаційний супровід [15].

Італійська модель зеленого туризму базується на концепції «agriturismo», яка передбачає поєднання сільськогосподарського виробництва, туристичних послуг та культурної спадщини. Особливістю італійського підходу є акцент на локальну автентичність, використання регіональних брендів і просування продукції з географічним зазначенням походження. Така модель сприяє формуванню сталих туристичних потоків і підвищує конкурентоспроможність сільських територій на міжнародному ринку [35].

Австрія та Німеччина демонструють ефективні приклади інтеграції зеленого туризму з екологічною політикою та просторовим плануванням. У цих країнах розвиток агротуризму тісно пов'язаний із збереженням природних ландшафтів, підтримкою малих фермерських господарств і впровадженням енергоефективних технологій. Важливим елементом є функціонування систем

добровільної екологічної сертифікації, яка підвищує довіру туристів і стимулює сталу поведінку суб'єктів господарювання [15, 35].

Окрему увагу заслуговує досвід Польщі, який є особливо релевантним для України з огляду на подібні природно-кліматичні умови, історичний розвиток сільських територій та трансформаційні процеси в економіці. У Польщі зелений туризм активно розвивається за підтримки програм Європейського Союзу, зокрема в межах Спільної аграрної політики, що забезпечує фінансування інфраструктурних проєктів, навчання сільського населення та маркетингове просування агротуристичних продуктів [39].

Грецький досвід засвідчує можливості розвитку зеленого туризму як інструменту подолання соціально-економічних проблем аграрних регіонів. У цій країні агротуризм поєднується з ремісничою діяльністю, гастрономічними маршрутами та екологічною освітою, що дозволяє створювати додану вартість без значного антропогенного навантаження на довкілля [51].

Аналіз зарубіжного досвіду дозволяє виокремити ключові умови успішної реалізації потенціалу зеленого туризму: наявність чіткої державної стратегії, інтеграція туризму з аграрним сектором, підтримка малого підприємництва, розвиток локальних брендів, інвестиції в інфраструктуру та активне використання цифрових каналів просування. Важливою складовою є також залучення місцевих громад до процесів планування і реалізації туристичних ініціатив, що забезпечує соціальну стійкість і підвищує рівень прийняття таких проєктів.

Для України адаптація зарубіжного досвіду розвитку зеленого туризму має здійснюватися з урахуванням національних особливостей, зокрема воєнного стану, трансформації економіки, внутрішньої міграції населення та обмежених фінансових ресурсів. Водночас наявність значного природно-ресурсного потенціалу, розвиненого аграрного сектору, зростаючого сегмента органічного виробництва та підвищеного інтересу до внутрішнього туризму створює сприятливі передумови для впровадження адаптованих моделей зеленого туризму [1].

Перспективними напрямками адаптації зарубіжного досвіду в Україні є розвиток мережі зелених садіб на основі органічного землеробства, впровадження регіональних програм підтримки агротуристичних проєктів, стимулювання інвестицій у природоорієнтовану інфраструктуру, а також формування національної системи сертифікації зеленого туризму. Особливу роль у цьому процесі може відігравати використання успішних кейсів регіонального розвитку, зокрема у Центральній та Західній Україні, як основи для масштабування кращих практик.

Таким чином, зарубіжний досвід реалізації потенціалу зеленого туризму підтверджує його ефективність як інструменту сталого розвитку сільських територій, а його адаптація в Україні здатна сприяти економічному відновленню, соціальній стабілізації та збереженню природної спадщини в довгостроковій перспективі.

Важливим контекстом аналізу зарубіжного досвіду розвитку зеленого туризму є демографічна структура населення, зокрема частка сільських жителів у загальній чисельності населення. У країнах Європейського Союзу, попри високий рівень урбанізації, сільські території залишаються соціально та економічно активними просторами, де зосереджена значна частина населення, зайнятого в аграрному виробництві, переробці, крафтових видах діяльності та сфері послуг, зокрема зеленому туризмі [15].

Для України, яка традиційно характеризується вагомою часткою сільського населення та значною кількістю малих сільських населених пунктів, порівняння з країнами ЄС дозволяє виявити структурні відмінності й потенційні резерви розвитку села як економічної та соціокультурної основи зеленого туризму.

У цьому зв'язку доцільним є порівняльний аналіз частки селян у загальній чисельності населення окремих країн ЄС та України, що дає змогу обґрунтувати перспективи адаптації європейських моделей розвитку сільських територій в українських умовах (рис. 1.3.1).

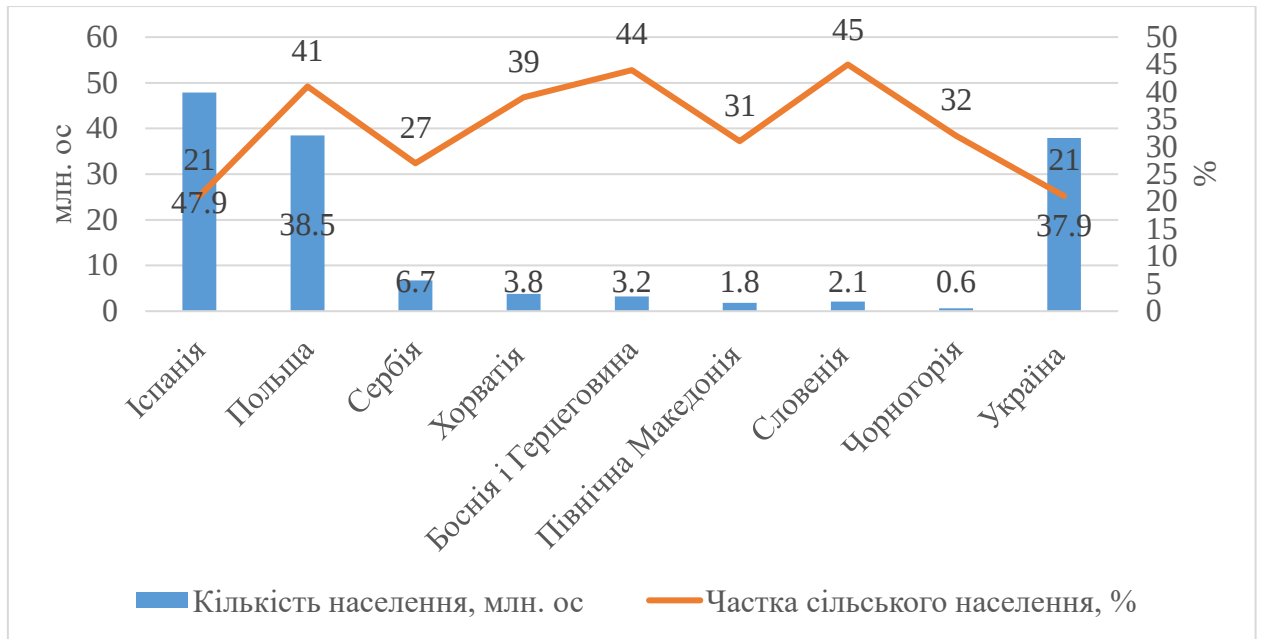


Рис. 1.3.1. – Частка селян у загальній чисельності населення низки країн ЄС у порівнянні з Україною, 2024 рік [84]

У контексті вітчизняного розвитку зеленого туризму прикладом професійної галузевої організації є Спілка сільського зеленого туризму України – громадська організація, що представляє інтереси цього сектору на національному ринку і об'єднує власників сільських садиб під знаком якості «Українська гостинна садиба» [68]. Організація має історію діяльності, спрямовану на формування платформи для розвитку агротуристичних ініціатив, стандартизацію якості послуг, об'єднання учасників та просування ідеї зеленого туризму як складової сталого розвитку сільських територій України. На офіційному сайті організації описані місія, візія та цінності, мета яких полягає у поступовому переході від розрізнених ініціатив окремих садиб до створення скоординованих кластерів сільського зеленого туризму, що здатні конкурувати на внутрішньому та зовнішньому туристичному ринку [68].

Спілка відіграє роль професійного майданчика (через систему реєстрації учасників, стандарти якості та освітні інструменти типу Академії сільського розвитку), але її поточна присутність у відкритому інформаційному просторі ще не набагато поступається рівню організацій, що існують у багатьох країнах

Європейського Союзу. Станом на 2025 рік сайт організації містить базову інформацію про статут, принципи членства, кодекс стандартів і зареєстровані садиби, проте відсутні розгорнуті маркетингові кампанії, інтерактивні каталоги маршрутів, багатомовні візуальні матеріали та регулярні цифрові комунікації, які характерні для успішних міжнародних кластерів зеленого туризму.

У зарубіжній практиці, наприклад у Франції чи Італії, національні асоціації агротуризму і кластерні об'єднання реалізують комплекс заходів з формування єдиного бренду території, стандартизації якості послуг, створення туристичних маршрутів, просування на міжнародних ринках, проведення виставок та участі у глобальних туристичних форумах, активно використовуючи цифрові платформи для комунікації та онлайн-бронювання. Такий підхід дозволяє не лише привертати внутрішніх туристів, але й значно підвищувати міжнародну впізнаваність і конкурентоспроможність сільських DESTINATION на світовому ринку туризму [15, 68].

Для України адаптація подібних практик потребує розробки низки наукових та маркетингових рекомендацій на основі Співки сільського зеленого туризму України (табл.1.3.1).

Запровадження зазначених заходів створює передумови для трансформації Співки з окремого майданчика для обміну інформацією та реєстрації садиб у справжній каталізатор розвитку зеленого туризму, що відповідає як українським реаліям, так і світовим стандартам. Такий крок дозволить не лише підвищити обізнаність потенційних туристів, але й сприяти формуванню сталих туристичних кластерів, які стабільно генерують економічні, соціальні та екологічні блага для сільських громад.

Зарубіжний досвід свідчить, що зелений туризм є ефективним інструментом сталого розвитку сільських територій, поєднуючи економічну активізацію, збереження довкілля та підтримку соціальної згуртованості громад.

Таблиця 1.3.1

Заходи трансформації та адаптації Спілки сільського зеленого туризму

[складено автором]

Рекомендація	Зміст
Розвиток брендів туристичних продуктів і кластерів	Створення регіональних мереж садиб з єдиною ідентичністю, тематичними маршрутами і спільними пакетами послуг (наприклад, гастрономічні, агроекологічні, етнокультурні маршрути).
Побудова сучасної цифрової екосистеми.	Інтеграція електронного каталогу садиб з можливістю онлайн-бронювання, відгуків, візуального контенту та мультимовної підтримки, що підвищує доступність інформації для іноземних туристів.
Маркетинг і промоція	Системні кампанії в соціальних мережах, співпраця з блогерами, участь у міжнародних виставках і створення професійних відео- та фотоматеріалів, що демонструють природу, культуру та унікальні туристичні атракції села.
Освітні програми та стандартизація	Розширення Академії сільського розвитку як центру підготовки господарів садиб, тренерів та менеджерів, впровадження єдиних стандартів якості обслуговування й екологічних практик, що відповідають європейським нормам.
Інституційна підтримка та кластери	Формування партнерських зв'язків із місцевою владою, туристичними асоціаціями, бізнес-інкубаторами та міжнародними організаціями з метою створення територіальних кластерів зеленого туризму з чітким стратегічним баченням та фінансовою підтримкою.

В країнах Європейського Союзу його розвиток базується на кластерному підході, державній та місцевій підтримці, чітких стандартах якості, тісному зв'язку з органічним виробництвом і активному маркетинговому просуванні територій, коли в Україні це зокрема самостійні підприємці або ж через діяльність Спілки сільського зеленого туризму України, закладено інституційну основу для розвитку цього напрямку, однак потенціал використовується неповною мірою.

Адаптація європейських практик – через посилення координації учасників, формування туристичних кластерів, інтеграцію з органічним землеробством та підвищення впізнаваності національного бренду зеленого туризму – може стати важливим чинником відродження сільських територій України та підвищення їх інвестиційної привабливості.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СТАНУ ТА ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

2.1. Сучасний стан і динаміка розвитку зеленого туризму в Україні

Сільський зелений туризм посідає помітне місце у формуванні доходів населення сільських територій та розширенні можливостей зайнятості, що зумовлює його значущість для соціально-економічного розвитку країни в цілому. Водночас об'єктивна оцінка масштабів і динаміки цього виду туристичної діяльності ускладнюється низкою системних проблем, серед яких – фрагментарність статистичної інформації, обмеженість доступних джерел даних, відсутність уніфікованого підходу до обліку та аналізу показників, а також розбіжності у методах їх порівняння. Інформація, що формується громадськими об'єднаннями, окремими органами державної влади різних рівнів та суб'єктами ринку, має переважно вибірковий характер і не завжди відображає реальний стан розвитку сільського зеленого туризму. У результаті його економічний і соціальний внесок часто залишається заниженим, що актуалізує потребу вдосконалення системи статистичного спостереження та аналітичного супроводу цієї сфери [73].

Поряд із цим, зростаючий попит на відпочинок у сільській місцевості та орієнтація споживачів на екологічно безпечні й автентичні туристичні продукти створюють передумови для активізації розвитку сільського зеленого туризму. Його поширення здатне забезпечити додаткові надходження до місцевих бюджетів, стимулювати створення нових робочих місць, підтримати розвиток малого підприємництва та залучення інвестицій у туристичну й супутню інфраструктуру. Особливого значення сільський зелений туризм набуває для віддалених і депресивних територій, де альтернативні джерела доходів є обмеженими. Крім того, він виступає важливим чинником збереження та популяризації національної культурної й природної спадщини,

що набуває особливої актуальності в сучасних соціально-економічних умовах України [73].

Сільський зелений туризм в Україні протягом останніх років зазнав істотної трансформації під впливом низки зовнішніх і внутрішніх чинників, зокрема пандемічних обмежень, кризових явищ, переорієнтації туристичного попиту та зміни економічних можливостей селянських і фермерських господарств, а також територіальних громад загалом. У цих умовах відбулося поступове пристосування суб'єктів сільського зеленого туризму до нових моделей споживання туристичних послуг, форм їх організації та каналів просування [63, 65].

В умовах повномасштабної війни сільський зелений туризм набуває додаткового значення як інструмент підтримки життєздатності сільських територій і забезпечення їх сталого розвитку. Зміщення акценту на внутрішній туризм зумовлює зростання попиту на відпочинок у природному середовищі, що характеризується безпекою, спокоєм та автентичністю. До позитивних тенденцій розвитку внутрішнього сільського туризму належать підвищення інтересу до проживання в сільських і фермерських садибах, розширення пропозиції рекреаційних локацій, диверсифікація послуг харчування через використання локальних і крафтових продуктів, проведення дегустацій та майстер-класів, організація культурно-етнографічних заходів, а також поширення практик обміну знаннями у сфері органічного землеробства, апітерапії, іпотерапії та інших природоорієнтованих видів оздоровлення

Формування та реалізація виваженої державної політики у сфері туризму є важливою складовою забезпечення сталого соціально-економічного розвитку України. Оцінювання сучасного стану розвитку туризму та курортної сфери в Україні, а також рівня досягнення стратегічних орієнтирів, визначених відповідними програмними документами, здійснюється на основі системи контрольних показників. До них належать результати діяльності державних інституцій у сфері туризму і курортів, статистичні дані центральних органів виконавчої влади, а також індикатори міжнародних рейтингів розвитку

туристичної галузі. Одним із ключових показників, що використовується для аналізу, є обсяг надходжень до місцевих бюджетів від сплати туристичного збору [73, 74].

У першому півріччі 2024 року туристичний збір в Україні продемонстрував суттєве зростання, що свідчить про поступове відновлення та активізацію туристичної діяльності після періоду пандемічних обмежень і в умовах воєнного стану. Динаміка цього показника є важливим індикатором економічної стійкості туристичної сфери та підтверджує наявність позитивних тенденцій у формуванні фінансових ресурсів регіональних бюджетів [74].

Так, за перші шість місяців 2024 року обсяг туристичного збору зріс на 25 % порівняно з аналогічним періодом 2023 року та склав 107,1 млн грн проти 85,5 млн грн роком раніше. Для порівняння, у першому півріччі 2021 року надходження від туристичного збору становили 69,5 млн грн, що свідчить про довгострокову тенденцію до зростання фінансового ефекту від розвитку туристичної галузі [74].

Розвиток сільського зеленого туризму в Україні зумовлюється сукупністю взаємопов'язаних чинників, що формують сприятливе середовище для його поширення та популяризації. Насамперед ідеться про зростання інтересу з боку внутрішніх споживачів до відпочинку в сільській місцевості, орієнтованого на природність, автентичність та екологічність. Вагомою передумовою виступає наявність значного природно-рекреаційного потенціалу, поєднаного з багатою історико-культурною й етнографічною спадщиною, різноманіттям традицій, народних звичаїв, ремесел і промислів, притаманних окремим регіонам та етнічним групам сільського населення.

Додатковими факторами стимулювання розвитку цього виду туризму є проведення численних фестивалів, ярмарків і культурно-розважальних заходів, вигідне географічне положення України, відносно високий рівень екологічної чистоти значної частини сільських територій, а також відсутність на багатьох із них екологічно небезпечних виробництв. Важливу роль відіграє наявний житловий фонд у сільській місцевості, який може бути адаптований

для туристичних потреб, а також значний соціально-трудоий потенціал, спроможний долучатися до реалізації проєктів у сфері сільського зеленого туризму. Окрему нішу формують можливості надання спеціалізованих туристичних послуг, зокрема у сфері рекреаційного рибальства, мисливства, пізнавальних та природоорієнтованих екскурсій [74].

Водночас постає питання спроможності вітчизняних туристичних суб'єктів адекватно реагувати на зростаючий попит та забезпечувати належну якість і різноманітність туристичних послуг у сфері сільського зеленого туризму. На сучасному етапі його розвиток стримується низкою системних проблем, серед яких ключовими є відсутність цілісної державної стратегії та послідовної політики підтримки, недосконалість нормативно-правового регулювання, низький рівень формування позитивного туристичного іміджу України на внутрішньому й зовнішньому ринках, а також вплив загальної політичної нестабільності.

Суттєвими бар'єрами залишаються дефіцит структурованої та доступної інформації щодо локацій і програм сільського зеленого туризму, відсутність уніфікованих підходів до ціноутворення на туристичні послуги, недостатня ефективність рекламно-інформаційного супроводу, а також нерозвиненість механізмів розподілу фінансових надходжень від туристичної діяльності з орієнтацією на потреби місцевих громад. Окремо слід відзначити недооцінку ролі сільського населення як ключового учасника розвитку цього виду туризму та відсутність концептуально оформленої системи статистичного обліку сільського зеленого туризму як самостійного об'єкта дослідження, що ускладнює оцінювання його реального соціально-економічного ефекту [74].

Починаючи з 2022 року, до наявних викликів, зумовлених пандемією та карантинними обмеженнями, додалися нові ризики, пов'язані з повномасштабною війною. У цих умовах фактор безпеки набув визначального значення для функціонування та подальшого розвитку туристичної галузі України, істотно вплинувши на просторову структуру туристичних потоків,

форми організації відпочинку та стратегічні пріоритети розвитку сільського зеленого туризму.

Нерівномірність розвитку сільського зеленого туризму в Україні обумовлюється поєднанням інституційних, економічних, інфраструктурних і ринкових чинників, які по-різному проявляються залежно від регіону. З одного боку, впродовж останніх років фіксується стабільне зростання інтересу до сільського відпочинку з боку внутрішніх, а в окремих регіонах — і іноземних туристів. З іншого боку, внутрішній туристичний попит значною мірою залишається незадоволеним, що проявляється у збереженні домінування імпортованого туристичного продукту та виїзних форм відпочинку. Така ситуація свідчить не про відсутність потенціалу, а про структурні дисбаланси у розвитку внутрішнього туристичного ринку [72].

Динаміка розвитку зеленого туризму в Україні не має рівномірного характеру та супроводжується значними викликами, передусім інфраструктурного характеру. У багатьох сільських територіях зберігається незадовільний стан дорожньої мережі, обмежена транспортна доступність, нерозвиненість інженерних і цифрових комунікацій, що істотно знижує туристичну привабливість навіть ресурсно забезпечених локацій [24].

Суттєвим стримувальним фактором є дефіцит інвестицій у сферу сільського туризму, а також відсутність уніфікованих стандартів якості туристичних послуг. Значна частина сільських садиб функціонує поза системою сертифікації, що ускладнює контроль за рівнем комфорту, безпеки та сервісу. Як наслідок, формується фрагментарний і нерідко неконкурентоспроможний туристичний продукт, який не завжди відповідає очікуванням сучасного споживача.

Окремої уваги потребує проблема недостатньої маркетингової та інформаційної підтримки сільського зеленого туризму. Відсутність системних рекламних кампаній, слабка представленість у цифровому середовищі, обмежена участь у міжнародних туристичних виставках і форумах звужують можливості просування сільського туризму як самостійної спеціалізованої

ніші [50]. Недостатньо розвиненими залишаються сучасні онлайн-інструменти, зокрема платформи бронювання, інтерактивні карти маршрутів, тематичні туристичні портали, що ускладнює доступ потенційних туристів до інформації про сільські дестинації. У міжнародному туристичному просторі Україна наразі майже не сприймається як конкурентна країна у сегменті агро-та зеленого туризму, що потребує цілеспрямованої іміджевої політики.

Водночас у контексті загальносвітових тенденцій зростання популярності екологічно орієнтованих форм подорожей сільський зелений туризм може стати потужною точкою зростання для місцевих громад. Його розвиток сприяє збереженню демографічного потенціалу села, активізації локального підприємництва, підтримці традиційних ремесел і нематеріальної культурної спадщини, а також охороні навколишнього природного середовища. Інвестиції у місцеву інфраструктуру, стимулювання підприємницьких ініціатив, реалізація освітніх програм для операторів туристичного ринку та розвиток міжгромадської кооперації формують передумови для довгострокового сталого розвитку сільських територій [37].

Важливою перевагою сільського зеленого туризму є його відносна доступність для організації навіть за обмежених фінансових ресурсів. Місцеві мешканці можуть використовувати наявний житловий фонд, власну сільськогосподарську продукцію, традиційні ремесла та елементи автентичної культури як основу туристичного продукту. Це створює додаткові джерела доходів, насамперед для жінок і молоді, та сприяє зниженню рівня трудової міграції і депопуляції сільських територій.

Подальший розвиток сільського зеленого туризму потребує комплексного та системного підходу. Йдеться про формування регіональних туристичних кластерів, інтеграцію сільських дестинацій у національні та міжнародні туристичні маршрути, професійну підготовку кадрів, підвищення стандартів обслуговування, впровадження цифрових сервісів бронювання та створення якісного інформаційного контенту. Важливим кроком має стати врегулювання правових аспектів шляхом ухвалення окремого закону про

сільський зелений туризм, який визначатиме механізми державної підтримки, умови сертифікації послуг, особливості співпраці з туроператорами та міжнародними партнерами [42].

Потенціал розвитку сільського туризму найбільш яскраво проявляється в Західній Україні, регіонах Центрального Полісся та Південного Причорномор'я, однак практично кожен регіон має можливість сформувати власні унікальні туристичні «магніти». Це можуть бути природні ландшафти, гастрономічні традиції, виноробство, етнографічні фестивалі або рекреаційні практики. Ключовими чинниками формування попиту залишаються екологічна безпека, споживання локальних органічних продуктів і відпочинок у гармонії з природним середовищем, що водночас вимагає збереження балансу між комерціалізацією та автентичністю сільського способу життя [63].

Окремо слід відзначити соціальну роль сільського зеленого туризму в умовах повномасштабної війни. Він може виконувати функцію інструменту психологічної реабілітації та соціальної адаптації внутрішньо переміщених осіб, ветеранів, військовослужбовців і волонтерів, поєднуючи рекреаційний потенціал із відновленням людського капіталу.

На прикладі окремого регіону, вважаємо доцільним навести приклад та конкретизувати наведений функціонал сільського зеленого та аграрного туризму, що володіють значним, проте недостатньо реалізованим туристичним потенціалом. У цьому контексті особливий інтерес становить розвиток агротуризму як складової зеленого туризму, який поєднує рекреаційні, культурні, оздоровчі та інвестиційні функції, сприяючи відродженню сільських територій і формуванню локальних туристичних магнітів. Саме такий підхід дозволяє продемонструвати практичні можливості використання сільського туризму як інструменту сталого розвитку на прикладі Полтавської області та, зокрема, Гадяцького району.

Гадяцький район багатий історико-культурною спадщиною та розвиненим сільським господарством, однак, на нашу думку, інвестиційні впливання у його розвиток та інфраструктуру – можуть стати каталізатором

розвитку туризму в Полтавській області, зокрема у сферах бджільництва та медового туризму, гастрономічного, зеленого та культурно-історичного туризму [43].

Формування туристичних магнітів у Гадяцькому районі базується на його багатій історико-культурній спадщині, природних ресурсах і традиціям, зокрема в бджільництві. Інвестиційні потоки в дану сферу дозволять створити туристичні маршрути по району з відвідуванням пасік, дегустацією меду та майстер-класами зі створення свічок, збору та дегустації меду, окрім того, враховуючи світові практики та тенденції, можна також розглядати перспективи організації апітерапевтичних комплексів, що особливо необхідно в умовах військового стану в країні, оскільки апітерапія здійснює позитивний вплив на нервову систему людини (зниження рівня стресу, поліпшення роботи дихальної системи, покращення емоційного стану тощо) [43].

Активне залучення інвестицій в дану сферу дозволить місту позиціонувати себе як один із центрів відновлення та реабілітації, особливо для військовослужбовців, внутрішньо переміщених осіб та осіб, які зазнали травм у результаті чи наслідків воєнних дій. Також доцільним є створення відповідних програми з елементами інтерактивності, наприклад, вивчення поведінки бджіл, різних порід чи коротких лекцій про роль бджіл в екосистемі, що дозволять туристам ознайомитись із процесом виробництва меду, отримати нові знання та досвід. Розвиток цієї сфери може принести багато переваг, поєднуючи екологічність, культурну автентичність і можливості для підприємництва, що в перспективі дозволить сформувати сильний бренд як екологічно чистої та екотуристичної локації на Полтавщині [43].

Гадяцький район багатий на історичні місця, пов'язаних з козацькою епохою та іншими визначними подіями. Організація турів, які поєднують відвідування історичних місць з перебуванням на фермах, може стати цікавим напрямком для туристів. Історичні легенди та міфи Гадяча – гетьманської столиці – можна інтегрувати у програми агротуризму, що додасть ексклюзивності для відвідувачів (історії про козацтво, печери, підземні тунелі,

срібні талери, український суд над відьмами, та героїчні історії сьогодення – про «Гадяцьке сафарі») [43].

Реалізація туристичного потенціалу Гадяцького району – значною мірою залежить від інвестицій у : транспортно-логістичну інфраструктуру, інфраструктуру, що включає розвиток готелів/хостелів, еко-поселень, створення апітерапевтичних центрів; організацію маркетингових кампаній; освітні проєкти та майстер-класи. При цьому, важливим є питання підвищення інвестиційної привабливості району, шляхом проведення тематичних фестивалів (фестивалів меду, козацької кухні, локальних продуктів), які слугують платформою для фермерів і місцевих виробників для презентації своїх продуктів, залучення інвесторів та залучення туристів до локального ремесла та їх знайомства з традиціями регіону. [43]

Важливим чинником просування сільських туристичних продуктів стають цифрові технології. Використання соціальних мереж, онлайн-платформ бронювання, візуального сторітелінгу, віртуальних турів і мобільних додатків дозволяє суттєво підвищити впізнаваність сільських DESTINATION та сформувати стійкий інтерес до них серед різних цільових аудиторій. Запровадження сучасних інструментів електронного маркетингу створює конкурентні переваги на глобальному туристичному ринку.

Фактори, що впливають на стан та динаміку розвитку зеленого туризму в Україні, формуються під впливом сукупності внутрішніх і зовнішніх умов та охоплюють природно-ресурсні, соціально-економічні, інституційні, інфраструктурні, безпекові та соціокультурні аспекти. На рисунку 2.1.1 наведено характеристику зазначених вище факторів.

Загалом зелений туризм в Україні має значний потенціал розвитку як у внутрішньому, так і в міжнародному вимірах. Адаптація європейського досвіду, впровадження систем сертифікації, екологічного маркування, розвиток тематичних маршрутів і концепцій етичного споживання можуть стати основою для формування конкурентоспроможного туристичного продукту.

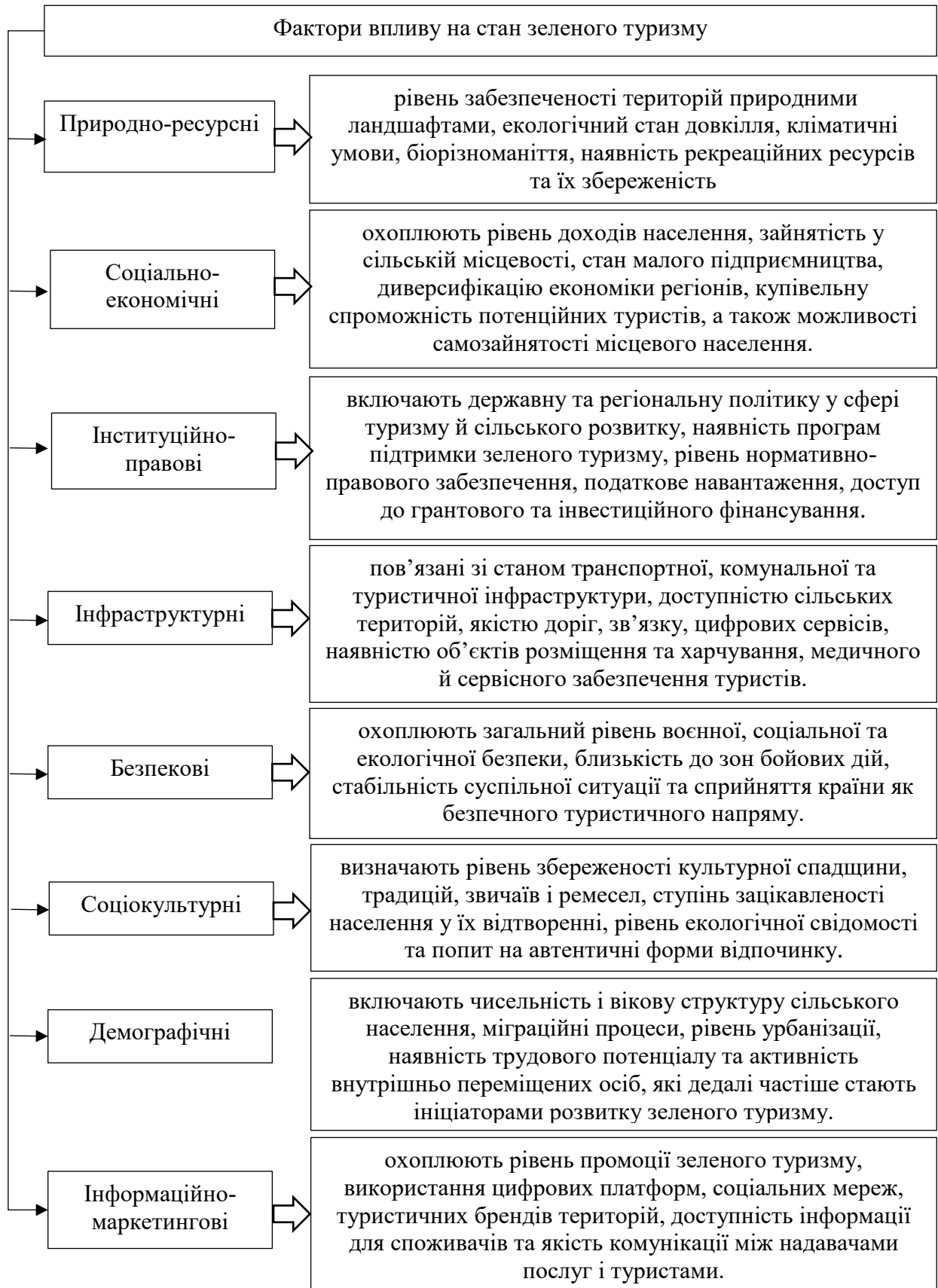


Рис. 2.1.1. – Основні фактори впливу на стан та динаміку зеленого туризму в Україні [37, 70]

Сукупність, зазначених на рис. 2.1, факторів визначає не лише поточний стан зеленого туризму в Україні, а й його динаміку, стійкість до кризових викликів та потенціал довгострокового розвитку.

У післявоєнний період зелений туризм здатний відіграти ключову роль у відродженні сільських громад, диверсифікації регіональної економіки та формуванні позитивного міжнародного іміджу України.

2.2. Проблеми та бар'єри розвитку зеленого туризму

Розвиток сільського зеленого туризму в Україні в сучасних умовах відбувається під впливом низки системних обмежень, ключовим з яких є повномасштабна війна. Воєнний стан суттєво трансформував соціально-економічне середовище функціонування туристичної галузі, посиливши наявні структурні проблеми та сформувавши нові ризики й бар'єри для розвитку підприємницької ініціативи на сільських територіях. У результаті зелений туризм, який у довоєнний період розглядався як один із перспективних напрямів диверсифікації економіки села та підвищення зайнятості населення, опинився в умовах підвищеної невизначеності та обмежених можливостей для масштабування.

Насамперед, воєнний стан негативно вплинув на туристичний попит. Зниження платоспроможності населення, зростання частки витрат домогосподарств на базові потреби, психологічна втома та відчуття небезпеки обмежують готовність громадян до подорожей навіть у межах країни. Для зеленого туризму, який значною мірою орієнтований на внутрішній ринок, це означає звуження клієнтської бази та нестабільність доходів суб'єктів господарювання. Крім того, нерівномірність безпекової ситуації в регіонах формує асиметричний розвиток: окремі території мають потенціал до прийому туристів, тоді як інші фактично виключені з туристичних потоків [71].

Важливим бар'єром є інфраструктурні обмеження, що посилилися внаслідок війни. Пошкодження транспортної інфраструктури, ускладнена логістика, обмеження в роботі громадського транспорту, а також дефіцит інвестицій у відновлення доріг і сервісної інфраструктури знижують доступність сільських територій для туристів. Для зеленого туризму, де ключову роль відіграє транспортна доступність та якість базових послуг (розміщення, харчування, медичне забезпечення), ці чинники мають критичне значення.

Окремої уваги потребує кадрова проблема. Мобілізаційні процеси, внутрішня та зовнішня міграція населення призвели до дефіциту трудових ресурсів у сільській місцевості. Частина потенційних суб'єктів зеленого туризму вимушено припинила діяльність або відклала реалізацію проєктів через відсутність людського капіталу, необхідного для надання туристичних послуг. Водночас зростає навантаження на ті господарства, які продовжують функціонувати, що негативно впливає на якість сервісу та можливості розвитку [33].

Суттєвим стримувальним фактором залишається інвестиційна невизначеність. Воєнний стан істотно підвищує ризики для потенційних інвесторів, обмежує доступ до фінансових ресурсів і кредитування, а також знижує готовність домогосподарств інвестувати власні кошти у розвиток туристичної інфраструктури. За відсутності чітких довгострокових гарантій безпеки та стабільності більшість ініціатив у сфері зеленого туризму реалізується в обмеженому, локальному форматі, що ускладнює формування туристичних кластерів та мережевої взаємодії між суб'єктами ринку [4].

Не менш важливою проблемою є інституційна та організаційна фрагментарність розвитку зеленого туризму. В умовах війни питання туризму часто відходять на другий план у регіональній політиці, поступаючись першочерговим безпековим і соціальним викликам [69]. Це призводить до недостатньої координації між органами влади, громадами, громадськими організаціями та бізнесом, а також до відсутності комплексних програм

підтримки саме сільського зеленого туризму як інструменту відновлення територій.

Додатковим бар'єром виступає обмежена маркетингова та інформаційна присутність зеленого туризму в Україні. Воєнний стан суттєво скоротив можливості просування туристичних продуктів, участі у виставках, міжнародних проєктах і програмах обміну досвідом. У результаті значна частина потенційно привабливих сільських локацій залишається маловідомою для внутрішніх туристів, що знижує ефективність використання наявного природного та культурного потенціалу [10, 36].

Водночас слід зазначити, що навіть за умов воєнного стану зелений туризм зберігає потенціал розвитку, трансформуючись у більш адаптивну та соціально орієнтовану форму діяльності. Проте реалізація цього потенціалу стримується сукупністю вищезазначених проблем, які потребують системного аналізу, урахування регіональної специфіки та розробки відповідних механізмів державної й місцевої підтримки.

Для більш глибокого розуміння системних проблем розвитку зеленого туризму доцільно звернутися до результатів онлайн опитувань, щодо подорожей Україною під час війни (рис. 2.2.1).

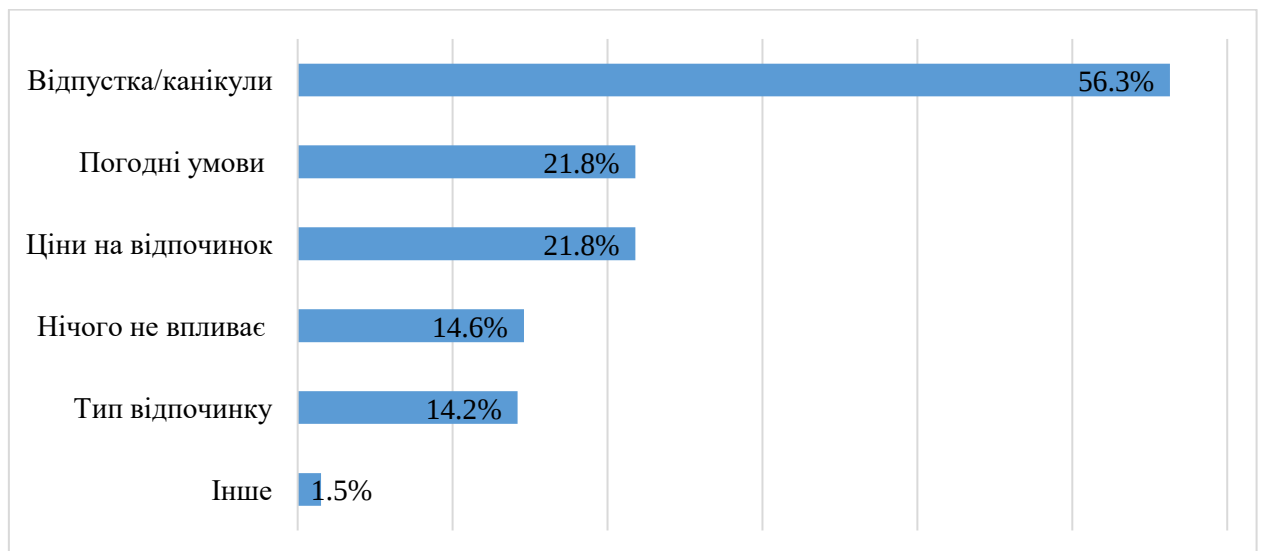


Рис. 2.2.1. Опитування: Що впливає на ваш вибір сезону для подорожей Україною? [16]

Отримані дані відображають базові бар'єри функціонування галузі, які в умовах повномасштабної війни не втратили актуальності, а в окремих аспектах набули ще більшої гостроти.

Отримані результати свідчать, що ключовим чинником вибору сезону для подорожей Україною є наявність відпустки або канікул, що відзначили понад половина респондентів. Це підтверджує збереження традиційної сезонності туристичної активності. Водночас значущу роль відіграють цінова доступність і погодні умови, що вказує на чутливість внутрішнього туризму до економічних факторів та кліматичних умов. Відносно невелика частка респондентів, для яких сезонність не має значення, свідчить про обмежений розвиток цілорічних туристичних продуктів, зокрема у сфері зеленого туризму (рис. 2.2.2).

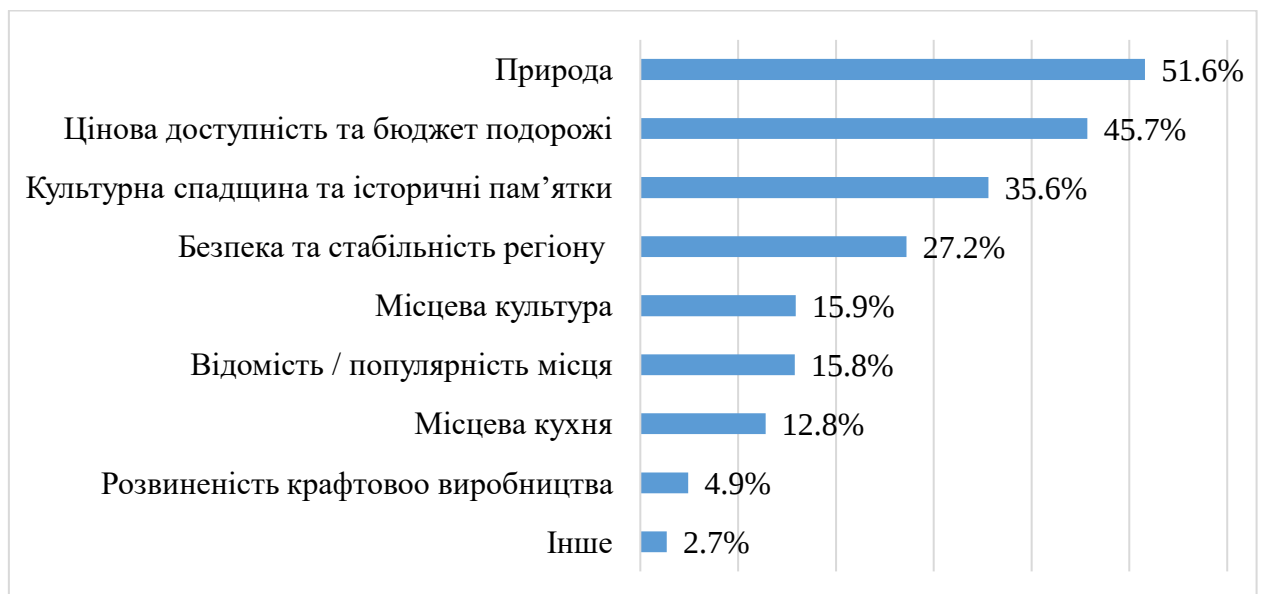


Рис. 2.2.2. Опитування: На що ви звертаєте увагу при виборі місця для подорожі? [16]

Результати опитування засвідчують домінування природних чинників та цінової доступності при виборі туристичної дестинації. Висока увага до природного середовища та культурної спадщини створює сприятливі передумови для розвитку зеленого та агротуризму. Водночас суттєве значення

безпеки регіону підтверджує вплив воєнного стану на туристичні рішення населення. Низька частка відповідей щодо крафтового виробництва вказує на недостатню поінформованість туристів або слабку інтеграцію локальних виробників у туристичні продукти (рис. 2.2.3).

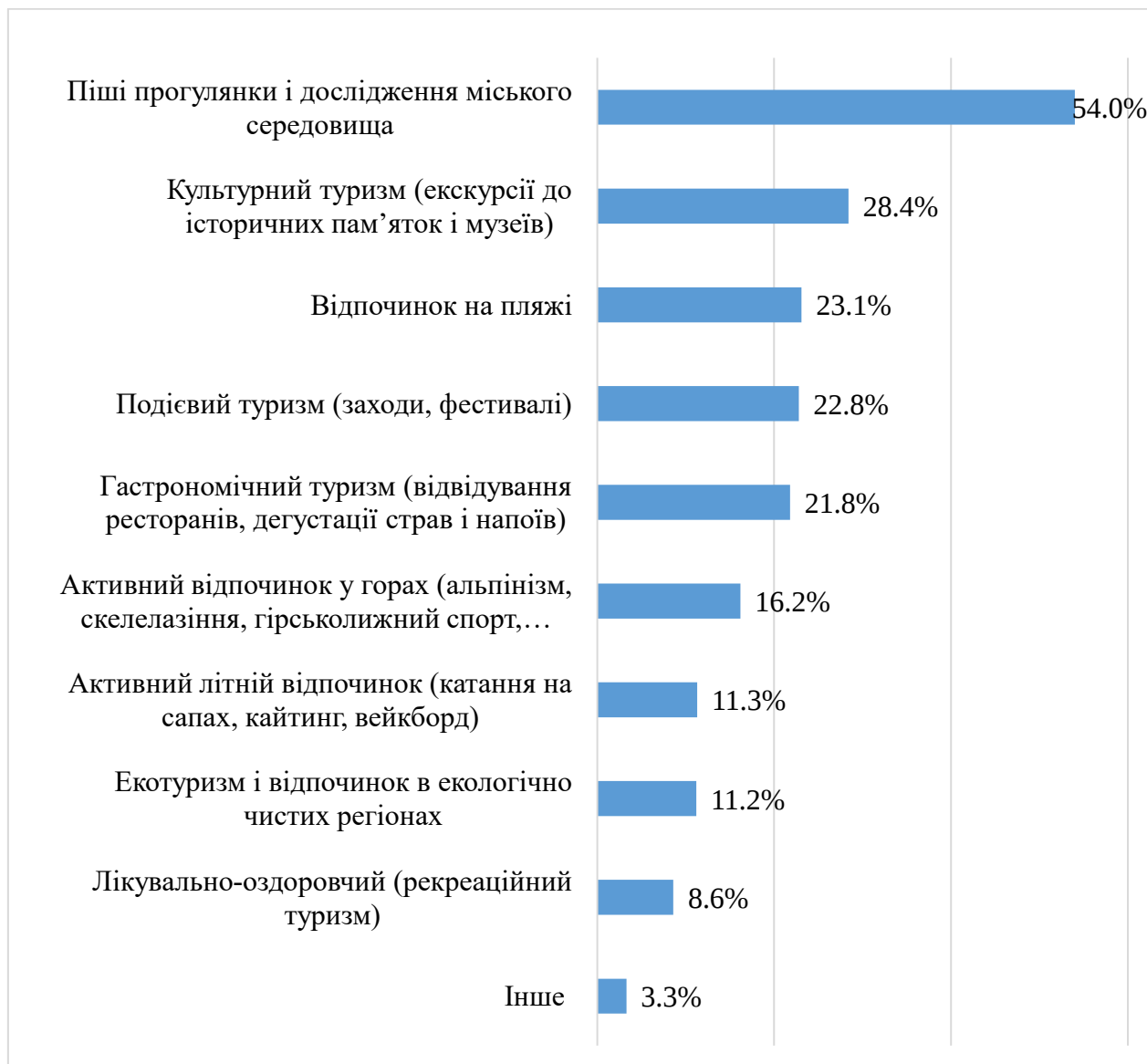


Рис. 2.2.3. Опитування: Якому виду відпочинку в Україні ви надаєте перевагу зараз? [16]

Структура відповідей демонструє переорієнтацію внутрішнього туризму на менш ресурсомісткі та більш безпечні форми відпочинку. Найбільш популярними є піші прогулянки та дослідження міського середовища, а також культурний туризм, що пов'язано з обмеженнями пересування та підвищеною

увагою до безпеки. Водночас значна частка респондентів обирає подієвий, гастрономічний та екологічний туризм, що свідчить про наявність попиту на локальні, автентичні та немасові туристичні продукти, характерні для сільського зеленого туризму (рис. 2.2.4).

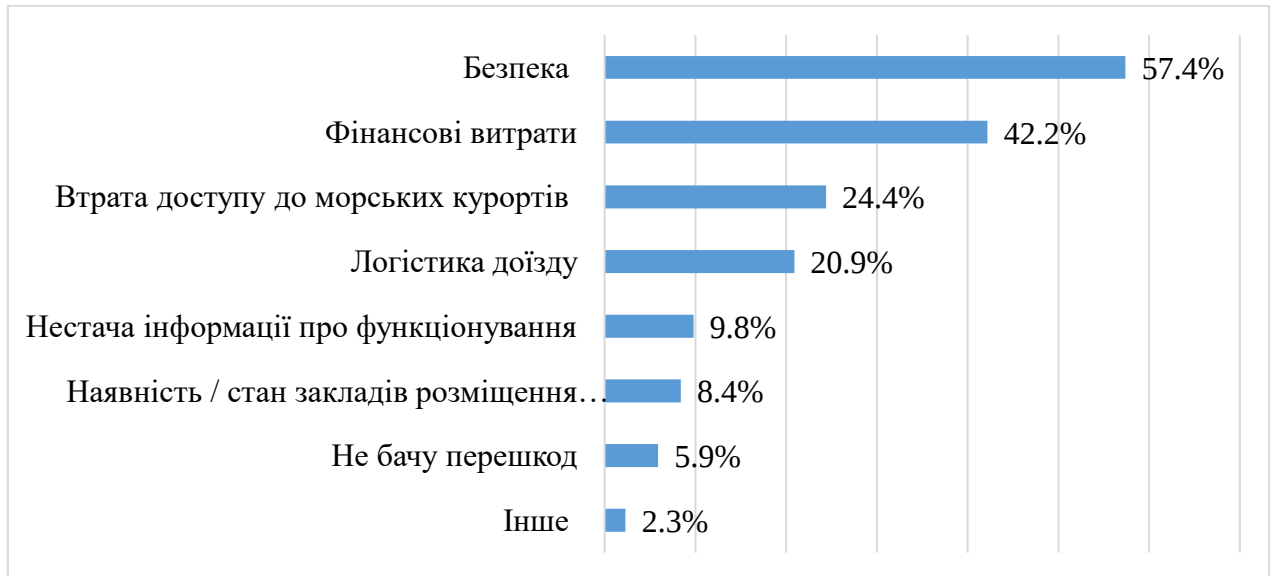


Рис. 2.2.4. Опитування: Які перешкоди або обмеження ви бачите для подорожей в Україні в умовах воєнного стану? [16]

Опитування чітко ідентифікує безпековий фактор як головний бар'єр розвитку внутрішнього туризму в умовах воєнного стану. Значна роль фінансових витрат свідчить про зниження платоспроможності населення та зростання цінового навантаження на туристів. Втрата доступу до морських курортів і логістичні труднощі додатково звужують туристичні можливості. Отримані дані підтверджують, що війна не лише обмежує мобільність населення, а й трансформує структуру туристичного попиту, зміщуючи його в бік більш локальних і безпечних форм відпочинку.

Аналіз відповідей показує домінування цифрових каналів отримання інформації, зокрема інтернету та соціальних мереж, що підкреслює важливість онлайн-присутності туристичних destinations. Значна роль рекомендацій друзів і знайомих свідчить про високий рівень довіри до неформальних джерел інформації. Водночас низька частка традиційних ЗМІ вказує на зміну моделей споживання інформації (рис. 2.2.5).

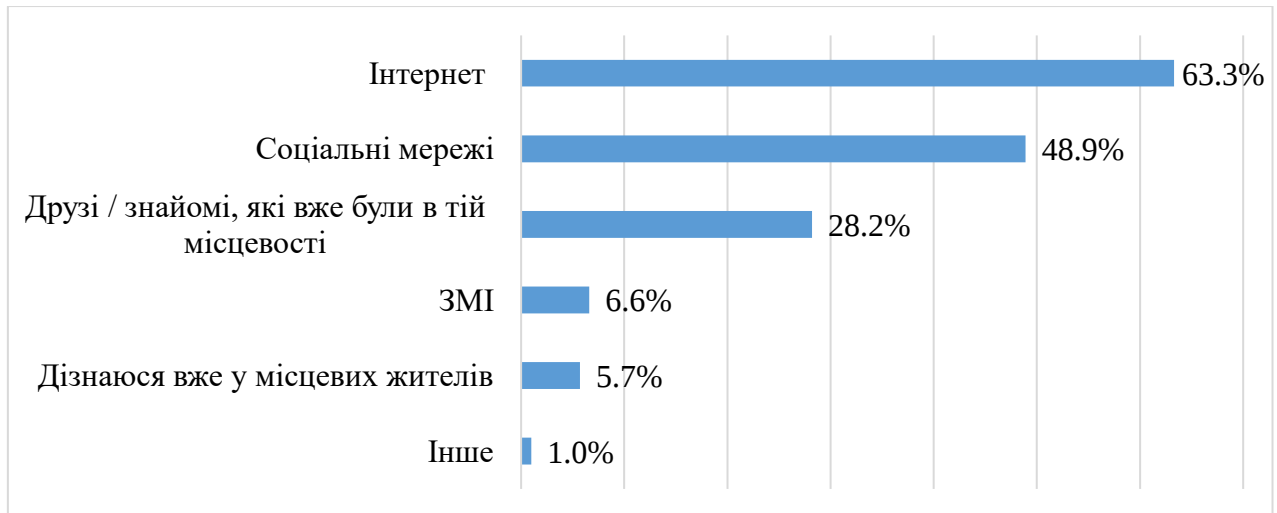


Рис. 2.2.5. Опитування: Якими джерелами інформації ви користуєтеся, щоб більше дізнатися про місце подорожі (цікаві місця, місцеві виробники, послуги, екскурсії тощо)? [16]

Для суб'єктів зеленого туризму це означає необхідність активного використання цифрового маркетингу та розвитку локальних інформаційних платформ.

Узагальнені проблеми розвитку зеленого туризму та шляхи їх подолання наведено у таблиці 2.2.1.

Таблиця 2.2.1.

Фактори, що перешкоджають розвитку зеленого туризму в Україні, та шляхи їх подолання [16, 33, 38]

Фактор, що перешкоджає розвитку зеленого туризму	Здатність до подолання / можливі шляхи вирішення проблеми
1	2
Воєнний стан та загрози безпеці	Формування безпечних туристичних маршрутів у відносно стабільних регіонах; впровадження протоколів безпеки; інформування туристів про укриття та логістику; розвиток внутрішнього туризму в межах громад
Низький рівень платоспроможності населення	Розробка доступних короткострокових турів; підтримка бюджетних форматів проживання (садиби, еко-хостели); запровадження локальних туристичних пакетів
Відсутність чіткої державної стратегії розвитку зеленого туризму	Розробка окремої державної програми підтримки зеленого та агротуризму; інтеграція зеленого туризму в регіональні стратегії розвитку
Недосконалість нормативно-правової бази	Удосконалення законодавства щодо діяльності сільських садиб; спрощення процедур реєстрації та оподаткування суб'єктів зеленого туризму

Продовження таблиці 2.2.1

1	2
Недостатній рівень інвестицій у сільські території	Стимулювання інвестицій через грантові програми, державно-приватне партнерство; підтримка проєктів туристичної інфраструктури
Нерозвинена транспортна та туристична інфраструктура	Інвестування у локальні дороги, навігацію, цифрові карти; розвиток громадського транспорту до туристичних локацій
Низький рівень промоції та маркетингу	Активне використання цифрових каналів просування; створення єдиних онлайн-платформ зеленого туризму; розвиток брендів регіонів
Фрагментованість туристичних ініціатив	Формування туристичних кластерів та мереж співпраці між садибами, фермерами, громадами та туроператорами
Відсутність єдиної статистики зеленого туризму	Запровадження окремої системи статистичного обліку зеленого туризму; співпраця з громадами та громадськими організаціями
Недостатній рівень підготовки кадрів у сільській місцевості	Реалізація освітніх програм, тренінгів і консультацій для власників садіб; розвиток підприємницьких та сервісних навичок
Обмежена інтеграція локального виробництва (мед, крафт, гастрономія)	Створення комплексних туристичних продуктів; залучення локальних виробників до туристичних маршрутів та подій
Психологічна втома та стрес населення	Орієнтація на рекреаційні, оздоровчі та реабілітаційні формати відпочинку; розвиток еко-, апі- та агротерапевтичних програм

У результаті проведеного аналізу встановлено, що розвиток зеленого туризму в Україні відбувається в умовах значних структурних і системних обмежень, ключовим з яких у сучасний період є повномасштабна війна. Воєнний стан суттєво вплинув на туристичну активність, змінивши просторову структуру туристичних потоків, споживчі пріоритети та мотивацію подорожей, а також посиливши роль безпекового чинника при виборі туристичних destinations.

Дослідження свідчить, що поряд із воєнними ризиками розвиток зеленого туризму стримується низьким рівнем інфраструктурного забезпечення сільських територій, обмеженими інвестиційними ресурсами, недостатньою маркетинговою підтримкою та фрагментарністю нормативно-правового регулювання. Відсутність єдиних стандартів якості туристичних послуг і системного державного підходу до розвитку зеленого туризму

ускладнює формування конкурентоспроможного внутрішнього туристичного продукту.

Разом із тим результати соціологічних опитувань демонструють зростання інтересу населення до внутрішніх подорожей, рекреаційних та екологічно орієнтованих форм відпочинку, а також підвищення попиту на безпечні, доступні й автентичні туристичні локації. Це свідчить про наявність потенціалу для розвитку зеленого туризму як інструменту підтримки сільських громад, диверсифікації місцевої економіки та відновлення людського капіталу в умовах кризових викликів.

Встановлено, що подолання наявних бар'єрів можливе за умови впровадження комплексного підходу, який передбачає поєднання державної підтримки, активізації місцевих ініціатив, розвитку туристичної інфраструктури, впровадження цифрових інструментів просування та залучення інвестицій. Особливого значення в умовах воєнного та післявоєнного періоду набуває соціальна та реабілітаційна функція зеленого туризму, що розширює його роль за межі суто економічної діяльності.

Таким чином, зелений туризм може розглядатися як стратегічно важливий напрям відновлення та сталого розвитку сільських територій України, здатний забезпечити адаптацію туристичної сфери до сучасних викликів і сформулювати передумови для її довгострокового зростання.

2.3. Перспективи розвитку зеленого туризму на регіональному рівні

Розвиток зеленого туризму на регіональному рівні є одним із ключових напрямів реалізації концепції сталого розвитку територій, особливо в умовах структурних трансформацій економіки, децентралізації та зростання ролі місцевих громад. Саме регіональний рівень виступає базовим простором формування туристичного продукту, оскільки поєднує природно-ресурсний

потенціал, історико-культурну спадщину, соціально-економічні особливості та управлінські механізми розвитку.

Перспективи розвитку зеленого туризму в регіонах України зумовлюються, з одного боку, наявністю значного природного, ландшафтного та етнокультурного потенціалу, а з іншого – необхідністю пошуку нових моделей економічної активності для сільських територій, які традиційно характеризуються обмеженими можливостями зайнятості та інвестиційної привабливості. Зважаючи на контекст – зелений туризм виступає не лише як форма рекреаційної діяльності, а й як інструмент диверсифікації регіональної економіки, стимулювання підприємництва та збереження локальної ідентичності [4].

Важливою передумовою розвитку зеленого туризму на регіональному рівні є процес децентралізації, який надав територіальним громадам ширші повноваження у сфері стратегічного планування, управління ресурсами та формування власних програм соціально-економічного розвитку. Саме громади стають ключовими суб'єктами ініціювання туристичних проєктів, формування локальних туристичних брендів та залучення інвестицій [12]. За таких умов зелений туризм може бути інтегрований у стратегії розвитку громад як пріоритетний напрям використання природних і культурних ресурсів.

Перспективним напрямом регіонального розвитку зеленого туризму є формування туристичних кластерів, що об'єднують сільські садиби, фермерські господарства, об'єкти культурної спадщини, заклади харчування, крафтових виробників та сервісні компанії. Кластерний підхід дозволяє підвищити конкурентоспроможність туристичних дестинацій, забезпечити координацію між учасниками ринку та створити цілісний туристичний продукт. Особливо актуальним це є для регіонів із розпорошеним туристичним потенціалом, де поодинокі об'єкти не здатні самотійно сформувати стійкий туристичний потік [13].

Значні перспективи розвитку зеленого туризму пов'язані з активним використанням регіональної історико-культурної спадщини, зокрема нематеріальних елементів – традицій, звичаїв, ремесел, фольклору, гастрономії. Інтеграція таких елементів у туристичні програми дозволяє створювати унікальні пропозиції, орієнтовані на автентичний досвід, що відповідає сучасним запитам туристів. На регіональному рівні це може реалізовуватися через проведення фестивалів, ярмарків, тематичних маршрутів і подієвих заходів, які водночас виконують функцію промоції території.

До того ж, раніше нами було досліджено роль регіональних виставок і ярмарків як механізму просування продукції та залучення інвестицій [30]. В межах даного дослідження було визначено, що інвестування в організацію та проведення локальних та регіональних виставок і ярмарків також дає поштовх для розвитку туризму та супутніх послуг, що позитивно впливає на економічний розвиток та поствоєнне відновлення країни. Додаткові потоки туристів сприяють розвитку інфраструктури, в тому числі і транспортно-логістичної, що на сьогодні є критичним питанням у більшості регіонів країни. Виставки та ярмарки також розширюють можливості для агро-, гастро-, еко-туризму тощо, та формуванню нових туристичних шляхів територією України. До супутніх послуг, на нашу думку, доцільно віднести, наприклад крафтове локальне виробництво. Відповідно, створення та масштабування власного бізнесу у зазначеному напрямку характеризується рядом позитивних аспектів, серед яких, вважаємо, важливо виділити наступні: адаптація бізнесу під сучасні умови, стимулювання та посилення попиту на вітчизняну продукцію, в тому числі органічного походження, створення унікальної продукції, яка сприяє відродженню традиційного та створення нового національного ремесла, збагачує культурний ландшафт регіонів країни, популяризує локальні та регіональні виставки та ярмарки, які в свою чергу забезпечують розвиток внутрішнього та зовнішнього туризму. Саме роль виставок та ярмарків має вагоме значення для малого бізнесу, оскільки відкриває перед ним нові

можливості для залучення інвесторів, а отже: нарощення виробничих потужностей, масштабування виробництва, розширення виробничих ліній, просування продукції на ринках, переходу від роздрібного до оптового сегменту, а також впровадження інновацій у техніко-технологічні процеси. Локальні та регіональні виставки і ярмарки є ефективним механізмом просування продукції та залучення інвестицій у розвиток та популяризацію крафтового виробництва, оскільки забезпечують прямий контакт з потенційними клієнтами, партнерами та інвесторами [30].

В умовах зростання популярності екологічно орієнтованого способу життя зелений туризм має потенціал стати складовою регіональних екостратегій. Рациональне використання природних ресурсів, розвиток екологічних маршрутів, популяризація органічного виробництва та екологічної освіти формують підґрунтя для довгострокового розвитку туристичних дестинацій без шкоди для навколишнього середовища. На регіональному рівні це передбачає тісну взаємодію туристичної сфери з природоохоронними структурами та освітніми установами.

Окремої уваги заслуговує цифровізація як чинник розширення перспектив розвитку зеленого туризму в регіонах. Використання цифрових платформ для бронювання, просування туристичних продуктів, створення інтерактивних карт і віртуальних турів дозволяє значно підвищити доступність сільських дестинацій для внутрішніх і зовнішніх туристів. Для регіонів, які не мають потужної туристичної інфраструктури, цифрові інструменти стають ефективним механізмом виходу на ринок без значних капіталовкладень [50].

Перспективи розвитку зеленого туризму на регіональному рівні тісно пов'язані з людським капіталом. Підготовка кадрів, розвиток підприємницьких навичок серед сільського населення, залучення молоді до туристичних ініціатив є необхідними умовами сталого функціонування галузі. Регіональні програми навчання, тренінги, обмін досвідом та підтримка

локальних ініціатив сприяють підвищенню якості туристичних послуг і формуванню професійного середовища [14].

В умовах повномасштабної війни перспективи зеленого туризму на регіональному рівні набувають додаткового соціального виміру. Сільські території можуть виконувати функцію простору відновлення, психологічної реабілітації та тимчасової стабілізації для різних категорій населення, що зумовлює необхідність переосмислення ролі зеленого туризму як елементу соціальної інфраструктури регіонів, здатного поєднувати рекреаційні, економічні та гуманітарні функції.

У поствоєнний період розвиток зеленого туризму на регіональному рівні може стати одним із драйверів відновлення територій, що зазнали економічних втрат. Відносно невисокий поріг входу в туристичну діяльність, можливість використання наявних ресурсів та гнучкість форм організації роблять зелений туризм привабливим інструментом для швидкої активізації місцевої економіки.

Таким чином, перспективи розвитку зеленого туризму на регіональному рівні визначаються поєднанням природно-ресурсного потенціалу, ефективного місцевого управління, активності громад, інноваційних підходів до просування та орієнтації на принципи сталого розвитку. Подальше поглиблення цього напрямку потребує інтеграції зеленого туризму в регіональні стратегії, формування сприятливого інституційного середовища та системної підтримки на державному й місцевому рівнях.

Важливим елементом оцінки перспектив розвитку зеленого туризму на регіональному рівні є врахування споживчих уподобань та поведінкових характеристик туристів, що визначають попит на туристичні послуги в сучасних умовах. Результати соціологічного опитування свідчать про зміну мотивації подорожей Україною та формування нових пріоритетів, які безпосередньо впливають на напрями розвитку зеленого туризму [44].

Аналіз факторів, що впливають на вибір сезону подорожей, показує, що домінуючу роль відіграє наявність відпустки або канікул, що підтверджує

сезонний характер туристичної активності. Водночас вагомими чинниками залишаються цінова доступність відпочинку та погодні умови, що свідчить про високу чутливість внутрішнього туристичного попиту до економічних факторів та підкреслює доцільність розвитку доступних форм відпочинку, характерних саме для зеленого туризму. Сільський зелений туризм, який не потребує значних фінансових витрат і може функціонувати в різні пори року, має потенціал для зменшення сезонних коливань туристичного попиту [14].

Структура переваг щодо видів відпочинку в Україні демонструє зростання інтересу до форм туризму, пов'язаних із пізнавальною та рекреаційною активністю. Найбільш популярними є піші прогулянки та дослідження міського й природного середовища, а також культурний туризм. Значна частка респондентів обирає гастрономічний, подієвий та екологічний туризм, що створює сприятливі умови для розвитку зеленого туризму як комплексного продукту, здатного поєднувати природні ландшафти, локальну культуру та традиційні практики господарювання [21].

Результати опитування щодо критеріїв вибору місця подорожі підтверджують зростання ролі природного чинника. Для більшості респондентів вирішальним є природне середовище, що вказує на високий потенціал екологічно чистих сільських територій як туристичних дестинацій. Водночас значна увага приділяється цінovій доступності, культурній спадщині та безпеці регіону, що особливо актуально в умовах воєнного стану. В даному контексті зелений туризм здатний поєднувати потребу у безпечному середовищі з можливістю пізнавального та відновлювального відпочинку.

Оцінка перешкод для подорожей Україною в умовах воєнного стану свідчить, що ключовими стримувальними факторами залишаються питання безпеки та фінансових витрат. Також важливими є логістичні обмеження та втрата доступу до традиційних туристичних локацій, зокрема морських курортів. За таких умов розвиток зеленого туризму в центральних і західних регіонах України набуває особливої актуальності, оскільки він орієнтований

на внутрішні переміщення, короткострокові подорожі та використання локальних ресурсів [16].

Джерела інформації, якими користуються туристи під час планування подорожей, свідчать про домінування цифрових каналів – інтернету та соціальних мереж, що безумовно підкреслює важливість цифрового маркетингу, онлайн-просування та створення доступного інформаційного середовища для популяризації зеленого туризму на регіональному рівні. Для сільських територій активна присутність у цифровому просторі може стати ключовим інструментом формування туристичного попиту без значних фінансових витрат [28].

Таким чином, результати опитування підтверджують, що споживчі уподобання туристів в Україні дедалі більше відповідають концепції зеленого туризму. Орієнтація на природу, доступність, культурну складову та безпеку формує стійкий попит на сільський відпочинок, що створює сприятливі передумови для розвитку зеленого туризму на регіональному рівні. Урахування цих показників у регіональних стратегіях дозволить підвищити ефективність туристичної політики та адаптувати туристичні продукти до реальних потреб внутрішнього ринку.

Оскільки, ми уже акцентували увагу на розвиток зеленого туризму в Полтавській області, то доцільно здійснити аналіз перспектив розвитку сільського зеленого туризму. Регіон вирізняється вигідним географічним положенням у центральній частині України, значним природно-рекреаційним потенціалом, збереженими традиціями сільського укладу життя, а також багатою історико-культурною спадщиною. Поєднання природних ландшафтів, аграрної спеціалізації та нематеріальної культурної спадщини створює передумови для формування конкурентоспроможних туристичних продуктів у сфері зеленого туризму.

Метою подальшого аналізу є узагальнення практичних прикладів функціонування об'єктів сільського зеленого туризму в Полтавській області, виявлення їхніх ключових особливостей, а також визначення можливих

напрямів удосконалення та активізації розвитку цієї сфери на регіональному рівні. Особливу увагу приділено різноманітності туристичних послуг, орієнтації на автентичність, залученню місцевих ресурсів і розвитку крафтового виробництва.

У таблиці представлено окремі садиби та локації зеленого туризму Полтавської області, які ілюструють сучасні підходи до організації сільського відпочинку, збереження традицій і формування унікального туристичного досвіду. Аналіз наведених прикладів дозволяє окреслити потенційні шляхи підвищення привабливості регіону як зеленого туристичного напрямку, зокрема через розвиток маркетингових стратегій, формування туристичних «магнітів» та посилення ролі регіонального брендингу.

На основі узагальнення інформації, поданої в таблиці 2.3.1, у подальшому зроблено висновки щодо можливостей масштабування успішних практик, вдосконалення взаємодії між місцевими громадами та туристичним бізнесом, а також визначено напрями підтримки зеленого туризму в контексті сталого розвитку Полтавської області.

Наведені приклади садиб і туристичних локацій зеленого туризму Полтавської області свідчать про наявність реального, проте фрагментованого туристичного потенціалу регіону. Кожна з представлених локацій має унікальні особливості – від етнокультурних практик і крафтового виробництва до рекреаційних та освітніх послуг, що відповідають сучасним запитам внутрішнього туриста. Водночас відсутність системного підходу до їх просування та інтеграції у єдиний туристичний продукт знижує загальну ефективність використання цього потенціалу.

Однією з ключових проблем розвитку зеленого туризму в Полтавській області є недостатня маркетингова підтримка на регіональному рівні. Більшість садиб функціонують автономно, орієнтуючись переважно на локальний або спорадичний попит, що формується через соціальні мережі або рекомендації знайомих. За відсутності єдиної регіональної маркетингової

стратегії зелений туризм не сприймається як цілісний туристичний продукт, а окремі локації залишаються маловідомими за межами регіону.

Таблиця 2.3.1

Характеристика вибірки місць зеленого туризму в Полтавській області [49]

Назва садиби / локації	Місцезнаходження	Короткий опис / особливості
Етносадиба «Лялина Світлиця»	Опішня	Етносадиба з автентичними майстер-класами (вишивка, прядіння, традиційна кухня). Глибоке занурення в полтавський побут і культуру.
Етнопоселення «Старий Хутір»	Опішня	Поселення зі старовинними хатами-мазанками, контактним зоопарком, майстер-класами (гончарство, плетіння, кулінарія).
Садиба «Покровська»	с. Остап'є, Великобагачанський район	Сільський відпочинок біля річки та лісу; майстер-класи з ткацтва; човнові прогулянки; сад з фруктами без хімії.
Гостинний дім «Золота Сота»	с. Петрівка, поблизу Полтави	Тематичні програми про бджільництво; майстер-класи для дітей; літній екотабір; крафтові напої; можливість святкувань.
Садиба «Кантрі Хауз – Сільська хатинка»	с. Чечелеве, поблизу Кременчука	Подієвий туризм; живий музей вергунів; майстерня «Сіно-солома»; фест-квести, майстер-класи для дітей.
Хутір «Яблучне»	біля Опішні	Садиба серед природи з можливістю прогулянок човном; планується зелений туризм з майстер-класами.
Садиба «Вільхове»	під Опішнею	Два будинки з усіма вигодами; ставки для риболовлі; байдарки; велосипеди; прокат лиж узимку.

У цьому контексті доцільним є формування обласної маркетингової стратегії розвитку зеленого туризму, орієнтованої на створення та просування туристичних магнітів. Така стратегія має базуватися на кластерному підході,

який передбачає об'єднання садиб зеленого туризму, крафтових виробників, фермерських господарств, закладів харчування, культурних інституцій та органів місцевого самоврядування в межах окремих туристичних зон або маршрутів [79].

Для Полтавської області перспективними є тематичні туристичні напрями, зокрема етнографічний, гастрономічний, медово-апітуристичний, подієвий та рекреаційний зелений туризм. На основі вже існуючих локацій можливо формувати комплексні туристичні маршрути, які поєднуюватимуть проживання в сільських садибах, участь у майстер-класах, дегустаціях локальних продуктів, відвідування природних і культурно-історичних об'єктів. Такий підхід сприятиме збільшенню тривалості перебування туристів у регіоні та зростанню мультиплікаційного ефекту для місцевої економіки.

Важливим інструментом розвитку зеленого туризму в Полтавській області є використання цифрових маркетингових каналів. Створення єдиної регіональної онлайн-платформи або інтерактивної карти зеленого туризму з можливістю бронювання, отримання інформації про локації, події та маршрути дозволить підвищити доступність туристичних послуг для широкого кола споживачів. Активне використання соціальних мереж, візуального сторітелінгу та контенту, орієнтованого на емоційний досвід, відповідає сучасним тенденціям формування туристичного попиту.

Окрему увагу доцільно приділити інтеграції зеленого туризму до обласних програм соціально-економічного розвитку та стратегій відновлення територій. Підтримка з боку обласних і місцевих органів влади у вигляді інформаційного супроводу, мікрогрантів, освітніх програм для власників садиб та розвитку туристичної інфраструктури може стати каталізатором активізації підприємницької ініціативи на сільських територіях [67].

Таким чином, розвиток зеленого туризму в Полтавській області потребує переходу від поодиноких ініціатив до системної регіональної політики, що поєднує маркетингові, інституційні та інвестиційні інструменти.

Формування туристичних магнітів і кластерів зеленого туризму дозволить не лише підвищити конкурентоспроможність регіону на внутрішньому туристичному ринку, а й створити передумови для сталого соціально-економічного розвитку сільських територій.

У межах даного розділу досліджено сучасний стан, проблеми, бар'єри та перспективи розвитку сільського зеленого туризму в Україні в умовах трансформаційних викликів, зумовлених соціально-економічними змінами та повномасштабною війною. Обґрунтовано, що зелений туризм набуває особливого значення як інструмент підтримки сільських територій, диверсифікації доходів населення та збереження природної й культурної спадщини.

Встановлено, що основними стримуючими факторами розвитку зеленого туризму залишаються безпекові ризики, недостатній рівень інфраструктурного забезпечення, обмежений доступ до фінансових ресурсів, фрагментарність державної та регіональної підтримки, а також недостатня системність маркетингового просування туристичних продуктів. Водночас визначено, що наявні проблеми можуть бути частково нівельовані шляхом впровадження адаптивних моделей розвитку, посилення ролі територіальних громад, розвитку кооперації між суб'єктами зеленого туризму та активізації цифрових інструментів просування.

Особливу увагу приділено соціальній ролі сільського зеленого туризму в умовах воєнного стану. Доведено, що він може виконувати не лише економічну, а й важливу соціально-гуманітарну функцію, сприяючи психологічній реабілітації, соціальній адаптації внутрішньо переміщених осіб, ветеранів, військовослужбовців і волонтерів, а також відновленню людського капіталу на місцевому рівні.

На прикладі Полтавської області проаналізовано практичні аспекти функціонування об'єктів зеленого туризму, що засвідчило значний потенціал регіону для формування конкурентоспроможних туристичних продуктів на

основі автентичності, крафтового виробництва, нематеріальної культурної спадщини та природно-рекреаційних ресурсів.

Узагальнення регіонального досвіду дозволило окреслити перспективні напрями розвитку зеленого туризму, зокрема через формування туристичних «магнітів», впровадження регіональних маркетингових стратегій та посилення брендингу територій.

Таким чином, результати дослідження підтверджують доцільність розгляду сільського зеленого туризму як стратегічного напрямку сталого розвитку регіонів України, здатного забезпечити комплексний соціально-економічний ефект навіть в умовах підвищеної нестабільності та обмежених ресурсів.

РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМУ РЕАЛІЗАЦІЇ ПОТЕНЦІАЛУ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

3.1. Організаційно-економічний механізм стимулювання розвитку зеленого туризму

Розвиток сільського зеленого туризму в Україні потребує формування цілісного організаційно-економічного механізму стимулювання, здатного забезпечити узгоджене функціонування інституційних, фінансових, управлінських та ринкових елементів у межах національної та регіональної економічної системи. В умовах воєнного стану, структурних деформацій економіки та обмеженості інвестиційних ресурсів питання ефективного механізму стимулювання набуває особливої актуальності, оскільки зелений туризм розглядається не лише як вид господарської діяльності, а як інструмент відновлення сільських територій, підтримки зайнятості населення та збереження людського капіталу.

Організаційно-економічний механізм стимулювання розвитку зеленого туризму доцільно трактувати як систему взаємопов'язаних методів, інструментів і форм впливу на суб'єктів туристичної діяльності, спрямованих на створення сприятливих умов для започаткування, функціонування та масштабування туристичних ініціатив у сільській місцевості. Такий механізм має забезпечувати баланс між державним регулюванням, ринковими стимулами та ініціативами місцевих громад [18].

У науковій літературі організаційно-економічні механізми розвитку туризму здебільшого розглядаються через призму державної підтримки, інвестиційного забезпечення та маркетингового просування. Водночас для зеленого туризму характерна специфіка, пов'язана з дрібнотоварним характером діяльності, домінуванням сімейних форм господарювання, поєднанням туристичних послуг із аграрним виробництвом та значною роллю нематеріальних активів, зокрема локальної культури, традицій і природних

ландшафтів [19]. З огляду на зазначене, організаційно-економічний механізм стимулювання розвитку зеленого туризму має формуватися з урахуванням територіальних, соціальних та інституційних особливостей.

Структурно організаційно-економічний механізм стимулювання розвитку зеленого туризму охоплює сукупність організаційних та економічних складових, взаємодія яких забезпечує досягнення стратегічних і тактичних цілей розвитку галузі. До організаційних складових належать система управління розвитком зеленого туризму, інституційне забезпечення, нормативно-правова база, механізми координації між суб'єктами туристичної діяльності, органами влади та громадськими об'єднаннями. Економічна складова включає фінансово-кредитні інструменти, податкові стимули, інвестиційні механізми, цінову політику, а також інструменти маркетингового та інформаційного забезпечення [47].

Важливу роль у формуванні організаційної складової відіграє багаторівнева система управління розвитком зеленого туризму. На національному рівні ключовими завданнями виступають формування стратегічних пріоритетів, розроблення державних програм підтримки, гармонізація законодавства з європейськими стандартами та інтеграція зеленого туризму в загальну систему регіонального розвитку. На регіональному рівні акцент переноситься на розроблення цільових програм, створення туристичних кластерів, підтримку локальних ініціатив та координацію діяльності суб'єктів зеленого туризму. Місцевий рівень управління забезпечує безпосередню реалізацію туристичних проєктів, розвиток інфраструктури, залучення населення та формування локальних туристичних продуктів [54].

Інституційне забезпечення розвитку зеленого туризму передбачає функціонування як державних, так і недержавних інституцій, діяльність яких спрямована на підтримку туристичних ініціатив. До таких інституцій належать органи виконавчої влади, органи місцевого самоврядування, туристичні асоціації, громадські організації, кооперативи та об'єднання власників садиб

зеленого туризму. Практика зарубіжних країн свідчить, що саме горизонтальна кооперація між суб'єктами туристичної діяльності дозволяє досягти синергетичного ефекту та підвищити конкурентоспроможність туристичних територій [21, 29].

Нормативно-правове забезпечення виступає базовим елементом організаційного механізму стимулювання. В Україні розвиток зеленого туризму регулюється низкою законодавчих і підзаконних актів, проте чинна нормативна база характеризується фрагментарністю та відсутністю комплексного підходу до регулювання даного виду діяльності. Недостатня чіткість правового статусу суб'єктів зеленого туризму, складність процедур реєстрації та обмежений доступ до державних програм підтримки знижують мотивацію населення до започаткування туристичного бізнесу в сільській місцевості. Удосконалення нормативно-правового поля має бути спрямоване на спрощення адміністративних процедур, запровадження спеціальних режимів господарювання та адаптацію податкового законодавства до потреб дрібних підприємців [26].

Економічна складова організаційно-економічного механізму стимулювання розвитку зеленого туризму базується на використанні комплексу фінансових, інвестиційних і податкових інструментів. Фінансове забезпечення розвитку зеленого туризму здійснюється за рахунок власних коштів суб'єктів господарювання, бюджетних ресурсів, грантового фінансування, а також коштів міжнародних донорських організацій. В умовах обмеженого доступу до банківського кредитування особливого значення набувають альтернативні фінансові інструменти, зокрема мікрокредитування, краудфандинг та цільові грантові програми [55].

Податкові стимули відіграють важливу роль у формуванні сприятливого економічного середовища для розвитку зеленого туризму. Застосування спрощених систем оподаткування, податкових пільг для суб'єктів малого підприємництва, а також зменшення фіскального навантаження на початкових етапах діяльності сприяє легалізації туристичних послуг та підвищенню

економічної активності населення. Доцільним є також запровадження податкових стимулів для інвестицій у розвиток туристичної інфраструктури та збереження об'єктів культурної спадщини [57, 58].

Інвестиційна складова організаційно-економічного механізму стимулювання розвитку зеленого туризму передбачає формування сприятливого інвестиційного клімату на сільських територіях. Інвестиційна привабливість зеленого туризму визначається рівнем розвитку інфраструктури, безпековою ситуацією, наявністю туристичних ресурсів та ефективністю місцевого управління. Створення туристичних кластерів, розвиток публічно-приватного партнерства та підтримка соціального підприємництва розглядаються як перспективні напрями активізації інвестиційної діяльності у сфері зеленого туризму [78].

Окрему роль у структурі організаційно-економічного механізму відіграє маркетингове та інформаційне забезпечення розвитку зеленого туризму. Сучасні тенденції свідчать про зростання значення цифрових каналів просування туристичних продуктів, формування брендів територій та використання соціальних мереж як інструменту комунікації з потенційними туристами. Відсутність системної маркетингової стратегії на регіональному рівні суттєво обмежує можливості популяризації зеленого туризму та знижує ефективність використання наявного туристичного потенціалу [3].

Таким чином, організаційно-економічний механізм стимулювання розвитку зеленого туризму має розглядатися як комплексна, динамічна система, ефективність функціонування якої залежить від узгодженості дій усіх учасників туристичного процесу. Формування такого механізму потребує поєднання державної підтримки, ініціатив місцевих громад та ринкових інструментів, що у сукупності створює передумови для сталого розвитку зеленого туризму в Україні.

Розвиток зеленого сьогодні, є одним із важливих напрямів діяльності в аграрному секторі, оскільки така форма туризму підтримує розвиток сільських територій та місцевого сільського господарювання шляхом створення робочих

місць, підвищення економічної активності (розвиток малого та середнього бізнесу), сприяє розвитку інфраструктури (будівництво доріг, готельно-ресторанних комплексів та різного роду туристичних об'єктів), в цілому підвищує туристичну привабливість сільських регіонів та відіграє важливе соціально-екологічне значення, оскільки сприяє підвищенню свідомості туристів щодо проблем охорони природи та дозволяє забезпечити збереження природних ресурсів [29].

Управління зеленим передбачає застосування класичних принципів менеджменту таких як: планування, організація, контроль, прийняття рішень, формування маркетингових стратегій на основі потреб та очікувань клієнтів, інноваційність, тощо. Проте, варто виокремити основні, на нашу думку, відмінності в принципах менеджменту в туризмі, агроекотуризмі та власне зеленому туризмі, що здебільшого полягають у специфіці діяльності та потребах потенційних клієнтів у наведених сферах (табл. 3.1.1).

Оскільки, ми зазначили, що зелений туризм є інвестиційно привабливою сферою діяльності, варто виділити також елемент управління інвестиційними потоками в зелений туризм та його підвиди, суть яких зосереджена на збалансованості туристичних можливостей та збереженні природних ресурсів [1].

Основними етапами інвестиційного менеджменту в зеленому туризмі є: аналіз потреб у фінансуванні (оцінка та прогнозування витрат на розвиток інфраструктури); вибір джерел фінансування; планування інвестиційного проєкту та його реалізація; контроль та аналіз реалізації проєкту (моніторинг витрат, оцінка ефективності використання інвестиційних коштів).

Інвестиційні процеси в зеленому туризмі сприяють розвитку місцевої економіки та збалансованому розвитку сільських територій, дозволяють зменшити міграцію населення до міст, паралельно нівелювати екологічні проблеми та зберігати традиції та цінності регіонів.

Таблиця. 3.1.1

Характерні відмінності в принципах менеджменту (управління) в туризмі, агроекотуризмі та зеленому туризмі [29]

Характерна ознака	Туризм	Зелений туризм	Агроекотуризм
Напрями діяльності	орієнтований на задоволення туристичних потреб клієнтів	орієнтація на рекреацію в сільських територіях, збереження природного середовища, культурної спадщини та підвищення якості життя місцевого населення	орієнтований на задоволення потреб клієнтів у відпочинку в сільських регіонах, ознайомленні з сільськогосподарською діяльністю та збереженні навколишнього середовища
Масштаб	може бути масовим та зорієнтованим на різні місця та країни	переважно малий і середній масштаб, територіально прив'язаний до сільських громад	має малий масштаб та зорієнтований на сільську місцевість
Природа продукту	продукт - це послуга	досвід взаємодії з природним, культурним та соціальним середовищем сільських територій	продукт - це взаємодія з природним середовищем, включаючи сільськогосподарську діяльність.
Природа ринку	туризму має більш широку аудиторію та більшу конкуренцію	сегментований ринок, орієнтований на сталий попит, автентичність та екологічну відповідальність	зазвичай спеціалізований та має меншу конкуренцію
Управління ресурсами	орієнтоване на задоволення туристичних потреб	орієнтація на збереження природних і культурних ресурсів, розвиток людського капіталу та територіальну стійкість	орієнтоване на збереження природних і культурних ресурсів, та на розвиток сільських територій.
Соціально-економічна роль	формування доходів туристичної індустрії	інструмент комплексного розвитку сільських територій та соціальної згуртованості	диверсифікація доходів сільських домогосподарств

Виявлені відмінності в принципах менеджменту туристичної діяльності зумовлюють необхідність формування спеціалізованого організаційно-економічного механізму стимулювання розвитку зеленого туризму, який

враховує територіальну локалізацію, екологічну орієнтацію та соціальну значущість даного виду діяльності.

Формування організаційно-економічного механізму стимулювання розвитку зеленого туризму потребує системного підходу, що ґрунтується на поєднанні економічних, організаційних, соціальних та екологічних складових. На відміну від традиційних видів туристичної діяльності, зелений туризм функціонує в межах сільських територій, що зумовлює підвищену роль локальних ресурсів, територіальної специфіки та участі місцевого населення у створенні туристичного продукту. Відповідно, механізм його стимулювання має формуватися з урахуванням принципів сталого розвитку, децентралізації управління та партнерської взаємодії між державою, бізнесом і громадами. Ключові принципи формування організаційно-економічного механізму розвитку зеленого туризму наведено у таблиці 3.1.2.

Таблиця 3.1.2

Принципи формування організаційно-економічного механізму розвитку
зеленого туризму [31, 56]

Назва	Зміст
1	2
Принцип системності та комплексності	Організаційно-економічний механізм розвитку зеленого туризму повинен розглядатися як цілісна система, що включає взаємопов'язані елементи: нормативно-правове забезпечення, фінансово-економічні інструменти, інституційне середовище, маркетингову підтримку, кадрове забезпечення та інфраструктурний розвиток. Реалізація окремих заходів без урахування їх взаємозв'язку не забезпечує стійкого ефекту, оскільки зелений туризм функціонує на перетині кількох сфер – аграрної економіки, рекреації, культури та екології.
Принцип територіальної диференціації	Зелений туризм базується на унікальності конкретних територій, що проявляється у природно-кліматичних умовах, історико-культурній спадщині, традиціях та рівні соціально-економічного розвитку. Тому організаційно-економічний механізм має бути адаптований до регіональних і локальних особливостей, а не уніфікований на національному рівні. Застосування принципу територіальної диференціації дозволяє формувати туристичні продукти, орієнтовані на локальні конкурентні переваги та реальні потреби громад.
Принцип сталості та екологічної орієнтації	Зелений туризм передбачає раціональне використання природних ресурсів та мінімізацію негативного впливу туристичної діяльності на довкілля. Відповідно, організаційно-економічний механізм його розвитку має базуватися на

Продовження таблиці 3.1.2

1	2
	принципах екологічної відповідальності, збереження біорізноманіття та підтримки природних ландшафтів. Реалізація цього принципу передбачає стимулювання екологічно безпечних форм господарювання, використання органічних продуктів, впровадження енергоощадних технологій та екологічної сертифікації туристичних об'єктів.
Принцип соціальної орієнтації та інклюзивності	Важливою особливістю зеленого туризму є його здатність виконувати соціальні функції, зокрема сприяти зайнятості сільського населення, диверсифікації доходів домогосподарств та підвищенню якості життя у громадах. Організаційно-економічний механізм має передбачати активне залучення місцевих мешканців до туристичної діяльності, розвиток малого підприємництва та підтримку соціально вразливих категорій населення. В умовах воєнного стану даний принцип набуває особливої актуальності, оскільки зелений туризм може виконувати функцію соціальної адаптації та психологічної реабілітації.
Принцип партнерства та багаторівневого управління	Ефективне стимулювання розвитку зеленого туризму неможливе без координації дій між органами державної влади, органами місцевого самоврядування, суб'єктами підприємницької діяльності та громадськими організаціями. Організаційно-економічний механізм має ґрунтуватися на принципі партнерства, що передбачає розподіл повноважень і відповідальності між рівнями управління, а також формування горизонтальних зв'язків у межах туристичних кластерів.
Принцип адаптивності та гнучкості	Сучасні умови функціонування туристичної галузі характеризуються високим рівнем невизначеності, зумовленої пандеміями, економічними кризами та воєнними ризиками. У зв'язку з цим організаційно-економічний механізм розвитку зеленого туризму повинен бути здатним до швидкої адаптації до зовнішніх змін, передбачати використання гнучких інструментів підтримки та можливість коригування стратегічних пріоритетів.
Логічний перехід до наступного підпункту	Реалізація зазначених принципів на практиці потребує застосування відповідного інструментарію державного та регіонального впливу, що обумовлює необхідність детального розгляду інструментів стимулювання розвитку зеленого туризму, які використовуються на національному та регіональному рівнях.

Ефективне функціонування організаційно-економічного механізму розвитку зеленого туризму неможливе без цілеспрямованого застосування інструментів державного та регіонального стимулювання. У сучасних умовах зелений туризм розглядається не лише як сегмент туристичної галузі, а й як інструмент регіонального розвитку, диверсифікації сільської економіки та

активізації підприємницької діяльності на місцевому рівні. Відповідно, система стимулювання має бути багатокомпонентною, узгодженою з цілями державної політики у сферах туризму, аграрного розвитку, децентралізації та сталого розвитку територій.

Інструменти стимулювання розвитку зеленого туризму доцільно систематизувати за функціональними групами, що дозволяє комплексно оцінити їх вплив та визначити пріоритети застосування на національному і регіональному рівнях (рис.3.1.1).

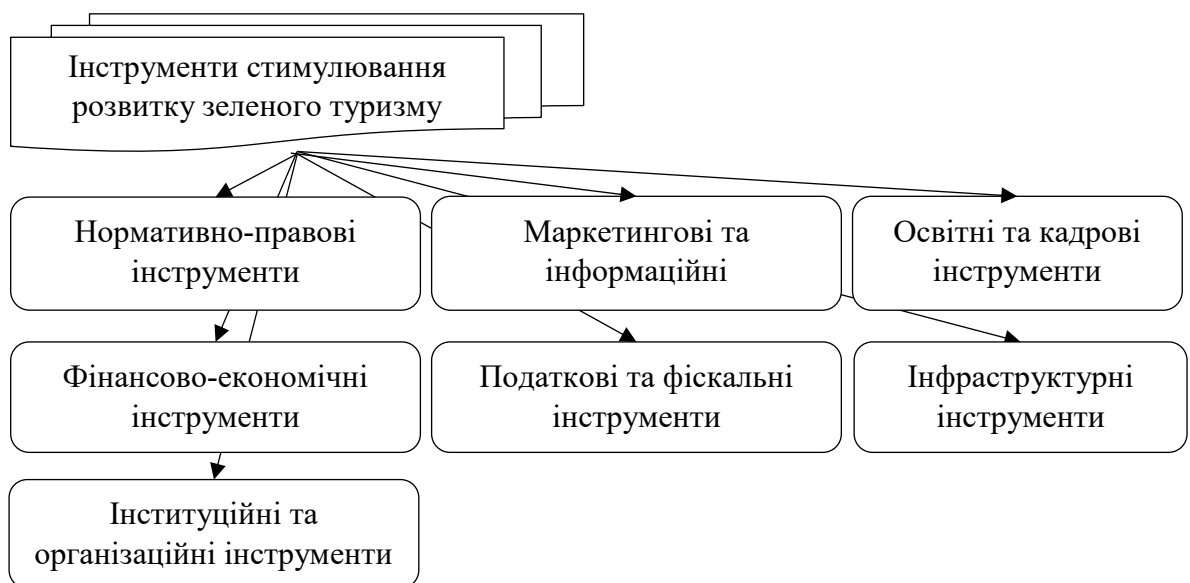


Рис. 3.1.1. – Інструменти державного та регіонального стимулювання розвитку зеленого туризму [складено автором]

Ефективне функціонування організаційно-економічного механізму розвитку зеленого туризму неможливе без цілеспрямованого застосування інструментів державного та регіонального стимулювання. У сучасних умовах зелений туризм розглядається не лише як сегмент туристичної галузі, а й як інструмент регіонального розвитку, диверсифікації сільської економіки та активізації підприємницької діяльності на місцевому рівні. Відповідно, система стимулювання має бути багатокомпонентною, узгодженою з цілями державної політики у сферах туризму, аграрного розвитку, децентралізації та сталого розвитку територій.

Інструменти стимулювання розвитку зеленого туризму доцільно систематизувати за функціональними групами, що дозволяє комплексно оцінити їх вплив та визначити пріоритети застосування на національному і регіональному рівнях.

Нормативно-правове забезпечення є базовим інструментом державного впливу на розвиток зеленого туризму. В Україні правове регулювання цієї сфери має фрагментарний характер, оскільки зелений туризм охоплює норми туристичного, аграрного, екологічного та підприємницького законодавства. Відсутність спеціалізованого закону ускладнює формування єдиних правил функціонування ринку, процедур сертифікації та механізмів державної підтримки.

На регіональному рівні важливу роль відіграють програми соціально-економічного розвитку, стратегії розвитку туризму та регіональні цільові програми підтримки малого підприємництва. Включення зеленого туризму до таких документів створює передумови для інституційної підтримки, визначення пріоритетних територій та концентрації ресурсів у межах туристичних магнітів.

Фінансово-економічні інструменти є ключовими для активізації підприємницької ініціативи у сфері зеленого туризму. До них належать бюджетні програми підтримки, грантові механізми, пільгове кредитування та інвестиційні стимули. Для більшості суб'єктів зеленого туризму, які представлені малими формами господарювання, доступ до фінансових ресурсів залишається обмеженим, що стримує модернізацію садиб, розвиток інфраструктури та впровадження інновацій.

На регіональному рівні ефективним інструментом може бути співфінансування туристичних проєктів за рахунок місцевих бюджетів, коштів державних фондів та міжнародної технічної допомоги. Залучення грантових програм дозволяє підтримувати проєкти, орієнтовані на екологічність, інклюзивність та соціальний ефект, що відповідає концепції сталого розвитку.

Податкові стимули є важливим елементом економічного механізму розвитку зеленого туризму, особливо на початкових етапах діяльності суб'єктів господарювання. Застосування спрощених систем оподаткування, податкових канікул або знижених ставок місцевих податків може істотно знизити фінансове навантаження на власників садиб та сприяти легалізації туристичної діяльності.

Органи місцевого самоврядування мають можливість використовувати інструменти місцевої податкової політики для стимулювання розвитку зеленого туризму, зокрема шляхом диференціації ставок земельного податку або плати за користування комунальним майном для суб'єктів туристичної діяльності, що дотримуються екологічних стандартів [26].

Рівень розвитку інфраструктури є одним із визначальних чинників конкурентоспроможності зеленого туризму. Державні та регіональні інструменти у цій сфері охоплюють інвестиції у транспортну доступність, розвиток дорожньої мережі, комунікаційної та цифрової інфраструктури. Без належного інфраструктурного забезпечення навіть унікальні природні чи культурні ресурси не можуть бути повноцінно інтегровані у туристичний обіг.

На регіональному рівні доцільним є спрямування інфраструктурних проєктів на формування туристичних кластерів, що дозволяє забезпечити мультиплікативний ефект від вкладених ресурсів та підвищити привабливість територій для інвесторів і туристів.

Інституційна підтримка розвитку зеленого туризму реалізується через діяльність профільних департаментів, агенцій регіонального розвитку, туристично-інформаційних центрів та громадських об'єднань. Важливим інструментом є створення координаційних платформ для взаємодії між органами влади, бізнесом і громадами, що сприяє узгодженню стратегічних цілей та обміну інформацією [59].

Організаційні інструменти включають підтримку кластерних ініціатив, розвиток мережі туристичних маршрутів, сприяння кооперації між суб'єктами зеленого туризму та локальними виробниками. Такий підхід дозволяє

формувати комплексний туристичний продукт і підвищувати його додану вартість.

Маркетингова підтримка є одним із найбільш недооцінених, але водночас критично важливих інструментів стимулювання розвитку зеленого туризму. Державні та регіональні органи влади можуть відігравати активну роль у формуванні позитивного іміджу сільських територій, розвитку брендів туристичних дестинацій та просуванні локальних туристичних продуктів на внутрішньому й міжнародному ринках [34].

Використання цифрових платформ, офіційних туристичних порталів, соціальних мереж і онлайн-карт маршрутів дозволяє підвищити доступність інформації для потенційних туристів та зменшити маркетингові витрати окремих суб'єктів господарювання. Особливої актуальності ці інструменти набувають в умовах воєнного стану, коли внутрішній туризм стає основним джерелом туристичних потоків.

Розвиток зеленого туризму потребує належного кадрового забезпечення, що обумовлює необхідність застосування освітніх інструментів стимулювання. До них належать програми підготовки та підвищення кваліфікації для власників садиб, гідів, менеджерів туристичних проєктів, а також інформаційно-консультаційна підтримка з питань бізнес-планування, маркетингу та екологічних стандартів.

На регіональному рівні ефективним є залучення закладів вищої освіти, центрів професійного навчання та громадських організацій до реалізації освітніх програм, орієнтованих на практичні потреби ринку зеленого туризму.

Таким чином, інструменти державного та регіонального стимулювання розвитку зеленого туризму формують багаторівневу систему впливу, яка поєднує нормативно-правові, фінансово-економічні, інституційні, інфраструктурні та маркетингові компоненти. Їх ефективність значною мірою залежить від узгодженості дій між різними рівнями управління та адаптації інструментарію до специфіки конкретних регіонів.

Адаптація організаційно-економічного механізму стимулювання розвитку зеленого туризму до умов воєнного стану є об'єктивною необхідністю, зумовленою кардинальною трансформацією соціально-економічного середовища, високим рівнем ризиків і обмеженістю ресурсів. Повномасштабна війна суттєво вплинула на туристичну галузь України, змінивши не лише просторову структуру туристичних потоків, а й пріоритети державної політики у сфері регіонального розвитку. У цих умовах зелений туризм дедалі більше виконує не лише рекреаційну, а й соціально-стабілізаційну, відновлювальну та адаптаційну функції, що потребує відповідного коригування інструментарію його підтримки.

В умовах воєнного стану ключового значення набуває внутрішній туризм, орієнтований на безпечні території, переважно сільські та малонаселені регіони, віддалені від зон активних бойових дій. Це зумовлює зміщення акцентів організаційно-економічного механізму у напрямі підтримки локальних ініціатив, малих форм підприємництва та самозайнятості населення. Зелений туризм у такому контексті виступає доступною формою економічної активності, яка може реалізовуватися на основі наявних житлових, природних і культурних ресурсів без значних капіталовкладень, забезпечуючи мінімально необхідний рівень доходів для сільських домогосподарств.

Фінансово-економічна складова механізму в умовах війни зазнає суттєвих змін, оскільки можливості прямої бюджетної підтримки туристичної сфери є обмеженими. Натомість зростає роль альтернативних джерел фінансування, зокрема грантових програм, міжнародної технічної допомоги, донорських проєктів і партнерств із громадськими та благодійними організаціями. Такі інструменти можуть бути спрямовані на відновлення та облаштування сільських садиб, створення елементарної туристичної інфраструктури, розвиток крафтового виробництва, впровадження екологічних та енергоощадних рішень. Важливим елементом адаптації є спрощення доступу суб'єктів зеленого туризму до фінансових ресурсів,

зменшення адміністративних бар'єрів і впровадження гнучких умов участі у програмах підтримки.

Організаційна складова механізму в умовах воєнного стану має бути зорієнтована на підвищення ролі територіальних громад як ключових суб'єктів розвитку зеленого туризму. Саме на рівні громад формуються ініціативи щодо прийому внутрішніх переселенців, організації тимчасового проживання, створення програм відновлювального відпочинку для військовослужбовців, ветеранів і волонтерів. У цьому контексті зелений туризм може інтегруватися з соціальними та реабілітаційними проєктами, поєднуючи рекреаційний потенціал із відновленням людського капіталу та психологічною стабілізацією населення.

Особливого значення в умовах війни набуває безпековий компонент організаційно-економічного механізму. Розвиток зеленого туризму можливий виключно за умови врахування факторів безпеки, зокрема наявності укриттів, стабільного зв'язку, доступу до медичних послуг, чіткої логістики та інформування туристів про правила поведінки в умовах воєнного стану. Це потребує координації дій між органами місцевого самоврядування, суб'єктами туристичної діяльності та службами цивільного захисту [33].

Водночас воєнний стан актуалізує необхідність цифровізації організаційно-економічного механізму розвитку зеленого туризму. Використання цифрових платформ, соціальних мереж і онлайн-інструментів комунікації дозволяє оперативно інформувати споживачів про безпечні маршрути, доступні локації, умови перебування та послуги, що надаються. Цифровий маркетинг стає ключовим засобом просування зеленого туризму в умовах обмеженої мобільності та високої чутливості населення до факторів ризику.

Таким чином, адаптація організаційно-економічного механізму стимулювання розвитку зеленого туризму до умов воєнного стану передбачає переорієнтацію його цілей, інструментів і суб'єктної структури на забезпечення соціально-економічної стійкості сільських територій, підтримку

внутрішнього туризму та відновлення людського потенціалу. У середньо- та довгостроковій перспективі такі адаптаційні рішення можуть стати основою для післявоєнного відновлення туристичної галузі та формування більш стійкої, децентралізованої та соціально орієнтованої моделі розвитку зеленого туризму в Україні.

Отже, все вище наведене обґрунтовано доводить необхідність формування комплексного організаційно-економічного механізму стимулювання розвитку зеленого туризму як складової сталого розвитку сільських територій. Відповідно ефективність такого механізму забезпечується поєднанням державних, регіональних і місцевих інструментів впливу, а також узгодженням економічних, організаційних та інституційних елементів управління. Особливого значення набуває адаптація механізму до умов воєнного стану, що передбачає підвищення гнучкості управлінських рішень, орієнтацію на підтримку малого підприємництва та розвиток внутрішнього туризму. Реалізація запропонованих підходів створює передумови для активізації розвитку зеленого туризму на регіональному рівні та посилення його ролі в соціально-економічному відновленні сільських територій.

3.2. Інструменти підвищення інвестиційної привабливості та маркетингового просування зеленого туризму

Підвищення інвестиційної привабливості зеленого туризму є ключовою умовою його сталого розвитку, особливо в контексті трансформації економіки сільських територій та необхідності диверсифікації джерел доходів сільського населення. Інвестиційна активність у сфері зеленого туризму формує фінансову основу для модернізації матеріально-технічної бази, впровадження інноваційних туристичних продуктів, підвищення якості послуг і забезпечення конкурентоспроможності на внутрішньому туристичному ринку. Водночас

специфіка зеленого туризму зумовлює особливі підходи до формування інвестиційної привабливості, які відрізняються від традиційних моделей інвестування у масовий туризм.

Інвестиційна привабливість зеленого туризму формується під впливом сукупності економічних, інституційних, соціальних та територіальних чинників. До економічних чинників належать рівень рентабельності туристичної діяльності, прогнозованість попиту, обсяги початкових вкладень, тривалість інвестиційного циклу та можливості диверсифікації доходів. У зеленому туризмі інвестиційні проєкти зазвичай мають відносно невеликий масштаб, що знижує бар'єри входу для малого та середнього підприємництва, але водночас потребує додаткових стимулів для компенсації підвищених ризиків, пов'язаних із сезонністю, обмеженою інфраструктурною забезпеченістю та нестабільністю попиту [3].

Інституційні чинники відіграють визначальну роль у формуванні сприятливого інвестиційного середовища. До них належать чіткість нормативно-правового регулювання туристичної діяльності, прозорість процедур реєстрації бізнесу, доступність фінансових ресурсів, наявність механізмів державної та регіональної підтримки, а також рівень взаємодії між органами влади, територіальними громадами та суб'єктами господарювання. В умовах недостатньої інституційної підтримки навіть економічно привабливі проєкти зеленого туризму можуть залишатися нереалізованими через адміністративні бар'єри та інформаційну асиметрію [7].

Соціальний вимір інвестиційної привабливості зеленого туризму проявляється через його здатність створювати робочі місця, сприяти самозайнятості сільського населення та підвищувати якість життя у сільській місцевості. Для потенційних інвесторів важливим є не лише фінансовий результат, а й соціальний ефект від реалізації проєктів, особливо у випадку залучення грантового фінансування, коштів міжнародних донорів та програм розвитку. Соціальна орієнтованість зеленого туризму підвищує його

привабливість для інвесторів, які дотримуються принципів сталого розвитку та соціально відповідального бізнесу [19].

Територіальні чинники визначають інвестиційну привабливість конкретних локацій зеленого туризму та включають природно-ресурсний потенціал, культурно-історичну спадщину, транспортну доступність, рівень розвитку інженерної та туристичної інфраструктури. Наявність унікальних природних ландшафтів, автентичних традицій, локальних ремесел і гастрономічних особливостей створює додаткову цінність туристичного продукту та підвищує інтерес інвесторів до розвитку зеленого туризму в окремих регіонах. Водночас недостатній рівень інфраструктурного забезпечення часто потребує залучення комбінованих інвестиційних моделей із використанням бюджетних коштів, приватного капіталу та ресурсів територіальних громад [32].

Важливим інструментом підвищення інвестиційної привабливості зеленого туризму є формування сприятливого фінансово-економічного середовища. До таких інструментів належать податкові пільги для суб'єктів малого підприємництва у сфері зеленого туризму, пільгове кредитування, компенсація відсоткових ставок за кредитами, надання субсидій і дотацій на розвиток туристичної інфраструктури. Особливого значення набувають державні та регіональні програми підтримки сільського підприємництва, у межах яких розвиток зеленого туризму розглядається як один із пріоритетних напрямів.

Значний потенціал мають грантові механізми фінансування, які дозволяють залучати кошти міжнародних організацій, фондів розвитку та програм технічної допомоги. Для зеленого туризму грантове фінансування є особливо актуальним, оскільки воно сприяє реалізації інноваційних, екологічно орієнтованих і соціально значущих проєктів, що не завжди мають швидку комерційну віддачу. Ефективне використання грантових ресурсів потребує підвищення інституційної спроможності місцевих суб'єктів

господарювання та органів місцевого самоврядування у сфері проєктного менеджменту [21].

Організаційні інструменти також відіграють важливу роль у підвищенні інвестиційної привабливості зеленого туризму. До них належать створення спеціалізованих консультаційних центрів, бізнес-інкубаторів і центрів підтримки підприємництва, які надають інформаційну, методичну та юридичну допомогу потенційним інвесторам. Наявність доступної та структурованої інформації про можливості інвестування, земельні ресурси, туристичний потенціал територій і наявні програми підтримки знижує рівень невизначеності та інвестиційних ризиків [32].

Важливим напрямом підвищення інвестиційної привабливості є розвиток партнерських моделей взаємодії між державою, бізнесом і територіальними громадами. Публічно-приватне партнерство у сфері зеленого туризму дозволяє поєднувати ресурси різних суб'єктів, забезпечувати спільне фінансування інфраструктурних проєктів та підвищувати ефективність використання бюджетних коштів. Залучення територіальних громад до інвестиційних процесів сприяє підвищенню довіри інвесторів і забезпечує довгострокову стабільність реалізації проєктів [17, 45].

Окремої уваги потребує питання зниження інвестиційних ризиків у сфері зеленого туризму. До основних ризиків належать сезонність туристичного попиту, обмежена платоспроможність споживачів, недостатній рівень професійної підготовки персоналу та вплив зовнішніх чинників, зокрема економічної нестабільності й безпекових викликів. Зниження ризиків можливе шляхом диверсифікації туристичних послуг, розвитку цілорічних туристичних продуктів, впровадження стандартів якості та сертифікації, а також активного використання страхових механізмів [34].

Таким чином, підвищення інвестиційної привабливості зеленого туризму потребує комплексного підходу, що поєднує фінансово-економічні, інституційні, організаційні та територіальні інструменти. Формування сприятливого інвестиційного середовища у сфері зеленого туризму створює

передумови для активізації підприємницької діяльності, залучення приватного та грантового капіталу, розвитку сільських територій і підвищення конкурентоспроможності регіональних туристичних продуктів.

Маркетингове просування зеленого туризму є невід'ємною складовою підвищення його конкурентоспроможності та довгострокової інвестиційної привабливості. У сучасних умовах ринкової трансформації та зростання ролі внутрішнього туризму маркетинг виконує не лише функцію інформування споживачів про туристичні послуги, а й формує ціннісне сприйняття територій, підвищує їх упізнаваність і сприяє створенню стійкого туристичного попиту. Для зеленого туризму маркетингові інструменти мають особливе значення, оскільки туристичний продукт базується на унікальних природних, культурних і соціальних ресурсах, які потребують цілеспрямованої комунікації з потенційними споживачами [79].

Маркетингове просування зеленого туризму доцільно розглядати як системний процес, що охоплює аналіз ринку, формування туристичного продукту, позиціонування територій, вибір каналів комунікації та оцінку ефективності маркетингових заходів. На відміну від масового туризму, де домінують стандартизовані пропозиції та масштабні рекламні кампанії, зелений туризм орієнтований на індивідуалізований підхід, автентичність і емоційну складову туристичного досвіду. Відповідно, маркетингові стратегії мають враховувати специфіку цільових аудиторій, серед яких переважають внутрішні туристи, сім'ї з дітьми, представники креативних професій, прихильники екологічного способу життя та культурно-пізнавального відпочинку [80].

Одним із ключових напрямів маркетингового просування зеленого туризму є формування бренду територій. Територіальний брендинг дозволяє створити цілісний образ регіону як привабливого туристичного простору, підкреслити його унікальні характеристики та відмінності від інших туристичних напрямів. У контексті зеленого туризму бренд території формується на основі природних ландшафтів, локальних традицій,

гастрономічної спадщини, ремесел і способу життя місцевого населення. Чітко сформований бренд підвищує довіру туристів, полегшує просування туристичних продуктів і створює додаткові стимули для залучення інвестицій.

Важливою складовою маркетингового просування є розвиток концепції зелених туристичних магнітів, які виступають центрами тяжіння туристичних потоків у межах окремих територій. Туристичні магніти можуть базуватися на природних об'єктах, етнокультурних локаціях, подієвих заходах або тематичних маршрутах. Їх формування потребує узгоджених дій органів місцевого самоврядування, суб'єктів туристичної діяльності та громадських організацій [7, 34]. Концентрація маркетингових зусиль навколо туристичних магнітів дозволяє підвищити ефективність просування, оптимізувати витрати та забезпечити мультиплікативний ефект для розвитку суміжних видів діяльності.

Цифровий маркетинг посідає провідне місце у просуванні зеленого туризму, з огляду на зміну споживчої поведінки та зростання ролі онлайн-каналів комунікації. Використання офіційних туристичних сайтів, соціальних мереж, онлайн-платформ бронювання та спеціалізованих туристичних порталів забезпечує доступність інформації для широкого кола потенційних туристів. Для зеленого туризму особливого значення набуває візуальний контент, який дозволяє передати атмосферу сільського відпочинку, природну красу та автентичність туристичних локацій. Якісний цифровий контент підвищує довіру споживачів і сприяє формуванню позитивного іміджу територій [50].

Контент-маркетинг виступає ефективним інструментом популяризації зеленого туризму та формування емоційного зв'язку між туристами і територіями. Розповіді про життя сільських громад, традиції, локальних виробників і історії успіху садиб зеленого туризму створюють додану цінність туристичного продукту та сприяють підвищенню лояльності споживачів. Такий підхід дозволяє не лише просувати конкретні послуги, а й формувати

довгостроковий інтерес до територій як до простору для відпочинку, саморозвитку та відновлення.

Важливим елементом маркетингового просування зеленого туризму є розвиток подієвого маркетингу. Фестивалі, ярмарки, тематичні свята, гастрономічні та етнокультурні заходи виконують функцію каталізаторів туристичного попиту та сприяють сезонному вирівнюванню туристичних потоків. Подієві заходи підвищують впізнаваність територій, залучають нові аудиторії та стимулюють повторні візити. Для інвесторів подієвий маркетинг виступає індикатором активності туристичного ринку та потенціалу розвитку локальних туристичних продуктів.

Маркетингове просування зеленого туризму на регіональному рівні потребує інтеграції з обласними стратегіями розвитку туризму та соціально-економічного розвитку територій. Узгоджені маркетингові стратегії дозволяють уникнути фрагментарності у просуванні туристичних локацій і забезпечити синергію між різними суб'єктами туристичної діяльності. Регіональний підхід до маркетингу зеленого туризму передбачає формування єдиних комунікаційних меседжів, використання спільних інформаційних платформ і координацію рекламних кампаній [21, 60].

Взаємозв'язок маркетингового просування та інвестиційної привабливості зеленого туризму проявляється через підвищення прозорості ринку та зменшення інформаційних бар'єрів для потенційних інвесторів. Активна маркетингова діяльність свідчить про динамічний розвиток туристичного сектору, наявність платоспроможного попиту та готовність територій до прийняття інвестицій. Наявність чіткої маркетингової стратегії підвищує прогнозованість результатів інвестиційних проєктів і знижує рівень ризиків [53].

Особливу роль у маркетинговому просуванні зеленого туризму відіграє співпраця з територіальними громадами. Залучення місцевого населення до маркетингових ініціатив сприяє автентичності туристичного продукту та формує позитивне ставлення до розвитку туризму на локальному рівні.

Громади виступають не лише об'єктами просування, а й активними учасниками маркетингового процесу, що підвищує ефективність комунікацій і забезпечує сталість результатів [61].

Таким чином, маркетингове просування зеленого туризму виступає стратегічним інструментом розвитку туристичних територій і підвищення їх інвестиційної привабливості. Комплексне використання брендингу територій, цифрового та контент-маркетингу, подієвих заходів і регіональних маркетингових стратегій створює передумови для формування стійкого туристичного попиту, залучення інвестицій та забезпечення соціально-економічного розвитку сільських територій.

Підвищення інвестиційної привабливості та ефективне маркетингове просування зеленого туризму є ключовими чинниками сталого розвитку туристичних територій. Інвестиційна привабливість формується під впливом економічних, інституційних, соціальних та територіальних факторів, що забезпечує комплексний підхід до розвитку галузі та стимулює активізацію малого та середнього підприємництва. Використання фінансово-економічних інструментів, державної та регіональної підтримки, грантових механізмів, організаційних сервісів і партнерських моделей сприяє залученню капіталу, модернізації інфраструктури та зниженню інвестиційних ризиків.

Маркетингове просування зеленого туризму, у свою чергу, забезпечує формування бренду територій, популяризацію туристичних магнітів, активне використання цифрового та контент-маркетингу, а також розвиток подієвих заходів. Узгоджена регіональна маркетингова стратегія сприяє підвищенню впізнаваності територій, формуванню стабільного туристичного попиту та створенню сприятливих умов для інвесторів.

Взаємозв'язок інвестиційної привабливості та маркетингового просування забезпечує соціально-економічний розвиток сільських територій, підвищення якості життя місцевого населення та стійкий розвиток зеленого туризму як конкурентоспроможного та привабливого сегмента туристичного ринку.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

У процесі виконання дипломної роботи здійснено комплексне дослідження теоретичних, організаційно-економічних та прикладних аспектів розвитку зеленого туризму в Україні в умовах сучасних соціально-економічних трансформацій і повномасштабної війни, що дозволило сформулювати такі узагальнені висновки та практичні пропозиції.

У ході дослідження узагальнено теоретичні підходи до визначення сутності зеленого туризму та встановлено, що він виступає багатофункціональним явищем, яке поєднує економічні, соціальні, екологічні та культурні складові розвитку територій. Зелений туризм слід розглядати не лише як різновид туристичної діяльності, а як інструмент сталого розвитку сільських територій, активізації підприємницької ініціативи, збереження природної та історико-культурної спадщини, а також підвищення якості життя сільського населення. Обґрунтовано, що в сучасних умовах зелений туризм дедалі більше інтегрується з агротуризмом, екотуризмом, гастрономічним і культурно-пізнавальним туризмом, формуючи комплексний туристичний продукт регіонального рівня.

Аналіз сучасного стану розвитку зеленого туризму в Україні засвідчив, що галузь перебуває на етапі становлення та адаптації до кризових викликів, спричинених пандемією COVID-19 і воєнним станом. Встановлено, що попри суттєві безпекові, економічні та інфраструктурні обмеження, спостерігається зростання ролі внутрішнього туризму, зміна туристичних уподобань на користь короткотривалих подорожей, відпочинку на природі та малолюдних локацій. Зелений туризм у цих умовах виконує компенсаторну функцію, частково замінюючи втрачені напрямки морського та масового туризму.

Дослідження проблем і бар'єрів розвитку зеленого туризму дозволило систематизувати ключові стримувальні чинники, серед яких домінують безпекові ризики, відсутність цілісної державної стратегії розвитку зеленого туризму, недосконалість нормативно-правового регулювання, слабка

інвестиційна привабливість сільських територій, недостатній рівень маркетингового просування туристичних продуктів, фрагментарність інформаційного забезпечення та обмежені фінансові можливості суб'єктів господарювання. Особливої гостроти ці проблеми набувають у період воєнного стану, коли питання безпеки, логістики та фінансової стабільності стають визначальними для туристичного попиту.

На основі аналізу результатів соціологічних опитувань встановлено, що вибір туристами напрямів і форм відпочинку в Україні значною мірою визначається сезонністю відпусток, ціною доступністю, природними умовами та безпекою регіону. Перевага надається пішим прогулянкам, культурному туризму, подієвим і гастрономічним формам відпочинку, що безпосередньо корелює з потенціалом зеленого туризму. Виявлено, що ключовими каналами отримання інформації про туристичні локації залишаються інтернет-ресурси та соціальні мережі, що підтверджує доцільність активізації цифрового маркетингу зеленого туризму.

Оцінка соціально-економічної ролі зеленого туризму довела його значний потенціал у контексті підтримки сільських громад, створення додаткових робочих місць, розвитку малого бізнесу та збереження локальної ідентичності. В умовах війни зелений туризм набуває додаткового значення як інструмент психологічної реабілітації та соціальної адаптації внутрішньо переміщених осіб, ветеранів, військовослужбовців і волонтерів, поєднуючи рекреаційні можливості з відновленням людського капіталу.

Дослідження перспектив розвитку зеленого туризму на регіональному рівні на прикладі Полтавської області засвідчило наявність значного, але недостатньо реалізованого потенціалу. Встановлено, що область володіє сприятливими природно-рекреаційними ресурсами, багатою історико-культурною спадщиною, розвиненим аграрним сектором і наявною мережею садиб зеленого туризму. Водночас відсутність цілісної регіональної маркетингової стратегії та туристичних кластерів стримує формування впізнаваних туристичних магнітів.

Обґрунтовано доцільність застосування кластерного підходу до розвитку зеленого туризму, який передбачає координацію зусиль органів місцевого самоврядування, суб'єктів туристичної діяльності, фермерських господарств, громадських організацій і освітніх установ. Такий підхід створює умови для концентрації ресурсів, формування комплексного туристичного продукту та підвищення конкурентоспроможності регіонів.

У роботі сформовано організаційно-економічний механізм стимулювання розвитку зеленого туризму, який включає сукупність інституційних, фінансово-економічних, інвестиційних, інформаційно-маркетингових та соціальних інструментів. Доведено, що ефективність такого механізму значною мірою залежить від рівня державної та регіональної підтримки, залучення територіальних громад і адаптації управлінських рішень до умов воєнного стану.

Окрему увагу приділено інструментам підвищення інвестиційної привабливості зеленого туризму, серед яких ключовими визначено: розвиток туристичної та транспортної інфраструктури, підтримку малого підприємництва, стимулювання державно-приватного партнерства, впровадження грантових і кредитних програм, а також створення сприятливого інвестиційного клімату на місцевому рівні. Обґрунтовано, що інвестиції в зелений туризм мають мультиплікативний ефект для розвитку сільських територій.

Розроблено напрями маркетингового просування зеленого туризму, які передбачають формування регіональних брендів, розвиток цифрових платформ, активне використання соціальних мереж, подієвий маркетинг і створення тематичних туристичних маршрутів. Встановлено, що маркетингові стратегії мають ґрунтуватися на унікальності локальних ресурсів і враховувати змінені туристичні уподобання в умовах воєнного стану.

З метою активізації розвитку зеленого туризму в Україні доцільно:

- розробити та впровадити цілісну державну стратегію розвитку зеленого туризму з чітким розмежуванням повноважень між рівнями управління;
- удосконалити нормативно-правове забезпечення діяльності суб'єктів зеленого туризму та запровадити єдині стандарти якості туристичних послуг;
- стимулювати створення регіональних туристичних кластерів на основі державно-приватного партнерства;
- посилити фінансову підтримку малого підприємництва у сфері зеленого туризму через грантові програми та пільгове кредитування;
- впроваджувати регіональні маркетингові стратегії розвитку туристичних магнітів із використанням цифрових інструментів;
- інтегрувати зелений туризм у програми соціальної реабілітації та відновлення населення в умовах воєнного стану;
- забезпечити систематичний збір і аналіз статистичних даних щодо розвитку зеленого туризму як окремого напрямку туристичної діяльності.

Реалізація запропонованих заходів сприятиме формуванню конкурентоспроможного сектору зеленого туризму, посиленню економічної стійкості регіонів і сталому розвитку сільських територій України. Результати дипломного дослідження підтверджують, що зелений туризм в Україні має потенціал стати одним із ключових інструментів післявоєнного відновлення сільських територій та регіонального розвитку, а системна підтримка та інтеграція в державну і регіональну політику сприятимуть формуванню економічно стійких громад, підвищенню рівня зайнятості населення та збереженню природної й культурної спадщини. Отримані в ході дослідження висновки та запропоновані напрями вдосконалення організаційно-економічного механізму розвитку зеленого туризму можуть бути використані в практичній діяльності органів місцевого самоврядування, туристичних підприємств, фермерських господарств, а також у подальших наукових дослідженнях, присвячених проблемам сталого розвитку регіонів та відновлення економіки України в післявоєнний період.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Адамян В.Я. Теоретичні аспекти визначення сутності сталого розвитку сільських територій. *Витоки, реалії та перспективи розвитку сучасного менеджменту*. 2022. № 4. С. 172-174.
2. Батиченко, С. П., Мельник Л. В. Сільський зелений туризм в Україні – стратегічна складова розвитку сільських територій. *Конструктивна географія та раціональне використання природних ресурсів*. 2024. Вип. 4 (спец.). С. 56–62.
3. Білецька Н. Потенційні напрями розвитку інвестиційного потенціалу підприємств туристичного сектору. *Development Service Industry Management*, 2024. Вип. (3). С. 273–279. URL: [https://doi.org/10.31891/dsim-2024-7\(41\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2024-7(41))
4. Бондар Ю., Легінькова Н. Екотуризм як важлива складова стратегії сталого розвитку України. *Теоретичні і прикладні напрямки розвитку туризму та рекреації в регіонах України*. Матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції. Кропивницький : ЛА НАУ, 2019. С. 338–346.
5. Бугіль С., Ступень Р. Роль та пріоритети сільського зеленого туризму в соціально-економічному розвитку сільських територій. *Аграрна економіка*. 2022. Вип. 15(1-2). С. 70-82.
6. Варяничко М. Ретроспективний аналіз розвитку сталого туризму. *Економіка та суспільство*. 2024. № 66. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-66-43>
7. Власенко І.В. Регіональні особливості формування маркетингових заходів розвитку сільського зеленого туризму. *Науковий вісник ЛНУВМБ імені С.З. Гжицького*. 2017. Т. 19. № 81. С. 3-9.
8. Герасименко Т. Роль туристичної галузі у реалізації соціально-економічних цілей сталого розвитку. *Сталий розвиток економіки*. 2025. Вип. 6 (57). С. 15-22. URL: <https://doi.org/10.32782/10.32782/2308-1988/2025-57-2>

9. Гетьман В. І., Гринюк Д. Ю. Теоретичні конструкції екотуризму в Україні: актуалізація та завдання. *Geographical Sciences and Tourism*. 2023. № 1(4). С. 29–31.
10. Головня О.М. Забезпечення розвитку сталого туризму в умовах глобальних екологічних викликів. *Бізнес Інформ*. 2023. № 9 (548). С. 152-161. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2023-9-152-161>
11. Горіна Г. О. Сталий розвиток туризму: стратегічні настанови та практики управління. *Торгівля і ринок України*. 2024. № 1(53). DOI: 10.33274/2079-4762-2023-53-1-52-63.
12. Грищенко С. І. Туристична індустрія України: аналіз тенденцій та чинників розвитку в координатах повоєнного відновлення. *Економіка та суспільство*. 2023. № 52. DOI: 10.32782/2524-0072/2023-52-29.
13. Дармостук Д.Г. Тенденції розвитку зеленого туризму в Україні. *Теорія та практика державного управління*. 2017. № 2. С. 1-7.
14. Демко В. С. Передумови розвитку зеленого туризму: глобальний, національний і регіональний виміри. *Регіональна економіка*. 2019. № 2 (93). С. 90-97.
15. Демко В., Тараненко Г., Шлєіна, Л. Європейські підходи до оцінки туристичного потенціалу регіонів у контексті сталого розвитку. *Innovations and Technologies in the Service Sphere and Food Industry*. 2025. Вип. 3 (17). С. 147-154. URL: [https://doi.org/10.32782/2708-4949.3\(17\).2025.23](https://doi.org/10.32782/2708-4949.3(17).2025.23)
16. Державне агентство розвитку туризму України. Статистична інформація: Результати опитування щодо подорожей Україною під час війни. URL: <https://www.tourism.gov.ua/statistic>
17. Деякі питання діяльності Державного агентства розвитку туризму : Постанова Кабінету Міністрів України від 24.12.2019 № 1162 // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/1162-2019-п>

18. Дмитришин Л.І., Гавдей С.В. Економічне та організаційне забезпечення розвитку туристичного сектору України. *Бізнес Інформ*. 2022. № 2. С. 75–80.
19. Добрянська Н. А., Саркісян Г. О., Лебедева В. В., Тетью, А. П. Синергія агропромислових підприємств і сільського зеленого туризму як механізм активізації інвестування. *Здобутки економіки: перспективи та інновації*. 2025. Вип. 17. URL: <https://doi.org/10.5281/zenodo.15312667>
20. Долинська О. О., Шоробур І. М., Долинський Є. В. Потенціал зеленого туризму в досягненні сталого соціально- економічного розвитку сільських територій України. *Acta Academiae Beregsasiensis: Geographica Et Recreatio*. 2025. Вип. 3. С. 125–133. URL: <https://doi.org/10.32782/2786-5843/2025-3-11>
21. Дубас Р. Г., Шафранова К. В. Інтегрований механізм розвитку туристичних кластерів на засадах маркетингу та економічної результативності. *Здобутки економіки: перспективи та інновації*. 2025. Вип. 22. URL: <https://doi.org/10.5281/zenodo.17233952>
22. Єгорова О.В. Аналіз ефективності діяльності у сфері сільського туризму. *Креативна особистість і модернізація туризму: матеріали методологічного трансдисциплінарного семінару (м. Полтава, 3 грудня 2024 року) / за заг.ред. Г. П. Скліяра. – Полтава : ПУЕТ, 2024. С. 50-55.*
23. Жибак М. М., Христенко Г. М. Сільський зелений туризм як інноваційна форма підприємництва. *Агросвіт*. 2021. № 3. С. 3–8. DOI: [10.32702/2306-6792.2021.3.3](https://doi.org/10.32702/2306-6792.2021.3.3)
24. Живко З., Боруцька Ю., Рій М. Чинники розвитку сільського зеленого туризму в Україні. *Економіка та суспільство*. 2021. № 25. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-25-25>.
25. Заваріка Г., Видренко А. Сталий розвиток зеленого туризму в епоху змін. *Економіка та суспільство*. 2024. № 63. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-63-106>.

26. Закон України "Про туризм" від 15.09.1995 № 324/95-ВР. Відомості Верховної Ради України. 1995. № 38. С. 288.

27. Зарубіна А., Семенюк Л. Розвиток сільського зеленого туризму як чинник відродження сільських територій регіону. *Економіка та суспільство*, 2025. Вип. (72). URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-72-31>

28. Зарубіна А. Розвиток внутрішнього туризму в контексті нової реальності. *Соціальний розвиток: економіко-правові проблеми*. 2025. Вип. 2. С. 87–95. URL: <https://doi.org/10.70651/3083-6018/2025.2.10>

29. Зоря О. П., Яснолоб І.О., Мауер Д.Р.. Необхідність інвестування в розвиток агротуризму. *Менеджмент ХХІ століття: глобалізаційні виклики* : матеріали VII Міжнародної науково-практичної конференції, 18 травня 2023 р. Полтава: ПДАУ, 2023. С. 306-308.

30. Зоря О.П., Зоря С.П., Мауер Д.Р. Регіональні виставки і ярмарки, як механізм просування продукції та залучення інвестицій малими екологічними підприємствами. Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції «Туризм і рекреація в Україні у воєнний та повоєнний час». 2024. С. 43-45.

31. Зоря О.П., Мауер Д.Р., Авраменко Д.І. Природоорієнтовані рішення для інвестиційно-інноваційного розвитку аграрного виробництва. *Цифрова економіка та економічна безпека*. 2022. Випуск 2(02). С. 104-109. URL: <http://dees.iei.od.ua/index.php/journal/article/view/76>

32. Зоря О.П., Бардіна Т.О., Зоря С.П. Теоретико-методологічні основи формування концепції інвестиційного забезпечення сталого розвитку сільських територій. *Причорноморські економічні студії*. 2021. Вип. 63. С. 124-130. URL.: http://bses.in.ua/journals/2021/63_2021/21.pdf

33. Карпенко Н. М., Шуканов П.В., Логвин М.М., Єгорова О.В., Шуканова А.А. Реалізація туристичного потенціалу в умовах війни та повоєнного відновлення: регіональний аспект. *Актуальні проблеми сталого розвитку*. 2025. Том 2. № 4. С. 80-87.

34. Кіндзерський Ю. В. Можливості застосування концепції підприємницької держави для забезпечення структурно-інноваційних

трансформацій при повоєнній відбудові економіки України. *Економічний аналіз*. 2023. Т. 33, № 1. С. 37-45. URL: <https://doi.org/10.35774/econa2023.01.037>.

35. Коваль В., Несторишен І. Європейський досвід розвитку підприємництва у сфері сільського зеленого туризму. *Development Service Industry Management*. 2024. Вип. 1. С. 274–277. URL: [https://doi.org/10.31891/dsim-2024-5\(39\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2024-5(39))

36. Корженівська Н., Чорнобай Л. Соціально-економічні проблеми сталого розвитку сільських територій. *Економіка та суспільство*. 2024. Вип. 69. URL <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-69-18>

37. Корінець Р. Сільський розвиток: посібник для фахівців з аграрного та сільського розвитку територіальних громад. Київ, 2023. 157 с.

38. Костинець Ю. В., Костинець В. В., Шевченко О. О. Розвиток туризму України в умовах війни. Актуальні проблеми економіки. 2023. № 3 (261). С. 51–57.

39. Кудінова І., Самсонова В. Європейський вектор розвитку сільського зеленого туризму: досвід, тенденції та перспективи для України. *In Acta Academiae Beregsasiensis. Economics*. 2025. Випуск 9. С. 62-76. URL: <https://dspace.kmf.uz.ua/jspui/handle/123456789/5108>.

40. Літинська В. А. Роль та значення туризму в економіці України та світу. *Вісник Хмельницького національного університету. Серія «Економічні науки»*. 2017. № 6. Т. 1. С. 229-233.

41. Мазур С. А., Прилуцький А. М. Сільський туризм як перспективний напрям розвитку внутрішнього туризму. *Ефективна економіка*. 2018. № 2. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/2_2018/47.pdf.

42. Марчишин Н., Островська Н. Зелений туризм в Україні: становлення, розвиток і перспективи. *Social Work and Education*. 2023. Вип. 9(4). С. 542–550. <https://doi.org/10.25128/2520-6230.22.4.9>

43. Мауер Д.Р. Напрями реалізації туристичного потенціалу Гадяцького району. *Креативна особистість і модернізація туризму: матеріали*

методологічного транс дисциплінарного семінару (м. Полтава, 3 грудня 2024 року) / за заг. ред. Г. П. Скліяра. Полтава: ПУЕТ, 2024. С. 131-133.

44. Маєр Д.Р. Оцінка умов формування інвестиційних проєктів на сільських територіях. *Актуальні проблеми та перспективи розвитку обліку, аналізу та контролю в соціально-орієнтованій системі управління підприємством. Матеріали IV Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції, присвяченої пам'яті професора, заслуженого працівника вищої школи Дмитра Мусійовича Фесенка*. Полтава : ПДАА, 2021. С. 456-459.

45. Маєр Д.Р., Книш С.І., Павленко А.А. Інвестиційно-інноваційні процеси в розвитку сільськогосподарської інфраструктури. *Слобожанські наукові читання: соціально-економічні та гуманітарно-правові виміри: Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції, 17-18 жовтня 2023 року: Харків: НТУ «ХПІ», 2023. / за ред. проф. Краснокутської Н.С., доц. Решетняк Н.Б., доц. Волоснікової Н.М.* С. 180-182.

46. Наказ Міністерства культури України "Про затвердження Порядку створення та реєстрації туристичних маршрутів" від 15.04.2014 № 118. Офіційний вісник Міністерства культури України. 2014. № 12. С. 176.

47. Олійник В., Данілова, О. Організація туризму: сільський зелений туризм світовий досвід та перспективи розвитку в Україні. *Економіка та суспільство*. 2025. Вип. 72. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-72-30>

48. Орел А. М. Зелений туризм в контексті сталого сільського розвитку. *Український журнал прикладної економіки*. 2018. Том 3. № 4. С. 47–53.

49. Парки і заповідники України. Міністерство захисту довкілля та природнихресурсів України. URL: <https://wownature.in.ua/parky-i-zapovidnyky/>

50. Перегуда Ю. А. Цифрові рішення для розвитку зеленого туризму та циркулярної економіки. *Acta Academiae Beregsasiensis: Geographica Et Recreatio*. 2025. Вип. 3. С. 157-168. URL: <https://doi.org/10.32782/2786-5843/2025-3-14>

51. Плотнікова М. Ф., Ходаківська Ю. В. Політика зеленого відновлення територіальних громад через розвиток сільського зеленого туризму.

Інфраструктура ринку. 2023. Вип. 73. С.199-205.

52. Польова О. Економічні аспекти сталого туризму: принципи та нові можливості. *Економіка та суспільство*. 2025. Вип. (76). URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-76-61>

53. Постанова Кабінету Міністрів України "Про затвердження порядку визначення туристичних ресурсів та туристичних зон" // Офіційний вісник України. 2001. № 15. С. 765.

54. Почерніна Н., Петрова Н., Чіп Л. Організаційно-правові засади впровадження інноваційних моделей сталого туризму в процесі посткризового відновлення регіонів: компаративний аналіз української та європейської практики. *Економіка та суспільство*. 2025 Вип. 79. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-79-31>

55. Пригара О. Стратегії адаптації для відновлення сталого туризму в кризових умовах. *Соціальний розвиток: економічні та правові питання*. 2025. Вип. (9). URL: <https://doi.org/10.70651/3083-6018/2025.9.14>

56. Природно-заповідний фонд України. Міністерство захисту довкілля та природних ресурсів України. URL: <https://wownature.in.ua/pro-nas/kontakty/>

57. Про затвердження Ліцензійних умов провадження туроператорської діяльності : Постанова Кабінету Міністрів України від 11.11.2015 № 991 // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/991-2015-п>

58. Про затвердження Порядку використання коштів, передбачених у державному бюджеті для розкриття туристичного потенціалу України : Постанова Кабінету Міністрів України від 29.03.2021 № 288. База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/288-2021-п>

59. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року: Розпорядження Кабінету міністрів України від 16.03.2017. № 168-р. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017>

60. Проект Закону України No5206 «Про сільський та сільський зелений туризм». Відомість Верховної ради України (ВВР). 2021. URL: https://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=713212.

61. Рекреація і туризм. Міністерство захисту довкілля та природнихресурсів України. Офіційний сайт. URL: <https://wownature.in.ua/pro-nas/nasha-diialnist/rekreatsiia/>.

62. Роїк О.Р. Напрямки сталого розвитку туризму України. *Економічний простір*. 2023. № 184. С. 58-61. DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/184-9>

63. Рунчева Н., Горяча О. Чинники регіонального розвитку туризму: економічні, соціокультурні та інноваційні детермінанти. *Економіка та суспільство*. 2025. Вип. 78. URL:<https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-78-130>.

64. Самсонова В. В. Зелений туризм як каталізатор сталого розвитку територій та формування ресурсного потенціалу територіальних громад. *Від теорії до практики в управлінні та врядуванні: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції*, м. Київ, 2024. Вип. 20. С. 143-144.

65. Семенюк О., Семенюк Л. Розвиток туристичних об'єктів у кризові періоди: соціальні та інформаційні чинники. *Економіка та суспільство*. 2024. Вип. 65. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-65-73>

66. Словник-довідник: туризм і природно-рекреаційний потенціал / Грановська В. Г., Морозов О. В., Крикунова В. М., Морозова О. С. Херсон : ОЛДІ-ПЛЮС, 2019. 108 с.

67. Соловій І., Адамовський О., Дубовіч І. Сталий туризм: сучасний стан та перспективи розвитку в Україні. *Економіка та суспільство*. 2023. Вип. 50. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-50-79>

68. Спілка сільського зеленого туризму України. URL: <https://greentour.com.ua/>

69. Стренковська А.Ю., Євдокімова О.М. Проблеми та перспективи розвитку зеленого туризму в Україні. *Причорноморські економічні студії*. 2019. Вип. 38 (2). С. 42–44.

70. Табенська О. Сільський туризм як напрямок ефективного розвитку внутрішнього туризму. *Економіка та суспільство*. 2022. № 40. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-40-42>

71. Табенська О., Прилуцький А. Проблеми та перспективи розвитку екологічного туризму в Україні. *Економіка та суспільство*. 2023. Вип. 51. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-51-37>

72. Тищенко С.В. Сільський зелений туризм у контексті розвитку нетрадиційної форми господарювання. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2018. Вип. 8. С. 293–301.

73. Тищук В., Ільїна О. Сільський зелений туризм в Україні: стан, динаміка, міжнародний досвід. *Географічний часопис Волинського національного університету імені Лесі Українки*. 2024. № 3(3). С. 114-123. DOI : <https://doi.org/10.32782/geochasvnu.2024>.

74. Тищук І., Ільїна О. Стратегія розвитку сільського зеленого туризму в Україні. *Географічний часопис Волинського національного університету імені Лесі Українки*. 2024. № 4 (4). С. 84–93. DOI: <https://doi.org/10.32782/geochasvnu.2024.4.09>.

75. Указ Президента України "Про стратегію розвитку туризму в Україні до 2026 року" від 22.08.2020 // Офіційний вісник Президента України. 2020. № 32.

76. Худик Н.І. Сільський зелений туризм та його вплив на екологію: збалансований розвиток та збереження природи. XVIII Всеукраїнські наукові Таліївські читання : зб. наук. статей. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2023. С. 199–202.

77. Цілі Сталого Розвитку: Україна. Завдання та індикатори. URL: https://files.acquia.undp.org/public/migration/ua/SDG-leaflet-ukr_F.pdf

78. Шадура-Никипорець Н. Т., Василюк М.О. Організаційно-економічний механізм відбудови сільського господарства України на засадах сталого розвитку. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2025. Вип. № 3 (43). С. 110-120.

79. Штерма Т. В., Чорновол, А. О., Сучу, В. В. Оцінювання ризиків впровадження зелених інновацій на ринку фінансових послуг для туристичного сектору. *Актуальні питання економічних наук*. 2025. Вип. 9. URL: <https://doi.org/10.5281/zenodo.15031896>

80. Юрченко А.Ю. Формування організаційно-економічного механізму розвитку і безпеки регіону. Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка. *Причорноморські економічні студії*. 2016. Випуск 7. URL: <http://bses.in.ua/journals/2016/7-2016/40.pdf>

81. Ярема Л.В. Перспективи розвитку сільського зеленого туризму. *Ефективна економіка*. 2020. № 5. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7884>

82. OrganicInfo. Інфографіка: Органічна карта України 2024. Електронний ресурс. URL: <https://organicinfo.ua/infographics/organic-map-of-ukraine-2024-ua-law/>

83. OBRIY DEVELOPMENT COMPANY LLC. Веб-сайт. Електронний ресурс. URL: https://obriyvillage.com/#about_us

84. Countries in the world by population. Population by Country. Worldometers. 2024. URL: <https://www.worldometers.info/world-population/population-by-country/>