

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра історії і туризму

Кваліфікаційна робота
на тему: «Зелений туризм як конкурентний напрям розвитку туристичної
галузі України»

Допущено до захисту

«___» травня 2026 року

здобувача вищої освіти групи Т 02-22
факультету туризму, бізнесу і психології
освітньої програми
Туристичне обслуговування
за спеціальністю 242 Туризм
Коснюка А. В.

*Завідувач кафедри історії
і туризму*

Науковий керівник:
кандидат економічних наук, доцент
Кучай О. В.

д. і. н., проф.
Васильчук В.М.

Національна шкала _____
Кількість балів _____
Оцінка ЄКТС _____

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ.....	6
1.1. Сутність та класифікація зеленого туризму.....	6
1.2. Світовий досвід організації зеленого туризму та його роль у сучасній туристичній індустрії	9
1.3. Конкурентні переваги зеленого туризму порівняно з іншими видами відпочинку.....	17
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ТА ПОТЕНЦІАЛУ РОЗВИТКУ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	21
2.1. Ресурсний потенціал та географія зеленого туризму в Україні.....	21
2.2. Сталий розвиток зеленого туризму в Україні в умовах війни.....	33
РОЗДІЛ 3. СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ	43
3.1. Шляхи удосконалення державної політики в сфері зеленого туризму.....	43
3.2. Впровадження інноваційних маркетингових інструментів просування українського еко-продукту.....	50
ВИСНОВКИ.....	59
РЕЗЮМЕ/RESUME.....	61
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	63
ДОДАТКИ.....	69

ВСТУП

Актуальність теми: Пошук нових векторів розвитку туристичної галузі України в умовах глобальних трансформацій та післявоєнного відновлення. Зелений туризм виступає не лише як інструмент збереження етнокультурної спадщини та екології, а й як стратегічний чинник підвищення конкурентоспроможності національного турпродукту на міжнародному ринку

Одна з основних тенденцій розвитку сучасного туризму пов'язана зі зростанням інтересу до зеленого туризму та природо-зорієнтованого туризму. Потреба бути «ближче до природи» зводиться до того, що все більше туристів прагнуть провести відпустку на природі. Ще однією тенденцією життя в розвинених країнах є зростання уваги до збереження власного здоров'я (як фізичного, так і духовного), що призводить до розвитку спортивних, пригодницьких і екстремальних видів природо-зорієнтованого туризму.

Сьогодні, коли традиційні морські та міські туристичні напрями України змінюються під впливом безпекових викликів, саме зелений туризм виявляється найбільш стійким і перспективним. Він сприяє залученню внутрішніх інвестицій у малорозвинені сільські території, забезпечує створення нових робочих місць для місцевих жителів, а також допомагає громадянам відновлювати психологічний стан.

Для України, яка перебуває у стані перманентних екзистенційних викликів, спричинених повномасштабною військовою агресією та необхідністю глибинної євроінтеграційної трансформації, розвиток зеленого туризму набуває статусу не просто галузевого пріоритету, а інструменту національної стійкості. Зелений туризм в Україні визнано критично важливою складовою концепції сталого розвитку, що забезпечує синергетичний ефект через поєднання економічних вигод для депресивних сільських територій та екологічних переваг, пов'язаних із збереженням біорізноманіття.

Попри великий природно-ресурсний потенціал, рівень конкурентоспроможності вітчизняного зеленого туризму стримується

відсутністю чіткої стратегії просування, недосконалістю нормативно-правового регулювання та недостатньою якістю сервісу. Це обумовлює необхідність наукового пошуку шляхів оптимізації управління цим сектором, що і визначило вибір теми кваліфікаційної роботи.

Метою дослідження є аналіз розвитку зеленого туризму як конкурентного напрямку туристичної сфери в Україні.

Для досягнення поставленої мети передбачено вирішення таких **завдань**:

- Розкрити теоретичні аспекти, сутність та класифікаційні ознаки зеленого туризму.
- Дослідити світовий досвід організації зеленого туризму та визначити його роль у сучасній індустрії.
- Обґрунтувати конкурентні переваги зеленого туризму порівняно з традиційними видами відпочинку.
- Проаналізувати ресурсний потенціал та географію основних осередків зеленого туризму в Україні.
- Оцінити сучасний стан ринку послуг сільського відпочинку в умовах кризових явищ.
- Визначити рівень конкурентоспроможності вітчизняних зелених садиб на внутрішньому ринку
- Сформулювати шляхи удосконалення державної політики у сфері регулювання зеленого туризму.
- Розробити пропозиції щодо впровадження інноваційних маркетингових інструментів просування еко-продукту.

Об'єктом дослідження кваліфікаційної роботи є зелений туризм в Україні.

Предметом дослідження є шляхи стимулювання розвитку зеленого туризму в Україні.

Методи дослідження. У дослідженні було використано методи теоретичного узагальнення та аналізу, щоб зрозуміти, що таке “Зелений туризм” як його класифікують. Був застосований порівняльний метод для порівняння як

розвивається зелений туризм в Україні та за кордоном. У роботі використаний також метод статистико-економічного аналізу для збору цифр кількості зелених садіб, географію їхнього розташування та динаміку ринку. При написанні застосовано SWOT-аналіз для виявлення сильних та слабких сторін. Наприкінці роботи також було застосовано метод системного підходу при розгляді державної політики та маркетингу як єдиної системи, що має працювати разом для розвитку галузі.

Інформаційною основою дослідження виступили нормативно-правові акти України, що регулюють діяльність у сфері туризму та сільського господарства, офіційні статистичні дані Державної служби статистики України, аналітичні матеріали Міністерства розвитку громад та територій України, а також Спілки сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні. Наукову основу роботи склали фундаментальні та прикладні праці вітчизняних і зарубіжних вчених, присвячені питанням економіки туризму, сталого розвитку територій, конкурентоспроможності туристичного продукту та організації екологічного й сільського відпочинку.

Ступінь вирішення проблеми в дослідженні та практичне значення одержаних результатів. В науковій літературі питання розвитку зеленого туризму досліджували такі вчені як Аніщенко А.П. (2014), Батиченко С. (2024), Власенко І.В. (2016), В. П. Васильєв (2014), А. Васильєва (2020), Дармостук Д. (2017). Однак, дослідження зеленого як перспективного напрямку розвитку України та її регіонів залишається важливою науковою проблемою.

Апробація результатів кваліфікаційної роботи. Головні положення та результати дослідження представлені на Міжнародній студентській науково-практичній конференції «Ad orbem per linguas. До світу через мови». Коснюк А.М. (2024). *Сільський туризм в Україні*.

Структура та обсяг кваліфікаційної роботи. Кваліфікаційна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, резюме і додатків. Обсяг основного тексту – 60 сторінок.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Сутність, класифікація та особливості зеленого туризму.

У сучасній світовій практиці трансформація туристичної галузі відбувається під впливом концепції сталого розвитку, що зумовлює вихід на передній план екологічно орієнтованих видів відпочинку. Центральне місце серед них посідає **зелений туризм**, який у міжнародному науковому дискурсі часто ототожнюється з термінами «sustainable tourism» (сталий туризм) або «nature-based tourism» (туризм, орієнтований на природу).

Варто зауважити, що в українському науковому та правовому полі спостерігається певна термінологічна дифузія. Часто поняття «зелений туризм» помилково вживається як повний синонім до «сільського туризму» або «агротуризму». Проте, аналіз фахової літератури зокрема праць Т. Ткаченко (Ткаченко, 2009) та (Васильєв, 2014). дозволяє стверджувати, що ці категорії мають суттєві відмінності:

- Сільський туризм — визначає локацію (місце надання послуги), тобто відпочинок у межах сільської місцевості.
- Агротуризм — акцентує на безпосередній участі туриста у сільськогосподарській діяльності (фермерстві).
- Зелений туризм — це ширша, світоглядна категорія, яка базується на екологічній філософії. Він може реалізовуватися не лише в селі, а й на територіях національних парків, лісових масивів чи рекреаційних зон поза межами населених пунктів (Ткаченко, 2009).

Таким чином, під зеленим туризмом слід розуміти специфічну форму рекреаційної діяльності, що спрямована на пізнання природи та традиційної культури при мінімальному антропогенному впливі на довкілля, та забезпечує економічну вигоду місцевим громадам через надання екологічно відповідальних послуг (Ткаченко, 2009; Васильєв, 2014).

Основними особливостями, що відрізняють зелений туризм від традиційних (масових) видів відпочинку, є:

1. Пріоритет екологічності: використання ресурсів відбувається без порушення їхньої здатності до самовідновлення.
2. Масштабність: орієнтація на малі групи туристів, що зменшує навантаження на екосистеми.
3. Автентичність: збереження та популяризація місцевої ідентичності (традицій, гастрономії, ремесел).
4. Едьютеймент (Edutainment): поєднання відпочинку з екологічною освітою та просвітою.

У науковому дискурсі класифікація сільського зеленого туризму постійно розширюється за рахунок виокремлення спеціалізованих видів рекреації, що базуються на конкретних природних та антропогенних ресурсах місцевості. Зокрема, дослідники виділяють такі напрями:

- Кемпінговий туризм (автотуризм). М. Й. Рутинський розглядає цей вид як автономну форму відпочинку, що потребує специфічної інженерно-технічної підготовки територій. Науковець зазначає, що організація кемпінгів у сільській місцевості дозволяє розосередити туристичні потоки, мінімізуючи навантаження на екосистеми, і водночас залучати мобільні групи туристів до споживання локальних продуктів та послуг.
- Рибальський та мисливський туризм. За визначенням В. П. Руденка, ці види рекреації є частиною ресурсно-орієнтованого потенціалу регіону. Вони базуються на екстрактивному використанні фауни, що вимагає суворого дотримання екологічного законодавства та лімітування. Автор підкреслює, що мисливські господарства у структурі зеленого туризму здатні створювати додаткові робочі місця для сільських жителів (єгері, провідники).
- Активно-руховий (пішохідний) туризм. Цей напрям трактується як найбільш дружній до довкілля. М. Й. Рутинський акцентує на тому, що розробка маркованих пішохідних маршрутів («зелених шляхів») у сільській місцевості сприяє не лише фізичному оздоровленню, а й етнографічній освіті туристів,

оскільки маршрути зазвичай пролягають через історико-культурні об'єкти села (Рутинський та Зінько, 2006).

У науковій літературі класифікація сільського зеленого туризму здійснюється за багатовекторним принципом, що дозволяє структурувати цей вид діяльності залежно від потреб рекреантів та ресурсних можливостей регіону. Зокрема, П. В. Гудзь та В. В. Васильєва пропонують виділяти наступні ключові критерії класифікації (Гудзь, 2005), (Васильєв, 2014).

- За інтенсивністю відвідування: розрізняють активний (що передбачає спортивні навантаження, походи) та пасивний (стаціонарний відпочинок у межах садиби) види.
- За формою організації: туризм може бути індивідуальним, сімейним або груповим, що визначає вимоги до сервісу та об'єктів розміщення.
- За об'єктами розміщення: рекреанти можуть обирати відпочинок безпосередньо у сільських садибах, спеціалізованих кемпінгах або цілих етно-селах, де відтворено історичний побут.
- За домінуючою метою: виокремлюють пізнавальний, етнографічний, гастрономічний туризм, а також агротуризм, де ключовим елементом є безпосередня участь відпочиваючих у сільськогосподарських роботах.

Окрім класифікаційних ознак, фундаментальне значення для розуміння природи явища мають особливості зеленого туризму, які відокремлюють його від масового «конвеєрного» турпродукту. М. Й. Рутинський та Ю. В. Зінько акцентують увагу на таких специфічних рисах:

1. Екологічність: пріоритетність збереження природного ландшафту та мінімізація техногенного впливу на довкілля.
2. Автентичність: створення умов для глибокого занурення туриста в етнокультурне середовище, вивчення місцевих традицій, побуту та фольклору.
3. Камерність: орієнтація на малі групи відвідувачів, що сприяє створенню особливого психологічного комфорту та індивідуалізації обслуговування.

4. Соціальна спрямованість: функціонування цього виду туризму стає дієвим інструментом підтримки місцевих громад, сприяючи відродженню депресивних сільських територій та збереженню їхньої ідентичності.

1.2. Світовий досвід організації зеленого туризму та його роль у сучасній туристичній індустрії.

Криза в сільськогосподарському секторі стала однією з основних причин розвитку зеленого туризму. Фермерство поступово стало замінюватися агробізнесом, а механізація і модернізація змінюють картину сільської дійсності. У багатьох сільських регіонах Європи сільське господарство перестало бути найважливішою формою використання землі і самою важливою діяльністю сільської громади.

У ситуації, що склалася, розвиток зеленого туризму посприяв розвитку сільських регіонів. Статистичні дослідження показують, що 35% жителів міст в ЄС віддають перевагу відпустці в сільській місцевості, а в Голландії їх частка особливо висока – 49%. Крім того, більшість західних дослідників зеленого туризму до сільських районів відносять території з менше ніж 10–20% земельних площ, вкритих забудовою. Типово сільські райони мають низьку щільність населення, що є результатом малих поселень. Програма зеленого розвитку Організації економічної співпраці та розвитку використовує кілька серій показників, але надає перевагу такому критерію, як щільність населення 150 осіб на км². Середнє значення щільності сільського населення відрізняється між країнами через існування різної класифікації в різних державах (Король & Атаманчук, 2016, с. 30-31).

Достатньо складним є питання про визначення такого поняття, як сучасний «сільський стиль життя», особливо щодо таких постіндустріальних країн Європи, як Німеччина, Франція, Бельгія тощо. Надто великі відмінності спостерігаються не лише між континентами (Північ – Південь, Захід – Схід), окремими групами країн, а й навіть усередині окремо взятих країн.

Зелений туризм добре зарекомендував себе в країнах Східної і Центральної Європи. Згідно зі статистичними даними Всесвітньої туристичної організації 2014 р., так звані «зелені» подорожі займають від 7 до 20% загального обсягу поїздок. Станом на 2015 р. темпи зростання зеленого туризму оцінюються від 10–20% до 30% на рік, а частина його доходів від міжнародного туризму становить 10–15%.

Тільки один європейський ринок зеленого туризму, за оцінками Європейської федерації фермерського та сільського туризму EuroGites, становить близько 2 млн. койко-місць. Український ринок потенційно здатний прийняти і розмістити в селах приблизно 150 тис. «зелених» туристів [6]. Лідером у попиті і пропозиції сільського туризму довгий час вважалась Франція, де ще в 1951 р. була створена організація, яка пропонувала притулок у селах під час канікул. Кілька років пізніше була заснована Національна федерація розвитку сільського туризму. Поступово такі організації зареєструвалися і в інших західноєвропейських країнах. Сьогодні в країнах Західної і Середньої Європи сільське середовище відіграє важливу роль у використанні вільного часу і в туризмі (Рутинський, 2000, с.36-37).

Після Другої світової війни французькі села зіткнулися з масовим відтоком населення до міст. У 1951 році сенатор Еміль Обен висунув ідею створення першого сільського «жила» (gîte) — комфортного житла для відпочинку в сільській місцевості.

Це була не просто бізнес-ідея, а стратегія порятунку сіл:

- Збереження архітектури: замість того, щоб старі ферми руйнувалися, їх реставрували для прийому туристів.
- Додатковий дохід: фермери отримали можливість заробляти не лише на продуктах, а й на гостинності.

У 1955 році була заснована Національна федерація «Gîtes de France», яка сьогодні є найбільшою мережею в Європі.


Система сертифікації: Критерії «Колосся»

Однією з головних причин успіху Франції є жорстка система класифікації. Замість звичних готельних зірок тут використовують «колосся» (épis).



Рис.1.1 (Згенеровано штучним інтелектом) (Gîtes de France. Le classement par épis. <https://www.gites-de-france.com/>)

Категорія	Особливості сервісу
1 колосок 🌾	Базовий комфорт, наявність садових меблів, мінімальний набір зручностей.
3 колоски 🌾 🌾 🌾	Окремий вхід, повний набір побутової техніки, камін або специфічний декор.

Категорія	Особливості сервісу
5 колосків 	Рівень «люкс»: вишуканий дизайн, наявність басейну, сауни або тенісного корту.

Таблиця 1.1. (Система класифікації сільських садиб за «колосками» Федерації «Gîtes de France»)

Наприклад науковець М. П. Мальська, зазначає, що така прозора система дозволяє клієнту чітко розуміти співвідношення «ціна-якість», що критично важливо для міжнародного ринку (Мальська & Антонюк, 2012).

Мережа «Gîtes de France» відіграє роль ключового каналу збуту для локальної продукції. Замість того, щоб шукати вихід на великі супермаркети, фермери реалізують продукцію безпосередньо туристам. Це створює зациклену економічну систему:

- Гастрономічний брендинг: Садиби активно просувають продукти з маркуванням АОС (*Appellation d'Origine Contrôlée* — назва, контрольована за походженням). Турист, що зупинився в садибі, споживає місцеве вино та сири, що підвищує впізнаваність регіонального бренду.
- Відродження промислів: Попит на автентичне оформлення садиб стимулює розвиток місцевого ремесла (кераміка, ткацтво, деревообробка). Науковці зазначають, що це дозволяє зберігати унікальні культурні коди регіонів, які інакше могли б зникнути під тиском глобалізації.
- Стимулювання самозайнятості: Організація дегустацій, майстер-класів та "фермерських обідів" (*table d'hôte*) створює додаткову вартість сільськогосподарського продукту.

Маркетингова стратегія Франції базується на концепції "Терору" (Terroir) — це переконання, що смак продукту (вина, сиру, хліба) нерозривно

пов'язаний із землею, кліматом та традиціями конкретного села. Це створює унікальність, яку неможливо скопіювати в іншому місці.

Три ключові елементи цієї стратегії:

1. Етногастрономічні маршрути

Замість того, щоб просто рекламувати окремі ферми, регіони створюють цілісні маршрути (наприклад, "Винна дорога Ельзасу"). Турист їде від села до села, де кожна зупинка пропонує поєднання дегустації, навчання та проживання в автентичній садибі.

2. "Table d'hôte" (Господарський стіл)

Це унікальна французька послуга в межах сільського туризму. Власник садиби має право готувати вечерю для гостей зі своїх продуктів. Для туриста це стає ексклюзивним досвідом "домашньої кухні від шефа", а для маркетингу — способом залучити тих, хто шукає автентичності, а не ресторанного офіціозу.

3. Події

Свято молодого вина, фестивалі трюфелів або сиру перетворюють віддалені села на центри світової уваги. Це дозволяє боротися із сезонністю, залучаючи туристів навіть у "низький" сезон.

Також хотілося б розглянути досвід Польщі, адже він є надзвичайно цінним для українського контексту, оскільки наші країни мають схожу структуру сільських угідь та історичне минуле. У Польщі агротуризм став не просто розвагою, а стратегічним інструментом виживання малих фермерських господарств після економічних трансформацій.

Польща створила потужну мережу агротуристичних асоціацій. Найвідоміша з них — Польська федерація сільського туризму «Гостинна господарства» (*Gospodarstwa Gościnne*). Вона об'єднує тисячі господарств, допомагаючи їм із маркетингом та професійною сертифікацією. Це дозволяє дрібним фермерам діяти як єдиний сильний гравець на ринку.

Однією з головних особливостей польської моделі є те, що доходи від здачі в оренду до 5 кімнат у межах фермерського господарства не оподатковуються. Це стимулює селян легалізувати свою діяльність і вкладати зароблені кошти у

покращення умов для туристів. Так, наразі в Україні не має чіткого закону про оподаткування, оскільки не має затверджених законом такого роду організацій, що на даний час може здаватись і на краще, проте без належної підтримки держави люди не зможуть отримувати такі самі прибутки, як в Польщі, за рахунок не популярності напрямку.

Польські науковці, зокрема Я. Маєвський, наголошують на важливості спеціалізації. У Польщі активно розвиваються так звані «освітні загони» (*Zagroda Edukacyjna*), де туристи (особливо діти) не просто відпочивають, а вчаться пекти хліб, доглядати за тваринами або виготовляти сир (Мальська & Худо, 2012).

Розглянемо також інші ролі зеленого туризму.

1. Створення "нових" сільських професій

Зелений туризм вимагає не лише фермерів, а й гідів, аніматорів, менеджерів з маркетингу, дизайнерів інтер'єрів та ІТ-фахівців для просування садиб. Це дозволяє молоді реалізувати свій інтелектуальний та креативний потенціал, не переїжджаючи до мегаполіса.

2. Розвиток креативного підприємництва

Замість важкої фізичної праці на полях, молодь у Польщі чи Франції часто обирає створення "досвіду":

- Майстер-класи з традиційних ремесел у сучасному форматі.
- Еко-хаби та коворкінги на базі старих ферм.
- Локальні фуд-бренди з креативним пакуванням та просуванням через Instagram/TikTok.

3. Покращення якості життя (інфраструктурний ефект)

Розвиток туризму змушує громади інвестувати в дороги, швидкісний інтернет та громадські простори. Коли село стає комфортним для туриста, воно стає привабливим і для життя молодих сімей.

4. Формування міжгалузевого ринку праці

Зелений туризм стимулює появу професій, що стоять на стику екології, спорту та технологій. Окрім агросектору, виникає попит на:

- Інструкторів та гідів з активних видів відпочинку (каякінг, пішохідний туризм, велотуризм).
- Еко-консультантів, які допомагають впроваджувати відновлювану енергетику та системи ресайклінгу в туристичних локаціях.
- Фахівців з реабілітації, які використовують природні ресурси для оздоровлення (ландшафтотерапія, кліматотерапія) (Кифяк, 2011).

5. Креативне підприємництво та "економіка вражень"

Молодь трансформує природний потенціал у сучасні бізнес-моделі, що виходять за межі традиційного сільського побуту:

- Створення мереж глемпінгів — поєднання комфорту готелю з дикою природою, що потребує знань у архітектурі та ландшафтному дизайні.
- Розробка цифрових еко-стежок — використання мобільних додатків для вивчення флори та фауни.
- Виробництво еко-товарів — не лише їжа, а й натуральна косметика, крафтове спорядження або декор з природних матеріалів.

6. Цифрова та екологічна модернізація інфраструктури

Розвиток дистанційних видів туризму (наприклад, спостереження за птахами — birdwatching) або еко-таборів вимагає:

- Впровадження "розумних" технологій для моніторингу стану довкілля.
- Створення мультифункціональних громадських просторів, що слугують і туристичними інфо-центрами, і центрами розвитку для місцевих жителів.
- Забезпечення високошвидкісного зв'язку навіть у віддалених рекреаційних зонах, що робить їх придатними для роботи "цифрових кочівників" (digital nomads) (Любіцева, 2002).

На сучасному етапі всі національні організації зеленого туризму країн Європи об'єдналися в Європейську федерацію фермерського і сільського туризму (European Federation for Farm and Village Tourism – EuroGites).

Основні цілі цієї організації: сприяння розвитку зеленого туризму та цільове інвестування проектів розвитку сільського туризму. Кожна з європейських країн має свої особливості організації зеленого туризму. В Італії

зелений туризм більш пов'язаний із курортним, дегустаційним та гастрономічним туризмом. В Австрії зелений туризм включає заняття із збору трав, приготування молочних продуктів, активний гірський та ековідпочинок. У Фінляндії під зеленим туризму розуміється відпочинок на берегах заповідних озер та річок. В Іспанії зелений туризм особливо розвинений на Канарських і Балеарських островах, саме тут із кожним роком відкриваються все нові агросадиби. Цікавим є той факт, що в Німеччині зелений туризм має на увазі участь у міжнародних ярмарках та торгових шоу. Організація зеленого туризму у Великобританії характеризується більш доступними цінами та знижками.

Варто відзначити вагому державну підтримку програм залучення сільських громад до зеленого й агротуризму в європейських країнах. Європейський Союз вбачає в зеленому туризмі основний важіль економічного підйому своїх сільських територій. За підрахунками експертів Європейського банку реконструкції та розвитку, облаштування в місті вихідця з сільської місцевості в 20 разів дорожче, ніж створення умов для його життя і роботи в селі. Також підраховано, що дохід, отриманий від одного ліжка-місця, еквівалентний річному доходу фермера від однієї корови

Розвиток сільського зеленого туризму спонукає до покращення благоустрою сільських садиб, вулиць, в цілому сіл, а також стимулює розвиток соціальної інфраструктури в селі. В цілому, у більшості країн Європи заняття туризмом заохочується на державному рівні. Зелений туризм розвивається відповідно до географічних, етнокультурних і законодавчих особливостей кожної країни. Тому варто усвідомлювати, що єдиної моделі для успішної побудови туристичного бізнесу не існує. В той же час, зелений туризм переконливо довів, що він є важливим фактором рішення соціально-економічних проблем села – це зростання зайнятості на селі, розвиток сільської інфраструктури, отримання стабільних та вагомих прибутків селян, зміцнювання бюджету сільських поселень.

1.3. Конкурентні переваги зеленого туризму порівняно з іншими видами відпочинку

Теперішній стан світового туристичного ринку характеризується зміною споживання: від масового більш стандартного продукту за моделлю S.S.S Sun-Sea-Sand — сонце-море-пісок до, персонального екологічно орієнтованого відпочинку. Завдяки цьому зелений туризм має конкурентні переваги які можна класифікувати за економічними, соціальними та психологічними чинниками.

Найбільш базовий туризм (готельні мережі, різні курорти) мають велику грошову потребу в підтриманні та актуалізації продукту на є "довгій дистанції". В той час як зелений туризм як зазначає професор О. О. Любіцева має основну базу вже в створених сільськогосподарських домогосподарств (Любіцева, 2002).

За рахунок цього це дозволяє в свою чергу:

Оптимізувати ціну: - відсутність інших посередників в ланцюгу «виробник — споживач» знижує вартість на послуги на 15-20%, особливо в наш час коли бронювати можна напряму у постачальника цих послуг.

Адаптивність та актуальність послуг – власники подібних бізнесів можуть змінювати перелік послуг в залежності від сезону (пори року).

Психологічний та духовний відпочинок від урбанізованих міст.

Важливим аспектом є зміна ролі туриста в сучасному сприйнятті цього поняття, у традиційному уявленні людина є "споживачем" інфраструктури. Науковець Ю. В. Зінько звертає увагу на те, що зелений туризм пропонує інший підхід в якому головним товаром є не ліжко-місце, а емоційна залученість в процес (Рутинський та Зінько, 2006)

В цьому випадку можна виділити такі аргументи конкурентоспроможності:

- Можливість персонального сервісу: є можливість просування індивідуального меню, графіку екскурсій, тощо.
- Детоксикація від цифровізації: концепція «digital detox» — відсутність інформаційного шуму, що є дефіцитним ресурсом у традиційних мега-готелях.

Також хотілося б зазначити, що однією з найголовніших переваг в зеленому туризмі – це те, що люди бажають такого відпочинку в шумних містах, постійний стрес, постійно кудись потрібно поспішати, на роботу, з роботи, затори, мало місця в метро, час пік, всі ці аспекти впливають на те, що люди все більше і більше хочуть спокою, затишку та побувати на природі, подихати свіжим повітрям, ті в кого є можливість – їдуть на дачу, чи до батьків в село. Люди які не мають такої можливості, намагаються знайти парк, де не буде дуже багато людей, відвідування заповідників та природоохоронних зон. Розглядаючи відпочинок в Карпатах можна прикладі цього місця в нашій країні, можна сказати те, що люди прагнуть бути ближче до природи, бажають спокою всередині себе, подихати свіжим повітрям, полізти в гори і не важливо, щоб був 5-ий готель, важливо просто знаходитись в цьому місці і відновити сили, а для комфортного перебування вистачить і даху над головою.

В працях доктора наук Н. В. Васильєвої звертається увага на те, що зелений туризм виграє за рахунок чистоти продукту. Це не тільки передбачає за собою, чисте повітря та доквілля, а й харчування.

Коли люди навіть самостійно прийняти участь у виготовленні овочів та фруктів, приготування сиру або тощо, це дає відчуття екологічної чистості, яке в сучасному світі займає велику роль. З популяризацією цього виду туризму, люди, ще більше будуть приділяти увагу продуктам власного походження або вирощених власним виробництвом не великих фермерів, що в свою чергу також буде сприятливо впливати на підтримання маленьких бізнесів та їх розвитку (Н. В. Васильєва, 2020).

Професор І. Г. Смирнов зазначає, що всі звикли до стандартизованого харчування в рамках відпочинку за міжнародними протоколами, взяти до прикладу «All Inclusive». Зрозуміло, що якщо вид стандартизований, то він має популярність серед курортів та готелів, проте це веде до «гастрономічного нівелювання» регіону.

Одна з конкурентних переваг зеленого туризму, полягає у використанні концепції «slow food» та локальних кулінарних брендів.

“Якість продукту на власні очі” – турист має можливість самостійно побачити як виготовляють той чи інший продукт, що в свою чергу формує високу довіру до продукта.

Інтерактивність – на відмінну від ресторанів в готелі, чи на курортних територіях, сільські садиби пропонують участь в майстер класах по приготуванню, тобто приготування автентичних страв у печі, дегустації крафтових напоїв. Це створює свою унікальність в наданні послуг яку не можуть запропонувати великі мережеві готелі через вимоги до санітарної сертифікації (Смирнов, 2009).

Соціальна стійкість у кризові періоди

Якщо спиратись на досвід останніх років (пандемія, криза, війна) можна впевнено сказати, що зелений туризм є найбільш витривалим та стресостійким.

Завдяки територіальній розміщеності еко-садиб цей вид туризму дозволяє уникнути соціальності та забезпечує відчуття більшої безпеки. В сучасних умовах зрозуміло, що мається на увазі повітряні атаки з боку ворога, також можна це пояснити тим самим постійним стресом в умовах міста.

Науковець П. В. Гудзь підкреслює, що в умовах в яких ми зараз знаходимось, через не можливість літати в повітряному просторі, тобто обмежених міжнародних перельотах зелений туризм стає головним донором внутрішнього попиту на туризм, перетворюючи цей вид туризму в стратегічну перевагу (Гудзь, 2005).

Як показує практика, розвиток сільського зеленого туризму в різних регіонах відбувається нерівномірно, і одним із визначальних чинників є географічне розташування та наявність природних ресурсів, що дозволяють ефективно організовувати туристичні послуги. Так, найбільше садиб зосереджено у Закарпатській, Київській та Дніпропетровській областях, що свідчить про активне використання природних і культурних ресурсів для туристичних потреб. Таким чином, статистичні дані демонструють, що сільський зелений туризм у багатьох областях України продовжує активно розвиватися, проте потребує подальшої підтримки з боку місцевих органів влади, інвестицій

у інфраструктуру та просування туристичних послуг для забезпечення рівномірного розвитку та підвищення економічної ефективності громад.

У листопаді 2025 року Голова ДАРТ Наталя Табака взяла участь у 26-й Генеральній Асамблеї UN Tourism, що проходила в Ер-Ріяді (Королівство Саудівська Аравія). Захід об'єднав понад 160 делегацій з усіх континентів, включаючи представників урядів, міжнародних туристичних організацій, бізнесу та наукових установ. Особлива увага була приділена формуванню глобальних орієнтирів розвитку туризму, зокрема розвитку «зеленого» та відповідального туризму, що підкреслює пріоритетність стійких практик у сучасній туристичній індустрії та стимулює впровадження таких підходів і в Україні (Державне агентство розвитку туризму України).

Сільський зелений туризм в Україні має потенціал стати вагомим джерелом фінансових надходжень для малих і середніх суб'єктів господарювання в сільській місцевості, зокрема особистих селянських та сімейних фермерських господарств. Водночас він може формувати конкурентні переваги об'єднаних територіальних громад і слугувати дієвим механізмом забезпечення сталого розвитку сільських територій. Актуальність цього напрямку зростає у контексті міжнародних ініціатив, адже Організація Об'єднаних Націй визначила період 2019–2028 років Десятиліттям сімейних фермерських господарств.

Сьогодні, сільський зелений туризм є однією з форм альтернативного туризму, що базується на використанні природного, культурного та людського потенціалу сільських територій. Його ключовими ознаками є екологічна спрямованість, орієнтація на локальні ресурси та залучення місцевого населення до туристичної діяльності.

На відміну від масового туризму, сільський зелений туризм передбачає невеликі туристичні потоки, індивідуалізовані послуги та тісний контакт туристів з природним середовищем і традиційним способом життя громади. Це сприяє збереженню біорізноманіття, традиційної культури та формуванню позитивного іміджу територій.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ТА ПОТЕНЦІАЛУ РОЗВИТКУ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

2.1. Ресурсний потенціал та географія зеленого туризму в Україні.

Зелений туризм – важлива частина раціонального природокористування, що передбачає створення і підтримання рекреаційних систем (Гапоненко, Василенко & Шамара, 2021) в тому числі, підтримку розвитку дестинацій в напрямку підвищення їх екологічної та загальної культури. У спробі гармонізації власного життя і своїх відносин з природою, особливо в контексті дотримання екологічного режиму природних сільських територій, сучасний зелений туризм змінив споживацько-пасивні традиції «3 S»: море – сонце – пляж (Sea – Sun – Sand), на активні і «невиснажливі» «3 L»: традиції – пейзаж – дозвілля (Lore – Landscape – Leisure). Він також потроху вбудовується в систему наукового географічного знання, в тому числі рекреаційної географії

Цей перехід стверджує нові цінності і нові завдання зеленого туризму, а також змінює роль туристики як науки, вводячи її в тісніший контакт з культурологією і соціологією, історією та психологією, географією і біологією. Особливо це помітно в дослідженнях рекреаційної географії та географії природокористування – однієї з прикладних галузей географічних досліджень. Це помітно в змінах усвідомлення себе людьми як частини світу природи, а не тільки культури. Незважаючи на численність наявних проблем, таких як:

- відсутність загальної національної концепції з розвитку зеленого туризму;
- чітко сформульованої державної політики;
- стандартів і нормативів, які можна застосувати в сфері сільського
 - туризму;
- кваліфікованих кадрів;
- знань і досвіду роботи в сфері обслуговування зарубіжних і вітчизняних туристів;
- нормативно–правових актів, що регулюють діяльність в області екологічного туризму.

Згідно з даними СОР, у світі зеленим туризмом воліє займатися від 12 до 15% туристів і їх число в середньому щорічно зростає на 30% в рік. Можна очікувати, що незабаром в цих статистичних даних з'явиться також значна частка українських туристів. Цьому сприяють дві глобальні тенденції: погіршення екологічної ситуації в нашій країні, що спричинило за собою необхідність прояву особливої уваги до охорони природних територій, і виникнення нових рис у сучасного споживача, таких як екологізація світогляду: усвідомлення крихкості навколишнього середовища і його нерозривної єдності з людським суспільством. Зазначеним цілям і тенденціям сприяють і основні принципи зеленого туризму: це, перш за все, освітній компонент і економічна вигода для місцевого населення; збереження навколишнього середовища і мінімізація негативного впливу на екосистеми і місцеву культуру. Зелений туризм є найбільш екологічно безпечним видом природокористування. В його рамках пізнання може йти в руслі або освітнього процесу, або просто ознайомлення. Відмінність першого типу пізнання від другого в тому, що освітній процес пов'язаний з цілеспрямованим і тематичним отриманням відомостей про елементи екосистеми, а ознайомлювальний – з непрофесійним спостереженням за природою.

Ознайомлення може проходити в пасивній (стаціонарне перебування в природному середовищі), активній (пов'язаній з переходами туриста від одного природного об'єкта до іншого) і спортивній (подолання природних перешкод при проходженні маршрутів) формах.

Зростання інвестицій в регіональну зелену туристичну індустрію веде до популяризації туристичної діяльності в регіоні або країні інвестора, призводить до активізації споживчого попиту в регіоні, стимулює виробництво підприємств туристичної індустрії. Таким чином, розвиток зеленого туризму викликає зростання добробуту населення регіону за рахунок збільшення кількості підприємств, зайнятості та прибутковості в туризмі, поліпшення умов життя і соціальної захищеності місцевого населення. Але можна виділити також і негативні наслідки розвитку туризму в регіоні: зміна традиційної для регіону

економічної системи, зміна економічних умов життя місцевого населення, формування залежності регіону виключно від туризму. Збільшення позитивного і зменшення негативного впливу туристичної діяльності на економіку регіону можливе при забезпеченні його сталого розвитку, де важливу роль відіграють зовнішні і внутрішні чинники, а також сезонність. Аналіз, оцінка, прогнозування та облік впливу цих факторів на розвиток зеленої туристичної діяльності в регіоні повинні здійснюватися в рамках регіональної системи управління туризмом. В Україні в даний час механізм управління регіональної зеленої туристичної діяльністю недостатньо ефективний. Сучасна система управління туристичною діяльністю в регіонах в повною мірою не здатна забезпечити сталий розвиток регіонального туризму.

У 2026 році, вибір для відпочинку в Україні, критично залежить від рівня безпеки, що формує чітку територіальну диференціацію попиту. Західні області залишаються в лідерах без конкурентів, завдяки своїй віддаленості від лінії фронту і звісно від меншої кількості повітряних тривог.

Львівщина впевнено лідирує в рейтингу туристичної привабливості. Регіон показує, системний підхід до розвитку інфраструктури, що виходить за далекі межі обласного центру. Найбільші забезпечення до бюджету у січні 2025 року забезпечили саме львівська громада, а саме 5,9 мільйонів гривень. («Львівщина, Франківщина, Закарпаття та Київ», 2024).

Одним з найголовніших трендів регіону став розвиток інклюзивного екотуризму. У Національному природничому парку «Сколівські Бескиди» поблизу Східниці зроблено модель маршрутів, повністю адаптованих для людей з інвалідністю, який включає в себе доступ до мінеральних джерел, та водоспадів, таких як «Чотири копитця». Такі умови створені ля реабілітації ветеранів та комфортного відпочинку сімей з дітьми. Набувають популярності також нові формати, наприклад ферми з альпаками та перетворення значних лісових масивів на сучасні курортні зони відпочинку (Dudyk, 2025).



Рис.1.2 (Сколівські Бескиди: національний природний парк : офіційний вебсайт.
URL: <https://skolebeskydy-park.in.ua/>)

Прикарпаття в Україні утримує позиції завдяки поєднання культурної спадщини та багатой природи. За перші 9 місяців 2025 року область збрала 32,49 мільйонів туристичного збору. Основні кошти спрямовані на Верховину, Яремче та Косів. Верховина це центр культури гуцулів, де туристів залучають до традиційних ремесл, таких як: ткацтва ліжників та виготовлення кераміки. Яремче досі залишається головним логістичним та сервісним вузлом, в якій добре розвинена мережа приватних еко-садиб, які пропонують як дешевий відпочинок, так і преміальні послуги. Безумовної уваги заслуговує Татарів, він завдяки своїм кліматичним особливостям та наявності об'єктів, як «Диво Квітка» став популярним серед туристів для тривалого відпочинку (Вероника, 2026), (Садиба Диво Квітка, н.д).



Рис. 2.2 (Садиба "Диво Квітка")

Закарпаття в цьому році визнано найбільш безпечним регіоном, що при нашій ситуації в країні і не дивно наразі. Через ці умови область стала головним напрямом як для іноземних туристів так і для сімей з дітьми в нашій країні. Крім звичних мінеральних курортів, дуже швидко розвивається напрям гірського зеленого туризму в районах Пилипця та Туричок (Visit Ukraine, 2026).

В селі Пилипець Боржавський гірський масив з вершиною Гемба (1491 м.) став справжнім центром літнього хайкінгу. Маршрути зазвичай тут помірні, для збільшення попиту, на таких маршрутах можуть ходити як люди середнього віку так і похилого і навіть для невідготованих туристів.



Рис. 2.3 («Гора Гимба», Karpatium, н.д.).

В Пилипці інфраструктура включає в себе масу приватних садиб, які пропонують проживання біля водоспаду Шипіт. У селищі Турички популярним місцем є «Зелена Садиба», яка пропонує гарячі чани біля на березі, біля річки о власного ресторану з місцевою кухнею (Географія туризму), (Красна Поляна, н.д), (Зелена садиба, н.д).

В 2026 році Буковина стає “тихою” альтернативною заміною забитим курортам Львівської області. Взагалі, Чернівці часто називають «українським Парижем» через різноманітність архітектурних стилів, серед яких бароко, готика, модерн, класицизм, еkleктика та конструктивізм. Однією з головних перлин є резиденція митрополитів Буковини і Далмації, яка внесена до списку

Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО. Окрім архітектурних пам'яток, область славиться численними музеями, виставками, театрами та музичними фестивалями. Мультикультурність регіону відображена в багатій релігійній та етнічній спадщині. На території області співіснують храми різних конфесій: православні, греко-католицькі, римо-католицькі, протестантські, синагоги та інші. Це дозволяє розвивати релігійний туризм, який приваблює все більше паломників і туристів.

Курорт Мигово та ближні села Берегомет і Виженка в своєму форматі відпочинку пропонують усамітнення. «До Вартових Недеї» маршрут, який став новим туристичним продуктом, що веде до мегалітів на горі Стіжок та поєднує активний відпочинок з вивченням археологічної спадщини (Dydyk, 2025).



Рис. 2.4 («Екологічна стежка “До вартових Недеї”», н.д.)

Регіони центральної України в останні два роки роблять ставку на розвиток локальних туристичних продуктів, що беруть свою основу з історичної пам'яті та сільськогосподарських традицій.

Черкащина використовує свій потенціал навколо Чигирин, Канева та Суботова. Розвиток сільського туризму на Чигиринщині поєднує історичні пам'ятки з фестивальними форматами, такими як «Холодний Яр – фестиваль

нескореної нації». Має великий попит також напрямом є Моринці, де садиби «Тарасові шляхи» та «Кобзарева колиска» занурюють в атмосферу шевченківського краю за мало бюджетними цінами, а саме від 200-300 грн за особу (Український культурний фонд, н.д.).

На території області розташована значна кількість об'єктів історико-культурної спадщини. Вісім заповідників Черкаської області (Державний історико-культурний заповідник «Батьківщина Тараса Шевченка», Національний історико-культурний заповідник «Чигирин», Корсунь-Шевченківський державний історико-культурний заповідник, Державний історико-культурний заповідник у місті Кам'янка, Державний історико-культурний заповідник «Трахтемирів», Державний історико-культурний заповідник «Трипільська культура», Шевченківський національний заповідник у місті Каневі, Державний історико-культурний заповідник «Стара Умань») та історико-культурний центр у місті Умань, пов'язаний із хасидизмом на місці поховання Рабина Нахмана, представляють широкий тематичний та часовий простір і розташовані досить рівномірно на території регіону.



Рис. 2.5 («Кобзарева колиска», н.д.).

В Полтавській області центром тяжіння залишається Опішня. Етно-садиби типу «Лялина світлиця» пропонують в собі не лише проживання, а й науково-

популярні програми з гончарства та традиційної локальної кулінарії. Село Канава також входить до переліку локацій, які користуються попитом завдяки збереженню автентичного сільського побуту, саме це подобається туристам («Лялина Світлиця в Опішні», 2024).

Полтавський регіон має потужний рекреаційно-туристичний потенціал: вигідне географічне розташування, особливості історичного розвитку, національно-культурне різноманіття, специфічну архітектуру, збережені природні об'єкти, унікальні поєднання урбанізованих та індустріалізованих місцевостей із заповідними територіями, наявність потенційно брендових туристичних продуктів.



Рис. 2.6 («Лялина Світлиця в Опішні», 2024).

Село Буша в Вінницькій області стала центром ретрит-туризму. Об'єкти «Сила Буші» та «Здорове життя» пропонують програми духовного відновлення та майстер-класи з приготування їжі в печі, що теж користується популярністю серед відвідувачів (*Ретритний центр «Сила Буші»*, н.д.).

На Хмельниччині в 2025 році був продемонстрований прорив у цифровізації маршрутів. Проєкт «Голоси Бакоти» у селі Гораївка використовує

AR-мурали та аудіогіди для відтворення історії затопленої місцевості, що в свою чергу залучає молоду аудиторію. До туристичного маршруту «Від Гораївки до Бакоти» входять культурно-мистецький простір «Бакота Хаб», мурал трьох авторів та мурал «Земля» і «Розірвана душа», клуб-музей «Домівка добра і затишку», садиба-музей «Дім мандрівника», Висока гора, оглядовий майданчик на Бакотську затоку, скельний монастир та зупинка-музей «Давня Бакота».

Селище Гриців продовжує розвиватися як один з найстаріших кластерів («Оберіг»), пропонуючи модель успішної взаємодії громади та власників садиб (Українські гостинні садиби, 2026), (Dydyk, 2025).



Рис. 2.7 Краєвиди Бакоти восени, жовтень 2025 року, Хмельниччина. («Від Гораївки до Бакоти», 2025).

Північні регіони, в тому числі Житомирщина, мають колосальний ресурс для дикого екотуризму, проте ступінь його використання залишається на низькому рівні — лише 5-10% (Мацієвський & Кулініч, 2021).

Найбільша туристична зона яка приваблює Полісся є Поліський природний заповідник із центром у селі Селезівка. Дане місце підходить для шанувальників повного інформаційного детоксу, оскільки на території заповідника відсутній інтернет зроблено це не спеціально, проте це додає цьому місцю своєї атмосфери. Туристи можуть орендувати автентичні зрубні хати з піччю та

спостерігати за рідкісними видами тварин (рись, чорний лелека) з 30-метрової оглядової вежі, яка розташована в лісі (*Поліський природний заповідник*, н.д.).

В Житомирській області діє близько 30 зареєстрованих садиб. До прикладу найвідоміші з них:

- «Поліська хата» (с. Городське): пропонує дегустаційні обіди за старовинними рецептами та екскурсії до «Чернечої криниці» з цілющою срібною водою, як йдеться в рекламі («Садиба зеленого туризму «Поліська хата»», 2023).
- «Стара гребля» (с. Облітки): спеціалізується на рибальському туризмі та сімейному відпочинку на природі (Городоцька сільська рада, 2024).
- Еко-поселення «Простір любові» (с. Лагульськ): демонструє принципи пермакультури та святкує традиційні обрядові свята (Івана Купала, Коляда) (Городоцька сільська рада, 2024).

Проєкт «Сімейні молочні ферми»: Агротуризм 2.0, що реалізується в області можна вважати хорошим прикладом того, як фермери не обмежуються тільки сільським господарством, а пробують розвивати щось більше. Станом на лютий 2026 року до нього вже приєдналося близько 300 господарств. При цьому вони не лише виробляють молоко, а й поступово стають цікавими місцями для гастротуризму.

У 2026 році держава також підтримує такі ініціативи: фермери можуть отримати безвідсоткові кредити до 1 млн грн на 5 років. Завдяки цьому вони мають можливість облаштовувати все необхідне для прийому туристів — наприклад, відкривати крафтові сироварні або робити дегустаційні зали.

На сьогодні вже працює мережа з 7 фірмових магазинів, зокрема в Нетішині та Шепетівці, де продається продукція учасників цього проєкту («Проєкт «Сімейні молочні ферми»», 2024), (Сімейні молочні ферми, н.д.).

За останні два роки в цій галузі туризму відзначилися масовим впровадженням цифрових інструментів у сферу зеленого туризму, що раніше вважалася консервативною та примітивною.

Інтерактивні маршрути та доповнена реальність

- Сатанівська громада: Маршрут «Stezha: Таємниці Товтр» довжиною 32 км отримав повний 3D-тур на основі аерозйомки, що включає 20 ключових локацій (Dydyk, 2025).
- Бакота: Використання AR-технологій дозволило "оживити" мурали та надати туристам доступ до 3D-турів через QR-коди, розміщені на маршруті, що наразі є дуже сучасним рішенням (Dydyk, 2025).
- Camino Podolico: Подільський шлях святого Якова отримав віртуальну подорож із 200 панорам у форматі 360 градусів, що дозволяє мандрувати від Вінниці до Кам'янця-Подільського дистанційно, це також збільшує попит для відвідування подібних атракцій (Dydyk, 2025).

У 2025 році Спілка сільського зеленого туризму України (СЗТУ) відсвяткувала 30 років своєї діяльності. Одним із її найважливіших результатів стало впровадження системи сертифікації, яка орієнтується на європейські стандарти Eurogites.

Рівень сертифікації	Характеристика сегменту	Кількість зареєстрованих об'єктів (2025)
Базова категорія	Мінімальні вимоги до комфорту, акцент на екологічність	\$7
Перша та друга категорія	Високий рівень сервісу, наявність додаткових зручностей	\$8

Рівень сертифікації	Характеристика сегменту	Кількість зареєстрованих об'єктів (2025)
Третя категорія	Елітний сегмент, автентичний дизайн, повний спектр послуг	У процесі

Таблиця 2.1 (Українські гостинні садиби, 2026)

Для власників садіб функціонує Академія сільського розвитку проєкт "Selo UP", де проводяться курси з брендингу територій, інклюзії та цифрової грамотності. ¹ Важливим аспектом є участь міжнародних партнерів (USAID, ПРООН, Уряд Японії), що забезпечує фінансову підтримку освітніх програм та модернізацію ресурсів спілки (Українські гостинні садиби, 2026).

Наразі просліджується зміна філософії подорожування. Туристи віддають перевагу перебуванню довго в одній локації, зазвичай 5-10 днів.

Ключові причини вибору:

- Психологічний відпочинок та розвантаження – пошук тиші від метушні та натовпу (Географія туризму).
- Цікавий автентичний досвід – бажання навчитися доїти корову, пекти хліб або бути залучений до покосу. (*Зелений туризм в Україні*, н.д.).
- Гастрономічний аспект – споживання екологічно чистої продукції безпосередньо з ферм.

Ціноутворення залишається гнучким. Бюджетне проживання в звичайних сільських хатах стартує від 200 грн з людини, в той час як сучасні котеджі в пригірських районах можуть коштувати від 5000 гривень за весь об'єкт.

Таким чином, ресурсний потенціал зеленого туризму в Україні є високим. Активний розвиток зеленого туризму – один із пріоритетів подолання депресивності та посилення соціально-економічного розвитку сільських

територій. Сприятливі зовнішні територіальні умови, невичерпні можливості дозвілля дають підстави розглядати подальший розвиток сільського зеленого туризму у формі малого бізнесу, який стане важливим джерелом поповнення місцевих бюджетів та розвитку соціальної інфраструктури об'єднаних територіальних громад.

З іншого боку, цей вид туризму дає змогу жителям міста відпочити у природних умовах, розвивати та зберігати українські спадщину, культуру та традиції.

2.2. Можливості сталого розвитку зеленого туризму в Україні в умовах війни

Сучасна основа туристичного ринку в Україні зазнала колосальних змін через геополітичні виклики це призвело до нового внутрішнього руху споживання туристичних послуг. Зелений туризм який раніше був в ролі допоміжного сегменту у 2025-2026 роках перетворився в окремий стратегічний напрям як я зазначав раніше у свої роботі, що підтримує не лише економічну стійкість прилеглих громад, а й виконує дуже важливу функцію психологічної та духовної реабілітації і в тому числі зберігає національну ідентичність. Аналіз теперішнього стану свідчить про зріст попит в регіонах з високим рівнем безпеки та динамічною інфраструктурою в яких є достатній рівень поєднання автентики, сучасних технологій та інклюзивності.

У кризових періодах 2020–2021 рр. зелений туризм в Україні зазнав незначних показників розвитку, оскільки обмеження в зв'язку з пандемією COVID-19 змусили українську галузь туризму переорієнтуватися на розвиток інноваційних форм туристичної діяльності, однією з яких і став сільський зелений туризм. У сучасних умовах зелений туризм найбільш активно розвивається в межах таких регіонів як Карпати, Закарпаття, Полісся, Поділля та Буковина. На цих територіях туристи проявляють інтерес до різних форм зеленого туризму, включаючи спортивно-активний, активно-навчальний та

пасивний. Крім того, ідеї спільної охорони навколишнього середовища, що є надзвичайно популярними в західних країнах, враховуються в розвитку туристичної індустрії. На сьогоднішній день у більшості країн Європи перспективним напрямком розвитку сільських територій є переорієнтація місцевого населення на несільськогосподарське підприємництво, до якого відноситься і зелений туризм (Батиченко, & Мельник, 2024, с.58-59).

На ринку в Україні розрізняють три види сільського зеленого туризму. По-перше, агротуризм, що є видом сільського зеленого туризму як пізнавального, так і відпочинкового характеру, пов'язаним з використанням підсобних господарств населення або земель сільськогосподарських підприємств, які тимчасово не використовують в аграрній сфері. Цей вид може не мати обмежень у навантаженні на територію і регламентуванні різновидів розважального відпочинку. По-друге, відпочинковий туризм використовуючи капітальний житловий фонд на садибах господарів та наявні природні, рекреаційні, історично-архітектурні, культурно-побутові та інші надбання тієї чи іншої місцевості. По-третє, екотуризм, що являється науково-пізнавальним видом сільського зеленого туризму, характерним для сільських місцевостей і сіл, розташованих у межах територій національних парків, заповідних зон, природних парків тощо, де передбачені відповідні обмеження щодо навантажень на територію та регламентовані види розважального відпочинку.

Позитивний вплив на розвиток сільського зеленого туризму в Україні обумовлений рядом факторів, серед яких наступні: зростання попиту на відпочинок у сільських районах; наявність унікальної історично-етнографічної спадщини українських сіл; збереження національних традицій місцевості; різноманітні рекреаційні ресурси; висока екологічна чистота сільських територій; наявність вільних робочих ресурсів для обслуговування туристів; традиційна гостинність місцевих мешканців та доступність вартості відпочинку; можливість надання різноманітних додаткових послуг, таких як екскурсії, риболовля, збирання ягід і грибів, а також катання на конях. Разом із тим, важливі проблеми, які ускладнюють розвиток сільського зеленого туризму в

Україні, включають в першу чергу складну військово-політичну ситуацію в країні. Це призвело до того, що частина потенційних територій для сільського зеленого туризму опинилася під окупацією або стала зонами активних воєнних дій. Значна частина агросадиб не має відповідних засобів безпеки, таких як укриття, які б відповідали нормам безпеки. Відсутність відповідної нормативно-правової бази перешкоджає організації відпочинку на селі. Крім того, в країні відсутня категоризація господарств, що пропонують розміщення в рамках сільського зеленого туризму, що призводить до погіршення якості надання послуг. Не існує механізму раціонального та екологічно збалансованого використання природних та культурних ресурсів для потреб туризму. Недостатній рівень кваліфікації та обізнаність персоналу призводять до неякісного обслуговування туристів, а також низький рівень знання іноземних мов не сприяє привабливості іноземних туристів. Також варто відзначити відсутність маркетингової політики в цій галузі (там само, с.59).

Фінансові показники 2025 року та початку 2026 року показують сталу тенденцію до збільшення надходжень місцевих бюджетів від туристичної галузі, що свідчить про пряму адаптацію цього напрямку туризму в Україні враховуючи нові умови. Загальний обсяг туристичного збору в Україні за результатами 2025 року досяг позначки у \$359 мільйонів гривень, що свідчить про значний приріст у \$31,5 мільйонів гривень порівняно з 2024 роком, коли громади отримали \$273 мільйонів гривень. Ця приріст показує, що зелений туризм поступово виходить з тіні і також свідчить про підвищення дисципліни платників податків у сфері тимчасового розміщення («Львівщина, Франківщина, Закарпаття та Київ», 2024).

Особливу зацікавленість викликає надходжень коштів за перші дев'ять місяців 2025 року. Показник у \$234,4 мільйонів гривень на 50% перевищив аналогічний період 2021 року, який вважався еталонним до повномасштабного вторгнення. Такий феноменальна різниця пояснюється декількома факторами: концентрацією платоспроможного попиту всередині країни через обмеження виїзду за кордон, розвитком преміального сегменту в західних областях та

зростанням популярності короткострокових подорожей у форматі "вихідного дня" (Астапов, 2025).

За статистичними даними за січень 2026 року ситуація в лідерських позиціях не змінюється. До уваги, місцеві бюджети отримали 28.4 мільйонів гривень, що на 14,3% більше за січень в минулому 2025 року. Львівська область та Івано-Франківська область забезпечили майже 40% усіх січневих надходжень, що свідчить, про їх статус, як головних рекреаційних місцевостей в Україні взимку («Львівщина, Франківщина, Закарпаття та Київ», 2024).

Важливим елементом є розподіл туристичного збору між великим та малим бізнесом. ТОВ тобто Юридичні особи (готелі, санаторії) сплатили 53% від сумарних 125,2 мільйонів гривень, в той час як ФОП фізичні особи, тобто підприємці сплатили, які представляють переважно сектор зелених садіб та приватного житла, з свого карману заплатили 47%, а це 109,2 мільйони гривень. Цікаво, що саме ФОП показав найвищі показники зростання – на 39%, що вказує на стрімке зростання та легалізацію малих об'єктів бізнесу зеленого туризму "(Астапов, 2025).

У 2026 році структура фінансування зеленого туризму зазнала вагомої трансформації. Після завершення низки пробних проєктів попередніх років, основна увага змістилась на програми, що стимулюють довгострокову перспективу та створення нових робочих місць. Міжнародні донори, зокрема Продовольча та сільськогосподарська організація ООН (ФАО) та Європейський Союз, прийшли до підтримки складних інфраструктурних рішень, що охоплюють цілі ланцюги створення доданої вартості (Міністерство економіки України, 2026), (EU NEIGHBOURS east, 2025).

Якщо подивитися на розподіл фінансування по регіонах, то можна побачити, що він напряму залежить від рівня безпеки та економічної спеціалізації територій. Наприклад, у західних областях України — Волинській, Закарпатській, Івано-Франківській, Львівській, Тернопільській, Хмельницькій і Чернівецькій — основний акцент робиться на розвиток агрегаційних моделей у ягідництві та овочівництві.

Тут розмір грантової підтримки може сягати до 150 000 доларів. Як правило, ці кошти вкладають у створення холодильних комплексів і ліній для доробки продукції. Це має прямий вплив і на туристичну сферу, зокрема на гастрономічний туризм, адже власники садиб отримують можливість пропонувати якісні локальні продукти не лише сезонно, а протягом усього року (EU NEIGHBOURS east, 2025), (Міністерство економіки України, 2026).

Важливим галузевим трендом 2026 року стала уніфікація механізмів державного стимулювання розвитку садівництва та ягідництва. Зокрема, було скасовано диференціацію виплат залежно від виду сільськогосподарських культур, впровадивши єдину ставку грантової підтримки у розмірі 400 тис. грн на один гектар. Такий підхід суттєво оптимізує процеси адміністрування та звітності для суб'єктів господарювання. Для сфери рекреації та сільського туризму це створює додаткові можливості: власники об'єктів розміщення отримують більшу свободу у проектуванні ландшафтних та продуктових зон, що дозволяє ефективніше поєднувати виробничу функцію господарства з естетичними потребами туристичної локації («Де фермеру взяти гроші у 2026 році?», 2026).

Згідно зданих за минулі два роки, можна спрогнозувати майбутні напрямки розвитку зеленого туризму в Україні.

Реабілітація.

В зв'язку з війною у нашій країні буде розвинуто програми реабілітації на базі зелених садиб, це стане пріоритетне державне завдання. Хоч військові користуються можливістю виїзду за кордон, саме адаптація внутрішнього туризму для їх потреб у відновленні буде актуалізуватись як ніколи.

Гіперлокальність – набиратимуть попит невеликі села в 100-150 км від великих міст, таких як Київ, Львів, Івано-Франківськ, що будуть надалі забезпечувати туризм “вихідного дня”

Енергозалежність – в наших сьогоденних умовах забезпечити постійну енергію в будинку дедалі простіше в маленьких хатах чи окремих об'єктах на

відмінну, від великих бізнесів, що стане теж запорукою для комфортного перебування.

Інвестиції – українська модель стійкості туристичного сектору в умовах війни стає предметом вивчення міжнародними експертами, що відкриває шлях до міжнародних грантових програм. У 2026 році сільський туризм в Україні став сталою та розвиненою галуззю. Західні області залишаються лідерами, центр країни активно впроваджує онлайн-сервіси та популяризує дані напрямки, а Полісся приваблює природою. Разом це допомагає селам заробляти та пропонувати мандрівникам багато цікавих варіантів для відпочинку та робить цей напрямок туризму конкурентоспроможним.

Сільський зелений туризм має і комунікативно-інформаційний аспект, який сприяє розширенню соціально-культурних зв'язків, обміну досвідом, відродженню традицій та формуванню бережливого ставлення до природно-рекреаційних ресурсів. Проте, існує група споживачів послуг сільського зеленого туризму, які свідомо обирають місця для відпочинку, де збереглася самобутність територій і побуту сільського життя. Отже, потенціал для розвитку сільського зеленого туризму присутній у всіх сільських територіях, причому успішність цього процесу не обов'язково залежить від розвитку інфраструктури. Сфера сільського зеленого туризму має ще одну характерну якість, пов'язану з природою та сутністю послуги. Туристичні послуги в значній мірі є нематеріальними, невідчутними та наповненими естетичним сприйняттям навколишнього середовища, що відрізняє їх від товарів та інших матеріальних благ. Специфічною складовою туристичного продукту в сфері сільського зеленого туризму є агрооселя. Цей комплекс послуг для відпочивальників включає проживання, обслуговування, харчування, транспортне та інформаційне забезпечення. Сільський зелений туризм виступає як потужний фактор розвитку сільських територій, сприяючи диверсифікації сільськогосподарського виробництва та відродженню сільського життя.

Перспектива успішного розвитку сільського зеленого туризму визначається процесами, які відбуваються в сільських господарствах, через

перетворення обмежених ресурсів, якими вони володіють, шляхом їх наповнення та модифікації для підвищення їх споживчих характеристик. Диверсифікація туристичної діяльності стає необхідною умовою для розвитку на довгострокову перспективу. Сільський зелений туризм - це не лише споглядання мальовничих пейзажів. Мешканці великих міст їдуть на село, щоб відпочити від цивілізації та навчитися різноманітних ремесл, адже господарі часто пропонують майстер-класи з гончарства, бджолярства, полювання, лозоплетіння тощо (Батиченко, & Мельник, 2024, с.60).

Процес розвитку сільського зеленого туризму демонструє свою двовекторність. Формування сільського зеленого туризму характеризується широким залученням особистих селянських господарств до надання ними послуг з проживання та харчування, водночас цей процес набуває сталого і організованого характеру і все більше здійснюється на базі агроосель, що утворилися з числа найбільш результативних в економічному аспекті особистих селянських господарств. Їх успішна організаційно-економічна трансформація та інституціоналізація статусу у суб'єкти ринкового характеру (фізичні особи-підприємці) дозволяє прогнозувати ймовірний напрям розвитку цього процесу, його зміст і характер, а отже, і можливості для впливу на його організаційний перебіг. Обидва напрями розвитку зеленого туризму - у рамках особистих селянських господарств і на основі агроосель (у їх різних організаційно-правових формах) - можуть відбуватися за однієї ключової умови - наявності підприємницької ініціативи їх власників (Ярема, 2020).

Сільський зелений туризм є необхідною складовою програм комплексного соціально-економічного розвитку сіл. Приділення пріоритетності розвитку сільського зеленого туризму в Україні обумовлено нагальною необхідністю вирішення соціально-економічних проблем, що існують у сучасних сільських територіях. Туристичний потенціал сам по собі не забезпечує розвиток, якщо не буде ефективно використаний. Застосовуючи стратегічний аналіз туристичної галузі регіону, можна виявити напрямки зусиль, які сприятимуть підвищенню ефективності галузі. Це охоплює розвиток мережі туристично-інформаційних

центрів, покращення координації діяльності туристичних агентів, створення нових туристичних маршрутів та шляхів тощо.

Нерівномірність розвитку зеленого туризму в Україні зумовлена як інституційними, так і ринковими факторами. Спостерігається зростання інтересу до сільського відпочинку з боку внутрішніх й іноземних туристів і зберігається домінування імпортного туристичного продукту, що свідчить про незадоволення попиту на внутрішньому ринку. Згідно зі статистичними даними, з кінця 2019 року частка туристів, які вибирають сільський відпочинок, зростає, що свідчить про позитивну динаміку.

Однак, в умовах війни цей процес супроводжується низкою викликів. Насамперед це недостатній рівень розвитку інфраструктури в сільських територіях, який включає поганий стан доріг, обмежені транспортні зв'язки, нерозвинену комунікаційну інфраструктуру. Брак інвестицій у туристичну сферу, а також відсутність єдиних стандартів якості в наданні послуг ускладнюють формування конкурентоспроможного сільського туристичного продукту. Багато садиб не відповідають базовим критеріям комфорту та безпеки, що знижує загальну якість вражень туриста.

Крім інфраструктурних обмежень, розвиток зеленого туризму стримується недостатньою маркетинговою підтримкою. Брак цільових рекламних кампаній, слабо розвинена присутність у цифровому середовищі та недостатня участь у міжнародних туристичних виставках звужують можливості просування сільського туризму як окремої спеціалізованої ніші. Водночас важливим аспектом є формування сучасних онлайн-інструментів – платформ бронювання, інтерактивних карт маршрутів, інформаційних порталів, які допомогли би зробити сільський туризм доступнішим для ширшого кола споживачів. На міжнародному рівні Україна поки що не розглядається як конкурент у галузі сільського туризму (Власенко, 2017, с.4-5).

У контексті загальносвітових тенденцій зростання популярності екологічно орієнтованого туризму сільський туризм може стати точкою росту для місцевих громад. Він сприяє збереженню демографічного потенціалу села,

розвитку локального підприємництва, популяризації нематеріальної культурної спадщини та підтримці навколишнього середовища. Залучення інвестицій у локальну інфраструктуру, стимулювання підприємницької ініціативи, створення освітніх програм для операторів ринку та сприяння кооперації між громадами можуть стати важливими кроками для сталого розвитку.

Розвиток зеленого туризму в Україні потребує системного підходу, інтеграції в регіональні стратегії, активної участі держави та приватного сектора, а також модернізації підходів до просування сільських територій як туристичних дестинацій. За належної підтримки ця форма туризму здатна не лише підвищити привабливість України на міжнародному ринку, а і забезпечити нову якість життя для мешканців сільських громад.

Основною перевагою зеленого туризму є його доступність для організації навіть за обмежених інвестиційних можливостей. Місцеві мешканці можуть використовувати наявні житлові ресурси, власну продукцію, ручні ремесла та автентичні звичаї як туристичний продукт, що приваблює як українських, так й іноземних відвідувачів. Це створює нові джерела доходу, особливо для жінок та молоді, й дозволяє запобігти трудовій міграції та депопуляції сіл. Розвиток сільського туризму вимагає комплексного підходу: формування регіональних туристичних кластерів, включення до туристичних шляхів, професійної підготовки кадрів, підвищення стандартів обслуговування, впровадження електронних систем бронювання, створення якісного цифрового контенту про дестинації. Необхідно врегулювати правові аспекти шляхом ухвалення окремого закону «Про сільський зелений туризм», що визначатиме механізми державної підтримки, процедури сертифікації послуг, умови співпраці з туроператорами та міжнародними партнерами.

Одна з ключових перспектив розвитку зеленого туризму в Україні полягає в його здатності сприяти зайнятості та підвищенню рівня доходів сільського населення. Надання туристичних послуг – як-от проживання в сільських садибах, організація екскурсій, дегустації місцевих продуктів, майстер-класи та фестивалі – дозволяє селянам диверсифікувати джерела доходів, зменшуючи залежність

від аграрного виробництва. Особливо це актуально для депресивних районів, де традиційне сільське господарство не забезпечує стабільної економічної бази.

Зелений туризм в Україні має значний потенціал для розвитку як у внутрішньому, так і в міжнародному вимірі. Включення нашої держави до європейського туристичного простору відкриває можливості для адаптації та впровадження передового досвіду країн ЄС у сфері агротуризму, зокрема впровадження системи сертифікації послуг, екологічного маркування сільських господарств, розвитку тематичних маршрутів культурної спадщини та популяризації концепцій етичного споживання (Шульга, 2012, с.45-46). В умовах повномасштабної війни зелений туризм може набути додаткової соціальної функції – стати інструментом психологічної реабілітації та соціальної адаптації внутрішньо переміщених осіб, ветеранів, військово-службовців і волонтерів.

В умовах повномасштабної війни та майбутнього відновлення, функціональне призначення зеленого туризму суттєво розширюється. Він стає інструментом не лише економічного, а й ментального та культурного відродження нації. Післявоєнний період вимагає нових підходів до збереження та презентації культурної спадщини. По-перше, зелений туризм може стати основою для реінтеграції та психологічної реабілітації населення, що постраждало від війни, та ветеранів. Контакт з природою, тиша сільської місцевості та залучення до традиційних ремесел, мають потужний терапевтичний ефект. По-друге, відбувається переосмислення самої культурної спадщини. До традиційних об'єктів (церкви, етнографічні музеї) додаються нові «місця пам'яті», пов'язані з подіями війни (Шевченко, 2023). Використання цих об'єктів у туристичній діяльності вимагає делікатного та етичного підходу, але воно є необхідним для формування національної ідентичності та історичної пам'яті. Зелений туризм дозволяє «оживити» нематеріальну спадщину (звичаї, фольклор, гастрономічні традиції), роблячи її частиною туристичного досвіду та джерелом доходу для носіїв традицій.

РОЗДІЛ 3. СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ

3.1. Шляхи удосконалення державної політики в сфері зеленого туризму.

Слід зазначити, що статистичні дослідження у сфері функціонування зеленого туризму передбачають використання теоретичних, методологічних та організаційних засад їх проведення на основі знань про економічну географію, екологію місцевості, економіку туризму та визначення місця туристичного ринку в господарській системі окремих регіонів та країни в цілому. При цьому слід пам'ятати, що для прийняття будь-яких ефективних управлінських рішень і, зокрема, у даній сфері економіки потрібно спочатку проаналізувати події, які вже сталися. Адже дослідження минулих явищ, визначення за його результатами недоліків і позитивів, слабких та сильних сторін, дасть можливість розробити необхідні заходи щодо усунення проблем й обрати вірну та успішну стратегію соціально-економічного розвитку.

Статистика сільського зеленого туризму розглядається з трьох позицій:

- 1) як галузь економічної статистики, оскільки всебічно та глибоко досліджує стан, закономірності та тенденції розвитку туристичної індустрії, вплив різних економічних явищ на цей процес шляхом збирання, обробки, аналізу й узагальнення статистичних даних;
- 2) як галузь соціальної статистики, оскільки вивчає вплив туризму на соціальні умови та процеси суспільного життя населення;
- 3) як галузь екологічної статистики, оскільки аналізує взаємозв'язок розвитку сільського зеленого туризму зі становищем екосистеми регіону.

Слід зауважити, що потреба в статистичних дослідженнях діяльності зеленого туризму виникає у туристів, власників та працівників туристичних підприємств, інвесторів, представництв державних і регіональних органів влади та суспільних груп, які безпосередньо не пов'язані з сільським зеленим туризмом, але зацікавлені в його позитивних наслідках для економічної, екологічної та соціальної сфер життєдіяльності (Данилко, 2014, с.77).

В сучасних умовах проведення дієвого статистичного аналізу стану функціонування й розвитку сільського зеленого туризму зростає необхідність використання широкого масиву інформації спеціально організованих статистичних спостережень. Перспективним видом отримання такої інформації, на наш погляд, є запровадження системи статистичного моніторингу. Нажаль ні звітність, ні спеціально організовані спостереження комплексно не використовуються в аналітичних розрахунках, а отже не забезпечують суб'єктів ринку туристичних товарів і послуг повною та багатоаспектною інформацією щодо процесів, які відбуваються у сфері зеленого туризму України. За таких умов продемонструвати фактичний потенціал розвитку досліджуваного виду туристичної діяльності на сучасному етапі значно ускладнюється.

Для організації доступу до інформаційних ресурсів та їх ефективного використання необхідно створити на регіональному та національному рівнях систему статистичного моніторингу сільського зеленого туризму. Це, на наше переконання, забезпечуватиме узагальнення та узгодження баз даних (законодавчої бази, ресурсного паспорту регіону, факторів впливу на туристичний ринок, інвестиційних проектів), проведення необхідних розрахунків, прогнозування всіх основних параметрів функціонування ринку та побудову короткострокових, середньострокових і довгострокових планів його розвитку. Враховуючи особливості реалізації системи моніторингу, необхідно застосувати всю сукупність статистичних методів при оцінюванні стану і тенденцій розвитку товарів і послуг туристичного ринку (там само, с.80).

На сьогодні експертний аналіз підтверджує, що зелений туризм найбільшою мірою відповідає сучасним пріоритетам сталого еколого-економічного розвитку України. Це проявляється у трьох основних аспектах: збереження природного та культурного середовища, економічна підтримка жителів місцевої громади та надання туристам місцевих екологічних продуктів харчування. Такий підхід дозволяє створювати замкнені цикли споживання, тобто гроші залишаються в країні та допомагають розвивати інші галузі, такі як транспорт, торгівля, зв'язок та будівництво (Вижнянська сільська рада, 2025).

Якщо коротко — законодавча база зараз у процесі «вічного будівництва». Начебто рух є, але багато моментів досі не стикуються. Найбільший біль — це відсутність одного нормального закону, який би чітко сказав звичайній людині: «Ось так ти можеш приймати туристів, і ось такі у тебе права».

Зараз усі надії покладають на законопроект №5206 «Про сільський та сільський зелений туризм». Про нього у 2024–2025 роках не говорив хіба що лінивий. Але навіть тут не все гладко:

- Термінологічна плутанина. Автори хочуть зробити «сільський туризм» головним поняттям, куди входитиме і екотуризм, і зелений туризм. Але Мінкульт каже: «Стійте, у нас у чинному законі "Про туризм" це окремі речі». Виходить такий собі юридичний пінг-понг, через який страждає чіткість.
- Головний плюс (законопроекти №5206 та №3139-д). Ось це реально крута штука: планують офіційно дозволити власникам ОСГ (особистих селянських господарств) приймати туристів, годувати їх і розважати без обов'язкової реєстрації ФОП.

Тобто, якщо ти живеш у селі, маєш свою хату і господарство, ти зможеш легально приймати гостей як самозайнята особа. Це величезний крок, бо він виводить купу людей із «тіні» і дає їм можливість працювати офіційно, не закопуючись у податкові звіти з першого дня (Зелений туризм отримає державну підтримку», 2017).

Аспект регулювання	Пропонована норма (Законопроект 5206 / 3139-д)
Об'єкт розміщення	Власний житловий будинок господаря, гостьовий будинок або територія фермерського господарства.
Ліміт проживання	Одночасне розміщення до 10 або до 30 осіб (залежно від редакції законопроекту).
Ліцензування	Діяльність не підлягає обов'язковому ліцензуванню.
Суб'єкти	Фізичні особи (сільські господарі та члени їхньої родини).

Оподаткування	Податок на доходи фізичних осіб (ПДФО) за ставкою 18%.
---------------	--

Таблиця 3.1 («Зелений туризм отримає державну підтримку», 2017)

Ще один важливий момент — це санітарні та екологічні норми. Зрозуміло, що садиба має бути чистою та безпечною для природи, але тут є ще один нюанс: власники тепер повинні передавати дані про себе місцевій владі. Держава хоче бачити реальну статистику — скільки у нас таких садиб і як вони розвиваються. При цьому обіцяють не завалювати власників мікробізнесу тоннами звітів, що вже само по собі плюс.

Але є й «підводні камені». Експерти часто кажуть про те, що у нас досі немає чіткого поділу обов'язків. З одного боку є Міністерство культури (МКШ), яке придумує правила, а з іншого — ДАРТ (Держгентство розвитку туризму), яке має впроваджувати все це в життя. Поки вони остаточно не розберуться, хто за що відповідає, в реальному секторі може виникати плутанина.

У ДАРТ зараз плани досить амбітні — вони розраховують до 2026 року збільшити кількість внутрішніх туристів і робочих місць у галузі аж у п'ять разів. Прямо зараз, у 2025-му, Агентство активно взялося за «тіньовий» сектор: хочуть, щоб усі готелі та садиби працювали офіційно. Паралельно з цим вони реформують туристичний збір, щоб гроші адмініструвалися простіше та ефективніше [40, Державне агентство розвитку туризму України (ДАРТ, 2025), Кабінет Міністрів України, 2017).

Якщо подивитися на статистику за 2025 рік, то стає очевидно: наш турбізнес навчився не просто виживати, а реально адаптуватися. Цифри говорять самі за себе: галузь сплатила понад 4,4 млрд грн податків. Це, на хвилинку, аж на половину більше (на 50,6%), ніж було у 2024-му. Навіть якщо порівнювати з «довоєнним» першим кварталом 2021 року, ми зараз у плюсі на 27% — бюджет отримав близько 799 млн грн лише за початок року. Але давайте будемо чесними: такий ріст — це не лише черги з туристів. Тут спрацювали два фактори:

1. Гнучкість бізнесу: готелі та садиби підлаштувалися під запити часу (безпека, автономність).
2. Інфляція: ціни на відпочинок теж не стоять на місці. Наприклад, ті ж Карпати влітку 2024-го «підскочили» в ціні на 10–25% прямо посеред сезону. Тож, з одного боку, маємо круті фінансові показники, а з іншого — розуміємо, що цей результат значною мірою продиктований загальним подорожчанням життя в країні (Таблиця 3.2 (Visit Ukraine, 2025)).

Регіон	Податкові надходження (I кв. 2025, млн грн)	Динаміка до 2024 року
Київ	323.0	+76%
Львівська обл.	129.5	+35%
Одеська обл.	39.2	+39%
Київська обл.	38.8	-34%
Закарпатська обл.	38.5	+38%
Дніпропетровська обл.	35.1	+20%

Таблиця 3.2 (Visit Ukraine, 2025)

Ці дані показують, що західні та центральні регіони наразі є основними центрами які розвивають внутрішній туризм, сільські садиби наразі відіграють головну роль у розміщенні ВПО та людей які просто бажають відпочити. Сума платників податків 2025 року зросла до 12757, з яких більше 9700 – фізичні особи це вказує на домінування малого бізнесу в структурі ринку (Visit Ukraine, 2025).

ДАРТ також фокусується на цифровізації процесів. У 2025-2026 роках пріоритетом є заснування та впровадження Єдиного державного реєстру засобів розміщення та ліцензування діяльності з урахуванням вимог до інклюзивності нашого населення на даний момент. Цей підхід є критичним фактором у контексті реабілітації ветеранів війни.

Зараз багато хто говорить про те, як піднімати країну після війни, і в туризмі з'явився новий підхід— регенерація. Концепція приїдь, відпочинь,

наразі не так актуальна і цього замало. Нам треба, щоб туризм реально відбудовував те, що було втрачено.

- Для екології: Це коли ти не просто гість у готелі, а людина, яка допомагає цьому місцю дихати. Приїхав на вікенд, а заодно допоміг висадити дерева чи прибрати берег річки. У підсумку ти їдеш додому з крутими враженнями, а локація після твого візиту стає кращою, ніж була до.
- Для відновлення психічно: Регенерація — це ще й про «лікування» громад. У селах, які пережили жахи війни, звичайний фестиваль чи майстер-клас із гончарства може стати справжньою терапією. Це допомагає людям знову відчувати себе частиною чогось великого, повернути свою ідентичність і просто видихнути.
- Для бюджету країни: Це про те, щоб гроші не просто пролітали повз. Створюються локальні бренди та кооперативи, які дають людям стабільну роботу незалежно від того, літо зараз чи зима. І круто, коли частина прибутку від твого кава-брейку чи ночівлі в садибі йде на те, щоб у цьому ж селі люди жили в доставку і вкладувались в розвиток свого продукту.

Регенеративний туризм — це не про швидкий заробіток. Це про те, як зробити туризм інструментом для великого відновлення. Тепер турист — це не просто людина яка приїхала відпочити, а партнер, який допомагає громаді знову стати на ноги після важкого стану.

Для системного покращення ситуації в сфері сільського зеленого туризму державна політика має бути переорієнтована з суто контролюючої на стимулюючу та партнерську.

Для того, щоб покращити ситуацію в сфері зеленого туризму, політика держави в цьому плані повинна бути переосмислена з тільки контролюючої на партнерську.

1. Довести до ладу закони. Нам нарешті потрібно поставити крапку в історії із законопроектом 5206. Важливо узгодити всі терміни з Мінкультом, щоб не було плутанини. Головне — чітко прописати статус «сільського господаря»,

щоб люди, які приймають туристів у межах свого ОСГ, розуміли свої права та обов'язки.

2. Спростити податки (за прикладом Польщі). Щоб люди не боялися виходити з «тіні», варто подумати про запровадження «агротуристичного патенту» або фіксованого податку для маленьких садиб. Досвід Польщі показує, що такий підхід працює значно краще, ніж складні звіти та перевірки.

3. Зробити села доступними для всіх. Ми бачимо, що ДАРТ ставить інклюзивність у пріоритет на найближчі роки. Тому бюджетні кошти та гранти треба спрямовувати саме на створення безбар'єрного середовища в селах. Туризм має бути доступним для кожного, незалежно від фізичних можливостей.

4. Підтримати «зелену» сертифікацію. Держава має не просто вимагати, а стимулювати. Якщо господар пройшов сертифікацію «Зелена садиба» та дбає про екологію, він повинен отримувати якісь бонуси — наприклад, пільги чи допомогу в маркетингу.

5. Туризм як засіб реабілітації. Зелені садиби — це ідеальне місце для психологічного відновлення. Нам варто інтегрувати сільський туризм у державні програми реабілітації. Регенеративний туризм (коли ми не просто споживаємо, а відновлюємося разом із природою) — це саме те, що зараз потрібно країні.

6. Навчити господарів об'єднуватися. Поодинці виживати важко. Треба стимулювати створення кластерів і кооперативів. Коли кілька садиб об'єднуються під спільним локальним брендом, їм легше просувати себе на ринку і разом вкладатися в дорогу інфраструктуру — дороги, освітлення чи спільні зони відпочинку.

За останні два роки ми побачили цікаву річ: наш сільський туризм став не просто розвагою, а реальною частиною «іммунітету» країни. Попри війну, ця сфера не закрилася — навпаки, податкові надходження зростають, а власники садиб навчилися працювати навіть у найскладніших умовах.

Щоб рухатися далі, державна політика має зосередитися на трьох речах:

1. Легалізація господарів. Потрібно нарешті дати можливість людям, які мають свої ОСГ (особисті селянські господарства), працювати офіційно без зайвої бюрократії. Вони вже в бізнесі, треба просто це узаконити.
2. Регенеративний підхід. Це те, про що я вже згадував: нам мало просто «не шкодити» природі. Туризм має допомагати відновлювати наші села та ресурси.
3. Цифровізація. Все має бути в смартфоні: від бронювання кімнати до просування локального бренду. Без зручних сервісів ми просто не залучимо сучасного туриста.

Чому варто дивитися на сусідів? Нам не треба вигадувати велосипед. Можна взяти польську модель соціального захисту фермерів (KRUS) або італійський підхід до збереження автентики. Італійці зробили свій сільський колорит головною «фішкою», за яку туристи готові платити. Якщо ми поєднаємо їхній досвід із нашим потенціалом, вийде дуже конкурентний продукт.

Погляд у майбутнє У перспективі Україна може стати лідером регенеративного туризму в Європі. Це не просто слова про інвестиції — це реальний шанс повернути життя в наші села та показати світові, що ми розвиваємося за найсучаснішими стандартами навіть у такі часи.

3.2. Впровадження інноваційних маркетингових інструментів просування українського еко-продукту.

Стратегічне впровадження інноваційних маркетингових інструментів просування українського еко-продукту в секторі зеленого та сільського туризму

Теперішній стан світового туристичного ринку характеризується стрімким переходом до сталого споживання, де екологічний аспект стає не просто додатковою перевагою чи фішкою, а нагальною вимогою споживача. В українському просторі сільський зелений туризм виступає не лише як інструмент економічного відновлення сільських територій, а й як стратегічний напрям

державної політики, що офіційно закріплено у статтях 4 та 6 Закону України «Про туризм». Просування українського еко-продукту в цьому плані вимагає злиття традиційної гостинності з новітніми маркетинговими технологіями, що у свою чергу спираються на міцну нормативно-правову базу та державні стратегії розвитку (Батиченко & Мельник, 2024).

Ефективне просування та формування будь-якого продукту починається з чіткого визначення його правового статусу, що у свою чергу гарантує безпеку та якість для клієнтів. В Україні сільський зелений туризм визначається як вид рекреації, що передбачає за собою перебування туристів у сільській місцевості з метою ознайомлення з місцевою культурою, традиціями та природою. Важливим моментом маркетингового позиціонування є те, що цей вид діяльності часто здійснюється в межах особистих селянських господарств (ОСГ), або еко-садибах, що визначено статтею 1 Закону України «Про особисте селянське господарство».

З точки зору маркетингової стратегії, спрощене регулювання для власників садиб є найважливішим інструментом залучення нових споживачів та гравців на ринок. Фізичні особи, які надають послуги з тимчасового розміщення до 30 осіб, не зобов'язані реєструватися як суб'єкти підприємницької діяльності, що дозволяє їм зосередити ресурси на покращенні якості продукту, а не на бюрократичних процедурах. Це сприяє кращому розвитку бізнесу, оскільки є більше грошових можливостей для покращення умов для споживачів продукту.

Розвиток маркетингових інструментів для залучення нових клієнтів значною мірою пов'язані з проектом Закону України «Про сільський та сільський зелений туризм» №5206. У цьому документі передбачено впровадження добровільної сертифікації послуг і продукції. Це означає, що власники садиб матимуть можливість офіційно підтверджувати якість обслуговування та екологічність своїх послуг. Така система сертифікації та стандартизації виступає важливим маркетинговим інструментом як для внутрішніх, так і для іноземних туристів нашої країни, оскільки це значно знижує ризик отримання неякісних послуг і підвищує рівень довіри до постачальника послуг. Турист, у свою чергу,

зможе переконатися у якості, ознайомившись із відповідними підтверджуючими документами.

Крім того, законопроект має в собі певні екологічні вимоги до суб'єктів діяльності, зокрема встановлення контейнерів для сортування сміття та інформування туристів щодо правил екологічної поведінки. Це позитивно впливає на формування іміджу «зеленого» туризму та сприяє підвищенню екологічної свідомості населення (Закон «Про особисте селянське господарство», 2003, ст. 7).

Державна політика у туристичній сфері під час війни сильно змінилася, що видно з оновленої Державної стратегії регіонального розвитку на 2021–2027 роки. Наразі вона більше орієнтується на реальні потреби місцевих громад і враховує курс нашої країни на євроінтеграцію. На думку автора маркетинг еко-продукту, це означає створення безпечних і комфортних умов для того, щоб люди поверталися жити та відпочивати в регіонах. Але в свою чергу це неможливо без відновлення туристичного та рекреаційного потенціалу.

Також план заходів на 2025–2027 роки містить конкретні дії, які допоможуть розвивати сучасний та новий маркетинг у цій сфері. Автор має думку, що це дуже важливим кроком для майбутнього цього бізнесу.

План заходів на 2025-2027 роки з реалізації стратегії містить конкретні кроки, що мають фундамент для нового майбутнього маркетингу:

Безпека: Очищення територій природно-заповідного фонду та водних об'єктів від вибухонебезпечних предметів є першим кроком до відновлення екологічній осередків. Якщо не буде гарантії безпеки, туристи в свою чергу просто не будуть відвідувати дані місця рекреації. Це найголовніший та першочерговий аспект, який має бути виконано.

Знання в (AKIS): Створення до 2026 року спільної мережі на основі системи сільськогосподарських знань та інновацій (AKIS) забезпечить власникам еко-садиб доступ до консультаційних послуг у сфері маркетингу та новітніх технологій. Це дасть можливість для швидшого розвитку та популяризації продукту.

Сталість та дані (FSDN): Інтеграція системи обліку даних Farm Sustainability Data Network (FSDN) до 2027 року дозволить збирати та аналізувати інформацію про господарства.

Такі дані дозволять маркетингу аналізувати перевірену інформацію для залучення правильної стратегії розвитку в майбутньому, в свою чергу це дасть можливість для виходу на європейський ринок (Постанова № 1047, 2025).

Просторовий розвиток передбачає за собою, розвиток територій з інтеграцією туристичних об'єктів, в нашому випадку еко-продуктів, зелених садиб, тощо в інфраструктуру того чи іншого регіону.

У контексті дослідження конкурентоспроможності вітчизняного туристичного продукту особливого значення набуває проектний підхід до його формування. Як справедливо зазначає дослідниця О. В. Кучай, ефективність сучасного туристичного підприємства безпосередньо залежить від його здатності спрямовувати зусилля на розробку або вдосконалення інноваційних продуктів та послуг відповідно до міжнародних стандартів. Управління проектами в сфері туризму та рекреації вимагає обов'язкового врахування специфічних ринкових умов, таких як висока нестабільність попиту, сезонність та коливання якості сервісу. Саме тому впровадження інноваційних методів управління виступає головним важелем підвищення конкурентоспроможності дестинацій (Кучай, 2023).

Наукові дослідження за 2024 рік підкреслюють, що сільський зелений туризм є стратегічною складовою розвитку сільських територій.

Для того, щоб продукт мав конкуренцію на ринку, науковці пропонують використовувати кластерний підхід, який дозволить, зміцнити становлення галузі через об'єднання зусиль місцевої влади, бізнесу та громади. (Батиченко & Мельник, 2024).

Маркетингова стратегія в сільському туризмі базується на трьох основних напрямках:

Агротуризм: Основний акцент робиться на залученні туриста до сільськогосподарських процесів, що створює унікальний досвід (наприклад, збирання врожаю або догляд за тваринами).

Екотуризм: Популяризація базується на в межах національних парків та заповідників із суворим дотриманням екологічних норм.

Рекреаційний туризм: Використання природно-культурних активів місцевості для пасивного або активного відпочинку з акцентом на тишу та екологічну чистоту. До прикладу можна згадати наші Карпати, де використовують природу як ключову мотивацію для відвідування об'єктів (Батиченко & Мельник, 2024).

Одним із ключових інструментів просування є формування «екологічності як переваги». В умовах глобальної урбанізації в світі віддаленість від промислових центрів стає головною цінністю, яку власники садиб повинні транслювати через свої канали комунікації, соцмережі, сайти і тд. Окрім того, важливим елементом стратегії є збільшення тривалості перебування туриста шляхом розробки додаткових послуг на території відпочинку. Наприклад в вишгородському районі є комплект який пропонує проживання на території в лісі, де окрім самого проживання пропонується катання на багі чи квадроциклах, рибалка, можна посмажити м'ясо на мангалі, відпочити в альтанках. Комплекс знаходиться біля річки Десна, що також приваблює туристів як один з інструментів залучення. Доречі на річці до повномасштабного вторгнення можна було покататись на човнах чи катамаранах і навіть на квадроциклах (Батиченко & Мельник, 2024).

Технологічне просування є необхідною умовою виживання туристичного бізнесу. Штучний інтелект (ШІ) дозволяє не лише автоматизувати рутинні процеси, а й глибше розуміти тенденції поведінки мандрівників, передбачати їхні майбутні запити та створювати персоналізовані продукти. Один з моментів які можна виділити, це те, що вже наразі ШІ запам'ятовує тебе і твої вподобання, запити і загально інформацію яку ти йому пишеш.

Впровадження ШІ в маркетингову діяльність еко-садиб та заповідників дозволяє оптимізувати бізнес-процеси та покращити досвід клієнта на кожному етапі подорожі (Михайлюк & Прісняк, 2018).

Напрямок застосування	Функціональні можливості	Очікуваний ефект
Автоматизація комунікацій	Використання чат-ботів для бронювання та підтримки 24/7	Зниження витрат на персонал та прискорення відповіді
Аналіз поведінки	Оцінка задоволеності клієнтів через аналіз великих баз даних	Точне налаштування рекламних кампаній та пропозицій
Персоналізація	Створення індивідуальних маршрутів на основі інтересів, бюджету та часу	Підвищення лояльності та конверсії
Планування подорожей	ШІ-моделі (наприклад, Gemini) як альтернатива турагентам	Спрощення шляху клієнта до еко-продукту
Управління репутацією	Аналіз відгуків та моніторинг згадувань у реальному часі	Оперативне реагування на негатив та покращення іміджу

Таблиця 3.3 (Михайлюк & Прісняк, 2018)

Хорошим прикладом використання чат-ботів в Україні є мережа готелів Premier, яка однією з перших запустила власного чат-бота для зручнішого спілкування з гостями. Для невеликих садиб у сфері сільського туризму теж є доступні рішення — наприклад, платформи SendPulse, Gerabot або Botsity. Вони дають можливість навіть малим господарствам бути на зв'язку з клієнтами через месенджери.

Крім того, штучний інтелект важливий і для організації подорожей. Він допомагає будувати зручні маршрути до віддалених еко-локацій, а також прогнозувати попит на сезонні туристичні послуги.

Для будь якого виду туризму дуже важливо для початку продати картинку, оскільки туристи часто, купують емоцію яку вона викликає, або краєвид. За допомогою VR та AR можна показати туристам всі переваги об'єкту відпочинку віддалено та продемонструвати переваги локації в повній мірі не виходячи з дому на етапі планування.

Хорошим прикладом є створення у Вінниці двох VR-турів для любителів природи. Маршрути «Стежка Коцюбинського» та «Між трьома мостами» базуються на сферичних фотопанорамах 360° з високою якістю.

Тури такого формату дають змогу потенційному туристу віртуально зануритись в флору та фауну регіону, що значно підвищує ймовірність реального візиту споживача. Також як один з факторів можна відмітити, що в цьому плані VR технології забезпечують інклюзивність для людей які не можуть відвідати локацію фізично (Олійник, 2025).

Додатки доповненої реальності, такі як Layar або Google Earth, дозволяють збагатити та розширити реальний досвід перебування на маршруті інтерактивною інформацією про пам'ятки, що робить подорож більш захопливою та пізнавальною. Це особливо актуально для місць, де AR може «оживляти» легенди або показувати об'єкти в різні історичні періоди. Це вже популярна практика яка є однією з інструментів які дозволяють привернути увагу туристів (FreeGen Games, 2024).

Сучасним трендом в туризмі є так звана гейміфікація. Гейміфікація в туризмі — це сучасний підхід, який поєднує гру та інформаційний посыл до заохочення відповідальної поведінки в зеленому туризмі. Зазвичай в нашому середовищі це реалізується через мобільні додатки.

З власного досвіду можу сказати, що у всіх видах туризму наразі намагаються інтегрувати наразі популярну тему на тлі ігор в свій досвід організації туристичного продукту. До прикладу у Львові є музей пива в якому через ігри, ви можете отримати невеличкі знижки на сувеніри з самого музею.

WalQlike – це додаток який трансформує звичайну прогулянку містом або природною локацією на формат нескладного квесту, де для переходу до

наступної точки потрібно розгадати загадку або знайти секретний об'єкт і після цього перейти до іншого завдання. Цей інноваційний метод дозволяє:

- Автоматизувати роботу гіда, надаючи інформацію через смартфон.
- Заощадити час туриста на планування маршруту.
- Збирати статистику активності (наприклад, 35 тисяч учасників уже пройшли понад 56 тисяч кілометрів) чи щось типу того,
- Генерувати індивідуальні квести на основі інтересів та вільного часу користувача.

Також можу поділитись власним досвідом в цій практиці, в Києві на метро “Кловська” є музей унітазів, ми з друзями пройшли екскурсію в музеї яка тривала зовсім не довго та інформативно, а після цього, нас відправили на квест, в той час гід може виконувати роботу лише в межах музею не витрачаючи час на проведення екскурсії на вулиці (Walqlike, н.д.).

Також є проєкт який я згадував трохи раніше FreeGen Go — орієнтований на інтерактивні подорожі заповідними зонами. Додаток пропонує пішохідні, авто- та велоекскурсії, що включають аудіогіди, панорами 360° та елементи доповненої реальності тобто AR. Особливістю FreeGen Go є використання ігрової валюти Foint, яку туристи отримують за виконання завдань на маршруті та можуть обміняти на реальні призи або знижки, що створює додатковий стимул для дослідження нових еко-локацій. Гейміфікація також служить освітнім цілям, допомагаючи молоді зацікавитися історією та екологією через зрозумілі їй технологічні формати. Це дуже сучасний формат який справді зацікавлює чимало молоді яка з радістю доєднується до подібних додатків (FreeGen Games, 2024).

Інтеграція нових маркетингових інструментів має глибокий вплив на розвиток громад в селі. Зелений туризм сприяє створенню нових можливостей в даний час, маю на увазі те, що в умовах нашої ситуації в країні він є важливим в умовах складної економічної ситуації.

В епоху цифровізації використання 3D-сканування дозволяє зберегти фізичні копії архітектурних та природних об'єктів, що у свою чергу зменшує

ризиків втрати історичних пам'яток в майбутньому, а саме в наш час, коли війна в країні. Це створює фундамент для того, що в перспективі можна буде відновити ці об'єкти у майбутньому.

З маркетингової точки зору, майбутнє українського зеленого туризму лежить в в популяризації туризму в єдині цифрові платформи. Тренди 2025 року вказують на зростання ролі ШІ у формуванні маршрутів на основі інтересів туриста та поєднання транспорту, подій і культурних об'єктів в одному додатку.

З допомогою впровадження сертифікації та персоналізованому підходу локальними господарями та просуванню галузі через гейміфіковані цифрові платформи турист зможе отримати готовий якісний, цікавий продукт.

ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній роботі проведено комплексне дослідження зеленого туризму як стратегічного та конкурентного напрямку розвитку туристичної галузі України. Результати дослідження дозволяють сформулювати такі підсумки:

➤ Зелений туризм – галузь туристичного бізнесу, головною особливістю якого є рекреаційні види діяльності на природі, наприклад, фотографування і спостереження за природою, риболовля і полювання, спортивна і пригодницька діяльність. Зелений туризм можна визначити, як подорож і відпочинок городян на сільських територіях в гостьових будинках, створених сільській сім'єю, яка має власну сільську територію і розташовану на ній садибу, що представляє в загальному фермерське господарство. Саме сільська сім'я в даному випадку забезпечує проживання, харчування та знайомство з місцевими сільськими пам'ятками.

➤ Як фактори успіху зеленого туризму в Європі необхідно назвати, перш за все, політичну підтримку сільського туризму з боку національних держав і Євросоюзу. Це пояснюється тим, що сільський туризм спочатку розглядався як соціального амортизатора при реструктуризації аграрного сектора економіки, дозволяючи перевести надлишок трудових ресурсів в альтернативний сектор виробництва послуг і створювати нові робочі місця в сільській місцевості.

➤ Зелений туризм в Україні на початку XXI століття – один із найперспективніших видів відпочинку в Карпатському, Поліському, Подільському та Наддніпрянському регіонах. Для сільських жителів України цей вид туризму є найкращим стимулом для започаткування та розвитку туристичної діяльності, забезпечує додатковий дохід та підвищує рівень зайнятості членів сільських сімей. Зелений туризм – це великий крок у розвитку сільської інфраструктури, особливо допомога у будівництві доріг, розвиток інформації, екскурсій та інших послуг. Для тих громад, які хочуть розвивати зелений туризм, встановлення цікавих та креативних вивісок може бути першим кроком у цьому напрямку.

➤ Використання інформаційних технологій, зокрема мережі Інтернет надає унікальні можливості надійного конфіденційного глобального зв'язку, що зручно як для локальних виробників агротуристичних послуг, так для турпосередників, які мають свої філії у регіоні та по всій країні, і, передусім, для самих споживачів послуг сільського зеленого туризму. Зрештою, Інтернет нині дедалі активніше перетворюється в найбільшого турпосередника між виробниками та споживачами послуг сільського зеленого туризму. За допомогою застосування сучасних інформаційних технологій в галузі туризму значно спрощується процедура формування та реалізації туристичних послуг. Саме тому зараз і проходить інтенсивна структуризація ринку туристичних послуг, що викликана новою технологічною хвилею.

➤ Сільський туризм в Україні має значний потенціал для розвитку. Зростаючий інтерес до екологічного та агротуризму, інтеграція культурних елементів та розвиток інфраструктури сприяють підвищенню привабливості сільських територій. Водночас, активна підтримка з боку держави, співпраця з європейськими партнерами та залучення місцевих громад є ключовими факторами для успішного розвитку цього сектору. Успішні європейські практики можуть служити корисним досвідом для України у створенні конкурентоспроможного та стійкого сільського туризму. Для підвищення привабливості сільських територій потрібно розвивати інфраструктуру, зокрема дороги, готелі, садиби, кафе та ресторани. Це сприятиме підвищенню якості послуг і зручності для туристів.

РЕЗЮМЕ

КОСНЮК А. В.

ЗЕЛЕНИЙ ТУРИЗМ ЯК КОНКУРЕНТНИЙ НАПРЯМ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

Кваліфікаційна робота присвячена комплексному дослідженню теоретико-методичних засад, правових механізмів та практичних інструментів інтенсифікації розвитку зеленого (сільського) туризму в Україні як стратегічного вектора підвищення конкурентоспроможності національного туристичного продукту. Метою дослідження є аналіз розвитку зеленого туризму в Україні. Об'єктом дослідження кваліфікаційної роботи є зелений туризм в Україні. Предметом дослідження є шляхи стимулювання розвитку зеленого туризму в Україні. В процесі дослідження було використано методи теоретичного узагальнення та аналізу, щоб зрозуміти, що таке “Зелений туризм” як його класифікують. Був застосований порівняльний метод для порівняння як розвивається зелений туризм в Україні та за кордоном. У роботі використаний також метод статистико-економічного аналізу для збору цифр кількості зелених садіб, географію їхнього розташування та динаміку ринку. При написанні застосовано SWOT-аналіз для виявлення сильних та слабких сторін. Наприкінці роботи також було застосовано метод системного підходу при розгляді державної політики та маркетингу як єдиної системи, що має працювати разом для розвитку галузі.

Особливу увагу приділено обґрунтуванню інноваційних маркетингових рішень (ШІ, AR-технологій, цифрових квест-маршрутів FreeGen GO та WalQlike) та аналізу правового регулювання (законопроект №5206) для стимулювання самозайнятості сільського населення та реабілітації рекреантів.

Ключові слова: *зелений туризм, сільський туризм, конкурентоспроможність, SWOT-аналіз, діджиталізація, ШІ в туризмі, гейміфікація, регенеративний туризм, сталий розвиток.*

RESUME

A. V. KOSNYUK

GREEN TOURISM AS A COMPETITIVE DIRECTION FOR THE DEVELOPMENT OF UKRAINE'S TOURISM INDUSTRY

The qualification work is devoted to a comprehensive study of the theoretical and methodical foundations, legal mechanisms, and practical tools for intensifying the development of green (rural) tourism in Ukraine as a strategic vector for increasing the competitiveness of the national tourism product.

The aim of this study is to analyze the development of green tourism in Ukraine. The object of this thesis is green tourism in Ukraine. The subject of the study is ways to stimulate the development of green tourism in Ukraine. The research employed methods of theoretical generalization and analysis to understand what “green tourism” is and how it is classified. A comparative method was used to compare how green tourism is developing in Ukraine and abroad. The study also employed a method of statistical and economic analysis to collect data on the number of green tourism establishments, their geographical distribution, and market dynamics. A SWOT analysis was used to identify strengths and weaknesses. At the end of the study, a systems approach was also applied when considering state policy and marketing as a single system that must work together for the development of the industry

Particular attention is paid to the substantiation of innovative marketing solutions (AI, AR-technologies, digital quest routes FreeGen GO and WalQlike) and the analysis of legal regulation (Draft Law No. 5206) to stimulate self-employment of the rural population and rehabilitation of recreationists.

Keywords: *green tourism, rural tourism, competitiveness, SWOT analysis, digitalization, AI in tourism, gamification, regenerative tourism, sustainable development*

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

- Аніщенко, А. П. (2014). Зелений туризм як напрям трудової соціалізації сільської молоді в інформаційному суспільстві. *Вісник ХДАК*, 44, 127–132.
- Астапов, О. (2025, 24 жовтня). Які регіони заробляють на туристах: чи дійсно внутрішній туризм на піку.
<https://thepage.ua/ua/news/predstavili-rejting-najprivablivishih-regioniv-ukrayini-dlya-turistiv>
- Батиченко, С. П. & Мельник, Л.В. (2024). Сільський зелений туризм в Україні – стратегічна складова розвитку сільських територій. *Конструктивна географія та раціональне використання природних ресурсів*, 4, 56–62.
- Безпечні регіони України: Оновлений рейтинг для туристів у 2026 році (2026, 17 березня). Visit Ukraine.
<https://visitukraine.today/uk/blog/8073/safe-regions-of-ukraine-updated-rating-for-tourists-in-2026>
- Безручко, Л. С., & Комарницький, І. М. (2015). Перспективи розвитку сільського зеленого туризму в Україні. *Молодий вчений*, 5 (20), 109–112.
- Васильєв, В. П. (2014). Сільський зелений туризм: актуальні питання термінології. *Вісник Національної академії державного управління при Президентові України*, 2, 132–139.
- Васильєва, Н. В. (2020). Сільський зелений туризм як пріоритетний напрям розвитку сільських територій. *Вісник ДДМА*, 2 (50), 144–149.
- Ву: Вероніка (2026, 23 січня). Зелений туризм у Карпатах: Спокійний відпочинок та екскурсії. *Karpaty4u*.
<https://karpaty4u.com.ua/зелений-туризм-у-карпатах-спокійний-в/>
- Власенко, І. В. (2016). Особливості сільського зеленого туризму та перспективи його розвитку в Україні. *Збалансоване природокористування*, 1, 37–41.
- Гапоненко, Г. І., Василенко, А. В., & Шамара, І. М. (2021). Перспективи організації Зелених шляхів в Україні як пріоритетний напрямок розвитку ринку внутрішнього туризму. *Вісник Харківського національного*

- університету імені В. Н. Каразіна. Серія: Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм, 13, 174–185.
- Гойденко, Т. (2026, 16 лютого). Львівщина, Франківщина, Закарпаття та Київ очолили рейтинг туристичних напрямків України. *Delo.ua* <https://delo.ua/news/lvivshhina-frankivshhina-zakarpattya-ta-kiyiv-ocolili-reiting-turisticnix-napryamkiv-ukrayini-460158/>
- Гора Гимба. *Karpatium* : інформаційний портал про Карпати. <https://karpatium.com.ua/hirski-masyvy/hora-hymba>
- Гудзь, П. В. (2005). *Економічні основи формування курортно-рекреаційної сфери регіону*. Донецьк: ТОВ «Юго-Восток, Лтд».
- Данилко, В. К. (2014). Статистика сільського зеленого туризму: розвиток і становлення. *Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу*, 1, 75–84.
- Дармостук, Д. Г. (2017). Тенденції розвитку зеленого туризму в Україні. *Теорія та практика державного управління*, 2, 1–7.
- Державне агентство розвитку туризму України. Звіт про роботу за 2025 рік. Кабінет Міністрів України. <https://www.kmu.gov.ua/storage/app/sites/1/17-civik-2018/zvit2025/zvit-dart-2025.pdf>
- Де фермеру взяти гроші у 2026 році? (2026, 15 січня). *AgroNews*. <https://agronews.ua/news/de-fermeru-vzyaty-groshi-u-2026-roczy/>
- Екологічна стежка «До вартових Недеї» <https://vyzhnytskyi-park.in.ua/route/ekolohichna-stezhka-do-vartovykh-nedei/>
- ЄС та ФАО розпочинають нову грантову програму у Державному аграрному реєстрі (2026, 13 березня) <https://euneighbourseast.eu/uk/opportunities/yes-ta-fao-rozpochynayut-novu-grantovu-programu-u-derzhavnomu-agrarnomu-reyestri/>
- Закон України «Про особисте селянське господарство» № 742-IV (2024). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/742-15#Text>

Зелений туризм в Карпатах літом 2026. *Красна Поляна.*

<https://krasna.com.ua/activity/zelenyj-turyzm>

Зелений туризм в Україні. *Дороговказ.*

https://ua.dorogovkaz.com/stati_zelenyj%20turizm.php

Зелений туризм отримає державну підтримку: Відповідний законопроект прийнято за основу (2017, 23 травня). *LIGA:ZAKON.*

<https://ips.ligazakon.net/lawnews/doc/nz172789>

Капустіна, К. (2025, 14 листопада). Лялина Світлиця в Опішні: як сільська жінка Олена Щербань поєднує науку, любов до традицій. *Zemliak.com.*

<https://zemliak.com/zelenyi-turyzm/9953-lyalina-svitlicya-v-opishni-yak-silska-zhinka-olena-shcherban-poyednuye-nauku-lyubov-do-tradicij>

Кифяк, В. Ф. (2011). *Організація туризму*. Чернівці: Книги-XXI.

Король, М.М., & Атаманчук, В.В. (2016). Аналіз європейського досвіду організації зеленого туризму. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*, 6 (2), 30-33.

Кучай, О. В. (2023). Методи та шляхи вдосконалення управління проектами в сфері туризму та рекреації у контексті євроінтеграції. *Вісник Київського національного лінгвістичного університету. Серія Історія, економіка, філософія*, 28, 83-92

<http://visnyk-history.knlu.edu.ua/article/view/280619/307498>

Любіцева, О. О. (2002). *Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти)*. Київ: Альтерпрес.

Маєвський, Я. (2011). *Агротуризм*. Варшава: Знання.

Мальська, М. П., & Антонюк, Н. В. (2012). *Менеджмент туризму. Теорія та практика*. Київ: Центр учбової літератури.

Мальська, М. П., & Худо, В. В. (2012). *Туристичний бізнес: теорія та практика*. Київ: Центр учбової літератури.

Мацієвський, Л., & Кулініч, Н. (2021, 9 червня). Потенціал сільського зеленого туризму на Житомирщині. *Суспільне Житомир.*

<https://suspilne.media/zhytomyr/138006-potencial-silskogo-zelenogo-turizmu-na-zitomirsini-vikoristovuetsa-na-5-10-vidsotkiv/>

Михайлюк, О. Л., & Прісняк, С. А. (2018). Сільський зелений туризм: стан, проблеми та перспективи розвитку в Україні. У *Сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності*: збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції (с.84-86). Одеса: Одеський національний економічний університет.

Національний природний парк «Сколівські Бескиди» <https://skole.org.ua/>

Олійник Д. (2025, 27 грудня). У Вінниці створили два віртуальні тури для туристів і любителів природи. *Суспільне Мовлення*.
<https://suspilne.media/vinnytsia/1199162-u-vinnici-stvorili-dva-virtualni-turi-dla-turistiv-i-lubiteliv-prirodi/>

Поліський природний заповідник

<https://www.nationalparks.in.ua/zapovidnyky/pryrodni/poliskiy/>

Про внесення змін до Державної цільової програми розвитку туризму та курортів (2024, 20 вересня). *ЛІГА:ЗАКОН*.

<https://ips.ligazakon.net/document/KR251047>

Проект «Сімейні молочні ферми» об'єднав вже триста господарств. *Zemliak.com*. (2026, 10 лютого).

<https://zemliak.com/news/ferma/10369-proyekt-simeyni-molochni-fermi-ob-yednav-vzhe-trista-gospodarstv>

Про затвердження плану заходів на 2025-2026 роки з реалізації Національної стратегії із створення безбар'єрного простору в Україні на період до 2030 року (2025, 25 березня)

<https://ips.ligazakon.net/document/KR250374>

Пропозиції до проекту Закону України «Про сільський та зелений туризм» (2021). *Міністерство культури та інформаційної політики України*

https://www.kmu.gov.ua/storage/app/bills_documents/document-2177963.pdf

Про розвиток сільського зеленого туризму в громаді (2024, 7 травня). *Городоцька сільська рада*. <https://gorodotska-gromada.gov.ua/news/1715060435/>

Реєстр проєктів програми «Культура. Туризм. Регіони». *Український культурний фонд*.

https://ucf.in.ua/en/m_programs/5f8048d50aa0bb6e4665c9b3/register?type=received_applications

Ретритний центр «Сила Буші». *Дороговказ*.

https://ua.dorogovkaz.com/retritnyj_centr_sila_bushi.php

Руденко, В. П. (2010). *Географія природно-ресурсного потенціалу України*. Київ: Вища школа.

Руденко, В. (2025, 1 вересня). Карпати 2026: Де знайти тихий відпочинок? Огляд небанальних місць. <https://geotur.com.ua/wheretogo/karpaty-2026-de-znayty-tykhyy-vidpochynok-ohlyad-nebanalnykh-mists/>

Рутинський, М. Й., & Зінько, Ю. В. (2006). *Сільський туризм*. Київ: Знання.

Рутинський, М.Й. (2000). Сталий розвиток: від вербальної концепції до концептуальної моделі. *Вісник Львівського університету*, 1, 35–38.

Садиба Диво Квітка — Татарів, Україна. *Planet of Hotels*.
<https://uk.planetofhotels.com/ukrayina/tatariv/sadiba-divo-kvitka>

Садиба «Кобзарєва колиска», Моринці. *Дороговказ. Туристичний путівник*.

https://ua.dorogovkaz.com/usadba_kobzareva_kolyska.php

Садиба зеленого туризму «Поліська хата» (2023, 11 жовтня). *Новини Житомирської політехніки*.

<https://news.ztu.edu.ua/2023/10/sadyba-zelenogo-turyzmu-poliska-hata/>

Сільський зелений туризм: податкові нюанси та вимоги (2025, 3 лютого)

<https://vnmiscrada.gov.ua/news/1738572252/>

Сільський зелений туризм: Інформаційна брошура (2017). Київ: Децентралізація.

Сільський зелений туризм (2024, 1 червня). Сатанівська селищна територіальна громада.

<https://satanivska-gromada.gov.ua/news/20-45-23-05-12-2017/>

Сімейні молочні ферми (2020, 16 грудня). *СМФ «Молочна долина»*.

<https://smf.org.ua/uchasnyky-proektu/smf-molochna-dolyna/>

Смирнов, І. Г. (2009). *Логістика туризму*. Київ: Знання.

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

Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. (2017, 16 березня)
<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80#Text>

Ткаченко, Т. І. (2009). *Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу*: монографія. 2-ге вид., переробл. та доповн. Київ: КНТЕУ.

Туристична індустрія України у 2025 році: податкові надходження вже перевищили довоєнні рівні (2025, 30 червня). *Visit Ukraine*
<https://visitukraine.today/blog/6437/ukraines-tourism-industry-in-2025-tax-revenues-have-already-exceeded-pre-war-levels>

Шевченко, Н. О. (2023). Переосмислення ролі культурної спадщини в післявоєнній туристично-рекреаційній діяльності. *Культура і сучасність: альманах, 1*, 23-28. <https://doi.org/10.32461/2226-0285.1.2023.286776>

Шульга, В.П. (2012). Стратегічне управління розвитком екологічного туризму в контексті рекреаційного природокористування. *Географія та туризм, 22*, 42–51.

Ярема, Л. В. (2020). Перспективи розвитку сільського зеленого туризму. *Ефективна економіка, 5*. DOI: [10.32702/2307-2105-2020.5.69](https://doi.org/10.32702/2307-2105-2020.5.69)

Дудук, А. (2025, 12 листопада). Топ-5 нових туристичних маршрутів 2025: Технології, інклюзія та нова якість українських мандрів. *Мандруємо Україною*.

<https://mandrivnuk.info/top-5-new-tourist-routes-2025/>

Freegen Games — інноваційна платформа гейміфікації
<https://freegen.group/projects/freegen-games/>

Walk you like, друже! Гуляй так, як тобі дійсно подобається

<https://walqlike.com/>

ДОДАТКИ




Додаток А

ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА КАТЕГОРІЙ «СІЛЬСЬКИЙ», «АГРОТУРИЗМ» ТА «ЗЕЛЕНИЙ ТУРИЗМ»

Критерій	Сільський туризм	Агротуризм	Зелений туризм
Основна локація	Сільська місцевість	Фермерське господарство	Природні ландшафти, села, заповідники
Мета візиту	Відпочинок від міста	Участь у сільгоспроботах	Пізнання природи та екологічна освіта
Акцент	Територіальний	Виробничий	Екологічно-світоглядний

Додаток Б

СИСТЕМА КЛАСИФІКАЦІЇ «GÎTES DE FRANCE» ЗА РІВНЕМ КОМФОРТУ (КОЛОССЯ)

Рівень	Символ	Характеристика сервісу
1 колосок		Базовий комфорт, садові меблі, мінімальні зручності.
3 колоски		Окремий вхід, повний набір побутової техніки, камін.
5 колосків		Рівень «люкс»: басейн, сауна, дизайнерський інтер'єр.

Додаток В**ДИНАМІКА ТУРИСТИЧНОГО ЗБОРУ В УКРАЇНІ (2021-2025 РР.)**

Рік	Сума (млн грн)	Приріст до попереднього року (%)
2021	244,0	—
2024	273,0	+11,8%
2025	359,0	+31,5%

Додаток Є**ІННОВАЦІЙНІ ЦИФРОВІ ІНСТРУМЕНТИ В ЕКОТУРИЗМІ УКРАЇНИ**

Проект	Локація	Технологія
Голоси Бакоти	Хмельниччина	AR-мурали, аудіогіди
Таємниці Товтр	Сатанів	3D-тур на основі аерозйомки
Camino Podolico	Вінниця — Кам'янець	Панорами 360°

Додаток Г

РЕЙТИНГ РЕГІОНІВ ЗА ОБСЯГОМ ТУРИСТИЧНОГО ЗБОРУ (9 МІС. 2025 Р.)

Регіон	Сума (млн грн)	Частка у загальному обсязі (%)
м. Київ	51,04	21,8%
Львівська обл.	42,50	18,1%
Івано-Франківська обл.	32,49	13,9%
Закарпатська обл.	21,17	9,0%

Додаток Д

СТРУКТУРА ГРАНТОВОЇ ПІДТРИМКИ АГРОТУРИСТИЧНИХ ІНІЦІАТИВ У 2026 Р.

Донор / Програма	Максимальна сума	Пріоритетний напрям
ФАО та ЄС	\$150,000	Агрегаційні моделі, гастротуризм
Mercy Corps	\$75,000	Відновлення прифронтових громад
Державний грант «Власна справа»	500,000 грн	Створення робочих місць

SWOT-АНАЛІЗ ГАЛУЗІ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ УКРАЇНИ (2026 Р.)

Сильні сторони (S)	Слабкі сторони (W)
Багата природно-ресурсна база, автентичність.	Недосконале законодавство, низька якість доріг.
Можливості (O)	Загрози (T)
Зростання внутрішнього попиту, гранти ЄС.	Безпекові ризики, економічна нестабільність.

Додаток 3

РЕЗУЛЬТАТИ СЕРТИФІКАЦІЇ «УКРАЇНСЬКА ГОСТИННА САДИБА» (2025 Р.)

Категорія	Характеристика	Кількість об'єктів
Базова	Мінімальний комфорт, екологічність	7
Перша / Друга	Високий сервіс, додаткові зручності	8
Третя	Елітний сегмент (у процесі)	—

ПОРІВНЯННЯ ПОДАТКОВИХ НАДХОДЖЕНЬ (I КВ. 2021 VS 2025 РР.)

Період	Податкові надходження (млн грн)	Статус ринку
I квартал 2021	629,0	Доповномасштабний період
I квартал 2025	799,0	Адаптація та ріст (+27%)



Зелений туризм в Одеській області



Зелений туризм в Карпатах



Зелений туризм в Тернопільській області



Зелений туризм у Вінницькій області